

عنوان :

مدیریت کسب و کار

مدرس :

استاد ارجمند جناب آقای دکتر مومنی

گرد آورندگان:

مهسا قمی- سکینه نوری -آذر بقایی
 معصومه رحمانی – بنفشه سادات لطیفی

**كسب و كار: تعريف، اهداف و انواع**

**1- تعريف کسب و کار**

نويسندگان مختلف، تعاريف متفاوتي از کسب و کار دارند. در واژه نامه‌ي آکسفورد کسب و کار به معني خريد و فروش و تجارت آمده است. در واژه نامه‌ي لانگ من کسب و کار به فعاليت پول در آوردن و تجارتي که از آن پول حاصل شود، گفته مي‌شود.

به زبان ساده، کسب و کار عبارت است از حالتي از مشغوليت و به طور عام، شامل فعاليت‌هايي است که توليد و خريد کالاها و خدمات با هدف فروش آنها را به منظور کسب سود، در بر مي‌گيرد.

* بر طبق نظر (ارويک و هانت) و کاري که در آن خدمات يا کارهايي که ديگر افراد جامعه به آن نياز دارند و مايل به خريد آن هستند و توان پرداخت بهاي آن را دارند، توليد، توزيع و عرضه مي شود. ، کسب و کار عبارت است از هر نوع کسب
* پترسن و پلومن) بر اين باورند که هر تبادلي که در آن خريد و فروش صورت گيرد، کسب و کار نيست، بلکه کسب و کار، هر نوع تبادل تکراري و تجديد شونده ي خريد و فروش است.
* پروفسور (اون) ، کسب و کار را يک نوع کاسبي مي داند که طي آن کالاها يا خدمات براي فروش در بازار توليد و توزيع ميشوند.

بنابراين با توجه به تعاريف ياد شده مي توان دريافت که کسب و کار با خريد و فروش کالاها، توليد کالاها يا عرضه ي خدمات، به منظور به دست آوردن سود، سر و کار دارد.

**2- ويژگيهاي کسب و کار**

با توجه به تعاريف کسب و کار، ويژگي‌هاي کسب و کار، عبارتند از:

1. فروش يا انتقال کالاها و خدمات براي کسب ارزش
2. معامله‌ي کالاها و خدمات
3. تکرار معاملات
4. انگيزه‌ي سود (مهم‌ترين و قدرتمندترين محرک اداره‌ي امور کسب و کار)
5. فعاليت توأم با ريسک. کسب و کار، هميشه بر آينده متمرکز است و عدم اطمينان، ويژگي آينده است. از اين رو، همواره کسب و کار، توأم با ريسک است.

**3- اهداف کسب و کار**

باور عمومي اين است که تنها هدف کسب و کار، به دست آوردن سود اقتصادي است، در حالي که اين امر، واقعيت ندارد. آرويک معتقد است همان طور که انسان تنها با هدف خوردن زندگي نمي‌کند، تنها هدف کسب و کار هم، کسب سود نيست. بنابراين، کسب و کارها هم داراي اهداف اقتصادي اند و هم اهداف اجتماعي‌اند.



**4- انواع كسب كار**

**4-1- كسب و كار خانگي**

**4-1-1- تعريف**

به هر نوع فعاليت اقتصادي در محل سكونت شخصي كه با استفاده از امكانات و وسايل منزل راه اندازي شود كسب و كار خانگي ميگويند.

**4-1-2- اهميت كسب و كار خانگي**

امروزه كسب و كارهاي خانگي از بخشهاي حياتي و ضروري فعاليتهاي اقتصادي كشورهاي پيشرفته محسوب ميشوند. كسب و كار خانگي از نظر ايجاد شغل ، نوآوري در عرضه محصول يا خدمات ، موجب تنوع و دگرگوني زيادي در اجتماع و اقتصاد هر كشور ميشوند. همچنين براي جوانان ، كسب و كارهاي خانگي نقطه شروع مناسبي براي راه اندازي كسب و كار شخصي است، زيرا راه اندازي آن در مقايسه با ديگر انواع كسب و كار ساده و آسان است. به عنوان نمونه شما ميتوانيد با يك دستگاه رايانه و يك خط تلفن ، يك كسب و كار اينترنتي راه بيندازيد و كارها و خدمات مختلفي را به مردم عرضه و ازاين راه براي خود درآمد كسب كنيد.

