



دانشگاه جامع
علمی-کاربردی

دانشگاه جامع علمی کاربردی

جزوه درسی:

مهارت ها و قوانین کسب و کار

مدرس : تقی رشیدی

ویژه دانشجویان علمی کاربردی

بخش اول : مهارت های کسب و کار

- تعریف کسب و کار و ویژگی های یک کسب و کار
- مهارتها و دانش لازم برای راه اندازی و توسعه کسب و کار:
- انواع تقاضا ها و وظایف بازیابی
- اجرای یک طرح کسب و کار

بخش دوم : قوانین کسب و کار و تامین اجتماعی

- مفاهیم و تعاریف
- قوانین و مقررات مالیاتی
- انواع شرکت های تجاری (بحث آزاد)

بخش اول : مهارت های کسب و کار

تعریف کسب و کار:

هر نوع فعالیتی که در آن خدمات یا کالاهایی که دیگر افراد جامعه به آن نیاز دارند، مایل به خرید آن هستند، توان پرداخت بهای آن را دارند، تولید، توزیع و عرضه می شود.

کسب. کار با خرید و فروش کالاها، تولید کالاها یا عرضه خدمات به منظور به دست آوردن سود سروکار دارد.

ویژگیهای اصلی کسب و کار:

- فروش یا انتقال کالاها برای کسب ارزش
- معامله کالا و خدمات
- تکرار معاملات
- انگیزه سود (مهمترین و قدرتمندترین محرک امور کسب و کار)
- ریسک (آینده وعدم اطمینان)

مهارتها و دانش لازم برای راه اندازی و توسعه کسب و کار:

الف: مهارتهای مدیریتی:

ب: مهارتهای فنی: شامل بازاریابی - مالی و حسابداری - تکنولوژی

ج: مهارت های ارتباطی: شامل گفتاری - گوش دادن - بازخورد

د: مهارت طراحی کسب و کار

ه: آگاهی از قوانین و مقررات کسب و کار

این مهارت ها به رفتارهایی گفته می شود که شخص می تواند از طریق آنها به نحوی با دیگران ارتباط برقرار کند که به بروز پاسخ های مثبت و پرهیز از پاسخ های منفی بینجامد.

مهارت های ارتباطی

مهارت گفتاری

به کارگیری آگاهانه نمادهای کلامی به منظور ترغیب کردن دیگران به انجام کار.

مکالمه، نخستین ابزار مدیریتی است. مکالمه در واقع چگونگی برنامه ریزی زندگی و سازمانی کارها و نحوه ایجاد رابطه با همکاران و مشتریان است. مکالمه نحوه درک احساسات اشخاص، تفکر و اعمال آنها و راهی برای تاثیرگذاری بر دیگران و تاثیرپذیری از آنهاست. زبان، نوعی سیستم ارتباطات انسانی مبتنی بر اصوات گفتاری است که به عنوان نمادهای قراردادی مورد استفاده قرار می گیرد. حواس ما، پیوسته ما را آماج بمبارانی از علائم قرار می دهد تا وادار شویم آنها را تفسیر کرده و در بانک اطلاعاتی خود ذخیره سازیم.

مهارت شنود

گوش دادن موثر عبارت است از مشارکت فعال در یک گفت و شنود.

گوش دادن موثر فرایندی فعال شامل توجه، درک، ارزیابی، به خاطر آوردن و پاسخ دهی می باشد.

بیشتر افراد، زمانی گوش دادن را امری مهم می پندارند که مطمئن باشند اطلاعاتی را که از طریق گوش دادن دریافت می کنند، در زمینه های مختلف سودمند هستند. شرکت ها از طریق گوش دادن به مشتریان خود، می توانند اطلاعات هدفمند در خصوص محصولات یا خدمات خود کسب کنند. گوش دادن به مشتریان می تواند اطلاعات زیادی را در خصوص رقابت در دسترس قرار دهد. هنگامی که مشتری باور کند نماینده فروش سازمان به حرف های او گوش می دهد، اعتمادش جلب و رضایتش بیشتر شده و احتمال انجام معاملات افزایش می یابد.

مهارت بازخورد

وسیله ای برای محک زدن شنیدهها و دیده های شما.

توانایی فرد برای برقراری ارتباط متقابل با دیگران از طریق تبادل افکار و عقاید.

بازخورد اطلاعاتی ممکن است به اشکال مختلف در فرایند ارتباطی دیده شود. رفتاری که از شنونده سر می زند و حالتی که پس از شنیدن خبری در چهره شنونده به وجود می آید، یکی از عوامل مهم در برقراری ارتباط موثر، داشتن بازخورد مناسب است. نبود بازخورد را در واقع می توان به عنوان عامل اختلال در برقراری ارتباط موثر تلقی کرد.

