



خلاصه کتاب

# مهارت‌ها و قوانین کسب و کار

نویسندگان :

سید سعید میرواحدی ، محمد تقی طغرایبی ، سمیه هاشمی ، نگار اله وردی زاده

مدرس: سید مهدی قریشی

Ma.Ghorashi@Gmail.com

www.Ghoreishy.ir

**تذکر مهم: مطالعه این خلاصه کفایت لازم برای درک مطلب و شرکت در آزمون پایان ترم را نداشته و صرفاً برای مرور مطالب کتاب کاربرد دارد.**

## فصل اول - اصول کسب و کار

تعریف کسب و کار: فعالیت های تولیدی، خدماتی و خرید و فروش کالاها و خدمات با هدف سودآوری را گویند.

### انواع کسب و کار

- 1) تقسیم بندی بر مبنای خط تولید: 1. انبوه 2. سفارشی انبوه 3. سلیقه محور
- 2) تقسیم بندی بر مبنای اندازه: 1. خرد 2. کوچک 3. متوسط 4. بزرگ
- 3) تقسیم بندی بر مبنای نوع فعالیت: 1. تولیدی 2. خدماتی 3. تجاری 4. صنعتی
- 4) تقسیم بندی بر مبنای مکان و مالکیت: 1. خانگی 2. خانوادگی 3. روستایی 4. اینترنتی

### تقسیم بندی بر مبنای خط تولید

\* تولید انبوه: ساخت کالاهای مشابه به تعداد زیاد با استفاده از ماشین آلات صنعتی و کارکنان با مهارت که هر نفر یا گروه بر ساخت یک قسمت کالا متمرکز و آن را تولید و مونتاژ می کند (مانند کارخانه تولید مواد غذایی بیسکویت)

\* تولید سفارشی انبوه: تولید کالا طبق نظر و خواسته و سلیقه مشتری بر اساس گزینه های تولید کننده محصول نهایی را مطابق با نیاز خود تغییر می دهد (مانند شرکت لنوو از بین چهار رنگ یک رنگ انتخاب و شخصی سازی می شود). هزینه نسبت به تولید انبوه بیشتر است.

\* تولید سلیقه محور: ساخت کالا مطابق نظر و خواسته و سلیقه هر مشتری. نیازمند انعطاف پذیری بیشتر شرکتو خط تولید است و هزینه های بیشتری دارد (مانند طراحان مد که طبق سلیقه افراد سرشناس لباس طراحی می کنند و آن منحصر به فرد است)

تفاوت سفارش انبوه و سلیقه محور: در سفارش انبوه مشتری از بین گزینه هایی که شرکت در اختیارش گذاشته یکی را انتخاب می کند ولی در سلیقه محور تولید دقیقاً مطابق خواست مشتری است.

### تقسیم بندی بر مبنای اندازه

\* شاخص های اندازه کسب و کار: مقدار نیروی انسانی، میزان سرمایه، سهم بازار، تعداد تولیدات، میزان فروش ولی استاندارد پذیرفته شده تعداد شاغلین یا نیروی انسانی آنهاست و از هر کشور به کشور دیگر متفاوت است.

- 1- کسب و کار خرد: کسب و کارهایی با کمتر از 15 نفر نیروی کار (مانند کارگاه تولید صنایع دستی با 6 نیرو)
- 2- کسب و کار کوچک: کسب و کارهایی که 11 تا 49 نفر نیروی انسانی دارند (مانند شرکت تولید نرم افزار مالی و اداری با 35 نفر)

3- کسب و کار متوسط: کسب و کارهایی با 50 تا 99 نفر نیروی انسانی (مانند کارخانه کوچک تولید جاروبرقی صنعتی با 72 نفر)

4- کسب و کار بزرگ: کسب و کارهایی با بیش از 100 نفر نیروی انسانی (مانند شرکت های بزرگ خودرو سازی داروسازی ها)

#### ویژگی های مشترک کسب و کارهای خرد، کوچک و متوسط

- 1) منابع مالی و انسانی محدود
- 2) ساختار منعطف
- 3) تصمیم گیری ساده و موقت
- 4) نظام ارتباطی غیر رسمی
- 5) ظهور بالای نوآوری
- 6) بازاریابی کارآفرینانه
- 7) استقلال و اختیار بالای کارکنان

#### تقسیم بندی بر مبنای نوع فعالیت

\* کسب و کار تولیدی: تولید کالای مورد نیاز مصرف کنندگان با استفاده از منابع و امکانات موجود (مانند شرکت های تولید پوشاک، خودروسازی)

\* کسب و کار خدماتی: ارائه خدمات حمایتی مستقیم و محصول فیزیکی ندارد و وظیفه آن برداشتن موانع فردی، مکانی، زمانی، مبادلاتی و... می باشد. هدف از ارائه خدماته حمایتی تسهیل داد و ستد بین یک مشتری و یک کسب و کار تولیدی است (مانند بانکداری، انبارداری، تبلیغاتی...)

\* کسب و کار تجاری: شامل خرید و فروش کالاها و خدمات است و بر اساس اندازه (1. عمده فروشی، 2. خرده فروشی پوشش بازار (1. منطقه ای یا محلی، 2. ملی، 3. بین المللی))

\* کسب و کار صنعتی: با تولید کالاهای نهایی واسطه ای یا مواد اولیه سرو کار دارد. به چهار دسته صنایع استخراجی، ژنتیکی، تولیدی و سازه ای تقسیم می شود (کالاهای مورد استفاده صنایع -مولد و کالاهای استفاده مشتریان مصرفی)

#### تقسیم بندی بر مبنای مکان و مالکیت

\* کسب و کار خانگی: فعالیت های اقتصادی در محل سکونت شخصی با استفاده از امکانات محدود منازل مسکونی که می تواند نقطه شروع کار آفرینی باشد و راحت و کم در دسر می باشد (مانند اپل، گوگل...از این نقطه شروع و توسعه یافته اند).

\* کسب و کار خانوادگی: مدیریت آن بر عهده دو یا چند نفر از اعضای یک خانواده و 50% مالکیت آن و تصمیم گیری های مدیریتی آن بر عهده اعضای یک یا چند خانواده به صورت مشترک و بقایش در گرو مدیریت صحیح و جانشین پروری است

\* کسب و کار روستایی: در روستا و در قالب فعالیت های داخل و خارج از مزرعه و اغلب خرد و کوچک اند و فعالیتشان عمدتاً کشاورزی و کارگاهی است. (مانند دامداری، مرغداری...)

\* کسب و کار الکترونیکی: انجام فعالیت ها به صورت الکترونیکی و از طریق اینترنت و مشتریان و فروشندگان ساده و 24 ساعته و 7 روزه هفته از طریق وب سایت یا اپلیکیشن موبایلی باهم در تقابل اند و رشد بسیار سریع به لحاظ سوددهی حجم تجارت و تعداد کسب و کار فعال داشته است.

**کسب و کار ارزش آفرین:** با ارائه یک ارزش ویژه به مشتریان شکل می گیرد و به مرور توسعه می یابد.

### **باورهای نادرست در خصوص کار آفرینی:**

1. کار آفرینی اشتغال زایی نیست و ایجاد شغل یکی از نتایج آن است
2. کار آفرینی به مبنای مالکیت نیست و هر مالک لزوما کار آفرین و هر کار آفرین لزوما مالک نیست چون کار آفرینی یعنی ایده داشتن و حداقل بودن که هر کسی در خود ندارد
3. کار آفرینی به مبنای مدیریت کردن نیست. هر کار آفرینی مدیر خوبی نیست و بالعکس
4. کار آفرینی هم ذاتی است و هم آموزش محور و ذات و آموزش مکمل هم هستند برخی معتقدند با آموزش کار آفرینی تربیت می شود و برخی ذات انسان هارا عامل آن می داند
5. کار آفرینی در همه عرصه ها معنا دارد و صرفا مختص کسب و کار اینترنتی و... نیست بلکه هر کسب و کاری چه بزرگ و چه کوچک می تواند ارزش آفرین باشد.

## **فصل دوم – طرح کسب و کار**

**تعریف طرح کسب و کار:** سند مکتوب و منظمی که مسیر حرکت افراد را در اجرای برنامه ها و فعالیت های کسب و کار گام به گام تعیین می کند.

**اجزای طرح کسب و کار:** 1. شناسنامه طرح 2. عنوان کسب و کار 3. خلاصه اجرایی کسب و کار 4. معرفی کسب و کار و اهدافش 5. برنامه اداره کسب و کار 6. برنامه بازار و بازاریابی 7. برنامه تولید 8. برنامه مالی 9. برنامه زمان بندی اجرایی طرح کسب و کار.

**شناسنامه طرح:** 1. مشخصات مجری طرح 2. عنوان (نوع، هدف، تهیه کننده طرح، سرمایه گذاری و هزینه های ثابت و متغیر) 4. تامین مالی 5. میزان اشتغال 6. تعیین نقطه سر به سر...

**عنوان کسب و کار:** بیان سریع و مختصر نام و هدف کلی کسب و کار مانند (تولیدی پوشاک کودکان)

**خلاصه اجرایی کسب و کار:** چکیده ای از طرح و اهداف و نوع محصولات و خدمات کسب و کار می باشد. شامل 1. کار وزن شکل گیری کسب و کار 2. اطلاعات مربوط به بازار و ورود به آن 3. گروه اصلی مشتریان 4. میزان فروش از هر واحد 5. سهم بازار پیش بینی شده 6. استراتژی قیمت گذاری 7. میزان سرمایه مورد نیاز و سود حاصله 8. اطلاعات نیروی انسانی و تیم انجام کار 9. مواد و منابع اولیه کسب و کار..

**معرفی کسب و کار و اهداف آن:** هدف هر کسب و کار بدست آوردن سود است و سود شامل:

(1) جذب مشتریان بیشتر

2) ایجاد نوآوری

3) سود مالی رضایت بخش

4) کیفیت بخش به ارائه محصولات

الف - اهداف: مالی، بازار، منابع انسانی و تولید

ب - معرفی کسب و کار: 1) نام کسب و کار بیانگر ویژگی کالا و خدمات آن در ذهن مصرف کننده

2) محصولات یا خدمت: چیزی که طراحی و تولید می شود برای فروش

3) محل اجرای طرح که دارای امکانات اولیه (آب-برق) و مسافت تا محل تهیه مواد و دسترسی به مشتریان

برنامه اداره کسب و کار:

1. تعیین نوع مالکیت:

الف) فردی: مدیر یک نفر و عهده دار تمام مسولیت ها

ب) شراکتی: چند نفر با گذاشتن پول، نیروی کار و اموال در سود یا زیان شریک می شوند

ج) شرکتی: شرکای کار شرکت ها هستند نه افراد

2) چیدمان نیروی انسانی: سمت افراد و وظایف و اختیارات آنها مشخص باشد.