**4-1-3- سابقه كسب و كارهاي خانگي**

كسب و كارهاي خانگي در ايران سابقه ديرينه دارند. بسياري از صنايع دستي كه امروزه هم وجود دارند، در منازل و محل سكونت افراد توليد ميشده اند. بطور كلي كسب و كار خانگي پديده جديدي نيست ،بلكه در نتيجه تغييرات و تحولاتي كه در فعاليتهاي اقتصادي - اجتماعي امروز به وجود آمده به آن توجه بيشتري شده است و اين نوع كسب و كارها روز به روز گسترش و توسعه مي يابند.



**4-1-4- دلايل انتخاب كسب و كار خانگي**

* بالا بردن كيفيت زندگي: امروزه اكثر صاحبان كسب و كار هاي خانگي بر اين باورند كه كار كردن در خانه، كيفيت زندگي آنان را بهبود ميبخشد. كاركردن در خانه باعث ميشود كه وقت بيشتري به خانواده و خانه اختصاص يابد و به ديگر مسائل و موضوعات خانواده، از قبيل تربيت و پرورش فرزندان توجه بيشتري شود.به طور كلي امروزه كار و زندگي بيش از پيش در همديگر ادغام شده اند.
* توسعه فن آوري: امروزه با پيشرفتهاي زيادي كه در زمينه علوم رايانه و ديگر وسايل ارتباطي به وجود آمده، محيط خانه محل مناسب و كاراتري براي كسب و كار شده است.

**4-1-5- مزاياي كسب و كار خانگي**

1. آزادي و استقلال عمل بيشتر
2. ساعات كاري انعطاف پذير
3. ايجاد تعادل و موازنه بيشتر بين كار و زندگي
4. پايين بودن هزينه راه اندازي
5. پايين بودن ميزان ريسك
6. امكان كاركردن پاره وقت
7. راحت تر بودن تربيت بچه ها
8. داشتن فرصت و زمان بيشتر
9. تناسب با ويژگيهاي جسمي افراد معلول و كم توان
10. احتمال موفقيت بيشتر
11. تناسب با اقشار مختلف
12. احساس راحتي بيشتر
13. عدم نياز به مجوز

**4-1-6- نكات مهم براي راه اندازي كسب و كار خانگي**

1. درباره ايده كسب و كارتان تحقيق كنيد.
2. درباره محصول يا خدماتتان نيز اطلاعات كسب كنيد.
3. محل كار خود را تعيين كنيد.
4. مشاركت ديگر اعضاي خانواده را جلب كنيد.
5. اسم مناسبي براي كسب و كارتان انتخاب كنيد.
6. اسياب و تجهيزات مناسبي براي كسب و كارتان تهيه كنيد.
7. پوشش مناسب و درخور براي كسب و كارتان فراهم كنيد.
8. يك صندوق پستي به كسب و كارتان اختصاص دهيد.
9. با دوستان و همسايگانتان رك و صادق باشيد.
10. حساب بانكي براي كسب و كارتان باز كنيد.
11. ارتباطات بيشتري با ديگران برقرار كنيد.
12. از داشتن كسب كار خانگي واهمه و خجالتي نداشته باشيد، بلكه به آن افتخار كنيد.

**4-2 کسب و کار اينترنتي**

اين نوع کسب و کار جديد بوده و با پيدایش کامپيوتر ، اينترنت، و توسعه جامعه خدماتی به عنوان يکی از سريع ترين کسب و کارها از نظر تعداد، سود و حجم در عرصه تجارت جهانی مطرح هستند.

کسب و کار اينترنتی به فروش محصولات يا خدمات در اينترنت گفته می شود. اين نوع کسب و کار به سرعت در اقتصاد امروز رشد و پيشرفت کرده است. خريد و فروش اينترنتی به کوچکترين کسب و کارها نيز اين امکان و فرصت را می دهد که به مخاطبان خود در سطح جهانی با حداقل هزينه دسترسی پيدا کنند. امروزه بيش از 900 ميليون نفر در سطح دنيا از اينترنت استفاده می کنند. 69 درصد از اين جمعيت، در طول 90 روز، دست کم يک خريد از اينترنت داشته اند.