مهارت مدیریتی

برنامه ریزی

برنامه ریزی در زندگی روزانه هر انسانی به عنوان موجودی است که در حصار مسائل و مشکلات زندگی محاصره میباشد. فقط با برنامه ریزی و تعیین اهداف موردنظر و روشهای دستیابی به آنها در زمانی مشخص میتوان در جهتی

حرکت نمود. برنامه ریزی اصولاً یک نگرش و راه زندگی است

تعهد به عمل بر مبنای اندیشه و تفکر آینده نگر

اجرای امور منظم و مداوم بوده و بخشی انفکاک ناپذیر حرکت انسان در طول

سال محسوب میگردد و برنامه ریزی در سازمانها رکن اساسی هرگونه اقدام و

حرکتی میباشد و عاملی است برای تبدیل به نتایج پیش بینی شده.

برنامه ریزی عبارت است از:

تعیین اهداف و یافتن راه وصول به آن و تصمیم گیری و تصمیم سازی در

مورد اینک که چه کارهایی

و طراحی وضعیت مطلوب برای

آینده و انتخاب راهها و وسایل رسیدن به آن.

هدف از برنامه ریزی

۱- افزایش احتمال رسیدن به هدف از طریق تنظیم فعالیتها

۲- افزایش منفعت اقتصادی از طریق مقرون به صرفه ساختن عملیات

۴- متمرکز شدن بر طریق دستیابی به مقاصد و احتراز از انحراف از مسیر

۵- مهیا ساختن ابزاری برای کنترل

روش تحلیل SWOT در برنامه ریزی راهبردی:

S: Strength به معنی قدرت

W: Weakness به معنی ضعف

O: Opportunity به معنی فرصت

T: Threat به معنی تهدید

نقاط ضعف Weakness	نقاط قوت strength	
استراتژی رقابتی WO	استراتژی تهاجمی SO	فرصت ها opportunity
استراتژی تدافعی WT	استراتژی واکنشی ST	تهدید Threat

مهارت های فنی

مهارت های مالی و حسابداری

مهارت های مالی مهارت هایی را شامل می شود که در آن شخص، گردش مالی و هر آنچه که به آن سرمایه گفته می شود را به صورتی قانونمند و هدفمند پی گیری و اجرا می نماید . فردی که مهارت های مالی را در وجود خود می یابد می تواند با اصول و قوانینی که در این بخش وجود دارد ورود و خروج پول و به قول خودمانی دخل و خرج یک شرکت یا اداره یا کارخانه را سامان بخشد . مهارت های مالی نظم و انضباط کاملی به هزینه ها، درآمدها و موضوعات جانبی آن می بخشد و یک حسابدار آمادگی دارد تا مدیر را به ورشکستگی یا به قله خوشبختی برساند

مهارت بازاریابی

مدیریت بازاریابی عبارتست از تجزیه و تحلیل ، طرح ریزی ، اجرا و کنترل برنامه های تعیین شده برای فراهم آوردن مبادلات مطلوب با بازار های مورد نظر به منظور دستیابی به هدفهای سازمان. تاکید مدیریت بازاریابی بیشتر بر تعیین محصولات سازمان بر مبنای نیازها و خواسته های بازار مورد نظر و نیز استفاده از قیمت گذاری ، ارتباطات و توزیع موثر جهت آگهی دادن ، ایجاد محرک و ارزیابی خدمات بازار است.

مردم و مشتریان مدیر بازاریابی را کسی می دانند که وظیفه اولیه او ایجاد تقاضا برای محصولات سازمان است .اما این یکی از انواع وظایف او می باشد و وظایف دیگری نیز بر عهده او قرار دارند که شامل منظم کردن سطح تقاضا و زمانبندی آن و ارائه مشخصات تقاضا برای دستیابی به اهداف سازمان است .این موضوع باعث شکل گیری ۸ نوع تقاضا و در نتیجه ۸ نوع بازاریابی می گردد که بشرح ذیل می باشند:

انواع تقاضا

تقاضای منفی - نبودن تقاضا - تقاضای پنهان - تقاضای تنزلی - تقاضای فصلی - تقاضای کامل -
تقاضای بیش از حد - تقاضای ناسالم

۱- **تقاضای منفی**: وضعیتی که در آن تقریباً بیشتر بخشهای مهم بازار بالقوه، به محصول و خدمات تمایل ندارند. در این حالت وظیفه بازاریابی تبدیل تقاضا می باشد و نام رسمی آن بازاریابی تبدیلی است. وظیفه مدیریت بازاریابی در چنین زمانی بویژه اگر عرضه مثبت باشد، این است که با طرح ها و برنامه های خود باعث شود تا با بالا بردن تقاضا آن را از حالت منفی به مثبت و سرانجام به سطحی مساوی با عرضه مثبت برساند.

