

# مهارت‌ها و قوانین کسب‌وکار



سیدسعید میرواحدی

(عضو هیئت علمی دانشگاه علامه طباطبائی)

محمدتقی طغرائی

(عضو هیئت علمی دانشگاه هنر اصفهان)

سمیه هاشمی، نگار الهوردی



دانشگاه  
علمی کاربردی

وزارت معارف و اوقاف و صنایع مستظرفه



مرکز نشر دانشگاهی

### مهارت‌ها و قوانین کسب و کار

سیدسعید میرواحدی، محمدتقی طغرائی، سمیه هاشمی، نگار الهوردی



ویراسته هایده عبدالحسین زاده  
حروفچین و صفحه‌آرا: مرضیه دین پناه  
طراح جلد: علیرضا دربانی  
مرکز نشر دانشگاهی  
چاپ اول ۱۳۹۷  
تعداد ۵۰۰  
چاپ صحافی:  
تومان

نشانی فروشگاه مرکزی: خیابان انقلاب، رویه‌روی سینما سپیده، پاساژ خیبری، تلفن: ۶۶۴۰۸۸۹۱، ۶۶۴۱۰۶۸۶

فروش اینترنتی: [www.bookiup.ir](http://www.bookiup.ir)

حق چاپ برای مرکز نشر دانشگاهی و دانشگاه جامع علمی کاربردی محفوظ است  
فهرست‌نویسی پیش از انتشار کتابخانه ملی جمهوری اسلامی ایران

عنوان و نام پدیدآور:

مشخصات نشر: تهران: مرکز نشر دانشگاهی، ۱۳۹۷؛ دانشگاه جامع علمی کاربردی

مشخصات ظاهری:

فروست: مرکز نشر دانشگاهی؛ هنر:

شابک:

وضعیت فهرست‌نویسی: فیا

یادداشت:

یادداشت:

موضوع:

شناسه افزوده:

شناسه افزوده:

شناسه افزوده: مرکز نشر دانشگاهی

رده‌بندی کنگره:

رده‌بندی دیویی:

شماره کتابشناسی ملی:

بسم الله الرحمن الرحيم

## فهرست

صفحه	عنوان
۱	سرآغاز
۳	بخش اول: مهارت‌های کسب و کار
۵	فصل اول: اصول کسب و کار
۵	۱. تعریف کسب و کار
۷	۲. انواع کسب و کار
۱۴	۳. کسب و کارهای ارزش‌آفرین
۱۵	پرسش‌هایی برای خودآزمایی
۱۶	منابع
۱۸	فصل دوم: طرح کسب و کار
۱۸	۱. طرح کسب و کار و اجزای آن
۳۱	۲. امکان‌سنجی یا طرح توجیه اقتصادی
۳۷	پرسش‌هایی برای خودآزمایی
۳۸	منابع
۳۹	فصل سوم: مهارت‌های ارتباطی و فنون مذاکره
۳۹	۱. تعریف ارتباطات
۴۱	۲. ویژگی‌های ارتباطات
۴۱	۳. انواع ارتباطات



صفحه	عنوان
۴۳	۴. مهارت‌های برقراری ارتباط
۴۴	۵. ارتباطات در محیط کسب و کار
۴۵	۶. ارتباطات مدیران با ذی‌نفعان
۴۶	۷. مهارت‌های ارتباط با مشتریان
۴۹	۸. مهارت‌های عمومی استفاده از ابزارهای رسانه‌ای
۵۱	۹. اصول و فنون مذاکره
۵۹	پرسش‌هایی برای خودآزمایی
۵۹	منابع
۶۱	<b>بخش دوم: قوانین کسب و کار</b>
۶۲	<b>فصل چهارم: آشنایی با قانون کار</b>
۶۲	۱. دایره شمول قانون کار
۶۳	۲. تعاریف کلی قانون کار
۶۶	۳. برخی مواد مهم قانون کار
۶۷	۴. حقوق کارگر و کارفرما
۶۹	۵. قرارداد کار
۷۴	۶. شرایط کار و تعاریف آن
۷۹	۷. شرایط کار زنان
۸۰	۸. شرایط کار نوجوانان
۸۰	۹. حل دعاوی کار
۸۲	۱۰. تعاریف و کلیات قانون تأمین اجتماعی
۸۵	۱۱. حوادث و بیماری‌ها
۸۷	۱۲. ازکارافتادگی
۸۸	۱۳. بازنشستگی
۹۰	۱۴. مستمری بازماندگی
۹۱	پرسش‌هایی برای خودآزمایی
۹۲	منابع
۹۳	<b>فصل پنجم: قوانین تجاری، گمرکی و بانکی</b>





صفحه	عنوان
۹۳	۱. قانون تجارت
۹۴	۲. انواع شرکت‌های تجاری و نحوه ثبت آنها
۱۰۰	۳. ثبت شرکت‌های تجاری
۱۰۱	۴. ثبت علائم تجاری و طرح‌های صنعتی
۱۰۳	۵. دفاتر تجاری
۱۰۴	۶. اسناد تجاری و بانکی
۱۰۷	۷. قوانین گمرکی
۱۱۱	۸. بیمه‌های تجاری
۱۱۴	پرسش‌هایی برای خودآزمایی
۱۱۵	منابع
۱۱۶	<b>فصل ششم: قوانین و مقررات مالیاتی</b>
۱۱۶	۱. مالیات و انواع آن
۱۲۵	۲. اظهارنامه مالیاتی و تنظیم آن
۱۵۵	پرسش‌هایی برای خودآزمایی
۱۵۵	منابع
۱۵۶	<b>بخش سوم: بهره‌وری و مفاهیم پایه آن</b>
۱۵۷	<b>فصل هفتم: بهره‌وری</b>
۱۵۸	۱. تاریخچه بهره‌وری
۱۵۸	۲. وجوه مختلف بهره‌وری
۱۵۹	۳. تفاوت بهره‌وری و تولید
۱۵۹	۴. کارایی
۱۶۰	۵. اثربخشی
۱۶۰	۶. عوامل مؤثر در بهبود بهره‌وری
۱۶۴	پرسش‌هایی برای خودآزمایی
۱۶۴	منابع





## سر آغاز

کارآفرینی و مدیریت کسب و کار در سال‌های اخیر مورد توجه بسیاری از سیاست‌گذاران کشور بوده است. کارآفرینی به نوعی نسخه نجات‌بخش اقتصاد و دارویی برای درمان معضلاتی نظیر بیکاری معرفی شده است. این تأکید که در قوانین بالادستی کشور نمود یافته است حاکی از اهمیت روزافزون کارآفرینی و رشد کسب و کارهای کوچک است. از همین رو، سازمان‌های دخیل در حوزه‌های آموزشی اغلب کوشیده‌اند دروس و دوره‌هایی مرتبط با حوزه کارآفرینی و کسب و کار را به برنامه‌های درسی دانش‌آموزان و دانشجویان اضافه کنند.

راه‌اندازی کسب و کار و کارآفرینی کار ساده‌ای نیست و نیاز به آشنایی با برخی مهارت‌ها و قوانین دارد. کتاب حاضر با هدف تأمین این نیاز برای دانشجویان عزیز تهیه و تدوین شده است و در سه بخش به ارائه برخی مهارت‌های حوزه کسب و کار، قوانین مورد نیاز کارآفرینان و مفاهیم بهره‌وری پرداخته است.

در بخش اول، مهارت‌هایی نظیر آشنایی با اصول، تهیه طرح کسب و کار، و مهارت‌های ارتباطی و مذاکرات تجاری مورد بحث قرار گرفته است. بخش دوم شامل برخی قوانین مورد نیاز کارآفرینان و مدیران نظیر قانون کار، قوانین بانکی و گمرکی و قوانین مالیاتی است. در بخش سوم نیز مبحث بهره‌وری به صورت اجمالی ارائه شده است.

در این کتاب تلاش شده مسائل حوزه کسب و کار به بیان ساده همراه با مثال‌های روشن طرح گردد تا درک مطالب گاه ثقیل در حوزه قوانین برای خوانندگان ساده شود.

در حوزه قوانین مربوط به کسب و کار سعی بر این بوده که مهم‌ترین قوانین مورد نیاز به بیان ساده مطرح و از ورود به مباحث حقوقی خودداری شود. امید است این کتاب به کارآفرینان عزیز در اداره کسب و کارشان یاری رساند تا قدمی هرچند کوچک در مسیر توسعه کارآفرینی در کشور عزیزمان برداشته شود.

دکتر سید سعید میرواحدی

دکتر محمدتقی طغرابی

سمیه هاشمی

نگار الهوردی‌زاده





بخش اول  
مهارت‌های کسب و کار



## فصل اول: اصول و کسب و کار



### اهداف این فصل

بعد از مطالعه این فصل می‌توانید:

- کسب و کار را تعریف کنید و انواع آن را برشمارید.
- تفاوت‌های اصلی کسب و کارها را ذکر کنید.
- کسب و کار ارزش‌آفرین را بشناسید و تفاوت آن را با سایر کسب و کارها درک کنید.

### ۱. تعریف کسب و کار

به فعالیت‌های تولیدی، خدماتی و خرید و فروش کالاها و خدمات با هدف سودآوری، کسب و کار<sup>۱</sup> می‌گویند. مثلاً مغازه فروش لوازم خانگی، کارخانه تولید مواد غذایی یا شرکت ارائه‌دهنده خدمات تاکسی اینترنتی همگی مثال‌هایی از کسب و کار هستند. از جمله ویژگی‌های هر کسب و کار، معامله کالاها و خدمات برای کسب ارزش، تکرار معاملات، انگیزه سود (مهم‌ترین محرک اداره امور کسب و کار) و فعالیت توأم با خطرپذیری<sup>۲</sup> است. انگیزه رشد و توسعه نیز ویژگی مهم دیگر هر کسب و کار است.