يک سايت اينترنتی، تنها برای فروش محصول يا خدمات به کار نمی رود، بلکه می تواند نقشها و کارکردهای مختلفی داشته باشد. اگر محصول خاص و منحصر به فردی داريد که در ديگر نقاط دنيا وجود ندارد، می توانيد با معرفی آن محصول در سايت خود، ديگران را از وجود آن مطلع کنيد و از اين طريق به اهداف خود دست يابيد.
زيبايی اينترنت در اين است که مخاطبان آن در سرتاسر دنيا پراکنده اند و اين امر می تواند به معنای وجود مشتريان بالقوه برای شما باشد. اين نوع بازار، هيچ موقع بسته نمی شود. مشتريان شما می توانند به صورت 24 ساعته به اطلاعات کسب و کارتان دسترسی پيدا کنند. شما نيز می توانيد هر چند بار و با هر فاصله ای که بخواهيد ، اطلاعات مورد نظرتان را درباره ی فعاليتها و فروشگاهتان در صفحات اينترنت جای دهيد. مهمتر از اين، شما می توانيد کاتالوگی از محصولات و خدماتتان را همراه تصوير و حتی فيلم در صفحات اينترنت قرار دهيد. در اين صورت، مشتریان بالقوه ی شما می توانند آنها را مشاهده کنند و حتی در هر ساعت از شبانه روز، سفارش خريد دهند.



**4-2-1- تفاوت كسب و كار اينترنتي با تجارت الكترونيكي**

بسياري از افراد، كسب و كار اينترنتي (E-Business) را با تجارت الكترونيكي (E-Commerce) اشتباه مي گيرند در حاليكه اين دو مبحث با يكديگر متفاوتند. به عبارتي     E-Business به مجموعه فعاليتهاي مربوط به كسب و كار از جمله مباحث بازاريابي، مالي، خريد و فروش، ارتباط با مشتريان، خدمات پس از فروش، همكاري با سرمايه گذاران و... كه از طريق شبكه اينترنت انجام مي‌گيرد اطلاق مي‌شود در حاليكه E-Commerce تنها شامل مسائل مربوط به خريد و فروش از اينترنت مي باشد و خود، زيرمجموعه اي از E-Business است.

**4-2-2- انواع كسب و كارهاي اينترنتي**

امروزه، كسب و كارهاي اينترنتي بسيار متنوعند. اما به طور كلي آنها را مي‌توان آنها به 10 گروه عمده تقسيم بندي كرد:

1. ايجاد اجتماعات آنلاين
2. خريد، فروش و حراج كالاهاي مختلف
3. تبليغات اينترنتي
4. ارائه خدمات تخصصي به ديگران
5. ايجاد امپراطوري اطلاعات، اخبار و آموزش
6. تهيه و ارائه نرم افزارهاي مختلف
7. چند رسانه اي يا مالتي مديا
8. پيوستن به شبكه هاي واسطه گري
9. خدمات مربوط به ايميل
10. سرمايه گذاري مشترك