3) تعیین میزان دستمزد نیروی انسانی: محاسبه حقوق ماهانه و دستمزد ساعتی

برنامه بازار و بازاریابی: مهم ترین بخش کسب و کار می باشد و شامل (بررسی بازار از طریق تحقیقات بازاریابی) و روش های

بازاریابی.

الف - عوامل بررسی بازار:

1) بررسی مشتریان

الف) ویژگی های جمعیت شناختی (سن، تحصیلات، جنسیت)

ب) ویژگی های روان شناختی (شیوه زندگی، شخصیت)

ج) ویژگی جغرافیایی (محل کار و زندگی)

پ) میزان استفاده از کالا و خدمات (کم، متوسط، زیاد)

2) تعیین اندازه بازار: تعیین میزان فروش، سود و رشد کسب و کار در چند سال آینده از نظر تعداد کالا و ارائه خدمات به

مشتریان.

3) تحلیل رقبا: تعداد رقبا و توانایی و نقاط ضعف آنها

4) فروش و سهم بازار: محاسبه میزان فروش با توجه به اطلاعات بدست آمده، اطلاعات به صورت مستقیم (تلفنی و دفتری)

غیرمستقیم (کتاب و اینترنت)

ب - برنامه بازاریابی:

1) روش قیمت گذاری

2) روش تبلیغ

3) روش توزیع

4) میزان فروش

## 5) ویژگی محصول یا خدمت

ج- روش های قیمت گذاری:

- 1) بر مبنای هزینه: قیمت تمام هزینه ها با تامین درصدی سود = قیمت محصول
- 2) بر مبنای رقبا: تعیین قیمت محصول با توجه به قیمت گذاری رقبا (مانند قیمت شرکت 120- قیمت رقیب 110- قیمت شرکت 10 واحد کمتر)
- 3) نفوذی: برای نفوذ بیشتر در بازار قیمت را کمتر از قیمت رایج بازار تعیین می کند و یا برای خارج کردن رقبا از بازار قیمت را تا حدی پایین می برد که عملاً ضرر می کند.
- 4) پرستیژی: کالاهای پرستیژی و لوکس قیمت بالاتری دارند و مشتریان خاص که حاضرند برای این نوع کالا قیمت بالاتری پرداخت کنند (مانند ساعت های لوکس و برند)
- 5) روانی: منطق آن اثرگذاری بر ذهن و احساس مشتری است (مانند قیمت 1999 مشتری قبل از قیمت 2000 آن را 1900 در نظر می گیرد).

د- روش های تبلیغ و ترویج:

- 1) بازاریابی مستقیم: به ارسال مستقیم کاتالوگ، فروش مستقیم و بازاریابی از طریق رسانه های چاپی گفته می شود.
- 2) آگهی تبلیغاتی: به ارسال های پیام های مستقیم غیرشخصی برای تعداد زیادی از مردم و تبلیغات از طریق رسانه ها رادیو، تلویزیون، روزنامه گفته می شود.
- 3) پیشبرد فروش: تشویق مشتریان از طریق ارائه تخفیفات و یا بخشی از خدمت به صورت رایگان
- 4) روابط عمومی: انتشار اخبار کسب و کار و انعکاس آن در تلویزیون و روزنامه...

ه- روش های توزیع:

1. عرضه تلفنی
  2. مکاتبه پستی و سفارش پستی
  3. ارائه مستقیم به مشتری
  4. عرضه در فروشگاه ها
  5. آگهی
  6. شرکت در نمایشگاه ها
- برنامه تولید: مباحث مهم تولید:

الف) طراحی روش اجرای کار: کلیه مراحل تولید کالا یا خدمت می باشد و عوامل موثر در آن نیروی انسانی، مواد اولیه و فناوری

ب) مکان یابی: مکانی برای اجرای مراحل کار و تولید محصول

ج) چیدمان دفاتر و تجهیزات

د) منابع مورد نیاز: مواد اولیه، تجهیزات، نیروی انسانی

ه) طراحی و توسعه محصول یا خدمت: مطابق خواست و نیاز مشتری می باشد

و) کیفیت: مبنای سنجش کیفیت رضایت مشتری است

برنامه مالی:

- 1) هزینه ها: به دارایی های مصرف شده برای تداوم یک فعالیت تجاری گفته می شود. شامل دودسته:  
الف) ثابت: ارتباطی با مقدار محصول تولید شده ندارد (مانند هزینه های زمین، تاسیسات)  
ب) متغیر: با محصول تولید شده ارتباط دارد (مانند هزینه مواد اولیه دستمزد، سوخت انرژی)
- 2) سرمایه گذاری طرح: به معنای تخصیص بهینه منابع مالی به یک کسب و کار با هدف کسب سود شامل:  
الف) سرمایه گذاری برای راه اندازی (هزینه های ثابت)

ب) سرمایه گذاری برای تداوم فعالیت (هزینه های متغیر)

ج) سرمایه در گردش

3) تامین مالی: جمع آوری وجوه مالی لازم برای راه اندازی یا اداره کسب و کار. روش های آن:

الف) استقراض از خانواده یا اقوام و دوستان

ب) دریافت وام بانکی و جذب سرمایه گذار

4) پیش بینی درآمد: احتمال مقدار درآمد که از فروش محصول در چندسال آینده بدست می آید. قیمت فروش ضرب

در مقدار فروش مساوی است با درآمد فروش.

5) محاسبه سود و زیان: درآمدهای پیش بینی شده - کل هزینه ها = سود (زیان)

درآمد بیشتر از هزینه ها = سود

درآمد کمتر از هزینه ها = زیان

برنامه زمان بندی اجرای طرح کسب و کار

1. جمع آوری اطلاعات و سرمایه 2. خرید تجهیزات 3. استخدام نیرو 4. راه اندازی 5. تولید و فروش

### امکان سنجی یا طرح توجیه اقتصادی

الف) بیانگر اینکه تولید مورد نظر در محیط واقعی قابل اجراست یا نه

ب) مراحل اساسی مسیر ایده تا تولید:

1) امکان سنجی طرح

2) دریافت پروانه های لازم

3) اقدام برای تولید کالا یا خدمات

جنبه های مورد بررسی در امکان سنجی طرح

الف) جنبه فنی: بررسی موارد فنی (مکان، تجهیزات، نیروی انسانی و...)

ب) جنبه بازار: به دست آوردن شناخت و دریافت صحیح و نسبتاً کامل از اندازه فعلی و آینده بازار و روند گسترش بازار و تغییر

سلیقه مشتریان

ج) جنبه مالی: برای تامین مواد اولیه، تجهیزات و مکان و... منابع مالی مورد نیاز است.

چ) جنبه اقتصادی - اجتماعی:

1) پیش بینی تاثیرات روندهای اجتماعی، فناوری، فرهنگی و سیاسی بر عرضه و تقاضای محصولات و چگونگی تغییر

این روندها

2) پیش بینی رفتار رقبا برای آمادگی بیشتر در رویارویی با آنان

د) جنبه زیست محیطی: اطمینان از اینکه کار مشکلی برای محیط زیست ندارد و آسیب به طبیعت نمی زند

## فصل سوم - مهارت های ارتباطی و فنون مذاکره

**تعریف ارتباطات:** انتقال پیام از فرستنده به گیرنده از طریق کانال ارتباطی طوری که گیرنده قادر به شکستن کد و درک مفاهیم منتقل شده باشد.

**فرستنده:** کد گذاری مفاهیم و معانی قابل انتقال (پیام و کانال ارتباطی) شکستن کد و درک مفاهیم منتقل شده: **گیرنده**

### عناصر ارتباطات

- 1) فرستنده: کسی که قصد ارسال پیام دارد
- 2) گیرنده: دریافت کننده پیام
- 3) پیام: معانی و مفاهیمی که منتقل می شود
- 4) کانال ارتباطی: مسیر انتقال پیام
- 5) کد گذاری: رمزی کردن معانی و مفاهیم برای انتقال درست پیام
- 6) شکستن کد: از رمز خارج کردن پیام و درک درست آن
- 7) باز خورد: فهم گیرنده از پیام

### ویژگی های ارتباطات

1. ارتباطات اجتناب ناپذیر است: همه افراد یک سازمان یا کسب و کار ناچار به ارتباط باهم و دیگرانند پس باید چگونگی ارتباط موثر و خوب را بیاموزند.
2. ارتباطات یک تبادل است: هر ارتباطی حداقل دو سو دارد پس باید چگونگی ارتباط خوب در فضای دو یا چند سویه را آموخت.
3. ارتباطات هدفمند است: استفاده صحیح از تکنیک های ارتباطی باعث انتقال صحیح هدف از فرستنده و درک بهتر هدف از گیرنده می شود.
4. ارتباطات برگشت ناپذیر است: پیام ناقص و نامفهوم ارسالی برگشت ناپذیر بوده و با ارسال پیام های دیگر آن را تعدیل می کنیم.

### انواع ارتباطات

- 1) کلامی: استفاده از کلمات و صحبت کردن (مثل جلسه منظم هیئت مدیره شرکت ها)
- 2) غیر کلامی: رمزی
- 3) حضوری و غیر حضوری:  
حضوری: عناصر مختلف ارتباطات در یک محل جمع اند (فرستنده، گیرنده)  
غیر حضوری: برعکس حضوری (تلفن همراه)
- 4) کتبی و شفاهی: اگر کانال نوشتاری باشد ارتباط کتبی، اگر کانال گفتاری باشد ارتباط شفاهی است
- 5) یک جانبه: یک نفر متکلم و حده و دیگران مخاطب



6) دو جانبه: تعامل طرفین در ارتباط با هم

7) چند جانبه: تعامل همزمان چند نفر با هم

### مهارت های اولیه برقراری ارتباط

1. گوش دادن

2. پاسخ دادن: پاسخ موثر نیاز به گوش دادن موثر دارد لذا گوش دادن و تحلیل و صبر از مهم ترین موارد مدیران بوده که آن ها را در دادن پاسخ موثر کمک می کند.