---

1. business

2. risk

حرکت در مسیر رشد و توسعه با نگاه به آینده است که خود عدم اطمینان<sup>۱</sup> به همراه دارد. لذا خطرپذیری کسب و کارها در اینجا نیز خود را نمایان می‌سازد. کسب و کارها به‌خصوص کسب و کارهای کوچک و متوسط<sup>۲</sup> قالب اصلی ساختار توسعه اقتصادی کشورها هستند. تعدد کسب و کارهای مختلف در هر جامعه، علاوه بر افزایش درآمد و سود مادی و غیرمادی که برای صاحبان و ذی‌نفعان آنها به همراه دارد، منجر به رشد و توسعه اقتصادی و نیز رشد و پیشرفت مادی و غیرمادی جوامع می‌شود. بنابراین، برای دستیابی به این موفقیت‌ها لازم است که دولت‌ها فضای مناسب برای فعالیت کسب و کارها را فراهم سازند. اصلاح و تقویت فعالیت کسب و کارها منجر به بهبود و رونق فضای تولید و ارائه خدمات، مشارکت بیشتر بخش خصوصی در عرصه اقتصاد، ارتقای سطح اشتغال و در نهایت ورود سرمایه‌گذاران خارجی به کشور می‌گردد.

به این ترتیب، راه‌اندازی کسب و کارها به‌ویژه کسب و کارهای کوچک و متوسط یکی از الزامات توسعه اقتصادی کشورها و دارای اهمیت بسیار است و می‌تواند مزایایی از جمله استقلال اقتصادی، افزایش اعتماد به نفس، رشد و توسعه چرخه‌های تولیدی و خدماتی کشور، افزایش تولیدات داخلی، اشتغال‌زایی و کاهش جرایم و آسیب‌های اجتماعی را به همراه داشته باشد. در سیاست‌های کلی برنامه پنجم و ششم توسعه کشور نیز بهبود فضای کسب و کار، ثبات محیط کلان اقتصادی، توجه به زیرساخت‌های مورد نیاز ارتباطی، اطلاعاتی، حقوقی، علمی و فناورانه و نیز کاهش خطرپذیری کسب و کارها مد نظر مسئولان سیاست‌گذار قرار گرفته است.

هدف کسب و کار فقط به دست آوردن سود اقتصادی نیست. سود به نوعی لازمه حفظ بقای کسب و کار است، ولی برای رشد آن کافی نیست. به طور خلاصه، کسب و کارها باید اهداف اقتصادی (نظیر کسب سود) و اهداف اجتماعی و فرهنگی داشته باشند. در بُعد اجتماعی می‌توان به تولید محصولات باکیفیت و دوستدار طبیعت اشاره کرد و در بُعد فرهنگی به ارتقای سطح فرهنگ افراد جامعه از طریق تأثیرگذاری مستقیم و غیرمستقیم. ساختن مدارس و ایجاد مکان‌های فرهنگی (تأثیر مستقیم) و فرهنگ‌سازی برای استفاده از غذاهای سالم یا انجام وظایف شهروندی که در تبلیغات برخی کالاها و

1. uncertainty
2. Small and Medium-sized Enterprises (SMEs)

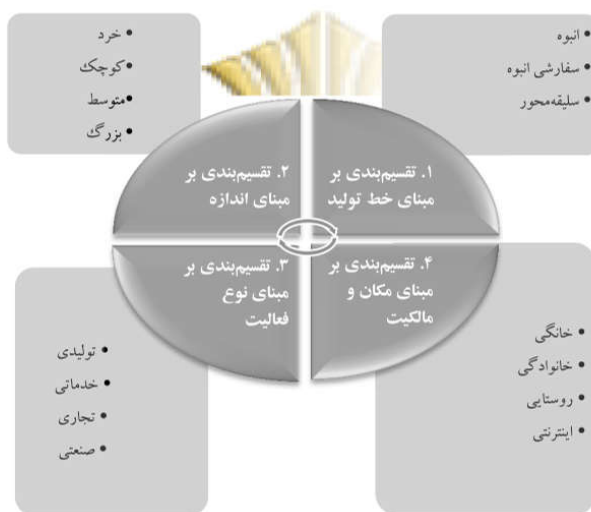


## ۷ اصول و کسب و کار

خدمات مشاهده می‌شود (تأثیر غیرمستقیم) مثال‌هایی از اهداف فرهنگی است. نوآوری نیز یکی از اهداف مهم کسب و کار است که به نوعی ضامن دوام بلندمدت آن در بازار است. بدون نوآوری، بسیاری از کسب و کارها قادر به ادامه فعالیت نخواهند بود. کاتلر<sup>۱</sup> معتقد است کسب و کار عملاً به معنای نوآوری و بازاریابی است و بدون این دو عنصر هر کسب و کاری محکوم به ناپودی است.

## ۲. انواع کسب و کار

کسب و کارها انواع مختلفی دارند که رایج‌ترین دسته‌بندی آنها در شکل ۱.۱ نشان داده شده است. در ادامه به توضیح این کسب و کارها خواهیم پرداخت.



شکل ۱.۱ انواع کسب و کار و تقسیم‌بندی‌های آنها.

### تقسیم‌بندی بر مبنای خط تولید

تولید انبوه<sup>۱</sup>: تولید انبوه به معنای ساخت کالاهای مشابه به تعداد زیاد است. مثلاً کارخانه‌ای که یک مدل خاص از گوشی‌های هوشمند را تولید می‌کند یا کارخانه تولید مواد غذایی مانند بیسکویت با نام تجاری خاص به تولید انبوه یک کالا به تعداد زیاد می‌پردازند. در این روش، از ماشین‌آلات صنعتی و کارکنانی با مهارت‌ها و تخصص‌های مختلف استفاده می‌شود. عموماً هر نفر یا هر گروه از کارکنان بر ساخت یک قسمت از کالا متمرکزند و آن را تولید یا مونتاژ می‌کنند.

تولید سفارشی انبوه<sup>۲</sup>: تولید سفارشی انبوه، تولید کالا و محصولی بر طبق نظر و خواسته و سلیقه مشتریان است. این نوع تولید هزینه‌های بالاتری نسبت به تولید انبوه دارد. در این روش، مشتری قادر است براساس گزینه‌هایی که تولیدکننده در اختیار او می‌گذارد محصول نهایی را تغییر دهد و منطبق با نیازهای خود سازد. مثلاً شرکت لنوو<sup>۳</sup> به خریداران لپ‌تاپ این اختیار را داده است تا برخی ویژگی‌های محصول مانند رنگ، مشخصات فنی یا لوازم جانبی را در محدوده‌ای که شرکت اعلام می‌کند تغییر دهند و طبق سلیقه خود درآورند. برای مثال، مشتری می‌تواند رنگ محصول را از بین چهار رنگ ارائه‌شده شرکت انتخاب و آن را شخصی‌سازی کند.

تولید سلیقه‌محور<sup>۴</sup>: این نوع تولید به معنای ساخت کالا و محصول مطابق نیاز، خواسته و سلیقه هر مشتری است. تولید سلیقه‌محور از این نظر با تولید سفارشی تفاوت دارد که در روش سفارشی، مشتری از بین گزینه‌هایی که شرکت در اختیار او قرار داده یکی را انتخاب می‌کند ولی در روش سلیقه‌محور، تولید دقیقاً مطابق خواسته مشتری صورت می‌گیرد. مثلاً شرکت لنوو صرفاً چهار رنگ در اختیار مشتریان می‌گذارد تا از بین آنها انتخاب کنند، حال آنکه در تولید سلیقه‌محور هر رنگی که مشتری بخواهد تولید می‌شود. ناگفته پیداست که این نوع تولید نیازمند انعطاف‌پذیری بیشتر شرکت و خط تولید است و در نتیجه، هزینه‌های بیشتری هم دارد. برای مثال، طراحان مدی که طبق خواسته و نظر مشتریان سرشناس لباسی را طراحی و تولید

- 
1. mass production
  2. mass customization
  3. Lenovo
  4. customerization

می‌کنند عملاً تولید سلیقه‌محور انجام می‌دهند. این لباس منحصر به فرد است و صرفاً برای همان مشتری تولید می‌شود.

### تقسیم‌بندی بر مبنای اندازه

برای تعریف اندازه شرکت از شاخص‌های متعددی نظیر تعداد نیروی انسانی، میزان سرمایه، سهم بازار، تعداد تولیدات، میزان فروش و متغیرهای دیگر استفاده می‌شود. هریک از این تعاریف نقاط ضعف و قوت خاص خود را دارند. برای مثال، بسیاری از شرکت‌های فعال در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات<sup>۱</sup> سهم بازار بزرگی در صنعت خود دارند، حال آنکه سرمایه و نیروی انسانی آنها کمتر است. بنابراین برای درک درست‌تر اندازه شرکت‌ها باید به همه متغیرها توجه داشت و توجه به یک متغیر گاه باعث ایجاد خطا در ارزیابی می‌شود.

یکی از شاخص‌ها و استانداردهای پذیرفته‌شده در محاسبه اندازه شرکت‌ها تعداد شاغلین یا نیروی انسانی آنهاست که تعریف واحدی هم ندارد و از کشوری به کشور دیگر متفاوت است. بر مبنای این استاندارد، اغلب کسب و کارها به چهار دسته تقسیم می‌شوند. این چهار دسته بنا بر تعریف اداره آمار بانک مرکزی جمهوری اسلامی ایران به شرح زیر است:

**کسب و کار خرد<sup>۲</sup>:** به کسب و کارهایی که کمتر از ۱۰ نفر نیروی کار داشته باشند کسب و کار خرد می‌گویند. مثلاً یک کارگاه تولید صنایع دستی با ۶ نفر نیروی کار یک کسب و کار خرد است.

**کسب و کار کوچک<sup>۳</sup>:** به کسب و کارهایی که ۱۱ تا ۴۹ نفر نیروی انسانی داشته باشند عموماً کسب و کار کوچک اطلاق می‌شود. برای نمونه، می‌توان از یک شرکت تولید نرم‌افزارهای مالی و اداری با ۳۵ نفر نیروی کار به عنوان یک شرکت کوچک نام برد.