****

**4-3- کسب و کار روستايي**

اكنون توسعه‌ی روستايي بيش از گذشته با پديده‌ی كارآفريني سرو كار دارد. مؤسسات و شخصيت‌هاي رواج دهنده‌ی توسعه‌ی روستايي، كارآفريني را به منزله‌ی يك مداخله‌ی راه‌بردي مي‌دانند كه مي تواند فرايند توسعه‌ی روستايي را تسريع بخشد اما به نظر مي‌رسد كه همگي آنها بر نياز به گسترش بنگاه‌هاي اقتصادي روستايي نيز توافق دارند. آژانس‌هاي توسعه، كارآفريني روستا را به عنوان يك نيروي اشتغال‌زاي بزرگ، سياست‌مداران آن را همچون يك راه‌برد كليدي براي جلوگيري از ناآرامي در مناطق روستايي، و كشاورزان، آن را وسيله‌اي براي بهبود درآمد خويش مي‌دانند.به اين ترتيب، كارآفريني از نقطه نظر تمام اين گروه‌ها به عنوان وسيله‌اي براي بهبود كيفيت زندگي فردي، خانوادگي و اجتماعي و ابزاري براي تثبيت اقتصاد و محيطي سالم تلقي مي‌گردد. در شرايط وجود يك سمت‌گيري كارآفرينانه در قبال توسعه‌ی روستايي، اين موضوع پذيرفته مي‌گردد كه كارآفريني، يك نيروي مركزي براي نيل به رشد و توسعه اقتصادي است. بدون آن، ديگر عوامل توسعه به هدر رفته و تلف مي‌شود؛ با اين حال، پذيرش اين نكته نمي‌تواند به تنهايي به توسعه‌ی روستايي و پيشبرد فعاليت‌هاي اقتصادي بيانجامد. كارآفريني در نواحي روستايي در جستجوي تركيب واحدي از منابع، هم در درون و هم در خارج از فعاليت‌هاي كشاورزي است. مثال‌هاي متنوعي از كاربردهاي غيركشاورزي منابع موجود همچون: گردشگري، آهنگري، درود گري، ريسندگي و مثال‌هايي از تنوع بخشي به فعاليت‌هاي نه چندان وابسته به كشاورزي در زمينه‌هاي منابع آب، اراضي جنگلي، ساختمان، مهارت‌هاي موجود و توانمندي‌هاي محلي وجود دارد كه همگي با كارآفريني روستايي متناسب است. تركيب كارآفرينانه‌ی اين منابع در رشته فعاليت‌هايي همچون: تسهيلات گردشگري، ورزش و اوقات فراغت، آموزش فني و حرفه‌اي، خرده فروشي و عمده فروشي، فعاليت‌هاي صنعتي (در سطح مهندسي و استاد كاري)، خدمات مشاوره‌اي، توليدات با ارزش افزوده بالا  همچون گوشت، شير، فرآورده‌هاي چوبي و ساير فعاليت‌هاي خارج از مزرعه تجلي مي‌يابد.
كارآفريني روستايي اساساً تفاوتي با كارآفريني در شهر ندارد جز اينكه بايد آن را در فضاي روستا تصور نمود. پترين (1994) كارآفريني روستايي را مجموع سه گزاره ذيل تعريف مي‌نمايد:

1. نيرويي كه ساير منابع را براي پاسخگويي به يك تقاضا بي‌پاسخ بازار بسيج مي‌كند
2. توانايي خلق و ايجاد چيزي از هيچ
3. فرآيند خلق ارزش به وسيله امتزاج مجموعه واحدي از منابع درراستاي بهره‌گيري از يك فرصت

آنچه در مجموع مي‌توان براي تعريف مقوله كارآفريني روستايي بكار برد عبارتست از: «بكارگيري نوآورانه منابع و امكانات روستا در راستاي شكار فرصت‌هاي كسب ‌و كار» اين نوع کسب و کارها با توجه به اندازه‌ي کوچک روستاها، در مقياسي کوچک هستند و اغلب بين 10-20 نفر بوده و با توجه به غالب بودن فعاليت‌هاي کشاورزي و کارگاهي از کارايي خاصي برخوردارند. با توجه به تغييرات عصر کنوني و ورود به جامعه‌ي اطلاعاتي، کسب و کارهاي روستايي نيز در نوع دچار تغيير و تحول شده‌اند و انواع کسب وکارهاي خدماتي، توليدي، صنعتي و فناوري اطلاعات  در آن ديده مي‌شود.

**4-4- کسب و کارهای خانوادگی**

کسب و کار خانوادگی يک نوع کسب و کار است که صاحبان آن با هم خويشاوند و فاميل باشند. به عبارت ديگر به کسب و کارهايی گفته می شود که افراد يک خانواده و خويشاوندان اقدام به تشکيل کسب و کاری می نمايند. اين نوع کسب و کار ها را می توان در بسياری از کشورها همچون ايتاليا مشاهده نمود.

اغلب ميان دو واژه «خانواده» و «كسب و كار» نوعي تضاد و دوگانگي وجود دارد، در حالي كه اين مفاهيم به عنوان دو  زير سيستم از يك ابر سيستم به نام اجتماع و جامعه هستند كه در اثر ارتباطات و تاُثيرات متقابلي كه بر روي يكديگر مي گذارند تشكيل يك نظام كلي تر را به نام "كسب و كار خانوادگي" (فاميلي) مي دهند. برخي ديگر نيز براي تعريف اين مفهوم به مباحثي چون بينش و هدف يك شركت و يا يك كسب وكار خاص اتكا نموده اند و به موضوع از اين منظر نگريسته اند.  نهايتاً اينكه تئوري مشهور مبتني بر منابع (RBV) بدين منظور يك شركت و يا كسب و كار خاص را بر اساس دسته بندي منابع موجود آن (دانش ، مواد ، سرمايه ، نيروي انساني و ...) تعريف و تقسيم بندي مي نمايد.