۲- **نبودن تقاضا**: گاهی برای تعداد زیادی از محصولات و خدمات تقاضایی وجود ندارد و مردم نسبت به آنها بی اعتنا و بی توجهند

۳- **تقاضای پنهان**: وضعیتی است که در آن عده زیادی از مردم نیاز شدیدی به محصولات یا خدماتی دارند که فعلاً وجود ندارند یا محدود هستند. راه حل پرورش تقاضا است و نام رسمی آن بازاریابی پرورشی است.

۴- **تقاضای تنزلی**: هر نوع محصول، خدمات، مکان و سازمانی سرانجام روزی با تنزل یا کاهش تقاضا روبرو می شود. تقاضای تنزلی وضعیتی است که در آن تقاضا برای محصول یا خدمتی کمتر از سطح قبلی است و کاهش بیشتر آن نیز پیش بینی می شود. دلیل این امر عدم تلاش در جهت بهسازی و بازسازی بازار مورد نظر، محصولات یا فعالیتهای بازاریابی است. برای حل این مشکل وظیفه بازاریاب احیا و تجدید نظر از در روشهای بازاریابی و یا محصول از طریق بازاریابی احیایی است.

۵- **تقاضای فصلی (نامنظم)** اغلب سازمانها از داشتن سطح متوسط تقاضا راضی ترند تا تقاضای موقت. تقاضای نامرتب وضعیتی است که در آن الگوی زمانی تقاضا بر اثر تغییرات فصلی از الگوی زمانی عرضه جدا و دور می شود. وظیفه مدیر بازاریابی در این مواقع برطرف

کردن تقاضای نامنظم از طریق تعدیل تقاضا است و به این نوع بازاریابی ، بازاریابی تعدیلی گفته می شود، زیرا نقش آن همزمان کردن هرچه بیشتر تقاضا و عرضه با یکدیگر است

۶- تقاضای کامل : مطلوبترین وضعیت برای هر فروشنده داشتن تقاضای متعادل است . در این حالت زمان و سطح تقاضا با زمان و سطح مطلوب عرضه برابر است . خدمات و محصولات گوناگون ، هر از گاهی به این وضعیت می رسند . اما نکته مهم این است که در چنین حالتی نباید بازاریابی را سرسری گرفت . وظیفه بازاریابی در این نوع تقاضای کامل، بازاریابی محافظتی و نگهداری کننده نامیده می شود و وظیفه آن حفظ تقاضا است .

۷- تقاضای بیش از حد : هر از گاهی ، تقاضا برای محصول یا خدمت به طور چشمگیری بر عرضه پیشی می گیرد که آن را " تقاضای سرریز شده " می نامند و بیانگر وضعیتی است که در سطح تقاضا بیش از آن است که بازار بتواند جوابگوی آن باشد . وظیفه کاهش دادن تقاضای سرریز شده را بازاریابی تضعیفی می نامند یعنی در این حالت باید تضعیف تقاضا صورت گیرد . به این نوع بازاریابی بازاریابی وارونه " نیز گفته می شود . در واقع بازاریابی تضعیفی تلاشی است برای دلسرد کردن مشتریان بطور عام یا گروهی از مشتریان بطور خاص ، بطور موقت یا دائم .

۸- تقاضای ناسالم : محصولات و خدمات زیادی وجود دارند که تقاضای آنها برای رفاه مصرف کننده و رفاه عمومی و عرضه کننده مضر است . تقاضای ناسالم وضعیتی است که در آن هر نوع تقاضا زاید به نظر می رسد . هر نوع تقاضا با هدف احتکار ، تقاضای انجام دادن خدمتی خارج از ضوابط یا تقاضایی برای ورود محصولهای غیر مجاز به کشور از جمله تقاضاهایی به شمار می روند که برای از بین بردن آنها باید به " بازاریابی مقابله ای یا عدم فروش " اقدام کرد . وظیفه بازاریابی در این وضعیت تخریب تقاضا است

مهارت برنامه ریزی و طراحی طرح کسب و کار (BP)

تعریف: طرح کسب و کار سندی مکتوب است که جزئیات کسب و کار پیشنهادی را مشخص میکند. این سند باید ضمن تشریح موقعیت کنونی، نیازها، انتظارات و نتایج پیش بینی شده را شرح دهد و کلیه جوانب آن را ارزیابی کند