**کسب و کار متوسط<sup>۴</sup>:** کسب و کارهای متوسط معمولاً به کسب و کارهایی گفته می‌شود که ۵۰ تا ۹۹ نفر نیروی انسانی داشته باشند. یک کارخانه کوچک تولید جاروبرقی صنعتی با ۷۲ نفر نیروی کار یک کسب و کار متوسط خواهد بود.

1. Information and communications technology (ICT)
2. micro business
3. small business
4. medium business

کسب و کارهای خرد، کوچک و متوسط ویژگی‌های مشترکی دارند که آنها را از کسب و کارهای بزرگ متمایز می‌کند و در عین حال سبب شکل‌گیری سبک جدیدی از تفکر و تصمیم‌گیری در اغلب حوزه‌های مالی، بازاریابی، منابع انسانی و غیره در این شرکت‌ها می‌شود. این ویژگی‌ها در شکل ۲.۱ ارائه شده است.

در این کسب و کارها، منابع مالی و غیرمالی محدود است و دسترسی به منابع بیشتر نیز دشوارتر است. ساختار سازمانی اغلب یا وجود ندارد یا بسیار منعطف است. مثلاً مالک کسب و کار خودش اغلب کارها را انجام می‌دهد و تقسیم کار تخصصی وجود ندارد. تصمیم‌گیری‌ها غالباً ساده و موقت‌اند و ماهیت آنها با کسب و کارهای بزرگ‌تر متفاوت است. نظام‌های ارتباط درون‌سازمانی غیررسمی است و کارکنان استقلال و اختیار کافی دارند. به همین دلایل، انتظار می‌رود میزان نوآوری بالا باشد. در حوزه بازاریابی نیز تصمیمات کارآفرینانه است و فاصله زیادی با تصمیمات بازاریابی کلاسیک و سنتی رایج در کسب و کارهای بزرگ دارد.



شکل ۲.۱ ویژگی‌های کسب و کارهای خرد، کوچک و متوسط.

**کسب و کار بزرگ<sup>۱</sup>:** کسب و کارهای بزرگ به کسب و کارهایی که بیش از ۱۰۰ نفر نیروی کار داشته باشند اطلاق می‌شود. شرکت‌های بزرگ خودروسازی، برخی شرکت‌های داروسازی، شرکت‌های تولید مواد غذایی و محصولات دیگر که نیروی انسانی بیش از ۱۰۰ نفر و گاهی هزاران نفر دارند شرکت‌های بزرگ نام می‌گیرند. مرکز آمار ایران نیز از همین تعریف‌ها برای تقسیم‌بندی کسب و کارها استفاده کرده است. براساس یکی از تصویب‌نامه‌های هیئت وزیران به تاریخ ۹۵/۲/۱۹ شرکت‌ها به دو دسته کمتر از ۵۰ نفر (کوچک) و بین ۵۰ تا ۱۰۰ نفر (متوسط) تقسیم می‌شوند. لذا می‌توان این تعاریف را استانداردهایی برای ارزیابی اندازه شرکت‌ها در نظر گرفت.

#### بیشتر بدانید

چین:

کسب و کارهای خرد: زیر ۵۰ نفر نیروی کار

کسب و کارهای کوچک: ۵۰ تا ۹۹ نفر نیروی کار

کسب و کارهای متوسط: ۱۰۰ تا ۵۰۰ نفر نیروی کار

کسب و کارهای بزرگ: بیش از ۵۰۰ نفر نیروی کار

نیوزیلند:

کسب و کارهای کوچک و متوسط: زیر ۲۰ نفر نیروی کار

اتحادیه اروپا (بر مبنای دو شاخص ترکیبی نیروی کار و گردش مالی):

کسب و کارهای خرد: زیر ۱۰ نفر نیروی کار و کمتر از ۲ میلیون یورو گردش مالی

کسب و کارهای کوچک: زیر ۵۰ نفر نیروی کار و کمتر از ۱۰ میلیون یورو گردش مالی

کسب و کارهای متوسط: زیر ۲۵۰ نفر نیروی کار و کمتر از ۵۰ میلیون یورو گردش مالی

#### تقسیم‌بندی بر مبنای نوع فعالیت

**کسب و کار تولیدی<sup>۲</sup>:** در کسب و کارهای تولیدی، کالا و محصولات مورد نیاز مصرف‌کنندگان با استفاده از منابع و امکانات موجود تهیه و تولید می‌شود. برای مثال، شرکت‌های تولید پوشاک، صنایع غذایی و خودروسازی کسب و کارهای تولیدی هستند.

1. large business

2. manufacturing business

کسب و کار خدماتی<sup>۱</sup>: به کسب و کارهایی که خدمات حمایتی و خدمات مستقیم ارائه می‌دهند کسب و کار خدماتی اطلاق می‌شود. در این نوع کسب و کارها، محصول فیزیکی رد و بدل نمی‌شود و یک خدمت ارائه می‌گردد. خدمت عبارت است از مجموعه فعالیت‌های ناملموسی که به عنوان راه‌حل مشکلات مشتریان ارائه می‌شود. خدماتی مثل بانکداری، انبارداری، بسته‌بندی، و خدمات تبلیغاتی خدمات حمایتی هستند. هدف از ارائه خدمات حمایتی تسهیل داد و ستد کالا بین مشتری و مثلاً یک کسب و کار تولیدی است، نظیر خدمات بانکداری که باعث تسهیل انجام معامله بین یک تولیدکننده و یک مشتری می‌شود. در مقابل، برخی کسب و کارها خدمات مستقیمی به مشتریان خود عرضه می‌کنند و واسطه یا حامی نیستند. مثلاً خدمات بهداشتی یا خدمات بیمه‌ای مستقیماً از طریق ارائه‌دهنده خدمت به مشتری عرضه می‌شوند. وظیفه اصلی کسب و کار خدماتی، برداشتن موانع فردی، مکانی، زمانی، مبادلاتی، دانشی و غیره است.

کسب و کار تجاری<sup>۲</sup>: کسب و کار تجاری شامل خرید و فروش کالاها و خدمات است. کسب و کارهای تجاری براساس اندازه به دو دسته اصلی تجارت عمده‌فروشی و تجارت خرده‌فروشی تقسیم می‌شوند. همچنین بر مبنای میزان پوشش بازار در سه دسته اصلی تجارت منطقه‌ای یا محلی، تجارت ملی و تجارت بین‌المللی قرار می‌گیرند.

کسب و کار صنعتی<sup>۳</sup>: کسب و کارهای صنعتی با تولید کالاهای نهایی، کالاهای واسطه‌ای یا مواد اولیه سر و کار دارند. کالاهای مورد استفاده مشتریان نهایی یا مصرف‌کنندگان را کالاهای مصرفی، و کالاهای مورد استفاده صنایع را کالاهای مولد می‌نامند. با توجه به ماهیت صنایع، این کسب و کارها را می‌توان به صنایع استخراجی (معدنی، کشاورزی، شکار، ماهیگیری و ...)، ژنتیکی (اصلاح نژاد ماکیان، آبزیان، چارپایان و ...)، تولیدی (آهن و فولاد، ماشین، تولید، ریسندگی و بافندگی و ...) و سازه‌ای (سد، جاده، کانال، پل و ...) تقسیم کرد.

- 
1. service business
  2. commercial company
  3. industrial business

## تقسیم‌بندی بر مبنای مکان و مالکیت

کسب و کار خانگی<sup>۱</sup>: به فعالیت‌های اقتصادی که در محل سکونت شخصی و با استفاده از امکانات محدود منازل مسکونی راه‌اندازی می‌شود کسب و کار خانگی می‌گویند. کسب و کار خانگی نقطه شروع مناسبی برای علاقه‌مندان کسب و کار و کارآفرینی است زیرا راه‌اندازی کسب و کار در خانه راحت‌تر و کم‌دردس‌تر است. بسیاری از کسب و کارهای بزرگ امروز نظیر گوگل، اپل، آمازون و مانند آنها از همین نقطه شروع کرده و سپس توسعه یافته‌اند.

**کسب و کار خانوادگی<sup>۲</sup>**: کسب و کارهایی که دو یا چند نفر از اعضای یک خانواده مالکیت و مدیریت آنها را بر عهده دارند کسب و کار خانوادگی‌اند. به عبارت دیگر، کسب و کاری که حداقل ۵۰ درصد از مالکیت آن و بخش عمده تصمیم‌گیری‌های مدیریتی آن بر عهده اعضای یک یا چند خانواده به صورت مشترک باشد کسب و کار خانوادگی نام دارد. بقای هر کسب و کار خانوادگی بر دو عامل مدیریت صحیح و جانشین‌پروری استوار است که با یکدیگر همپوشانی دارند. جانشین‌پروری بزرگترین چالشی است که کسب و کارهای خانوادگی در بلندمدت با آن روبرو می‌شوند.

**کسب و کار روستایی<sup>۳</sup>**: کسب و کارهایی که در روستا و در قالب فعالیت‌های داخلی و خارج از مزرعه شکل می‌گیرند کسب و کار روستایی هستند. اغلب کسب و کارهای روستایی خرد و کوچک‌اند و فعالیت‌های آنها عمدتاً کشاورزی و کارگاهی است. دامداری، مرغداری، گاوداری، پرورش قارچ، و پرورش برخی پرندگان خاص نمونه‌هایی از کسب و کارهای روستایی هستند.

**کسب و کار الکترونیکی یا اینترنتی<sup>۴</sup>**: در کسب و کار اینترنتی، فعالیت‌ها به صورت الکترونیکی و از طریق اینترنت صورت می‌گیرد. با توسعه خدمات اینترنتی، این نوع کسب و کار به شدت در حال توسعه است و به لحاظ سوددهی، حجم تجارت و تعداد کسب و کارهای فعال در این عرصه رشد بسیار سریعی داشته است. در کسب و کار اینترنتی، ذی‌نفعان شامل مشتریان و فروشندگان محصول یا خدمت از طریق وب یا اپلیکیشن‌های موبایلی با یکدیگر در تعامل‌اند. برقراری ارتباط طرفین بسیار ساده و در ۲۴ ساعت شبانه‌روز و ۷ روز هفته امکان‌پذیر است.