به هرحال تعاريف و تقسيم بندي هاي زيادي براي كسب و كار خانوادگي ارائه شده است. براي تعريفي دقيق و روشن از اين مفهوم مي توان با دو ديد و تقسيم بندي كلي و جزئي  به موضوع نگاه كرد. از ديد كلي مي توان يك كسب وكار يا شركت خانوادگي را بدين گونه تعريف نمود: شركت ها، مؤسسات و كسب و كارهايي كه بوسيله ارتباطات و تعاملات خانوادگي و افراد خانواده تحت تاًثير قرار مي گيرند. از ديد جزئي تر تعاريف زير را مي توان براي يك كسب و كار خانوادگي برشمرد: كسب و كاري كه متعلق به افراد يك خانواده مي باشد و توسط افراد فاميل و غيرفاميل اداره مي شود.

همانطور كه مشخص است يك كسب و كار خانوادگي گاهي مي تواند فراتر از يك شركت خانوادگي باشد. و گاهاً نيز فقط در قالب يك شركت خانوادگي باشد. البته در تعريف اين نوع كسب و كار سه عامل مهم مطرح مي باشد: خانواده ، مالكيت و مديريت. آنچه كه از يافته هاي تمام تحقيقات بر مي آيد اين است كه همگرايي عامل خانواده و تنها يكي از دو عامل مالكيت و مديريت (خانواده و مالكيت يك كسب و كار ، يا خانواده و مديريت يك كسب وكار) مي تواند به تعريف يك كسب و كار خانوادگي بسنده كند.

**4-4-1- رشد و بقاي كسب و كارهاي خانوادگي**

براي اينكه يك كسب و كار خانوادگي رشد نمايد و براي نسل هاي بعدي نيز بقا داشته باشد بايستي يك برنامه ريزي دقيق و اصولي براي كسب وكار از سوي مالكان و مديران كسب و كار انجام گيرد. علاوه بر اين به دليل اهميت روزافزون اين نوع كسب و كار هم براي جوامع و براي اقتصاد ملت ها حمايت هايي نيز بايست از سوي دولت ها در اين راستا انجام شود. تركيب چندين عامل براي توضيح و تشريح موفقيت، رشد و بقاي كسب و كارهاي خانوادگي لازم است از آن جمله مي توان به مواردي مانند فرهنگ خانواده ، شخصيت و خصوصيات هركدام از اعضاي خانواده  ، عوامل محيطي و اجتماعي ، نوع كسب و كار ، خصوصيات كارآفرين (بنيانگذار) كسب وكار و بسياري موارد ديگر اشاره نمود. در شكل زير تركيبي از عوامل فوق مشاهده مي شود.



**4-5- كسب و كارهاي كوچك**

به منظور تحليل آماري و با قاعده در خصوص كسب و كار كوچك ، بايد گفت كه اين مقوله داراي قوانين اجرايي تجاري است. هر صنعتي بر اساس درآمد و ميزان استخدام سالانه ، اندازه استانداردي را براي خود تعريف مي‌كند. در بيشتر موارد اين تعريف به واسطه نمايندگي‌هاي دولتي تعريف مي‌شود تا تحت قوانين تغييرپذير دولتي تحليل ‌هايي را صورت دهند. به علاوه ، اين استانداردها براي برنامه‌هايي كه در خصوص كمك بهبود به امور مالي است كارا مي‌باشد. كسب و كار كوچك بصورت مستقل است و هر شركتي با كمتر از 500 پرسنل در اين حيطه قرار مي‌گيرد. اين اندازه مرسومترين استاندارد تعريف شده است. در آمريكا حدود 5/22 ميليون كسب و كار مستقل از كشاورزي و زراعت وجود دارد كه 99 درصد آن كسب و كار كوچك(Small Business) به حساب مي‌آيند.

**5 - فعاليتهاي كسب وكار**

**5-1 کسب و کار خدماتی**

شامل فعاليت هايی است که برای انتقال کالاها و خدمات از مکان توليد به محل مصرف، ضروری اند. بنابراين، خريد و فروش کالاها و خدمات و تمام فعاليتهايی را که انجام معادله را تسهيل می کنند(انبارداری، درجه بندی، بسته بندی، تامين مالی و...)شامل می شوند. کسب و کار خدماتی، کسب و کار تجارتی را نيز شامل می شود و به انجام آن کمک می کند. وظيفه ی اساسی کسب و کار خدماتی، برداشتن موانع فردی، مکانی، زمانی، مبادلاتی، دانشی و غيره است و جريان آزاد کالاها و خدمات از توليد کننده به مصرف کننده را فراهم می سازد.