3. سوال کردن: الف - فایده: کسب اطلاعات صحیح و صریح درباره موضوع ارتباط توسط شنونده

ب- هدف: درک بهتر مطالب گیرنده و رفع ابهام پیام

### فرق شنیدن و گوش دادن

شنیدن: مکانیکی، رسیدن امواج صوتی به گوش مخاطب و توقف در آنجا (مانند هیاهو جمعیت در فروشگاه را می شنوید ولی واضح متوجه نمی شوید).

گوش دادن: ذهن تکمیل فرآیند شنیدن می باشد اصوات و طبقه بندی و تجزیه تحلیل آنها و در نتیجه موجب درک ارتباط خوب با مخاطب می شود.

### ارتباط در محیط کسب و کار

1) رسمی: نوع و حدود ارتباط مدیر با کارکنان در چارچوب قوانین و مقررات خاص به طور رسمی و جدی تعیین می شود (مانند گفت و گوی مدیرعامل با مدیر مالی درباره مشکلات مالی)

2) غیر رسمی: ارتباط صمیمانه و همراه با احترام افراد خارج از چارچوب قوانین و مقررات تعریف شده کاری (مانند یک شام دوستانه بین مدیر و کارمند زیر دست خارج از محل کار)

### ارتباطات مدیران با ذی نفعان (مهارت ها)

1) مدیران هم سطح

2) همکاران و تیم های کاری

3) تامین کنندگان و مشتریان

4) مدیران ارشد بالا دستی و زیردستی

5) کارکنان و سایر ذی نفعان

### مهارت های لازم برای ارتباط موثر با مشتری

1) شناخت مشتری: شناخت نیاز خواسته و سبک ارتباط با او، بدانیم چه چیزی را به چه کسی و با چه روشی بدهیم.

2) خدمت مناسب: پیشنهاد محصول و خدمت مناسب برای برطرف نمودن خواسته یا نیاز مشتری (کار فروشنده خوب)

3) رفتار مناسب: هر شغلی رفتار مهارتی مناسب با خودش را می طلبد کسب مهارت ها و دانش لازم برای برخورداری از رفتار حرفه ای .

4) شخصیت مناسب: شخصیت یک فروشنده در برابر مشتری به صورت برون گرا دارای قدرت بیان مناسب، قدرت بیان مناسب، قدرت نفوذ و تاثیرگذاری و... است

### ویژگی های مورد توجه در ارتباط کلامی

- 1) آگاهی از سن و جنسیت مخاطب
- 2) آگاهی از تحصیلات و تجربه طرف مقابل
- 3) شناخت شغل و الزامات فرهنگی شغل مخاطب تا عبارات و کلمات خاص هر صنف را برای رابطه بهتر بداند.
- 4) آگاهی از وضعیت اجتماعی و اقتصادی مخاطب برای مدیریت گفت گو با توجه به آنها
- 5) آگاهی از نژاد و فرهنگ مخاطب

### ابزارهای رسانه ای

ابزاری با ساده کردن فرآیند ارتباط با دیگران ، سرعت و کارایی ارتباطات را بیشتر می کند (رادیو، تلویزیون، اینترنت، مطبوعات) ابزارهای رسانه ای پر کاربرد:

- 1) ایمیل، پست الکترونیکی، رایانه
- 2) شبکه های اجتماعی: کسب و کارهای کوچک

### رایانه و عناصر آن

- 1) حساب کاربری حرفه ای: متشکل از نام و نام خانوادگی افراد و عاری از حروف و اعداد، بعضی کسب و کارها از طریق وبگاه می سازند و برخی که وبگاه ندارند از سرویس دهندگان رایگان استفاده می کنند.
- 2) ذکر عنوان و درج موضوع رایانامه در قالب چند کلمه در قسمت عنوان.
- 3) نوشتن متن رایانامه و انتقال پیام: پیام شامل سه بخش آغاز کلام (عناوین جناب آقا، سرکار خانم، سلام...) و بخش اصلی پیام (طرح موضوع رایانامه به صورت کوتاه و صریح شامل مقدمه، بدنه اصلی و نتیجه گیری در دو سر پاراگراف) و بخش سوم امضای رایانامه (درج نام و نام خانوادگی تماس گیرنده، سمت، نام شرکت و شماره تلفن و فکس و لوگو شرکت)
- 4) بعد تنظیم رایانامه اگر نیاز به ارسال فایل یا مدرک باشد براساس نام تنظیم و برای مخاطب ارسال می شود.

### تعریف مذاکره

فرآیند گفت و گو بر سر موضوع مشخص که برای حل اختلاف یا رسیدن به منافع مشترک و تامین و رضایت طرفین بین افراد و گروهها انجام می گیرد.

### انواع مذاکره

- 1) دسته بندی اول

ملایم : پرهیز از برخوردهای مشخص و دادن امتیاز به سادگی

سخت: پافشاری بر مواضع و ندادن امتیاز به راحتی

(2) دسته بندی دوم

غیر اصولی: موضوع برنده شدن یا معامله به هر ترتیب

اصولی: برقراری ارتباط برای رسیدن به توافق براساس راه حل هایی که برمعیارهای قابل قبول استوار بوده و منافع

طرفین را منصفانه تامین می کند.

### استراتژی های مذاکره غیر اصولی

(1) استراتژی برد - برد: روش حل مسئله مشارکتی و رسیدن به راه حل هایی به نفع طرفین مذاکره و طرفین به طور نسبی به

خواسته های خود می رسند و نتیجه قابل قبولی برای آنها دارد.

(2) استراتژی برد - باخت: طرفین در کشمکش و هدف مطلوب کردن دیگری است یک طرف در آخر راضی و طرف دیگر

شکست می خورد.

(3) استراتژی باخت - باخت: طرفین به دلیل عدم شناخت کافی از هم از مواضع خود پایین نیامده و شرایط را هم قبول نمی کنند و

در نتیجه، نتیجه مثبتی بدست نمی آورد.

### عناصر مذاکره

(1) اطلاعات: طرفی که اطلاعات بیشتر دارد درک و شناخت و قدرت بیشتری در مذاکره دارد.

(2) زمان: طرفی که زمان کافی دارد کار خود را بهتر انجام می دهد

(3) قدرت: هیچگاه قدرت را به طرف مقابل واگذار نکنید.

### فرآیند مذاکره

(1) تدارک و برنامه ریزی

(2) تنظیم تکنیک های مذاکره

(3) توضیح و توجیه

(4) گفت و گو وارثه راه حل های موثر

(5) تنظیم توافقنامه و اجرا

### مهارتهای مذاکره

(1) آشنایی با فرهنگ ها: آشنا شدن با آداب و رسوم، رفتارها، علایق اجتماعی و طبقاتی

(2) انتخاب مکان مذاکره: توجه به فضا و نور مناسب، تهویه، دما و وسایل سمعی و بصری شکل میز مذاکره (مکان برای مذاکره:

محل کار خودتان، محل کار طرف مقابل، مکان بی طرف)

(3) آراستگی: شامل: الف - آراستگی ظاهری و باطنی (ظاهری: نظافت و پوشش باطنی: افکار، رفتار، گفتار، اخلاق)

ب - آراستگی محل کار (نظباط، سازمان دهی و سامان دهی، پاکیزه سازی، استاندارد سازی)

(4) زبان بدن: به انتقال پیام های غیر کلامی بین افراد با کمک اعضای بدن و حرکات صورت گویند.

- 5) فن بیان و سخنرانی : فن بیان شامل (اصول پرورش صدا، قواعد پرورش بیان، آگاهی از عملکرد اندام تنفسی و روان شناختی موثر در بیان آگاهی از عوامل اجتماعی موثر در بیان)
- 6) برقراری ارتباط موثر: نیازمند کامل، صحیح و روشن و واضح بودن اطلاعات بیان شده است. دوطرف درک متقابل و بازخورد مناسبی برای ادامه ارتباط داشته باشند.

### مذاکرات انفرادی و گروهی به لحاظ شکل و چیدمان صندلی

- 1) انفرادی: الف - روش مشارکتی (مذاکره ملایم) ب - رودرو (مذاکره اصولی) ج - حمایتی (مذاکره سخت)
- 2) گروهی: الف - روش رودرو ب - روش بحث آزاد ج - روش سلسله مراتبی

## فصل چهارم - آشنایی با قانون کار

### دایره شمول قانون کار: کارگر، کارفرما، کارگاه

- کارگر: کسی که به هر عنوان در مقابل حق عملی اعم از مزد حقوق سهم سود و سایر مزایا به درخواست کارفرما کار می کند (شخصیت حقیقی دارد)
- کارفرما: شخص حقیقی (یک نفر) یا حقوقی (یک شرکت) که کارگر به درخواست و به حساب او در مقابل دریافت حق العمل کار می کند و می تواند از اتباع کشورهای بیگانه باشد یا برای خود نماینده قائم مقام تعیین می کند.
- کارگاه: محلی که کارگر به درخواست کارفرما یا نماینده او در آنجا کار می کند (مثل کارگاه آهنگری، تولید پوشاک و...)

### برخی موارد مهم قانون کار

- 1) تعیین حق السعی قبل از انجام کار
- 2) تبعیت از کارفرما
- 3) قرار نداشتن در شمول مقررات خاص و عام (قانون استخدامی عام : قانون مدیریت خدمات کشوری مصوب 1386 قانون استخدامی خاص : شامل استخدام برخی نمادهای خاص مثل شرکت نفت، شهرداری و .... می باشد)
- 4) کارگاه های خانوادگی شامل قانون کار نیستند.
- 5) شرایط حمایت قانون کار: ایرانی بودن، اگر اتباع بیگانه باشد داشتن مجوز رسمی کار در ایران وزارت تعاون، سفیه و دیوانه نبودن و 15 سال به بالا

### حقوق کارگر

- 1) تعیین مزد قبل از کار
- 2) حق انتخاب کار
- 3) شتاب در پرداخت مزد و ادای حق کارگر
- 4) عدالت

## حقوق کارفرما

- 1) انجام کارهای تعیین شده از جانب کارفرما
- 2) تبعیت از کارفرما
- 3) تلاش برای انجام دادن کار با حداکثر کیفیت و اتمام کار در بازه زمانی مشخص شده از سوی کارفرما

## تعریف قرارداد

قرارداد کتبی یا شفاهی که به موجب آن کارگر در قبال دریافت حق السعی کاری را برای مدت موقت یا غیر موقت برای کارفرما انجام می دهد.