اجرای یک طرح کسب و کار:

۱-- اهداف کلی؛

۲- مشخصات مجری طرح و همکاران؛

۳- تعریف و توصیف کسب و کار؛

۴- تحلیل استراتژی بازار؛

۵- تحلیل مالی؛

ایجاد یک طرح کسب و کار رضایت بخش امری پردردسر، اما ضروری است، روند برنامه ریزی، مدیران یا کارآفرینان را وادار می کند که کاملاً دریابند آنچه را که می خواهند بدست بیاورند و اینکه چطور و کی آنرا انجام دهند. حتی اگر هیچ حمایت خارجی هم نیاز نباشد، طرح کسب و کار می تواند برای دوری گزیدن از اشتباهات یا تشخیص فرصتهای پنهانی نقش حیاتی را بازی کند. برای عده بسیار زیادی از کارآفرینان و طراحان، روند طرح ریزی (فکر، مذاکره، تحقیق، تجزیه و تحلیل) به اندازه طرح نهایی و یا حتی بیشتر از آن مفید است. بنابراین حتی اگر به یک طرح رسمی نیاز ندارید، درباره روند طرح ریزی بطور دقیقی فکر کند. این کار می تواند سود زیادی برای طرح کسب و کار شما داشته باشد. هفته های بسیار زیاد کار سخت و پیش نویسهای متعدد را از زمان بروز طرح تا گرفتن حق کار پیش بینی کنید. یک طرح مکتوب واضح با بسته بندی جذاب سبب خواهد شد تا حامیان، سرمایه گذاران و ... آسانتر به آن گرایش پیدا کنند. یک طرح کسب و کار کاملاً آماده نشان خواهد داد که مدیران یا کارآفرینان، کار را می شناسند و برای

پیشرفت طرح بر حسب فرآورها، مدیریت، سرمایه ها و مهمتر از همه بازارهای اقتصادی و رقابت اندیشیده اند.

کارایی - اثربخشی - بهره وری

کارایی را "انجام درست کار" و اثربخشی را "انجام کار درست" تعریف می کنند. کارایی نشان دهنده نسبت تبدیل ورودی ها به خروجی ها بوده و اثربخشی نسبت ارتباط خروجی ها با اهداف می باشد. بهره وری نشان می دهد یک سازمان به چه صورت منابع خود را در راستای دستیابی به اهداف به کار می گیرد. بهره وری عبارتست از نسبت ستاده به یکی از عوامل تولید، مثل زمین، سرمایه، نیروی کار و مدیریت.

بخش دوم : قوانین کسب و کار و تامین اجتماعی

الف: مفاهیم و تعاریف

۱- حقوق کار و منابع آن:

حقوق کار عبارتست از مجموعه قواعد و مقرراتی که ناظر به روابط بین کارگر و کارفرما از حیث رابطه کارگری و کارفرمایی می باشد.

منابع حقوق کار:

الف- قانون ب - عرف ج - رویه قضایی د - نظریات علمای حقوق

۲- قلمرو قانون کار:

اشخاص مشمول قانون استخدام کشوری یا سایر قوانین و مقررات خاص استخدامی و نیز کارگران کارگاه های خانوادگی، مشمول مقررات قانون کار نمی باشند.

۳- کارگر کیست؟

شخصی است که به هر عنوان در مقابل دریافت حق السعی اعم از مزد، حقوق، سهم سود و سایر مزایا به درخواست کارفرما کار می کند.

۴- کارفرما کیست؟

شخصی است حقیقی یا حقوقی که کارگر به درخواست و به حساب او در مقابل دریافت حق السعی کار می کند مدیران، مسئول و بطور عموم کسانی که عهده دار اداره کارگاه هستند نماینده کارفرما محسوب می شوند و کارفرما مسئول کلیه تعهداتی است که نمایندگان مذکور در قبال کارگر به عهده می گیرند.

۵- کارگاه چیست؟

محل است که کارگر به درخواست کارفرما یا نماینده او در آنجا کار می کند، از قبیل مؤسسات صنعتی، کشاورزی، معدنی، ساختمانی، ترابری، مسافری، خدماتی، تجاری،

تولیدی، اماکن عمومی و امثال اینها.

۶- قرارداد کار:

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

۷- شرایط صحت قرارداد کار:

الف) مشروعیت مورد قرارداد ب) معین بودن موضوع قرارداد
ج) عدم ممنوعیت قانونی و شرعی طرفین در تصرف اموال یا انجام کار مورد نظر

۸- محتویات قرارداد کار:

۱- نوع کار ۲- حقوق ۳- ساعات کار، تعطیلات و مرخصیها ۴- محل انجام کار ۵- تاریخ انعقاد قرارداد کاری ۶- مدت قرارداد ۷- موارد دیگر که عرف و عادت شغل یا محل، ایجاب می نماید.