1. home business
2. family business
3. rural business
4. e-business or online business

### ۳. کسب و کارهای ارزش آفرین

کسب و کارها را براساس ماهیت ارزش آفرینی می‌توان به دو دسته ارزش آفرین و غیرارزش آفرین تقسیم کرد. ارزش آفرینی به معنای کارآفرینانه بودن کسب و کار است. کسب و کار ارزش آفرین یا کارآفرینانه کسب و کاری است که همواره به دنبال رشد و توسعه است و با خلاقیت و نوآوری تلاش دارد محصولات و خدمات جدید را با شیوه‌های جدید و نوآورانه توزیع، تبلیغ، ترویج و حتی قیمت‌گذاری به دست مشتریان برساند. هر کسب و کاری فارغ از اینکه بزرگ یا کوچک باشد می‌تواند ماهیت کارآفرینانه داشته باشد. برای مثال، شرکت‌های بزرگی همچون گوگل، اپل و سامسونگ در عین حال که کسب و کارهای بزرگی هستند ماهیت کارآفرینانه هم دارند، و این ماهیت مختص شرکت‌های کوچک نیست.

در تعریف کلی می‌توان گفت کسب و کار ارزش آفرین کسب و کاری است که با ارائه یک ارزش ویژه به مشتریان شکل می‌گیرد و به مرور توسعه می‌یابد. ارزش آفرین بودن کسب و کار ارتباطی با اندازه، ماهیت، میزان سرمایه، نوع مالکیت و نظایر آنها ندارد، هرچند این عوامل می‌توانند روند ارزش آفرینی کسب و کار را تسریع یا کند کنند. وقتی صحبت از کسب و کارهای ارزش آفرین یا کارآفرین می‌شود، باید برخی باورهای نادرست در خصوص کارآفرینی را از ذهن دور ساخت. به طور خلاصه این باورهای نادرست را می‌توان شامل موارد زیر دانست:

۱. کارآفرینی اشتغال‌زایی نیست، و ایجاد شغل یکی از نتایج کارآفرینی است. این باور از آنجا آمده است که لغت entrepreneurship به کارآفرینی ترجمه شده است که ترجمهٔ رسایی نیست. می‌توان به جای کارآفرینی از واژهٔ ارزش آفرینی برای توصیف کسب و کارهای جدید و رو به پیشرفت استفاده کرد.<sup>۱</sup>

۲. کارآفرینی یا ارزش آفرینی به معنای مالکیت نیست. اغلب کارآفرینان مالک کسب و کار خود هستند، اما این دو مفهوم با هم تفاوت عمده دارند. هر کارآفرینی لزوماً مالک و هر مالکی لزوماً کارآفرین نیست. گاه افراد زیادی مالک یا سهامدار یک شرکت و کسب و کارند، حال آنکه کارآفرین نیستند. ارزش آفرین بودن یعنی ایده داشتن و خلاق بودن، و این به معنای داشتن برخی ویژگی‌های خاص است که هرکسی در خود ندارد.

۱. دو واژه کارآفرین و ارزش آفرین در این کتاب معادل یکدیگر استفاده شده‌اند. واژه کارآفرین به دلیل جاافتاده بودن بیشتر مورد استفاده قرار گرفته است.



۳. کارآفرینی یا ارزش‌آفرینی به معنای مدیریت کردن نیست. مدیریت کردن نیز، همانند مالکیت، یک مفهوم مجزا از ارزش‌آفرینی است و لزوماً هر کارآفرینی مدیر خوبی نیست و برعکس.

۴. کارآفرینی و ارزش‌آفرینی هم ذاتی است و هم آموزش‌محور. برخی معتقدند صرفاً با آموزش می‌شود کارآفرین تربیت کرد و برخی نیز ذات و جوهرهٔ انسان‌ها را عامل اصلی کارآفرین شدن می‌دانند. اما باید دقت داشت که این دو (ذات و آموزش) مکمل یکدیگرند.

۵. ارزش‌آفرینی در همهٔ عرصه‌ها معنا دارد. ارزش‌آفرینی یا کارآفرینی صرفاً مختص کسب و کارهای اینترنتی یا برخی کسب و کارهای خاص نیست و هر کسب و کاری، چه بزرگ و چه کوچک، می‌تواند یک کسب و کار کارآفرینانه یا ارزش‌آفرین باشد. مثلاً یک سوپر مارکت با ارائهٔ خدمات تحویل رایگان می‌تواند تبدیل به یک کسب و کار ارزش‌آفرین شود.

۶. کارآفرینی صرفاً به معنای راه انداختن یک کسب و کار نیست. اگر کسب و کاری تمایل به رشد و توسعه به عنوان محور اصلی کارآفرینانه بودن نداشته باشد، صرفاً یک کسب و کار کوچک یا بزرگ نام می‌گیرد و ارزش‌آفرین نخواهد بود. بنابراین اگر مثلاً یک خیاط به عنوان صاحب یک کسب و کار کوچک درصدد رشد و توسعهٔ کسب و کار خود باشد، ارزش‌آفرین خواهد بود و در غیر این صورت صرفاً یک کسب و کار خرد شناخته خواهد شد.

## پرش‌هایی برای خودآزمایی

- کسب و کار خرد، کوچک، متوسط و بزرگ را تعریف کنید. چه شاخص‌هایی برای تعیین اندازهٔ کسب و کارها وجود دارد؟
- تولید سلیقه‌محور چیست؟ چرا این نوع تولید برای شرکت‌های کوچک مناسب است؟
- تفاوت اصلی تولید سلیقه‌محور و سفارشی در چیست؟
- کسب و کار خانگی چیست؟ چه تفاوتی با کسب و کار خانوادگی دارد؟
- چند مثال از کسب و کارهای اینترنتی بزنید. ویژگی اصلی این کسب و کارها چیست؟

- کسب و کار ارزش‌آفرین چه ویژگی‌های متمایزی دارد؟ ارزش‌آفرین بودن چه ارتباطی با اندازه شرکت دارد؟
- برخی باورهای نادرست در خصوص کارآفرینی را توضیح دهید.
- چرا کارآفرینی اشتغال‌زایی صرف نیست؟

## منابع

احمدپور داریانی، محمود و فرخ حیاتی (۱۳۸۴)، کارآفرینی در کسب و کار اینترنتی، تهران: محراب قلم.

احمدپور داریانی، محمود و محمد عزیزی (۱۳۸۳)، کارآفرینی، تهران: محراب قلم.  
ایراندوست، عبدالله، محسن قوامی‌پور، روح‌اله ابراهیم‌نژاد و داوود حسین‌پور (۱۳۹۲)، «عوامل کلیدی اثرگذار بر موفقیت کسب و کارهای خانوادگی. اولویت‌بندی با روش تحلیل شبکه‌ای»، توسعه کارآفرینی ۶ (۲): ۵۵-۷۴.

حمیدی‌زاده، محمدرضا، منیژه قره‌چه، مهدی عطایی و میکائیل پشاپادی (۱۳۹۳)، «بررسی تأثیر ابعاد بازاریابی کارآفرینانه بر عملکرد شناسه تجاری مؤسسات کوچک و متوسط آموزشی»، توسعه کارآفرینی ۷ (۲): ۳۲۷-۳۴۷.

رضائی، روح‌الله، نسرین منگلی و لیلا صفا (۱۳۹۴)، «بررسی مفهوم و ابعاد بازاریابی کارآفرینانه و تأثیر آن در کسب و کارهای کوچک»، کارآفرینی در کشاورزی ۲ (۲): ۱-۱۶.

سمیع‌زاده، مهدی، زهرا بهروز آذر و امین کشمیری حق (۱۳۹۳)، مفهوم‌پردازی کارآفرینی و کسب و کار، گزارش کمیسیون کارآفرینی و کسب و کار مجمع تشخیص مصلحت نظام.

طغرای، محمدتقی، مهران رضوانی و سیدحمید خداداد حسینی (۱۳۹۱)، «نگاشت مفهومی سرمایه اجتماعی در بازاریابی بنگاه‌های کارآفرین. مورد: صنایع غذایی»، مدیریت منابع سازمانی ۲ (۱): ۶۸-۹۰.

طغرای، محمدتقی، سیدسعید میرواحدی، سمیه هاشمی، فرشته عزیزی ملک‌آبادی، بهنام نیک‌نژاد و امین حبیبی‌راد (۱۳۹۵)، کارگاه کارآفرینی و تولید (کتاب درسی پایه دهم دوره دوم متوسطه آموزش و پرورش)، تهران: شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی ایران.

- Jones, R. and J. Rowley (2011), "Entrepreneurial Marketing in Small Businesses: A Conceptual Exploration", *International Small Business Journal* 29 (1): 25-36.
- McGraw Hill Companies (2011), *Small Business Idea (Creativity, Opportunity, and Feasibility)*, McGraw Hill Companies.
- Miles, M. P. and J. Darroch (2006), "Large Firms, Entrepreneurial Marketing Processes and the Cycle of Competitive Advantage", *European Journal of Marketing* 40 (5/6): 485-501.
- Robbins, Emily (2014), Big Ideas for Small Business Report 2014, National League of Cities.
- Schollhammer, H. and A. H. Kuriloff (1979), *Entrepreneurship and Small Business Management*, New York: Wiley.
- Smith, P. (2006), Starting *My Own Small Business*, Assistant Director-General for Education UNESCO, A training module on entrepreneurship for students of technical and vocational education and training at secondary level, Participant's workbook and facilitator's guide.
- Wallnofer, M. and F. Hacklin (2013), "The Business Model in Entrepreneurial Marketing: A Communication Perspective on Business Angels' Opportunity Interpretation", *Industrial Marketing Management* 42 (5): 755-764.