مواد مهم قرارداد کار

- 1) تعریف و شرایط قرارداد کار
- 2) تحلیق قرارداد کار
- 3) خاتمه قرارداد کار
- 4) جوان خسارت و پرداخت مزایای کار

## انواع قرارداد کار

- 1) دائم یا غیر موقت: برای کارهای دائمی زمان مشخص و زمان پایان نامشخص، پایان قرارداد در اختیار کارگر و معمولاً با بازنشستگی کارگر به اتمام می رسد.
- 2) موقت: به لحاظ زمانی موقت بوده و زمان پایان آن با توافق کارگر و کارفرما در زمان انعقاد قرارداد مشخص و پیش بینی می شود.
- 3) معین: برای انجام کارهای معین در مدت موقت. زمان پایان از ابتدا مشخص می شود و هیچ یک از طرفین به تنهایی حق فسخ قرارداد را ندارند.
- 4) تمام وقت: کارگر تمام روزهای کاری (5 تا 6) ساعت در هفته کار کرده و ماهیانه حقوق می گیرد و در صورت کار در روزهای تعطیل به درخواست کارفرما اضافه کاری می گیرد.
- 5) پاره وقت: همه موارد با توافق کارگر و کارفرماست از جمله تعداد روزهای حضور در محل کار، دستمزد بر اساس ساعت محاسبه می شود. سقف ساعات کار در ماه مشخص می باشد.

## مشخصات قرارداد

- 1) تعیین نوع کار یا وظیفه و ساعات کار
- 2) تعیین حقوق یا مزد
- 3) تعیین تعطیلات و مرخصی
- 4) تعیین محل انجام کار و مدت قرارداد
- 5) تعیین تاریخ انعقاد قرارداد

6) تعیین شرایط و نحوه فسخ قرارداد

7) سایر موارد عرف و عادت شغل

### شرایط کاری

1) مزد و حقوق

2) ساعت کار

3) مرخصی و تعطیلات

4) شرایط کار زنان

5) شرایط کار نوجوانان

1- مزد (دستمزد): وجوه نقدی، غیرنقدی (مواد غذایی، پوشاک) یا مجموع آنها که به ازای کار به کارگر پرداخت می شود.  
\* روش های پرداخت:

1) براساس ساعات کار: روزانه، هفتگی، ماهانه، محاسبه و پرداخت می شود.

2) براساس میزان انجام کار: زمان و ساعات کارگر شاخص پرداخت دستمزد نیست بلکه مثلا به ازای تعداد

کالاهای تولید شده پرداخت کارمزد خواهد بود.

3) مزد نامشخص: تامین مزد کارگران از طریق مراجعان و مشتریان (مزد خدماتی) مثل راننده تاکسی

4) مزد نقدی (وجه نقد) - غیرنقدی (کالای خدمات مصرفی): مزدی که به کارگر براساس ساعت کار یا

محصول یا خدمات تولید شده تعلق می گیرد.

2- ساعت کار: مدت زمانی که کارگر در طی آن نیرو و وقت خود را برای انجام کار در اختیار کارفرما قرار می دهد (در شبانه روز 8 ساعت در هفته 44 ساعت)

\* دسته بندی کار براساس:

1) کار روز: از ساعت 6 صبح تا 22 در دو نوبت صبح و عصر

2) کار شب: زمان انجام آن بین ساعت 22 تا 6 بامداد است. موجب تنش های جسمی و روانی کارگر شده و دستمزد

کارگران 35 درصد در مقایسه با کار روز بیشتر است و برای مشاغل سخت و نوجوانان ممنوع می باشد.

3) کار مختلط: بخشی در روز و بخشی در شب و در ساعات شب 35 درصد اضافه پرداخت می شود.

4) کار متناوب: پشت سرهم نیست و متناوب در ساعات معینی از شبانه روز انجام می شود.

5) کار نوبتی: در طول ماه گردش دارد (صبح، عصر، شب) اگر نوبت کاری در صبح و عصر 10% و اگر صبح عصر و

شب 15% اگر در صبح و شب یا عصر و شب قرار گیرد 22/5% علاوه بر مزد کاری دریافت می کند.

6) کار سخت و زیان آور: شرایط محیطی کارگر از کارگران در شرایط معمول دشوارتر است (مثل کار در معدن، سرما،

برق فشارقوی) ساعت کار در روز 6 ساعت و در هفته 36 ساعت.

7) کار اقماری: کار در مناطق دور افتاده یا خارج شهر که به علت مشکل رفت و آمد از محل کار تا زندگی به صورت

دوره ای در ماه کار می کند و مثلا 2 روز کار و 8 روز اسراحت.

8) کار اضافی: کار اضافه به ساعت های عادی کار در هفته با موافقت کارگر و پرداخت 40% اضافه به مزد هر ساعت کار عادی و نباید بیشتر از 4 ساعت در روز شود مگر با توافق طرفین و موارد خاص

### 3-انواع مرخصی

1) سالانه استحقاقی: 30 روز که به کارگران باید 21 روز آن را در طول سال استفاده کنند و 9 روز آن را ذخیره که قابل انتقال به سالهای بعد است. در صورتی که قرارداد کمتر از یک سال باشد و مرخصی نسبت به مدت کار انجام شده محاسبه می شود. تاریخ استفاده از مرخصی با توافق کارگر و کارفرماست و در صورت فسخ قرارداد تعطیل شدن کارگاه، فوت، اخراج، بازنشستگی و از کارافتادگی به ازای هر روز مرخصی استفاده شده معادل یک روز کاری حقوق به کارگر پرداخت می شود.

2) مرخصی استحقاقی کارگران فصلی: مدت آن بر حسب تعداد ماه های کارگر محاسبه می شود.

3) مرخصی بدون حقوق: کارگر با موافقت کارفرما می تواند بدون استفاده از مرخصی استحقاقی مدتی را مرخصی

بگیرد.

4) مرخصی استعلاجی: کارگران بیمار مصدوم یا باردار که نمی توانند سرکار بروند پس از تایید تامین اجتماعی مرخصی می گیرند و این مدت جزو سابقه کار و بازنشستگی محاسبه می شود و غرامت برای بیماری های ناشی از کار از روز اول و برای بیماریهایی که از کار نیست از روز چهارم محاسبه می شود.

5) مرخصی در کارهای سخت و زیان آور: سالیانه از 5 هفته مرخصی استحقاقی به شکل دو نوبت در سال و پایان هر 6 ماه کار استفاده می کنند.

6) مرخصی اضطراری: سه روز مرخصی استحقاقی برای ازدواج دائم و فوت همسر، پدر، مادر، فرزند

### 4-شرایط کاری زنان

1) ممنوعیت انجام کارهای خطرناک و زیان آورو حمل بار بیشتر از حد مجاز با دست و بدون استفاده از وسایل مکانیکی

2) با تشخیص پزشک تامین اجتماعی کار کارگر باردار تا پایان دوره بارداری اگر نوع کارش سخت باشد کار آن به او می دهند و بعد از آن به کار خود بر می گردد.

3) مرخصی بارداری و زایمان کارگران زن در بخش های دولتی 9 ماه و شرکت های خصوصی 6 ماه

### 5-شرایط کار نوجوانان

1) سن بین 15 سال تا 18 سال تمام باشد

2) ساعت کارنیم ساعت روزانه کمتر از دیگر کارگران

3) ممنوعیت کار اضافی کار در شب و کار سخت و خطرناک و حمل بار با دست بیش از حد مجاز و بدون استفاده از وسایل مکانیکی.

4) انجام تمام آزمایش های پزشکی در بدو استخدام و تکرار و تکرار آن حداقل سالی یک بار و نظر پزشک درباره

توانایی نوجوانان و نوع کار و تغییر شغل او در صورت عدم تناسب توسط کارفرما

## حل دعوی کار: فردی و جمعی

### حل اختلافات فردی

- 1) سازش: اولین و بهترین روش رسیدگی به اختلافات بین کارگر و کارفرما یا نمایندگان آنها در شورای اسلامی و در صورت نبودن شورای اسلامی کار، اختلاف از طریق انجمن صنفی کارگران یا نمایندگان قانونی آنها پیگیری می شود.
- 2) هیئت تشخیص: در صورت عدم سازش کارگر به اداره کار مراجعه و از طریق هیئت تشخیص درخواست رسیدگی می کند. مرجع رسیدگی به اختلاف کارگر و کارفرماست که متشکل از یک نماینده وزرات کار، یک نماینده از مدیران صنایع به انتخاب کانون انجمن های صنفی کار استان و یک نماینده از مدیران صنایع به انتخاب انجمن صنفی کارفرمایان. بعد از رسیدگی و صدور رای و ابلاغ آن به طرفین 15 روز بعد اجرا می شود و اعتراض باید طی این 15 روز باشد.
- 3) هیئت حل اختلاف: مرجع تجدید نظر در رسیدگی به اختلاف کارگر و کارفرماست که خارج از وقت اداری تشکیل و از طرفین دعوت کتبی می کند و آرای قطعی آن لازم الاجراست و طرفین می توانند به دیوان عدالت اداری شکایت کنند. متشکل از سه نفر نماینده کارگران به انتخاب کانون هماهنگی شوراهای اسلامی کار استان، سه نفر نماینده کارفرمایان انتخاب مدیران واحدهای منطقه و سه نفر نماینده دولت برای مدت دو سال.