۹- نسخ قرارداد:

قرارداد نسخه تنظیم می گردد الف) کارگر ب) کارفرما ج) اداره کار محل د) تشکل کارگری کارگاه

۱۰- مدت آزمایشی قرارداد کار:

طرفین می توانند با توافق یکدیگر مدتی را بعنوان دوره آزمایشی کار تعیین نمایند. در خلال این دوره هر یک از طرفین حق دارد بدون اخطار قبلی و بی آنکه الزام به پرداخت خسارت داشته باشد، رابطه کار را قطع نماید. در صورتیکه قطع رابطه کار از طرف کارفرما باشد وی ملزم به پرداخت حقوق تمام دوره آزمایشی خواهد بود و چنانچه کارگر رابطه کار را قطع نماید، کارگر فقط مستحق دریافت حقوق مدت انجام کار خواهد بود.

۱۱- مدت دوره آزمایشی قرارداد کار:

مدت دوره آزمایشی باید در قرارداد کار مشخص شود حداکثر این مدت برای کارگران ساده و نیمه ماهر یک ماه و برای کارگران ماهر و دارای تخصص سطح بالا سه ماه می باشد.

۱۲- تغییر حقوقی در وضع مالکیت کارگاه:

هرگونه تغییر حقوقی در وضعیت مالکیت کارگاه، از قبیل فروش یا انتقال به هر شکل، تغییر نوع تولید، ادغام در مؤسسه دیگر، ملی شدن کارگاه، فوت مالک و امثال اینها در رابطه قراردادی کارگرانی که قرارداد شان قطعیت یافته است، مؤثر نمی باشد و کارفرمای جدید قائم مقام حقوق و تعهدات کارفرمای سابق خواهد بود.

۱۳- طرق خاتمه قرارداد کار:

فوت کارگر - ازنشستگی کارگر - از کار افتادگی کلی کارگر با مدت موقت و عدم تجدید صریح یا ضمنی آن - پایان کار در قراردادهای مربوط به کار معین - استعفای کارگر

۱۴- شرایط استعفاء:

کارگری که استعفا می کند موظف است یک ماه به کار خود ادامه داده و بدو استعفای خود را کتباً به کارفرما اطلاع دهد و در صورتیکه حداکثر ظرف مدت ۱۵ روز انصراف خود را کتباً به کارفرما اعلام نماید استعفای وی منتفی تلقی می شود و کارگر موظف است رونوشت استعفاء و انصراف از آن را به انجمن صنفی و یا نماینده کارگران تحویل دهد.

۱۵- تغییر در شرایط کار:

هر نوع تغییر عمده در شرایط کار که بر خلاف عرف معمول کارگاه یا محل کار باشد پس از اعلام موافقت کتبی اداره کار و امور اجتماعی محل قابل اجرا است. در صورت بروز اختلاف رأی هیأت حل اختلاف قطعی و لازم الاجرا است.

۱۶-- قصور کارگر در انجام وظیفه یا نقض آئین نامه های انضباطی کارگاه:

هرگاه کارگر در انجام وظایف محوله قصور ورزد و یا آئین نامه های انضباطی کارگاه را پس از تذکرات کتبی نقض نماید کارفرما حق دارد در صورت اعلام نظر مثبت شورای اسلامی کار علاوه بر مطالبات و حقوق معوقه به نسبت هر سال به وی پرداخت و قرارداد کار را فسخ نماید « حق سنوات » سابقه کار معادل یک ماه آخرین حقوق کارگر را به عنوان در واحدهای فاقد شورای اسلامی کار نظر مثبت انجمن صنفی لازم است، در هر مورد از موارد

یاد شده یا در کارگاههای فاقد شورای اسلامی کار یا تشکل کارگری دیگر، اگر مسأله با توافق حل نشد به هیأت تشخیص و در صورت اعتراض به هیأت حل اختلاف ارجاع خواهد شد. در طول مدت رسیدگی مراجع حل اختلاف قرارداد به حالت تعلیق در می آید.

۱۷- ساعت کار:

مدت زمانی است که کارگر نیرو یا وقت خود را به منظور انجام کار در اختیار کارفرما قرار می دهد. ساعت کارقانونی در هفته ۴۴ ساعت می باشد، کارفرما با توافق کارگران یا نماینده آنها می تواند ساعات کار را در بعضی از روزهای هفته کمتر از میزان مقرر و در دیگر روزها اضافه بر آن میزان تعیین کند، شرط آنکه مجموع ساعت کار در هفته از ۴۴ ساعت تجاوز نکند. در کارهای سخت و زیان آور ساعت کار در هفته ۳۶ ساعت می باشد.