## فصل دوم: طرح کسب و کار

### اهداف این فصل

بعد از مطالعه این فصل می‌توانید:

- طرح کسب و کار را تعریف کنید و اجزای آن را بشناسید.
- برای کسب و کار خود طرح بنویسید.

### ۱. طرح کسب و کار و اجزای آن

طرح کسب و کار<sup>۱</sup> سند مکتوب و منظمی است که روش اجرای فعالیت یک کسب و کار را در یک دوره زمانی مشخص بیان می‌کند. به عبارت دیگر، مسیر حرکت افراد را در اجرای برنامه‌ها و فعالیت‌های کسب و کار، گام به گام، تعیین می‌کند. طرح کسب و کار شامل بخش‌هایی است که در شکل ۱.۲ آورده شده است و در ادامه به توضیح هریک پرداخته خواهد شد.

#### شناسنامه طرح

این بخش شامل مشخصات مجری طرح، عنوان طرح، نوع طرح، سرمایه‌گذاری ثابت و متغیر، کل سرمایه‌گذاری طرح، هزینه‌های ثابت و متغیر، نحوه تأمین مالی، تعیین نقطه سر به سر، میزان اشتغال، هدف از اجرای طرح، آدرس و تلفن مجری طرح، تهیه‌کننده طرح (تیم نگارش طرح) و مواردی از این دست است.

---

1. Business plan (BP)

## طرح کسب و کار ۱۹



شکل ۱.۲ اجزای طرح کسب و کار.

### عنوان کسب و کار

در اولین قسمت از طرح کسب و کار، نام و هدف کلی کسب و کار به صورت مختصر و سریع بیان می‌شود، مانند «تولیدی پوشاک کودکان با تولید ۱۰۰۰ دست پوشاک در سال».

تاریخ تنظیم:		عنوان طرح کسب و کار		
نشان به شعار کسب و کار				
مشخصات تهیه کنندگان طرح				
اسامی	سابقه و رشته تحصیلات	تجربه و تخصصی	تلفن تماسی	آدرس پستی
میزان سرمایه گذاری طرح				

### خلاصه اجرایی (مدیریتی) کسب و کار

خلاصه اجرایی، چکیده‌ای از طرح کسب و کار و نکات مهم آن است. در این قسمت، اهداف کسب و کار و نوع محصولات و خدماتی که می‌تواند برای مشتریان ارزش آفرین باشد بیان می‌شود. همچنین در خلاصه اجرایی موارد دیگری از جمله اینکه کسب و کار چه زمانی شکل خواهد گرفت، چه کاری می‌خواهد انجام دهد، اطلاعات مربوط به بازار و ورود به آن، گروه اصلی مشتریان، میزان فروش از هر واحد، سهم بازار پیش‌بینی شده، دوره بازگشت سرمایه، استراتژی‌های قیمت‌گذاری، میزان سرمایه‌گذاری مورد نیاز، میزان سود حاصل شده، مزیت رقابتی کسب و کار نسبت به رقبا، فرصت‌های کاری که به واسطه کسب و کار ایجاد می‌شود و نحوه اثرگذاری آن بر رشد جامعه، اطلاعاتی در مورد نیروی انسانی و میزان توانایی آنان و تیم انجام کار، و مواد و منابع اولیه کسب و کار مشخص می‌شود.

#### نکته

بهتر است خلاصه اجرایی پس از تکمیل سایر بخش‌های طرح کسب و کار نوشته شود چرا که اطلاعات سایر قسمت‌ها نیز در آن ذکر می‌شود.

### معرفی کسب و کار و اهداف آن

هدف هر کسب و کار به دست آوردن سود است. سود یک کسب و کار شامل جذب مشتریان بیشتر، ایجاد نوآوری، سود مالی رضایت‌بخش، و کیفیت‌بخشی به ارائه محصولات و خدمات است.

اهداف باید در چهار زمینه مالی، بازار، منابع انسانی و تولید به صورت واضح و قابل سنجش تعریف شوند. مثلاً تولیدی پوشاک کودکان می‌تواند سود ماهیانه ۱۰۰ میلیون ریال و اشتغال‌زایی برای ۶ نفر به صورت مستقیم و ۲ نفر به صورت غیرمستقیم را هدف‌گذاری کند. این تولیدی پوشاک توانسته است ۱۰ درصد هزینه‌های خود را از طریق نوآوری در طراحی و تولید و فروش پوشاک به همراه دسترسی آسان مشتریان کاهش دهد.

نام هر کسب و کار باید مرتبط با فعالیت و هدف آن انتخاب شود. به عبارت دیگر، نام کسب و کار بیانگر ویژگی باارزش کالا و خدمات آن در ذهن مصرف‌کننده است. در یک کسب و کار، محصول/خدمت آن چیزی است که طراحی و تولید می‌شود و به

## طرح کسب و کار ۲۱

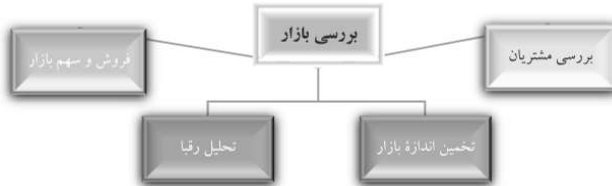
فروش می‌رسد. محل اجرای طرح نیز باید به گونه‌ای انتخاب شود که دارای ویژگی‌هایی نظیر امکانات اولیه (آب، برق، گاز و غیره)، مسافت کم تا محل تهیه مواد اولیه، و دسترسی به مشتریان باشد.

### برنامه‌ی اداره‌ی کسب و کار

برای تعیین نحوه‌ی اداره‌ی کسب و کار باید نوع مالکیت کسب و کار، چیدمان نیروی انسانی و میزان حقوق و دستمزد افراد مشخص شود (شکل ۲.۲). مالکیت کسب و کار شامل مالکیت فردی، مالکیت شراکتی و مالکیت شرکتی است. در مالکیت فردی، مدیر کسب و کار یک نفر است و تمام مسئولیت‌ها بر عهده‌ی اوست. در مالکیت شراکتی، چند نفر با در اختیار گذاشتن پول، اموال، نیروی کار و مهارت‌های خود در سود یا زیان کسب و کار شریک می‌شوند. در مالکیت شرکتی، شرکای کسب و کار، شرکت‌ها (تجاری و صنعتی و خدماتی) هستند و نه افراد. در هر کسب و کار باید سمت افراد، شرح شغل و وظایف و اختیارات آنان، و تیم مدیریتی و اجرایی مشخص شود. به عبارت دیگر، هریک از کارکنان باید بدانند در شرکت چه جایگاهی دارند، چه وظایف و مسئولیت‌هایی بر عهده‌شان است، از چه کسی دستور می‌گیرند و باید به چه کسی گزارش بدهند. همچنین در کسب و کار میزان حقوق به صورت ماهانه و دستمزد به صورت ساعتی محاسبه می‌شود. پاداش‌ها و مزایا در مقابل کار فوق‌العاده و در سطحی بالاتر از عملکرد عادی پرداخت می‌گردد.



شکل ۲.۲ نحوه‌ی اداره‌ی کسب و کار.



شکل ۳.۲ برخی ابعاد مهم بررسی بازار.

## برنامه بازار و بازاریابی

برنامه بازار و بازاریابی مهم‌ترین بخش طرح کسب و کار و شامل دو قسمت بررسی بازار و روش‌های بازاریابی است. بررسی بازار که از طریق تحقیقات بازاریابی صورت می‌گیرد بخش بسیار مهمی از طرح کسب و کار است زیرا سایر بخش‌های طرح کسب و کار به این بررسی و تحلیل‌های آن بستگی دارد. مثلاً سطح پیش‌بینی‌شده فروش مستقیماً بر عواملی مثل اندازه فعالیت‌های تولیدی، برنامه بازاریابی، میزان سرمایه فردی و نظایر آن تأثیر می‌گذارد.

**بررسی بازار:** در این بخش، اطلاعاتی درباره مشتریان یک محصول و در صورت امکان تعداد پیش‌بینی‌شده آنان، تعداد رقبا، توانایی‌ها و نقاط ضعف آنها، و فرصت‌ها و موانع ورود به آن کسب و کار ارائه می‌گردد. سپس با توجه به اطلاعات به‌دست‌آمده، میزان فروش محاسبه می‌شود. این اطلاعات را می‌توان به دو صورت مستقیم (مصاحبه حضوری و تلفنی، پرسش‌نامه، نظرسنجی و غیره) و غیرمستقیم (مطالعه کتاب‌ها و گزارش‌های دوره‌ای، اینترنت و غیره) جمع‌آوری کرد. در بررسی بازار چند عامل مهم مورد بررسی قرار می‌گیرد که در شکل ۳.۲ آورده شده است.

- بررسی مشتریان: در بررسی مشتریان، پرسش‌هایی مطرح می‌شود، از جمله اینکه مشتریان کالا و خدمات شما چه کسانی هستند؟ سطح زندگی آنان چگونه است؟ منطقه جغرافیایی زندگی آنان کجاست؟ آیا می‌توانید به همه گروه‌های سنی خدمات ارائه دهید؟ آیا دسترسی به مشتریان آسان است؟ بنابراین مشتریان از نظر ویژگی‌های جمعیت‌شناختی، روان‌شناختی، جغرافیایی و میزان استفاده از کالاها و خدمات مورد



## طرح کسب و کار ۲۳

بررسی قرار می‌گیرند. در نهایت، پس از بررسی وضعیت مشتریان کسب و کارها، به بخش‌بندی مشتریان می‌رسند. بخش‌بندی مشتریان یعنی اینکه بتوانیم آنان را براساس ویژگی‌های مشترک در طبقات مشخصی جای دهیم. مثلاً اگر پوشاک مردانه تولید می‌کنیم، مشتریان احتمالی ما یا بخش‌بندی بازار ما مردان هستند که با توجه به محصول خود مثلاً می‌توانیم ۲۰ تا ۴۰ ساله‌ها را پوشش دهیم. مشتریانی را که شرکت می‌تواند زیر پوشش قرار دهد و محصول یا خدمت خود را به آنان عرضه کند گروه مشتریان هدف یا اصطلاحاً بازار هدف می‌نامند. در مورد مثال بالا می‌توان گفت مردان و پسران زیر ۲۰ سال جزو بازار هدف کسب و کار ارائه‌شده نیستند. شکل ۴.۲ معیارهای بخش‌بندی مشتریان را نشان می‌دهد.