**5-1-1کسب و کار خدماتی**

* + خدمات حمايتی -بانکداری -حمل و نقل -بيمه -انبارداری -بسته بندی –تبليغات-خدمات مستقيم -داخلی -هنری –بهداشتی- بيمه ای -ارتباطات

**5-1-2کسب و کار تجاری**

در واقع، تجارت شاخه ای از کسب و کار خدماتی است. به تعبيری، وضعيت نهايی فعاليت کسب و کار، شامل خريد و فروش کالاها و خدمات است. کسب و کارهای تجاری را بر اساس اندازه و ميزان پوشش، به دو دسته ی اصلی تقسيم می کننند:

* + بر اساس اندازه و ظرفيت :عمده فروش -خرده فروش
	+ بر اساس ميزان پوشش بازار :تجارت منطقه ای -تجارت ملی -تجارت بين المللی

****

**آمار بانک جهانی درباره وضعیت کسب و کار در ایران**

ایسنا به نقل از معاون وزیر امور اقتصادی و دارایی درباره گزارش اخیر بانک جهانی از وضعیت کسب‌وکار در ایران که حاکی از تغییر رتبه ایران از 152 به 118 در سال 2016 بود، نوشت: گزارش بانک جهانی از طریق پرسش‌نامه‌ها تهیه می‌شود که در آن برخی از اصلاحات مالیاتی، گمرکی و مربوط به بهبود تجارت فرامرزی نادیده گرفته شده که ممکن است رتبه 2016 ایران در گزارش سال آینده اصلاح شود.ساماندهی مجوزها و مقررات‌زدایی از جمله دیگر اقدامات وزارت اقتصاد برای ساماندهی فضای کسب‌وکار است، ادامه داد: احصاء مجوزها یکی از این اقدامات است که تا اندازه زیادی انجام شده و سال آینده کار آن به پایان خواهد رسید. در مورد حذف مجوزها نیز وزارت صنعت، معدن و تجارت، سازمان بورس و انرژی اتمی همکاری‌های خوبی داشته‌اند. تسهیل مجوز انشعاب آب و فاضلاب باعث تسهیل ساخت‌وساز شده است و همچنین زمان مورد نیاز برای دریافت مجوز برق نیز از سوی وزارت نیرو از 100 روز به 44 روز کاهش پیدا کرده که البته بانک جهانی آن را 77 روز ثبت کرده است که ایران اعتراض خود را در این باره اعلام می‌کند.

**شرایط بیمه تأمین اجتماعی شاغلان کسب و کار خانگی**

 به گزارش حوزه رفاه و تعاون گروه اجتماعی در اجرای بند ۵ماده ۷قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی شاغلان کسب و کار خانگی اعم از مستقل، پشتیبان و افراد تحت پوشش در صورتی که مشمول مقررات حمایتی خاص دیگری قرار نداشته باشند، از تاریخ 90/01/23مشمول مقرررات بیمه صاحبان حرف و مشاغل آزاد قرار گرفته اند.
قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل آزاد صرفاً عضو یا اعضا خانواده که حائز شرایط مقرر  در قانون و آئین نامه های مذکور باشند و در فضای مسکونی به کسب و کار خانگی اشتغال به کار دارند، مشمول این بخشنامه بوده و افراد غیر عضو خانواده از شمول مقررات مورد اشاره خارج هستند . همچنین مشمولین صندوق بیمه اجتماعی روستائیان و عشایر از شمول ضوابط مورد نظر خارج بوده و تابع قوانین و مقررات مربوط به صندوق یاد شده خواهند بود.
نصیری با بیان اینکه معرفی شاغلان کسب و کار خانگی توسط وزارت تعاون، کار ورفاه اجتماعی و یا واحدهای تابعه انجام می شود، گفت: حداکثر سن برای پذیرش درخواست و عقد قرار داد بیمه برای مردان وزنان به ترتیب ۵۰و۴۵ سال است که در غیر این صورت متقاضی می بایست ۲ برابر مازاد سنی مقرر دارای سابقه پرداخت حق بیمه نزد سازمان تأمین اجتماعی باشند.

**منابع:**

<http://www.mashreghnews.ir>

<http://www.mazandcan.com>