۱۸- کارهای سخت و زیان آور:

کارهایی است که در آنها عوامل فیزیکی، شیمیایی، مکانیکی، بیولوژیکی محیط کار غیر استاندارد بوده که در اثر اشتغال کارگر تنشی به مراتب بالاتر از ظرفیت های طبیعی، در وی ایجاد گردد که نتیجه آن بیماری شغلی و عوارض ناشی از آن می باشد.

۱۹-انواع مشاغل سخت و زیان آور:

الف - کارهایی که صفت سخت و زیان آوری با ماهیت شغل وابستگی دارد اما می توان با بکارگیری تمهیدات بهداشتی، ایمنی و تدابیر فنی مناسب توسط کارفرما سخت و زیان آوری آنها را حذف نمود.

ب - کارهایی که ماهیتاً سخت و زیان آور بوده و با بکارگیری تمهیدات بهداشتی و تدابیر فنی توسط کارفرما صفت سخت و زیان آوری آنها کاهش یافته ولی کما کان سخت و زیان آوری آنها حفظ می گردد.

۲۰- شرایط بازنشستگی در کارهای سخت و زیان آور:

۲۱ سال متوالی یا ۲۵ سال متناوب پرداخت حق بیمه در کارهای سخت و زیان آور

بدون شرط سنی

۲۱- سایر مقررات:

ساعت کار در کارهای سخت و زیان آور: در هفته ۳۶ ساعت و روزانه ۶ ساعت مرخصی سالیانه در کارهای سخت و زیان آور ۵ هفته ممنوعیت ارجاع کار سخت و زیان آور به کارگران زن و نوجوان ممنوعیت ارجاع اضافه کار به کارگرانی که در کارهای سخت و زیان آور اشتغال دارند.

۲۲- کار روز، کار شب، کار مختلط و کار متناوب

کار روز کارهایی است که زمان انجام کار از ساعت ۶ بامداد تا ۱۰ شب میباشد کار شب کارهایی است که زمان انجام کار از ساعت ۱۰ تا ۶ بامداد میباشد. کار مختلط کارهایی است که بخشی از ساعات انجام کار در روز و قسمتی از آن در شب واقع میشود. کار متناوب کاری است که نوعاً در ساعات متوالی انجام نمییابد بلکه در ساعت معینی از شبانه روز صورت میگیرد.

۲۳- بیمه:

کارفرمایان کارگاههای مشمول قانون کار مکلفند بر اساس قانون تأمین اجتماعی نسبت به بیمه نمودن کارگران واحد خود اقدام نمایند.

۲۴- مراجع حل اختلاف:

در صورت بروز اختلاف بین کارفرما و کارگر که ناشی از اجرای قانون کار و سایر مقررات، موافقت نامه های کارگاهی یا پیمانهای دسته جمعی کار باشد. در مرحله اول از طریق سازش مستقیم بین کار فرما و کارگر یا نمایندگان آنها و در صورت عدم سازش از طریق هیأتهای تشخیص و حل اختلاف رسیدگی و حل و فصل خواهد شد.

۲۵- بیمه بیکاری:

یکی از حمایتهای تأمین اجتماعی است که سازمان تأمین اجتماعی مکلف است با دریافت حق بیمه مقرر، به بیمه شدگانی که طبق مقررات این قانون بیکار میشوند مقرری بیمه بیکاری پرداخت نماید.

۲۶- گروههای مستثنی از مقررات قانون بیمه بیکاری:

بازنشستگان و از کارافتادگان کلی صاحبان حرف و مشاغل آزاد و بیمه شدگان اختیاری اتباع

۲۷- بیکار:

از نظر قانون بیمه بیکاری، بیمه شده ای است که بدون میل و اراده بیکار شده و آماده کار باشد. با توجه به رأی وحدت رویه و دیوان عدالت اداری، بیکاری کارگرانی که بدلیل اتمام قرارداد مدت موقت بیکار میشوند، بدون میل و اراده نیست.

۲۸- شرایط احراز:

بدلیل اتمام قرارداد کار موقت بیکار نشده باشد. قبل از بیکار شدن حداقل ۶ ماه سابقه پرداخت حق بیمه را داشته باشد. ظرف ۳۰ روز از تاریخ بیکاری مراتب بیکاری و آمادگی خود را برای اشتغال بکار به واحد کار و امور اجتماعی محل اطلاع دهد. مراجعه بعد از ۳۰ روز با عذر موجه و تشخیص هیأت حل اختلاف تا ۳ ماه امکان پذیر است. در دورههای کارآموزی و سواد آموزی که معرفی شود شرکت نماید.