- تخمین اندازه بازار: در این بُعد از بررسی بازار، میزان فروش، سود و رشد کسب و کار در چند سال آینده (مثلاً ۳ سال) از نظر تعداد کالا و خدماتی که به مشتریان هدف ارائه می‌شود تخمین زده می‌شود. همچنین عوامل محیطی، تغییرات جمعیتی، عوامل اقتصادی، عوامل سیاسی و غیره که می‌توانند بر رشد بازار و کسب و کار شما تأثیر بگذارند بررسی می‌شوند.

- تحلیل رقبا: پس از انتخاب مشتریان، باید رقبای موجود در آن بازار مورد بررسی قرار گیرند تا مشخص شود که رقبا چه کسانی هستند و به چه میزان محصول/خدمات تولید می‌کنند؟ چه ضعف‌ها و توانایی‌هایی (در انواع محصول، قیمت، تبلیغ، نحوه



شکل ۴.۲ برخی معیارهای مهم بخش‌بندی مشتریان.

### 1. segmentation

توزیع و حمل و نقل محصول، ارائه ضمانت‌نامه و ... دارند؟ چه فرصت‌ها و محدودیت‌هایی برای ورود به آن صنعت وجود دارد؟ آیا واکنش رقبا نسبت به تغییرات محیطی سریع است؟ کالا و خدمات آنان چه مزایایی دارد و چه معایبی که نمی‌تواند نیاز مشتریان را پاسخ دهد؟ مزیت رقابتی شما نسبت به آنان در چیست؟ شما چه ارزش پیشنهادی‌ای نسبت به رقبا به مشتریان ارائه می‌دهید؟ مثلاً برای کسب و کار تهیه غذا، تمام رستوران‌ها و تهیه غذاهای نزدیک به محل رقیب محسوب می‌شوند.

#### بیشتر بدانید

رقبای اصلی کسب و کار به سه دسته تقسیم می‌شوند.

**رقبای مستقیم:** کسب و کارهایی که محصولات و خدماتی مشابه محصولات و خدمات شما ارائه می‌کنند.

**رقبای غیرمستقیم:** کسب و کارهایی که همان نیاز مشتری را با یک کالا و محصول جایگزین تأمین می‌کنند.

**رقبای آینده:** کسب و کارهایی که بعد از شما به ارائه محصول مشابه خواهند پرداخت.

- برنامه بازاریابی: پس از بررسی بازار و شناخت مشتریان، روش‌های بازاریابی متناسب با نیاز مشتریان و در جهت دستیابی به اهداف کسب و کار مشخص می‌شود. برنامه بازاریابی شامل تعیین ویژگی‌های محصول/خدمت، روش‌های قیمت‌گذاری و تبلیغ و توزیع، و میزان فروش است که در شکل ۵.۲ آورده شده است.



شکل ۵.۲ برنامه‌ها و فعالیت‌های بازاریابی.

## طرح کسب و کار ۲۵

- ویژگی‌های محصول/خدمت: محصول یا خدمت خود را با چه ویژگی‌هایی به بازار عرضه می‌کنید؟ اولین چیزی که به چشم مشتری می‌آید، بسته‌بندی و طراحی محصول/خدمت است. در طراحی و بسته‌بندی کالا یا خدمت، مواردی نظیر اندازه، شکل، رنگ، وزن، و عبارات چاپ‌شده را در نظر بگیرید.

- روش‌های قیمت‌گذاری: از چه روشی برای قیمت‌گذاری کالا یا خدمت خود استفاده می‌کنید که سود به دست آورید؟ برخی روش‌های قیمت‌گذاری عبارت‌اند از:

- **قیمت‌گذاری بر مبنای هزینه:** در این روش، قیمت باید به گونه‌ای در نظر گرفته شود که تمام هزینه‌ها را پوشش دهد و درصدی سود نیز تأمین کند. مثلاً اگر هزینه‌های تولید یک محصول ۱۰۰ واحد است و شرکت ۲۰ واحد نیز سود محاسبه کرده است، قیمت محصول ۱۲۰ واحد خواهد شد.
- **قیمت‌گذاری بر مبنای رقبا:** در این روش، قیمت محصول/خدمت با توجه به قیمت‌گذاری رقبا تعیین می‌شود زیرا مشتریان با در نظر گرفتن قیمت رقبا تصمیم به خرید می‌گیرند. در مثال بالا، شرکت قصد دارد محصول خود را با قیمت ۱۲۰ واحد عرضه کند، اما رقیب جدی شرکت در بازار قیمت را ۱۱۰ واحد اعلام کرده است. لذا با توجه به قیمت‌گذاری رقیب، شرکت نیز قیمت را ۱۱۰ واحد یا حتی کمتر اعلام می‌کند.
- **قیمت‌گذاری نفوذی:** در این روش قیمت‌گذاری، برای نفوذ بیشتر در بازار، شرکت قیمت را کمتر از قیمت رایج در بازار تعیین می‌کند. حتی برخی شرکت‌ها، برای نفوذ بیشتر و خارج کردن رقبا از بازار، قیمت را به حدی پایین نگه می‌دارند که عملاً زیان می‌دهند. در مثال قبل، اگر شرکت قیمت را ۹۹ یا ۱۰۵ واحد اعلام کند، عملاً از روش قیمت‌گذاری نفوذی استفاده کرده است. با قیمت ۹۹ واحد، شرکت زیان می‌دهد و این برنامه‌ریزی موقتی و برای خارج کردن برخی رقبا از بازار است. با قیمت ۱۰۵ واحد نیز شرکت محصول خود را با سود کمتری می‌فروشد.
- **قیمت‌گذاری پرستیژی:** در خصوص برخی کالاها و خدمات، قیمت تعیین‌کننده میزان فروش نیست. یعنی این‌طور نیست که هرچه قیمت پایین‌تر باشد فروش بیشتر شود. این نوع کالاها که کالاهای پرستیژی یا لوکس نامیده می‌شوند قیمت‌گذاری به مراتب بالایی دارند. مشتریان آنها نیز خاص هستند و حاضرند بابت

- این نوع کالاها قیمت بالاتری پرداخت کنند. مثلاً قیمت فروش ساعت‌های لوکس و برند بسیار بیشتر از هزینه تمام‌شده آنهاست و به مشتریان خاصی عرضه می‌شوند.
- قیمت‌گذاری روانی: منطقی این روش، اثرگذاری بر ذهن و احساس مشتری است. فرض کنید محصولی به قیمت ۱۹۹۹ تومان عرضه شود. مشتری بیش از آنکه این قیمت را ۲۰۰۰ تومان در نظر بگیرد، آن را ۱۹۰۰ تومان تفسیر می‌کند. لذا با ارزیابی پایین‌تر قیمت در ذهن خود و بر مبنای احساسات، تصمیم به خرید می‌گیرد.
- روش‌های تبلیغ و ترویج: تبلیغ و ترویج کالا از مهم‌ترین فعالیت‌های هر کسب و کار است که به آن کمک می‌کند محصولات و خدمات خود را به بازار هدف معرفی کند. برخی ابزارها و روش‌های تبلیغ عبارت‌اند از:
- بازاریابی مستقیم: به ارسال مستقیم کاتالوگ، بازاریابی از طریق رسانه‌های چاپی و فروش مستقیم، بازاریابی مستقیم گفته می‌شود. این روش برای کسب و کارهای کوچک مطلوب است.
  - آگهی تبلیغاتی: به ارسال پیام‌های مستقیم غیرشخصی برای تعداد زیادی از مردم، و تبلیغات از طریق رسانه‌هایی مثل رادیو، تلویزیون و روزنامه آگهی تبلیغاتی گفته می‌شود. این روش برای کسب و کارهای کوچک مطلوب نیست و این نوع کسب و کارها از سایر روش‌ها استفاده می‌کنند.
  - پیشبرد فروش: شامل فعالیت‌هایی نظیر ارائه تخفیفات یا بخشی از خدمت به صورت رایگان است که مشوقی برای مشتریان ایجاد می‌کند.
  - روابط عمومی: روابط عمومی اخبار کسب و کار را منتشر می‌کند. مثلاً اخبار آخرین نوآوری شرکت در رادیو، تلویزیون یا روزنامه‌ها منعکس می‌شود. روابط عمومی گزینه مطلوبی برای کسب و کارهای متوسط و بزرگ است.
- روش‌های توزیع: شیوه انتقال محصول یا خدمت و رساندن آن به دست مشتری چگونه است؟ آیا روش توزیع محصولات و خدمات شما از نظر هزینه مقرون به صرفه است؟ در توزیع باید به کیفیت کالاها و محصولات هنگام تحویل به مشتری توجه کرد. از جمله روش‌های توزیع می‌توان به خرده‌فروشی، عمده‌فروشی، دریافت سفارش از طریق پست، فروش منزل به منزل، و تجارت الکترونیک با استفاده از اینترنت اشاره کرد.