### تعاریف مهم قانون تامین اجتماعی

- 1) بیمه شده: شخصی که مشمول مقررات تامین اجتماعی بوده و با پرداخت حق بیمه از مزایای قانونی استفاده می کند.
- 2) خانواده بیمه شده: شخص یا اشخاصی که به واسطه بیمه شده از مزایای تامین اجتماعی (خدمات درمانی) استفاده می کنند.
- 3) حق بیمه: مبلغ پرداختی به تامین اجتماعی برای استفاده از مزایای این سازمان.
- 4) بیماری و حادثه
- 5) غرامت دستمزد: وجوهی که در ایام بارداری و بیماری به جای دستمزد به فرد بیمه شده پرداخت می شود.
- 6) وسایل کمک پزشکی و کمک ازدواج و کمک عائله مندی (مبلغی در قبال داشتن خانواده توسط کارفرما به بیمه شده پرداخت می شود)
- 7) از کار افتادگی کلی و جزئی و بازنشستگی
- 8) مستمری: مبلغی که به منظور قطع تمام یا قسمتی از درآمد بیمه شده و در صورت فوت او برای تامین معاش به بازماندگان می دهند
- 9) غرامت مقطوع نقص عضو و کمک کفن و دفن

### افراد مشمول قانون تامین اجتماعی

- 1) افرادی که در مقابل مزد یا حقوق کار می کنند.
- 2) صاحبان حرفه ها و مشاغل آزاد که به صورت اختیاری حق بیمه پرداخت می کنند.
- 3) افرادی که مشمول مستمری ها، بازنشستگی، از کارافتادگی و فوت هستند.

### افراد تحت تکفل بیمه شده

- 1) همسر (زن) بیمه شده اصلی
- 2) شوهر بیمه شده در صورت تامین معاش توسط زن، سن بالاتر از 60 سال یا از کارافتاده



- 3) فرزندان پسر تا 19 سالگی به شرط عدم اشتغال و بعد از آن با داشتن گواهی تحصیلی، بیماری، از کارافتادگی
- 4) فرزندان دختر تا سن 18 و بعد از آن به شرط عدم اشتغال و عدم ازدواج
- 5) پدر مادر سن پدر از 60 و سن مادر از 55 سال بیشتر باشد یا از کارافتاده باشند.

### حوادث ناشی از کار

حوادثی که حین انجام وظیفه برای فرد بیمه شده اتفاق می افتد (تمام اوقاتی که بیمه شده در کارگاه یا ساختمان و محوطه آن یا موسسات وابسته یا بادستور کارفرما خارج از محوطه کارگاه و رفت و برگشت از منزل به کارگاه می باشد).

### میزان و مدت پرداخت غرامت دستمزد در ایام بیماری

- 1) از اولین روز بیماری و حادثه محاسبه و پرداخت می شود و در صورتی که عدم اشتغال به کار به سبب بیماری است ولی در بیمارستان بستری نمی شود از روز چهارم پرداخت می شود.
- 2) پرداخت آن تا زمانی که بیمه شده قادر به کار نباشد و از کار افتاده شناخته نشود ادامه می یابد.
- 3) برای بیمه شده ای که همسر یا فرزند یا پدر و مادر تحت تکفل دارند به میزان سه چهارم آخرین فرد پرداخت می شود و اگر هیچ کس تحت تکفل او نباشد به میزان دو سوم آخرین فرد پرداخت می شود و اگر به هزینه تامین اجتماعی بستری شود یک دوم پرداخت می شود.

### محاسبه غرامت دستمزد در ایام بیماری و حوادث:

- 1) غرامت دستمزد در ایام بیماری و حوادث برای فرد حقوق روزانه (ماهانه): جمع کل دریافتی فرد بیمه شده که بابت آن حق بیمه دریافت شده در 90 روز قبل از شروع بیماری تقسیم بر روزهای کار
- 2) غرامت دستمزد ایام بیماری و حوادث برای حقوق کارمزد: جمع کل دریافتی فرد بیمه شده که بابت آن حق بیمه دریافت شده است در 90 روز قبل از شروع بیماری تقسیم بر 90 مشروط به این که این مبلغ از غرامت دستمزدی که به حداقل فرد کارگر عادی تعلق می گیرد کمتر نشود.

### انواع از کار افتادگی فرد بیمه شده

- 1) از کارافتادگی کلی: درجه کاهش قدرت کار بیمه 66 درصد و بیشتر
- 2) از کار افتادگی جزئی: درجه کاهش قدرت کار بیمه شده بین 33 تا 66 درصد
- 3) غرامت نقص عضو: درجه کاهش قدرت کار بیمه شده بین 10 تا 33 درصد

### شرایط استفاده از مستمری

- 1) داشتن حداقل سن 10 سال سابقه پرداخت بیمه فرد قبل از تاریخ تقاضای بازنشستگی
- 2) مردان با 60 سال تمام و زنان با 55 سال تمام
- 3) کسانی که 30 سال تمام کار کرده و حق بیمه پرداخت کرده اند سن مردان 50 سال و زنان 45 سال باشد.
- 4) کسانی که 20 سال متوالی یا 25 سال متناوب کار سخت کرده و حق بیمه پرداخت کرده اند.
- 5) فردی که 35 سال سابقه پرداخت حق بیمه داشته باشد بدون در نظر گرفتن شرایط سنی
- 6) زنان کارگر با 20 سال سابقه کار 42 سال سن به شرط پرداخت حق بیمه با 20 روز حقوق بازنشستگی می شوند.

## محاسبه میزان مستمری بازنشستگی

یک سی ام مزد یا حقوق بیمه شده ضرب در سنوات پرداخت بیمه (مشروط به آنکه 35/30 متوسط دستمزد یا حقوق بیشتر نشود)

### شرایط مستمری بازماندگی

- 1) فوت بیمه شده بازنشسته یا از کارافتاده کلی مستمری بگیر
- 2) فوت بیمه شده ای که در 10 سال آخر عمرش حداقل حق بیمه یکسال را پرداخت کرد مشروط به اینکه ظرف آخرین سال عمرش حق بیمه 9 روز پرداخت کرده)

### شرایط دریافت مستمری

- 1) همسر دائمش ازدواج مجدد نکرده باشد.
- 2) فرزندان او که سن کمتر از 18 سال تمام دارند یا اشتغال به تحصیل یا نقص عضو و بیماری توانایی کار ندارند
- 3) پدر مادر تحت تکلف او و پدر 60 سال و مادر 55 سال بیشتر است یا از کار افتاده اند و مستمری نمی گیرند.

### شرایط دریافت مستمری بازماندگان بیمه شده زن

- 1) شوهر تحت تکلف زن و سن بیشتر از 60 سال یا از کارافتاده
- 2) فرزندان او در صورت نداشتن پدر یا از کارافتاده و سن پدر بیشتر از 60 سال و سن آنها کمتر از 18 سال و نقص عضو و اشتغال به تحصیل
- 3) پدر مادر تحت تکلف و پدر 60 سال و مادر 55 سال بیشتر یا از کار افتاده و مستمری نمی گیرند.

### سهم مستمری هریک

- 1) مستمری همسر بیمه شده متوفی: 50 درصد مستمری استحقاقی بیمه شده است و در صورت چند همسری بین آنها تقسیم می شود.
- 2) مستمری فرزندان بیمه شده متوفی: 25 درصد مستمری استحقاقی بیمه شده است و در صورت چند همسری بین آنها تقسیم می شوند.
- 3) مستمری پدر و مادر بیمه شده متوفی: 20 درصد مستمری استحقاقی بیمه شده است و در صورت چند همسری بین آنها تقسیم می شود.

## فصل پنجم - قوانین تجاری ، گمرکی و بانکی

### انواع شرکت های تجاری

- 1) با مسئولیت محدود (2 تضامنی (3 نسبی (4 سهامی عام (5 سهامی خاص (6 مختلط سهامی عام (7 مختلط سهامی خاص (8 مختلط غیر سهامی (9 تعاونی سهامی عام (10 تعاونی سهام خاص (11 تعاونی غیر سهامی

شرکت با مسئولیت محدود: بین دو یا چند نفر برای امور تجاری تشکیل شده و مسئولیت شرکا به میزان سهم شرکت هر شریک است. در نام شرکت باید عبارت (با مسئولیت محدود) قید شود. حداقل سرمایه برای ثبت آن 1 میلیون ریال و روابط بین شرکا تابع اساسنامه است و تقسیم سود و زیان در آن به نسبت سرمایه شرکا می باشد و اداره آن به وسیله یک یا چند مدیر از بین شرکا

یا خارج برای مدت محدود یا نامحدود می باشد و در هیچ مورد اکثریت شرکا نمی توانند شریکی را اضافه کردن سهم الشرکه خود کنند.

شرکت تضامنی: بین دو یا چند نفر برای امور تجارتي با مسئولیت تضامنی تشکیل می شود و مسئولیت شرکا نامحدود می باشد و در نام شرکت باید عبارت (شرکت تضامنی) و حداقل نام یکی از شرکا و در صورتی که نام شرکت شامل همه اسامی شرکا نباشد بعد از آن عبارت (و شرکا) یا (و برادران) ذکر شود. منافع به نسبت سهم الشرکه بین شرکا تقسیم می شود و هیچ یک بدون رضایت همه شرکا حق انتقال سهم خود را ندارند. باید حداقل یک نفر را از بین خود یا خارج به عنوان مدیر تعیین کنند. تا زمان منحل نشدن شرکت قروض از خود شرکت پرداخت می شود و بعد از آن هر یک از شرکا پرداخت می کنند، پس از منحل شدن در صورت تقسیم نشدن دارایی شرکت حکم به ورشکستگی می توان داد.

شرکت نسبی: بین دو یا چند نفر برای امور تجارتي تشکیل می شود و مسئولیت شرکا به میزان سهم الشرکه به هر شریک است، در نام شرکت باید عبارت (شرکت نسبی) و اسم یک نفر از شرکا و در صورتی که نام شرکت شامل همه ی اسامی شرکا نباشد، بعد از آن عبارت (و شرکا) یا (و برادران) ذکر شود، همه مقررات شرکت مانند شرکت تضامنی می باشد، به جز مسئولیت شرکا نسبت به سرمایه.

شرکت سهامی: شرکتی که سرمایه آن به سهام تقسیم شده و شرکا به میزانی که سهم قبول کرده اند مسئول می باشند بر دو نوع (سهامی عام) (سهامی خاص)

\* شرکت سهامی عام: قسمتی از سرمایه شرکت از طریق فروش سهام به مردم تامین می شود، عبارت (سهامی عام) باید قبل از نام شرکت یا بلافاصله بعد از آن در کلیه اوراق و آگهی های شرکت روشن و واضح ذکر شود. سرمایه برای تاسیس حداقل 5 میلیون ریال و تعداد سهامداران حداقل 5 عضو امکان صدور اوراق قرضه برای آن هست و سهامش قالب عرضه در بازار بورس می باشد و نقل و انتقال سهام سهامداران نیست.