۲۹- موارد قطع مقرری بیمه بیکاری:

- اشتغال مجدد

- خودداری از شرکت در دورههای کارآموزی یا سواد آموزی بدون عذر موجه

- عدم مراجعه به واحدهای کار و امور اجتماعی در تاریخهای اعلام شده توسط واحد کار و امور اجتماعی

ب: قوانین و مقررات مالیاتی

انواع مالیات در ایران کدامند؟

مالیات دارای انواع مختلفی است که هر کدام با توجه به کارکردهای خود در اقتصاد به کار گرفته می شود. مالیات بر اساس چگونگی تعلق به کالاهای مورد مالیات به مالیات مستقیم و غیرمستقیم تقسیم می شود.

۱- مالیات مستقیم

که مستقیماً از دارائی یا درآمد افراد گرفته می شوند و شامل مالیات بر دارائی و مالیات بر درآمد هستند؛ همان طور که از نام این مالیات ها مشخص است بدون هیچ واسطه ای بر درآمد افراد و یا سازمان ها و مؤسسات اقتصادی اعمال می شوند و توسط مأموران مالیاتی به طور مستقیم وصول می شوند. نمونه بارز این مالیات ها، مالیاتی است که دولت به طور مستقیم از حقوق کارمندان خود کسر می کند.

الف - مالیات بر درآمد: این مالیات همان گونه که از نام آن پیداست از درآمد اشخاص وصول می شود و دارای انواع مختلفی است که شامل:

مالیات بر درآمد املاک

مالیات بر درآمد مشاغل

مالیات بر درآمد اشخاص حقوقی

مالیاتی است که از جمع درآمد شرکتها و درآمد ناشی از فعالیتهای انتفاعی سایر اشخاص حقوقی که از منابع مختلف در ایران یا خارج از ایران تحصیل می شود پس از وضع زیانهای حاصل از منابع غیرمعاف و کسر معافیههای مقرر به استثنای مواردی که طبق مقررات قانون دارای نرخ جداگانه ای می باشد.

مالیات بر ارث

مالیاتی است که در نتیجه فوت شخص اعم از فوت واقعی یا فرضی بر اموال باقی مانده متوفی طبق قانون تعلق می گیرد.

مالیات سالانه املاک

مالیات مستغلات مسکونی خالی

مالیات بر اراضی بایر

۲- مالیات غیرمستقیم:

مالیاتی است که با واسطه و به طور غیرمستقیم از شهروندان گرفته می شود. مالیات غیرمستقیم در شکل های گوناگونی قابل پیاده شدن می باشد و پرداخت آن نیز با اینکه بر دوش همگان می باشد ولی محسوس نیست و به طور معمول عموم مردم وجود آن را احساس نمی کنند. این مالیات، غالباً بر قیمت کالاها و خدمات اضافه شده و به مصرف کننده منتقل می گردد و شامل مالیات بر واردات و مالیات بر معاملات است.

اظهارنامه مالیاتی اشخاص حقوقی:

معمولاً تا چهار ماه بعد از اتمام سال مالی فرصت داریم فرم خام اظهارنامه مالیاتی را در حوزه مالیاتی و یا از طریق اینترنت دریافت کنیم و پس از تکمیل، آن را به حوزه مالیاتی تحویل دهیم و رسید دریافت نماییم. اگر این کار را انجام بدهیم، اولین شرط قبول دفاتر جهت رسیدگی مالیاتی را حاصل کرده ایم و میتوانیم از میزان معافیت سالانه ماده ۱۸۱ استفاده کنیم.

دفاتر: شامل دفتر روزنامه و کل (پلمپ توسط اداره ثبت) دفتر درآمد هزینه (پلمپ توسط ممیز مربوطه) مالیات های تکلیفی:

مالیات های تکلیفی مالیات هایی هستند که ما تکلیف داریم آنها را از پرداختی هایمان به اشخاص ثالث کم کنیم و به اداره دارایی پرداخت نمایی. این مالیات باید از پرداختی ما به اشخاص ثالث حقیقی یا حقوقی کسر شود و به حساب اداره دارایی واریز گردد. در صورت عدم انجام این کار، اداره دارایی میزان مالیات تکلیفی را محاسبه نموده و آن را از ما مطالبه خواهد کرد و ما مکلف به پرداخت جریمه نیز می شویم.