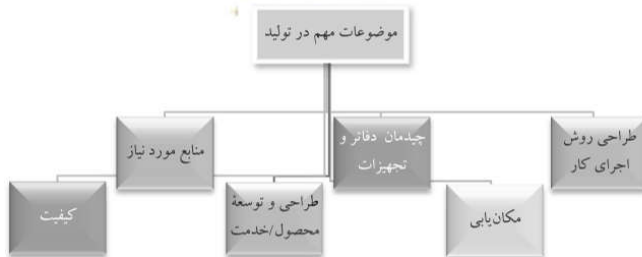
- فروش: محصول یا خدمت خود را با چه روش‌هایی به فروش می‌رسانید؟ آیا محصول را مستقیماً به مشتریان می‌فروشید یا از طریق نمایندگی فروش، توزیع‌کننده و عامل فروش عمل می‌کنید؟ روش‌های فروش شامل عرضه تلفنی، ارائه مستقیم به مشتری، مکاتبه پستی، عرضه در فروشگاه، آگهی، سفارش پستی، شرکت در نمایشگاه و غیره است.

#### بیشتر بدانید

یکی از مهم‌ترین علل شکست در فروش، فقدان خدمات بعد از فروش است. اگر محصول/خدمتی تولید می‌کنید، باید به نیازهای مشتری برای ارائه خدمات پس از فروش نیز توجه کنید. در واقع، خدمات پشتیبانی یکی از عواملی است که می‌تواند به مزیت رقابتی تبدیل شود. خدمات پس از فروش در حقیقت نوعی تعهد آینده‌نگرانه در قبال مشتریان است.

#### برنامه تولید

در این قسمت چگونگی ساخت محصول یا ارائه خدمت از مرحله اولیه تا محصول یا خدمت نهایی شرح داده می‌شود. در تولید هر محصول یا خدمت باید به مواردی مانند منابع مورد نیاز، طراحی روش اجرای کار، طراحی و توسعه محصول/خدمت، مکان‌یابی، کیفیت، و چیدمان دفاتر و تجهیزات توجه کرد. در شکل ۶.۲ برخی از مباحث مهم در حوزه تولید آمده است.



شکل ۶.۲ مباحث مهم تولید.

طراحی روش اجرای کار: کلیهٔ مراحل که باید طی شود تا کالا یا خدمت مورد نظر تولید شود روش اجرای کار است. در طراحی روش اجرای کار، عواملی مانند نیروی انسانی، مواد اولیه و فناوری در دسترس نیز که بر فرایند تولید محصول تأثیرگذارند توضیح داده می‌شود.

مکان‌یابی: اجرای مراحل کار نیازمند مکانی است که بتوان در آن فرایند تولید محصول یا خدمت را انجام داد. این مکان باید ویژگی‌هایی مانند دسترسی آسان به بازار مواد اولیه و تجهیزات، بازار مصرف و فروش، نیروی انسانی، خدمات پشتیبانی، و خطوط حمل و نقل را داشته باشد.

چیدمان دفاتر و تجهیزات: پس از آنکه مکان مناسب انتخاب شد، طراحی و چیدمان آن اهمیت پیدا می‌کند. چیدمان تجهیزات در محیط کار باید به بهترین شکل انجام شود، به نحوی که کمترین هزینهٔ جابه‌جایی و حمل و نقل، دسترسی سریع و آسان مشتریان به محصولات و خدمات، و تسهیل فرایند ارتباطات را به همراه داشته باشد.

طراحی و توسعهٔ محصول یا خدمت: رضایت مشتری در موفقیت محصول یا خدمت نقش بسیار مهمی دارد. بنابراین، طراحی و اصلاح محصول یا خدمت مطابق با خواست و نیاز مشتری رمز موفقیت است. پیش از معرفی محصول یا خدمت خود به بازار، نیازها و انتظارات مشتریان را به خوبی شناسایی کنید. هم‌زمان با عرضهٔ محصول یا خدمت به بازار، از طریق تعامل و ارتباط با مشتریان، از آنان بازخورد بگیرید و محصول یا خدمت خود را مطابق با انتظارات مشتریان اصلاح و بازطراحی کنید.

منابع مورد نیاز: منابع در تولید محصول یا ارائهٔ خدمت نقش بسزایی دارند. مواد اولیه، تجهیزات و نیروی انسانی از جملهٔ مهم‌ترین منابع‌اند. از بین منابع مورد نیاز می‌توان نیروی انسانی توانمند و مهارت‌محور را اصلی‌ترین منبع تولید برشمرد. بنابراین، تیمی توانمند متشکل از نیروی انسانی مهارت‌محور و ارزش‌افزا جذب کنید.

کیفیت: در تعریف عملیاتی، کیفیت به تجربهٔ درک‌شدهٔ مشتری در استفاده از یک کالا یا دریافت یک خدمت برمی‌گردد. بنابراین، میزان رضایت مشتری از یک محصول یا خدمت می‌تواند مبنای خوبی برای سنجش سطح کیفیت آن باشد.

## برنامه مالی

کسب و کارها به برنامه‌ای منسجم برای کنترل صحیح منابع مالی نیاز دارند. به این ترتیب، در برنامه مالی، مواردی نظیر هزینه‌ها، میزان سرمایه مورد نیاز و چگونگی تأمین آن برای راه‌اندازی کسب و کار مورد توجه قرار می‌گیرد.

هزینه‌ها: هزینه به دارایی مصرف‌شده برای تداوم یک فعالیت تجاری گفته می‌شود. هزینه‌ها به دو دسته تقسیم می‌شوند: هزینه‌های ثابت که هیچ ارتباطی با مقدار محصول تولیدشده ندارند (مانند هزینه زمین، ساختمان، ماشین‌آلات، تأسیسات، وسایل نقلیه و آموزش) و هزینه‌های متغیر که با مقدار محصول تولیدشده ارتباط دارند و با تغییر میزان تولید، تغییر می‌یابند (مانند هزینه مواد اولیه، حقوق و دستمزد، سوخت و انرژی).

### بیشتر بدانید

یک نمونه جدول هزینه ثابت و متغیر در طرح کسب و کار

هزینه‌های اداری مورد نیاز			ماده‌های تولیدی		
عنوان بخش اداری	تعداد کارکنان	مساحت مورد نیاز به متر مربع	کل فضای مورد نیاز	کل فضای مورد نیاز	کل فضای مورد نیاز
۱.			نردبه ۱/۵	مورد نیاز	
۲.					
جمع مساحت تولیدی مورد نیاز					
کل مساحت تولیدی مورد نیاز					

هزینه مواد اولیه					سوخت و انرژی				
شرح مواد اولیه	مشکلات فنی	منابع تأمین مواد اولیه	مقدار (تعداد) لازم	لیست هر واحد	شرح وسایل	واحد	مصرف سالانه	هزینه هر واحد	هزینه کل
۱.									
۲.									
۳.									
۴.									
جمع کل									

سرمایه‌گذاری طرح: سرمایه‌گذاری به معنای تخصیص بهینه منابع مالی به یک کسب و کار با هدف کسب سود است. سرمایه‌گذاری طرح شامل سرمایه‌گذاری برای راه‌اندازی (هزینه‌های ثابت) و سرمایه‌گذاری برای تداوم فعالیت (هزینه‌های متغیر) یا سرمایه در گردش است.

**بیشتر بدانید**

۱. سرمایه‌گذاری کل طرح از حاصل جمع سرمایه‌گذاری ثابت (جمع هزینه‌های ثابت) با سرمایه‌گذاری متغیر (جمع هزینه‌های متغیر) به دست می‌آید.

سرمایه‌گذاری ثابت (جمع هزینه‌های ثابت) + سرمایه‌گذاری متغیر (جمع هزینه‌های متغیر) = سرمایه‌گذاری کل طرح

۲. هزینه تولید از حاصل جمع هزینه‌های متغیر محاسبه می‌شود.

حاصل جمع هزینه‌های متغیر = هزینه تولید

تأمین مالی: تأمین مالی عبارت است از جمع‌آوری وجوه مالی لازم برای راه‌اندازی یا اداره کسب و کار. از جمله روش‌های تأمین مالی می‌توان به استقراض از خانواده، استقراض از اقوام و دوستان، دریافت وام بانکی، و جذب سرمایه‌گذار اشاره کرد. پیش‌بینی درآمد: پیش‌بینی مقدار درآمدی است که احتمال می‌دهیم از فروش محصول یا خدمت در چند سال آینده کسب و کار به دست آید. درآمد فروش از حاصل ضرب حجم (مقدار) فروش در قیمت فروش به دست می‌آید.

$$\text{قیمت فروش} \times \text{مقدار فروش} = \text{درآمد فروش}$$

محاسبه سود و زیان: زمانی که درآمدها از مجموع هزینه‌های یک کسب و کار بیشتر شود، کسب و کار سود مالی دارد. سود (زیان) از فرمول زیر محاسبه می‌شود:

درآمدهای پیش‌بینی‌شده - کل هزینه‌ها = سود (زیان)

درآمدها بیشتر از هزینه‌ها باشد = سود

درآمدها کمتر از هزینه‌ها باشد = زیان

**برنامه زمان‌بندی اجرای طرح کسب و کار**

یک برنامه زمان‌بندی‌شده هدفمند می‌تواند کسب و کار شما را به سمت اجرای صحیح هدایت کند. در برنامه زمان‌بندی اجرای طرح کسب و کار، زمان ورود محصول به بازار و زمان سودآوری طرح برآورد می‌شود. در جدول ۱.۲ یک نمونه جدول زمان‌بندی اجرای طرح آمده است.



جدول ۱.۲ جدول زمان‌بندی اجرای طرح

ردیف	ماه / فعالیت	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸
۱	جمع‌آوری اطلاعات								
۲	جمع‌آوری سرمایه								
۳	خرید تجهیزات								
۴	استخدام نیرو								
	راه‌اندازی								
۵	تولید و فروش								

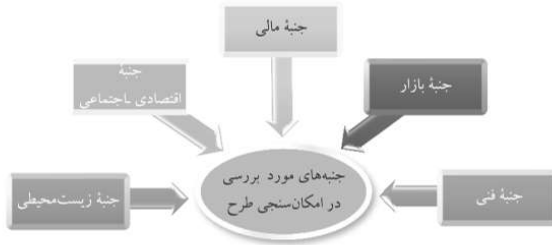
## ۲. امکان‌سنجی یا طرح توجیه اقتصادی

برای آنکه یک کالا یا خدمت تولید و آماده‌ی عرضه به مشتری شود، مراحل مختلفی باید طی گردد. در این زمینه معمولاً دو مرحله‌ی اساسی که در شکل ۷.۲ ارائه شده مورد توجه قرار می‌گیرد.