\* شرکت سهامی خاص: تمام سرمایه آن منحصرأ توسط موسسان تامین می شود، عبارت (شرکت سهامی خاص) باید قبل از نام شرکت یا بعد از آن در کلیه اوراق و آگهی روشن و واضح قید شود. حداقل سرمایه تاسیس 1 میلیون ریال و تعداد سهامداران حداقل 3 نفر امکان صدور اوراق قرضه وجود ندارد و سهامش قابل عرضه در بورس نیست.

شرکت مختلط سهامی خاص: شرکتی که به وسیله دو یا چند سهامدار و یک یا چند شریک ضامن تشکیل می شود، تعداد سهامداران کمتر از 2 عضو نباید باشد، کلیه مقررات شرکت های سهامی خاص در این شرکت قابل اجراست، برای ثبت آن موسسات باید کل سرمایه شرکت را تعهد و حداقل 50% بخش نقدی سرمایه را در حساب شرکت و کل سرمایه غیر نقدی را تسلیم کنند (در آغاز تاسیس)

شرکت مختلط سهامی خاص: بخشی از سرمایه به سهام تقسیم و از طریق واگذاری به عموم تامین و مابقی به وسیله موسسات شرکت که هر کدام بعد از تصفیه و احراز عدم کفایت اموال شرکت موظف به پرداخت بدهی های وصول نشده آن هستند، مسئولیت و روابط شرکا مثل شرکت تضامنی می باشد، تعداد شرکای ضامن حداقل 1 نفر و تعداد سهامداران حداقل 7 نفر کلیه مقررات شرکت های سهامی عام در این شرکت قابل اجراست، بعد از تعیین نام اظهارنامه ای به همراه مدارک به سازمان بورس و

اوراق بهادر تسلیم شده و رسیدی دریافت می شود (برای تاسیس). انتخاب و عزل مدیران از جانب شرکای ضامن و به اتفاق آرا و انتخاب و عزل بازرسان از جانب سهامداران و با اکثریت آرا.

مختلط غیر سهامی: برای امور تجاری بین یک یا چند نفر شریک ضامن و یک یا چند نفر شریک با مسئولیت محدود بودن انتشار سهام تشکیل می شود، مسئولیت به میزان سهم شرکت است. در نام شرکت (شرکت مختلط) و حداقل نام یک از شرکای ضامن قید می شود و اگر یکی از شرکا با مسئولیت محدود اسمش جز نام شرکت قرار گیرد و در برابر طلبکاران به عنوان شریک ضامن است. اداره شرکت به عهده شرکا ضامن و مانند شرکت تضامنی است و در صورت ورشکستگی دارایی شرکت بین طلبکاران شرکت تقسیم و طلبکاران شخصی شرکا حقی ندارند.

تعاونی سهامی عام: تعداد سهامداران حداقل 20 عضو است و سرمایه در موقع ثبت حداقل 5 میلیارد ریال می باشد. در این شرکت هیچ شخصی نمی تواند بیشتر از 5% سهام شرکت را دارا باشد در صورت تجاوز از این سهام، فاقد حق رای بوده و به آن سود تعلق نمی گیرد. همه احکام شرکت سهامی عام به همراه موارد فوق در این شرکت قابل اجراست.

تعاونی سهامی خاص: تعداد سهامداران حداقل 1 عضو و با هر میزان سرمایه قابل ثبت است و برای ثبت آن کل سرمایه نقدی تادیه و تمام سرمایه غیر نقدی تسلیم می شود. در این شرکت هیچ شخصی نمی تواند بیشتر از 10% سهام شرکت را دارا باشد و در صورت تجاوز از این سهام فاقد حق رای بوده و سود آن تعلق نمی گیرد.

تعاونی غیر سهامی: به وسیله چند نفر تشکیل و سرمایه آن هنگام تاسیس فقط به وسیله موسسان تامین می شود مسئولیت شریک فقط در قبال آنچه که به عنوان آورده در شرکت گذاشته می باشد و مسئولین سهامدار با توجه به رضایت شرکا در اساسنامه تامین می شود، به هریک از شرکا (عضو) گویند. تعداد اعضای آن 7 نفر کمتر باشد و نباید سهم شرکت هر یک از شرکا از یک هفتم سرمایه بیشتر باشد. هریک از اعضا فاقد سهم شرکت فقط یک رای دارند.

### ثبت شرکت های تجاری

- 1) وارد سازمان ثبت اسناد و املاک کشور می شویم از طریق نشانی <http://irsherat.ssaa.ir>
- 2) علامت زدن گزینه پذیرش درخواست تامین شخصیت حقوقی در مرحله تاسیس شخصیت حقوقی
- 3) کلیک کردن گزینه ادامه برای ورود به مرحله بعد
- 4) تاسیس شخصیت حقوقی (1. اطلاعات عمومی شرکت 2. اطلاعات متقاضی 3. نام های درخواستی 4. موضوع فعالیت 5. سرمایه 6. اشخاص مدیران 8. روزنامه کثیرالانتشار 9. اساسنامه)

### علامت تجاری

هر نشان قابل رویتی که بتواند کالاها یا خدمات اشخاص حقیقی یا حقوقی را از هم متمایز سازد و حق استفاده انحصاری از یک علامت به کسی که آن را طبق مقررات به ثبت رسانده اختصاص دارد.

### نام تجاری

اسم یا عنوانی که معرف و مشخص کننده شخص حقیقی یا حقوقی است.

## طرح های صنعتی

هرگونه ترکیب خطوط یا رنگ ها و هرگونه شکل سه بعدی با خطوط رنگ یا بدون آن طوری که ترکیب یا شکل یک فرآورده صنعتی یا محصول صنایع دستی را تغییر دهد می باشد. طرح صنعتی در دو حالت جدید بودن (یعنی از طریق انتشار استفاده به هر نحو قبل از تقسیم اظهارنامه از هیچ جای جهان افشا نشده باد) واصل بودن (به طور مستقل توسط طرح پدید و تقلیدی نباشد) قابل ثبت است.

## نحوه ثبت علامت تجاری

1) وارد صفحه ثبت علائم تجاری و طرح های صنعتی از طریق <http://iripo.ssaa.ir>

2) گزینه ورود / ثبت نام متقاضی

3) کلیک روی گزینه ثبت نام

4) طی کردن مراحل ثبت نام (1. انتخاب نوع شخص 2. ثبت اطلاعات اولیه 3. بارگذاری ضمائم 4. حساب کاربری 5. دریافت کد شناسایی)

## دفاتر تجاری: دفتر روزنامه، دفتر کل، دفتر دارایی، دفتر کپی

1- دفتر روزنامه: تاجر باید همه روزه مطالبات و دیون و داد و ستد تجاری و مطالبات خود و جمع واردات و صادرات تجاری خود، وجوه برداشتی برای مخارج شخصی خود را در آن ثبت کند.

2- دفتر کل: تاجر باید کلیه معاملات خود را حداقل هفته ای یک بار از دفتر روزنامه استخراج و انواع مختلف را تفکیک و هر نوع را در صفحه مخصوص از آن به طور خلاصه ثبت کند

3- دفتر دارایی: تاجر باید هر سال صورت جامعی از کلیه دارایی منقول (قابل انتقال مثل میز، صندلی) و دارایی غیر منقول (غیر قابل انتقال مثل زمین، ساختمان) و دیون و مطالبات سال گذشته خود را در آن تا 15 فروردین سال بعد ثبت و امضا کند.

4- دفتر کپی: تاجر باید کلیه مراسلات و مخابرات و صورت حساب های صادره خود را به ترتیب تاریخ در آن مرتب کند.

## اسناد تجاری

کلیه اسنادی که در دادوستد روزانه بین تجار مبادله می شود و در دو معنای عام (تمام اسنادی که بازرگانان در روابط تجاری استفاده می کنند، برات، سفته، چک، اسناد و در وجه حامل، اوراق بهادر) و معنای خاص (چک، سفته، برات) می باشد.

\* چک: نوشته ای که طبق آن صادر کننده وجوهی را که نزد بانک دارد کل یا بعضا مسترد یا به دیگری واگذار کند.

انواع چک: چک عادی - چک تایید شده - چک تضمین شده - چک مسافرتی - چک رمزار.

چک عادی: توسط شخص دارنده صاحب جاری برعهده بانک صادر می شود و دارنده آن جز اعتبار صادر کننده و اطمینان به او هیچ هیچ تضمینی برای قابل پرداخت بودن چک و دریافت مبلغ آن از بانک ندارد.

چک تایید شده : مانند چک عادی است با این تفاوت که بانک محال علیه وجه چک را تایید و اگر موجودی حساب صادرکننده کافی نباشد، بانک موظف به پرداخت مبلغ چک می باشد.

چک تضمین شده یا چک بانکی : توسط بانک و به درخواست مشتری صادر می شود و بانک وجه آن را پرداخت می کند و ماهیت آن مثل پول و وصولش مسلم می باشد.

چک مسافرتی : توسط بانک صادر و وجهش در هریک از شعب آن بانک یا توسط نمایندگان و کارگزاران آن پرداخت می شود.

چک رمز دار یا چک بین بانکی : مثل چک تضمین شده است با این تفاوت که در این چک حساب مشخصی درج می شود که مبلغ چک به همان حساب انتقال و در صورت گم شدن چک مبلغ به شماره حساب روی چک منتقل می شود.

**\*سفته** : سندی که به موجب آن امضاکننده تعهد می کند مبلغی را در موعد معین یا عندالمطالبه در وجه حامل یا شخص معین یا به حواله کرد آن شخص کارساز می کند.

**\*برات** : سندی که به موجب آن صادرکننده به شخص ثالث دستور و اجازه می دهد که مبلغ مندرج در آن در سررسید به دارنده سند پردازد.

موارد قید شده در برات :

- 1) کلمه برات در روی ورقه
- 2) نام برات دهنده (دستور دهنده) و امضا یا مهر او
- 3) نام برات گیرنده (دریافت کننده دستور) دارنده برات یا گیرنده وجه
- 4) تاریخ صدور و مبلغ برات و تاریخ پرداخت و مکان پرداخت وجه برات

## گمرک

سازمان دولتی و تابع وزارت اقتصاد و دارایی و مسئول اجرای قوانین گمرکی ناظر بر جابه جایی کلیه کالاهای وارداتی ، صادراتی و ترانزیتی از مرزهای مجاز می باشد.