مالیات بر ارزش افزوده

مالیات بر ارزش افزوده یک نوع مالیات غیر مستقیم بر مصرف است که به کلیه مراحل تولید و توزیع کالا و خدمات تعلق می گیرد. بنابراین فروشندگان هنگام فروش کالا، ۹ درصد از قیمت کالا را مازاد بر قیمت فروش، از خریداران دریافت می کنند. میزان مالیات بر ارزش افزوده جمعاً ۹ درصد از قیمت کالای فروخته شده است

بحث آزاد

انواع شرکتهای تجارتي:

بر اساس ماده ۲۰ قانون تجارت شرکتهای تجارتي عبارتند از:

- ۱- شرکت سهامی
- ۲- شرکت با مسئولیت محدود
- ۳- شرکت تضامنی
- ۴- شرکت مختلط غیر سهامی
- ۵- شرکت مختلط سهامی
- ۶- شرکت نسبی
- ۷- شرکت تعاونی تولید و مصرف

شرکت سهامی: (ماده ۱ قانون اصلاح موادی از قانون تجارت)

شرکت سهامی - شرکتي است که سرمایه آن به سهام تقسیم شده و مسئولیت صاحبان سهام محدود به مبلغ اسمی سهام آنهاست.

شرکت با مسئولیت محدود: (ماده ۹۴ قانون تجارت)

شرکت با مسئولیت محدود - شرکتي است که بین دو یا چند نفر برای امور تجارتي تشکیل شده و هر یک از شرکاء بدون اینکه سرمایه به سهام یا قطعات سهام تقسیم شده باشد فقط تا میزان سرمایه خود در شرکت مسئول قروض و تعهدات شرکت هستند

شرکت تضامنی: (ماده ۱۱۶ قانون تجارت)

شرکت تضامنی - شرکتي است که تحت اسم مخصوص برای امور تجارتي بین دو یا چند نفر با مسئولیت تضامنی تشکیل میشود: اگر دارایی شرکت برای تادیه تمام قروض کافی نباشد هر یک از شرکاء مسئول پرداخت تمام قروض شرکت است. هر قراری که بین شرکاء برخلاف این ترتیب داده شده باشد در مقابل اشخاص ثالث کان لم یکن است.

شرکت مختلط غیر سهامی: (ماده ۱۴۱ قانون تجارت)

شرکت مختلط غیر سهامی - شرکتی است که برای امور تجاری تحت اسم تجاری مخصوص بین یک یا چند نفر شریک ضامن و یک یا چند نفر شریک با مسئولیت محدود بدون انتشار سهام تشکیل میشود. شریک ضامن مسئول کلیه قروضی است که ممکن است علاوه بر دارایی شرکت پیدا شود. شریک با مسئولیت محدود کسی است که مسئولیت او فقط تا میزان سرمایهای است که در شرکت گذارده و یا بایستی بگذارد. در اسم شرکت باید عبارت شرکت مختلط و لااقل اسم یکی از شرکاء ضامن قید شود.

شرکت مختلط سهامی: (ماده ۱۶۲ قانون تجارت)

شرکت مختلط سهامی - شرکتی است که تحت اسم مخصوصی بین یک عده شرکای سهامی و یک یا چند نفر شریک ضامن تشکیل میشود. شرکاء سهامی کسانی هستند که سرمایه آنها به صورت سهام یا قطعات سهام متساوی القیمت درآمده و مسئولیت آنها تا میزان همان سرمایه است که در شرکت دارند. شریک ضامن کسی است که سرمایه او به صورت سهام در نیامده و مسئول کلیه قروضی است که ممکن است علاوه بر دارایی شرکت پیدا شود.

شرکت نسبی: (ماده ۱۸۳ قانون تجارت)

شرکت نسبی - شرکتی است که برای امور تجاری تحت اسم مخصوص بین دو یا چند نفر تشکیل و مسئولیت هر یک از شرکاء به نسبت سرمایهای است که در شرکت گذاشته است.

شرکت تعاونی تولید و مصرف: (ماده ۱۹۰ قانون تجارت)

- شرکت تعاونی تولید و مصرفی شرکتی است که بین عده ای از ارباب حرف تشکیل میشود و شرکاء مشاغل خود را برای تولید و فروش اشیاء یا اجناس به کار میبرند. شرکت تعاونی مصرف شرکتی است که برای مقاصد ذیل تشکیل میشود: فروش اجناس لازمه برای مصارف زندگانی اعم از اینکه اجناس مزبوره را شرکاء ایجاد کرده یا خریده باشند. تقسیم نفع و ضرر بین شرکاء به نسبت خرید هر یک از آنها.

با آرزوی موفقیت