## مفاهیم پایه قوانین گمرکی

1) اظهار کالا : بیانیه کتبی یا شفاهی که در آن اظهارکننده رویه گمرکی مورد نظر خود درباره کالا را مشخص و اطلاعات مورد نیاز برای اجرا مقررات را ارائه می دهد.

2) اظهارکننده : صاحب کالا یا نماینده قانونی او که کالا در برابر مقررات به گمرک اظهار می کند.

3) اظهارنامه اجمالی : سندی که با آن شرکت حمل و نقل مهرست کلی محصولات که هنگام ورود وسایل نقلیه به کشور و خروج از آن، تخلیه و بارگیری شوند اعلام می کند.

4) اماکن گمرکی : هر مکانی که تحت نظارت گمرک بوده است، انبار، بارانداز، اسکله، فرودگاه، ایستگاه راه آهن

5) تشریفات گمرکی : کلیه عملیات انجام شده در اجرای مقررات گمرکی

6) ترخیص : خروج کالا از اماکن گمرکی بعد از انجام تشریفات گمرکی

7) کالای تجاری: کالایی که به تشخیص گمرک ایران به همان شکل یا بعد از (تولید، تفکیک و بسته بندی) برای فروش صادر یا وارد می شود.

9) کالای مجاز و کالای ممنوع: مجاز (صدور یا ورودش مجوز نمی خواهد) ممنوع (صدور یا ورودش بنا به صلاح ملی یا شرعی ممنوع است).

10) مقررات گمرکی: قوانین و مقررات اعم از آیین نامه های اجرایی، دستورالعمل ها و بخش نامه هایی که اجرا یا نظارت به آن به عهده گمرک است.

11) هزینه های انجام خدمات: وجوه دریافتی در قبال انجام خدماتی از قبیل کنترل با اشعه ایکس، مهر و موم، پلمپ، باربری، انبارداری در اماکن گمرکی، آزمایش و تعرفه بندی، بدرقه و توزیع کالا دریافت می شود.

## حقوق ورودی

کلیه وجوهی که به ورود کالا تعلق گرفته و گمرک قانونا مسئول وصول آن می باشد و صاحب کالا مسئول پرداخت آن و هزینه های انجام خدمات و جریمه های ترخیص می باشد و این حقوق ورودی و انجام خدمات بدون توجه به نوع یا کهنه بودن کالا به وسیله گمرک و اشخاص خدمت دهنده به پول ملی وصول می شود، حقوق گمرکی توسط هیئت وزیران تعیین و معادل 4% ارزش گمرکی کالا بعلاوه سود بازرگانی کالا می باشد و شامل هزینه های خدماتی نیست.

## انواع ارائه کالاهای ورودی

1) ورود قطعی (2) ورود موقت (3) ورود موقت برای پردازش (4) مرجوعی (5) عبور داخلی (6) عبور خارجی

1- ورود قطعی: کالاها وارده برای استفاده در داخل قلمرو گمرکی، با پرداخت حقوق ورودی و هزینه خدمات و انجام کلیه تشریفات ترخیص می شوند.

2- ورود موقت: کالاهای معینی می توانند تحت شرایطی به طور موقت به قلمرو گمرکی وارد شده و ظرف مهلت معین بدون ایجاد تغییر آنها خارج شوند.

3- ورود موقت برای پردازش: کالاها می تواند به طور موقت به قلمرو گمرکی وارد شده تا ساخته، تکمیل، تعمیر یا فرآوری و سپس صادر شود (شامل موادی از قبیل تسریع کننده ها می شود ولی شامل روان کننده ها و ابزار آلات نمی شود)

4- مرجوعی: براساس آن می توان کالای وارده موجود در گمرک را به عنوان اعاده به خارج به گمرک اظهار و ترخیص کرد.

5- عبور داخلی (ترانزیت داخلی): کالای گمرک نشده از یک گمرک مجاز به گمرک مجاز دیگر یا سایر اماکن تحت نظر گمرک منتقل تا تشریفات قطعی گمرکی آن در مقصد انجام شود. عبور داخلی به درخواست متقاضی یا گمرک انجام می شود، در صورت تراکم کالا در انبار گمرک، گمرک می تواند با صدور حکم بار کانتینرهای مهر و موم شده را به انبارهای گمرکی دیگر منتقل کند و مسئولیت کسری، آسیب دیدگی، عنوان کالا به عهده گمرک است.

6- عبور خارجی (ترانزیت خارجی): کالایی به منظور عبور از قلمرو گمرکی از یک گمرک مجاز وارد و از گمرک مجاز دیگر خارج می شود، اگر در طول مسیر عبور کالا قاچاق کالا برای نیرو انتظامی به وجود آید با حضور نماینده گمرک و تنظیم صورت مجلس فک مهر و موم و پلمپ و بازرسی محموله امکان پذیر است.

## کالاهای صدوری

صدور قطعی: کالاهای داخلی به منظور فروش یا مصرف از کشور خارج می شود.

صدور موقت: کالاهای مجاز برای اهداف معین شامل ساخت، پردازش تکمیل، شرکت در نمایشگاه، یا به عنوان وسایل نقلیه برای استفاده شخصی یا ماشین آلات مهندسی به طور موقت و ظرف مدت مهلت معین به خارج کشور صادر و سپس به کشور بازگردانده می شوند.

## بیمه

عقدی که به موجب آن یک طرف (بیمه گر، شرکت بیمه) تعهد می کند در ازای دریافت حق بیمه وجه از طرف دیگر (بیمه گذار، بیمه شونده) خسارت های وارده به او را در صورت وقوع حادثه، جبران کرده یا وجه معینی به او بپردازد.

## انواع بیمه

1) اجتماعی

2) بازرگانی

الف) بیمه اموال: موضوع بیمه (شی) قراردادی برای جبران زیان وارده و پرداخت غرامت بیمه گذار می باشد.

ب) بیمه مسئولیت

ج) بیمه اشخاص

## انواع بیمه اموال

1) بیمه آتش سوزی: جبران خسارت وارده به اموال و دارایی ها بر اثر وقوع آتش سوزی (اثاث، ساختمان)

2) بیمه حمل و نقل (باربری): بیمه اموال در طول سفر از مبدا تا مقصد (شامل بیمه دریایی، هوایی، زمینی)

3) بیمه اتومبیل: شامل بیمه بدنه اتومبیل، شخص ثالث و بیمه حوادث سرنشین

4) بیمه مهندسی: بیمه تمامی حوادث احتمالی از سرمایه مادی و انسانی، پروژه های ساختمانی، عمرانی مثل (ساخت راه و کارخانه)

5) بیمه محصولات کشاورزی: پرداخت غرامت بابت از بین رفتن محصولات کشاورزی

6) بیمه تجهیزات الکترونیکی: بیمه خسارت وارده به تجهیزات الکترونیکی و کارگاه های صنعتی، لوازم تحقیقاتی و آزمایشگاهی، لوازم اداری، تجهیزات مربوط به سینما و فیلم برداری ...

## بیمه مسئولیت

پوشش مسئولیت جانی و مالی بیمه گذار نسبت به کارکنان و اشخاص ثالث است. شامل بیمه مسئولیت حرفه ای پزشکان، مدیران، مسئولان فنی بیمارستان ها و کلینیک و درمانگاه ها و ...

## بیمه اشخاص

تعهد بیمه گر: حیات یا سلامت شخص بیمه شده است و تعیین سرمایه بر عهده بیمه گذار می باشد.

## انواع بیمه اشخاص



- 1) بیمه حوادث جسمانی: بیمه فرد یا گروهی در مقابل حوادث (غیر عمدی و غیر پیش بینی) از جمله سقوط و تصادف و شامل فوت، نقص عضو دائم (کلی و جزئی) و هزینه های پزشکی و غرامت روزانه می باشد.
- 2) بیمه عمر: پرداخت حق بیمه طی مدت معین توسط بیمه گذار و تعهد بیمه گر در صورت فوت بیمه شده یا ابتلا به بیماری های خاص یا زنده ماندن، برای پرداخت مبلغ معین به طور یکجا یا مستمری به بیمه شده یا فرد تعیین شده از جانب او
- 3) بیمه درمانی: درمان و تامین و جبران هزینه های درمانی برای بیماری یا وقوع حوادث برای بیمه شده.

## فصل ششم - قوانین و مقررات مالیاتی

### تعریف مالیات

پولی که شهروندان طبق قانون به دولت پرداخته و دولت آن را در جهت اداره امور کشور، ارائه خدمت به شهروندان، تضمین امنیت کشور، عمران و آبادانی و سایر اموری که به صلاح کشور و شهروندان باشد هزینه می کند.

### تئوری مالیات

کلیه افراد حقیقی و حقوقی که مالیات پرداخت می کنند.

### انواع مالیات

- 1) مستقیم: مالیاتی که هنگام تحصیل درآمد یارایی از مودیان اخذ می گردد.
- 2) غیرمستقیم: مالیات هایی که پرداخت کننده آنها مشخص نیست و پرداختشان احساس نمی شود و دولت با وضع قوانین خاص هزینه تمام شده کالاها و خدمات را افزایش و مصرف کنندگان این مالیات رابسته به فعالیت های اقتصادی پرداخت می کنند.

### انواع مالیات مستقیم

#### 1) مالیات بر دارایی:

الف - مالیات بر ارث: مالیاتی که وارث بابت تفکیک دارایی های حقوقی پرداخت می کنند.

ب - مالیات بر حق تمیر: مالیات مستقیم که از طریق چسباندن یا باطل تمیر بر اسناد و مدارک اخذ می شود.

#### 2) مالیات بر درآمد:

الف - مالیات بر درآمد املاک: در ازای درآمدهای حاصل از املاک شخص حقیقی یا حقوقی به دولت پرداخت می

شود.

ب - مالیات بر درآمد حقوق: دولت از شخص حقیقی که در خدمت شخص دیگر است در قبال تسلیم نیروی کار خود

بابت اشتغال در ایران بر حسب مدت یا کار انجام شده به صورت نقدی یا غیر نقدی می گیرد.

ج - مالیات بر درآمد مشاغل: مالیاتی که دولت از درآمد مشاغل مختلف طبق قانون اخذ می کند.

د - مالیات بر درآمد اشخاص حقوقی: مجموع درآمد شرکت ها و درآمد ناشی از فعالیت های انتفاعی سایر اشخاص

حقوقی از منابع مختلف در ایران و خارج پس از وضع زیان و کسر فعالیت مشمول مالیات 25% است.

و- مالیات بر درآمد کشاورزی: درآمدهای حاصل از فعالیت های کشاورزی، دامپروری، پرورش ماهی، زنبورعسل، ماهیگیری و... از مالیات معافند.

ز- مالیات بر درآمد اتفاقی: درآمد نقدی یا غیرنقدی که شخص حقیقی یا حقوقی به صورت بلاعوض یا از طریق معاملات تجاری یا به عنوان جایزه یا...تحصیل می کند مشمول مالیات به نرخ مقرر است.

### مشمولان مالیات مستقیم

- 1) کلیه مالکین (حقیقی یا حقوقی) نسبت به اموال املاک خود در ایران طبق قوانین.
- 2) هر شخص حقیقی مقیم ایران نسبت به کلیه درآمدهای خود در ایران یا خارج.
- 3) هر شخص حقیقی مقیم ایرانی مقیم خارج نسبت به کلیه درآمدهای خود در ایران.
- 4) هر شخص حقوقی ایرانی نسبت به کلیه درآمدهای ایران یا خارج.
- 5) هر شخص غیر ایرانی (حقوقی یا حقیقی) نسبت به درآمدهای خود در ایران و نسبت به درآمدهای خود بابت واگذاری امتیازات یا سایر حقوق خود یا واگذاری فیلم های سینمایی یا یاد دادن تعلیمات و کمک های فنی در ایران.

کسانی که مشمول مالیات مستقیم نیستند

- 1) وزارتخانه ها و موسسات دولتی
- 2) دستگاه هایی که بودجه آنها را دولت تامین می کند و شهرداری

### انواع مالیات غیرمستقیم

- 1) مالیات بر واردات: دولت برای حمایت از تولیدات داخلی کشور جلوگیری از ورود کالاهای غیر ضروری و درآمدزایی از کالاهای وارداتی مالیات اخذ می کند (مالیات گمرکی، بازرگانی، واردات اتومبیل ..).
- 2) مالیات بر خرید و فروش (معاملات): در حوزه فروش عمومی عمده فروشی و خرده فروشی اخذ می شود (فروش سیگار، نقل و انتقال اتومبیل، فرآورده های نفتی، مالیات بر ارزش افزوده)

مالیات بر ارزش افزوده: کلیه عرضه کنندگان کالاها و خدمات علاوه بر بهای کالا یا خدمات مبلغی رابه عنوان مالیات بر ارزش افزوده از خریداران دریافت و به صورت دوره ای (فصلی) به اداره امور مالیاتی پرداخت می کنند، این مبلغ به صورت درصدی از بهای فروش کالا یا خدمت محاسبه و زمان فروش به قیمت آن اضافه می شود.

### معافیت ها

- 1) محصولات کشاورزی فرآوری شده، دام و طیور زنده، آبزیان، زنبورعسل، انواع کود و سهم بذر و نهال.
- 2) آرد خبازی، نان، گوشت، قند، شکر، برنج، حبوبات، سویا، شیر، پنیر، روغن، شیرخشک
- 3) کتاب، مطبوعات، دفاتر تحریر، کالاهای اهدایی به صورت بلاعوض به وزارتخانه ها و موسسات دولتی، اموال غیرمنقول.
- 4) انواع دارو، لوازم مصرفی درمانی، خدمات درمانی و حمایتی و توانبخشی، خدمات حمل و نقل مسافرتی، درون و برون شهری، جاده ای.

5) خدمات بانکی و اعتباری بانک ها و موسسات و تعاونی های اعتباری، خدمات معاملات

### صاحبان مشاغل

اشخاصی که به فعالیت های شغلی اعم از تولیدی، توزیعی و خدماتی اشتغال داشته و در قبال آن درآمد کسب می کنند.

### انواع صاحبان مشاغل

- 1) صاحبان مشاغل بند(الف) مکلف به ثبت فعالیت های شغلی خود در دفاتر روزنامه هستند.
- 2) صاحبان مشاغل بند(ب) مکلف به فعالیت های شغلی خود در دفاتر درآمد و هزینه هستند.
- 3) صاحبان مشاغل بند(ج) مشاغلی که مکلف به نگهداری دفاتر نبوده و فقط موظف به ارائه صورت خلاصه و وضعیت درآمد و هزینه طبق ضوابط به سازمان امور مالیاتی هستند.

### صاحبان مشاغل بند(الف)

- 1) دارندگان کارت بازرگانی و کلیه وارد کنندگان و صادر کنندگان و صاحبان کارخانه ها و واحدهای تولیدی.
- 2) صاحبان موسسات حسابداری، دفترداری، خدمات مالی، بهره برداران معادن، صاحبان مراکز آموزشی، آموزشگاه های آزاد، مدارس غیرانتفاعی و دانشگاه ها
- 3) صاحبان بیمارستان ها، زایشگاه ها، آسایشگاه، درمانگاه، هتل ها، عمده فروشان، صاحبان انبار
- 4) صاحبان موسسات تبلیغاتی و بازاریابی، مهندسی، حمل و نقل (موتوری، زمینی، دریایی و هوایی) موسسات تجاری.

### صاحبان مشاغل بند(ب)

- 1) صاحبان کارگاه های صنعتی، فنی، نقشه کشی، نقشه برداری، سازندگان طلا و جواهر، فروشندگان آهن آلات، مصالح فروش ها، قنادی ها، دفاتر مسافرتی، خدمات پیک موتوری.
- 2) صاحبان مهد کودک و پیش دبستانی، نمایشگاهی، بنگاه معاملات املاک، فروشندگان اتومبیل
- 3) وکلا، مترجمان رسمی دادگستری، مشاوران حقوقی، حسابداران رسمی، صاحبان سینما، فیلم برداری، دوبلاژ

### اظهارنامه نامه مالیاتی

گزارش از میزان درآمدها و هزینه های مشاغل مختلف در طول یک سال مالی برای مشخص شدن میزان مالیات بردرآمد آن مشاغل می باشد.

### سال مالیاتی

یک سال شمسی که از اول فروردین شروع و به آخر اسفند همان سال ختم می شود.

-----

### تعریف بهره‌وری

میزان خروجی و سود سازمان (شرکت) نسبت به میزان منابع ورودی و هزینه‌های آن.

مهم‌ترین عامل موثر در افزایش بهره‌وری:

نیروی انسانی و مسائل انگیزشی نیروی انسانی به عبارت دیگر فرهنگ سازی و گسترش فرهنگ بهره‌وری در میان نیروی انسانی.

### تعریف بهره‌وری از دیدگاه‌های مختلف

کارکنان: محیط کار و شرایط کاری مساعد، فضای صمیمی و دوستانه همراه آرامش حاصل از امنیت شغلی و اقتصادی، توجه به پرورش استعدادها و حقوق و پاداش متناسب با کار انجام شده..

مصرف‌کننده: دسترسی به کالای ارزان، مرغوب و باکیفیت.

تولیدکننده: سرمایه‌گذاری مناسب و تولید بیشتر، رقابت در عرصه تولید و فروش بیشتر.

دولت: عمران و آبادانی بیشتر، افزایش سطح اشتغال، کاهش تورم، توزیع عادلانه ثروت.

جامعه: رفاه و زندگی بهتر، فرصت شغلی مناسب، امکان دسترسی به کالا و خدمات ارزان.

### تفاوت بهره‌وری و تولید

بهره‌وری نسبت خروجی به منابع به کار رفته (ورودی) می‌باشد ولی تولید مقدار و میزانی خروجی کالا یا خدمت تولیدشده، به واسطه فعالیت‌های فیزیکی یا ارائه خدمات است.

کارایی: نسبت مقدار یا ارزش منابع مصرف شده (برای تولید کالا یا خدمت) به خروجی استاندارد در فعالیت حال حاضر را گویند. (درست انجام دادن کارها) و کارایی یک مفهوم کمی است.

اثربخشی: رضایت سازمان‌ها از عملکرد فعالیت‌های محول شده می‌باشد و بیانگر میزان موفقیت موثر بودن نتیجه یا خروجی فعالیت انجام شده است (انجام کار درست) و اثربخشی یک مفهوم کیفی است.

ارتباط بهره‌وری با کارایی و اثربخشی:  $\text{اثربخشی} + \text{کارایی} = \text{بهره‌وری}$

از این رو سازمانی بهره‌ور می‌باشد که هر دو پارامتر اثربخشی و بهره‌وری را داشته باشد.

### عوامل موثر در بهبود بهره‌وری

1) نیروی انسانی

2) اصلاح روابط مدیران و کارکنان

3) فناوری

4) تحقیق و توسعه

### عوامل موثر بر افزایش بهره‌وری کارکنان و نیروی انسانی

1) نگرش‌های مثبت کاری

- 2) انجام درست کارها از بار اول
- 3) حفظ سلامت جسمانی و توجه به محیط زیست
- 4) توجه به تغذیه و سلامت کارکنان
- 5) مشارکت در برنامه های بهبود بهره‌وری و طرح پیشنهادات
- 6) ارتقای مهارت های فعلی و کسب مهارت جدید
- 7) افزایش دستمزد و حقوق انجام کارها به صورت تیمی و کار را به کاردان

### نکات مهم برای بهبود روابط مدیران و کارکنان

- 1) شفاف سازی اطلاعات عملیاتی سازمان (باعث آرامش و اعتماد کارکنان نسبت به سازمان و مدیریت)
- 2) برگزاری جلسات ماهانه و هفتگی برای رسیدگی به مشکلات کارکنان
- 3) برگزاری جلسات ماهانه غیر رسمی و دوستانه در سال
- 4) استفاده از نظرات و پیشنهادهای کارکنان

### فناوری

انجام کار در زمان کمتر با کیفیت بهتر با استفاده از فناوری باعث افزایش بهره‌وری می شود.

### عوامل مهم در ارتقای بهره‌وری

- 1) تغییر در کیفیت مواد
- 2) استفاده از پسماندهای قابل استفاده مجدد
- 3) مدیریت صحیح و علمی
- 4) تغییر و تحول در فناوری همگام با تغییرات روز دنیا
- 5) استفاده از سوخت و انرژی های جدید
- 6) ایجاد تغییر در فرآیند تولید کالا که باعث کاهش مصرف مواد اولیه می شود.