مطالعه‌ی امکان‌سنجی بیان می‌کند که تولید محصول مورد نظر در محیط واقعی قابل اجراست یا نه. به عبارت دیگر، آیا آن محصول ارزش صرف وقت، هزینه و سایر منابع را دارد؟ بنابراین، امکان‌سنجی اطلاعات بیشتری در مورد اجرایی شدن طرح به شما می‌دهد و از اتلاف منابع و سرمایه‌گذاری‌های بیهوده جلوگیری می‌کند. جنبه‌های مختلفی در امکان‌سنجی طرح مورد بررسی قرار می‌گیرد (شکل ۸.۲).



شکل ۷.۲ مراحل اساسی مسیر ایده تا تولید.



شکل ۸.۲ مطالعه امکان‌سنجی طرح.

**امکان‌سنجی طرح از جنبه فنی:** آیا مکان و محل مناسب برای آغاز کار در اختیار هست؟ آیا امکانات، تجهیزات و دستگاه‌های مورد نیاز برای شروع به کار وجود دارد؟ چگونه می‌توان آنها را تأمین کرد؟ آیا دسترسی به نیروی انسانی و تخصص‌های لازم برای آغاز کار فراهم شده است؟ به طور کلی، در امکان‌سنجی فنی، موارد فنی (مکان، تجهیزات، نیروی انسانی و...) مورد بررسی قرار می‌گیرد تا مشخص شود که امکان آغاز کار حتی در مقیاس کوچک وجود دارد یا نه. برای مثال، عرضه میگو نیازمند تأمین امکاناتی نظیر مغازه، وسایل نقلیه یخچال‌دار، ماشین‌آلات و تجهیزات (یخچال‌های خوابیده، قفسه‌های ویترینی ایستاده، ترازوی دیجیتالی صندوق‌دار، رایانه، گاوصندوق)، تأسیسات اداری (میز، صندلی، خط تلفن) و نیروی انسانی باتجربه و کاملاً آشنا با روش‌های تهیه و نگهداری و فروش و عرضه میگو است.

**امکان‌سنجی از جنبه بازار:** آیا کالا یا خدمتی که قرار است ارائه شود، برای بازار و مشتری شناخته شده است یا باید هزینه‌هایی صرف تبلیغات و معرفی محصول گردد؟ آیا کالا یا خدمت مورد نظر ویژگی خاصی دارد که به توسعه بازار موجود کمک کند؟ پیش‌بینی می‌شود که بازار تا چه حد از ایده جدید استقبال کند؟ بازار چگونه بخش‌بندی می‌شود و محصول شما به نیاز کدام بخش یا گروه از بازار پاسخ می‌دهد؟ شما می‌خواهید در کدام بخش بازار فعالیت کنید؟ در امکان‌سنجی از جنبه بازار باید شناخت و دریافت صحیح و نسبتاً کاملی از اندازه فعلی و آینده بازار و نیز روند گسترش بازار و تغییر سلیقه‌های مشتریان به دست آید.

**امکان‌سنجی از جنبه مالی:** مراحل قبلی امکان‌سنجی طرح در این مرحله اثرگذار خواهد بود. برای مثال، ممکن است انتخاب تجهیزات پیشرفته‌تر نیازمند تأمین منابع مالی بیشتری باشد یا قیمت‌گذاری محصول، میزان درآمد را تحت تأثیر قرار دهد. منابع مالی برای تأمین مواد اولیه، تجهیزات، مکان، دستمزد کارکنان و ... مورد نیاز است. منابع مالی یا پول مورد نیاز برای آغاز کار از کجا تأمین می‌شود؟ نسبت درآمدها به هزینه‌ها چگونه خواهد بود؟ با توجه به پیش‌بینی درآمدها، در چه مدت زمانی هزینه‌ها پوشش داده می‌شود و کار به سوددهی می‌رسد؟ آیا صرف هزینه و زمان برای راه‌اندازی یک کار و تولید محصول و ارائه آن به بازار صرفه اقتصادی دارد؟ در عین حال ممکن است ایده یا طرح پیشنهادی فرد به گونه‌ای باشد که نیاز به هیچ‌یک از موارد بالا نداشته باشد. برای مثال، در تولید یک انیمیشن تبلیغاتی، فرد می‌تواند این کار را با رایانه شخصی و در اتاق خود انجام دهد.

**امکان‌سنجی از جنبه اقتصادی-اجتماعی:** آیا تولیدات شما نفع یا ضرری برای جامعه به همراه دارد؟ وضعیت عرضه و تقاضای محصول چگونه است و چه پیش‌بینی‌ای برای آن وجود دارد؟ با توجه به شرایط شرکت و بازار و نیز نحوه تولید، چه قیمتی می‌توان برای محصول پیشنهاد داد؟ روند اجتماعی جامعه (مثل ترکیب سنی، تغییر نیازهای اجتماعی، و آثار پیشرفت فناوری بر ایجاد نیاز جدید در جامعه) چه تأثیری بر بازار آینده محصول شما خواهد داشت؟ در این مرحله، تأثیرات روندهای اجتماعی، فناوری، فرهنگی و سیاسی بر عرضه و تقاضای محصولات یا خدمات و چگونگی تغییر این روندها تا حد ممکن پیش‌بینی می‌شود. همچنین پیش‌بینی‌هایی از رفتار رقبا و نیز ورود رقبای جدید صورت می‌گیرد تا آمادگی کافی برای روبه‌رو شدن با شرایط وجود داشته باشد.

**امکان‌سنجی از جنبه زیست‌محیطی:** با گذشت زمان و به‌ویژه در عصر صنعتی شدن جوامع بشری، آسیب‌های جدی به طبیعت و محیط زیست وارد آمده است که علاوه بر تهدید چرخه حیات جانداران، سلامت و زندگی انسان را نیز به خطر انداخته است. بنابراین ضرورت دارد در امکان‌سنجی طرح، اطمینان حاصل گردد که کار شما مشکلی برای محیط زیست پدید نمی‌آورد یا راه‌های رفع مشکلات احتمالی در نظر گرفته شده است.

هدف از امکان‌سنجی طرح، اطمینان از به‌صرفه بودن کار از همه جنبه‌هایی است که در ذهن فرد وجود دارد. پس از کسب این اطمینان، می‌توان کار را به صورت محدود و آزمایشی آغاز کرد و برای دریافت پروانه‌ها و مجوزهای لازم به سازمان‌های مرتبط مراجعه و سپس نسبت به تولید نهایی کالا یا ارائه خدمت اقدام کرد.

بیشتر بدانید

نمونه طرح کسب و کار

شناسنامه طرح	
مشخصات مجری: مجری: آقای علی امامی اقامتگاه بوم‌گردی سنگی نوع مجوز:	
ظرفیت اسمی: روزانه ۲۰ نفر اسکان، ۱۰۰ نفر پذیرایی گردشگری نوع طرح:	
خدمات: نوع خدمات: اقامتی، رستوران، تور، طبیعت‌گردی، آب‌درمانی مواد اولیه: مواد غذایی و بهداشتی	زمین و ساختمان: مساحت زمین: ۹۰۰ مترمربع سطح زیربنا: ۳۰۰ مترمربع
تعداد کارکنان: خدماتی: ۳ اداری و تخصصی: ۴ جمع: ۷	نحوه تأمین مواد اولیه و میزان آن: به صورت سفارش دوره‌ای
هزینه‌های ثابت و متغیر: هزینه‌های ثابت: ۶,۳۹۰,۰۰۰,۰۰۰ هزینه‌های متغیر: ۳,۴۲۱,۴۰۰,۰۰۰ کل هزینه‌های سالانه: ۹,۸۱۱,۴۰۰,۰۰۰	سوخت و انرژی: توان برق: ۲۲۰ مصرف روزانه آب: ۱۰۰۰ نوع سوخت: برق، گاز مایع، چوب میزان مصرف روزانه سوخت: ۵۰۰,۰۰۰
سرمایه‌گذاری طرح: سرمایه ثابت: ۶,۳۹۰,۰۰۰,۰۰۰ سرمایه در گردش: ۳,۴۲۱,۴۰۰,۰۰۰ سرمایه کل: ۹,۸۱۱,۴۰۰,۰۰۰	نحوه تأمین منابع: سرمایه‌گذاری متقاضی: ۷,۳۱۱,۴۰۰,۰۰۰ سرمایه‌گذاری بانک: ۲,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰
شاخص‌های مالی و اقتصادی طرح: تولید در نقطه سر به سر: ۵۵,۱۲۵	میزان اشتغال طرح: مستقیم: ۷ غیرمستقیم: ۱۰ الی ۱۵ نفر

هدف از اجرای طرح: توسعه صنعت گردشگری و ایجاد شغل
آدرس محل اجرای طرح: -
تلفن‌های ضروری تماس: -
تهیه‌کننده طرح: -

### عنوان کسب و کار: اقامتگاه بوم‌گردی سنگی

خلاصه اجرایی کسب و کار: اقامتگاه بوم‌گردی با هدف ترویج و توسعه آداب، رسوم، باورها و ارزش‌های فرهنگی برای گردشگران داخلی و خارجی از یک طرف و ایجاد شغل، درآمدزایی و در کل ارزش‌های اقتصادی از سوی دیگر راه‌اندازی خواهد شد. این اقامتگاه در طبیعت بکر و آب و هوای پاک و از جنس سنگ ساخته خواهد شد. میهمانان با شیوه زندگی سنتی بدون دغدغه‌های شهری آشنا می‌شوند، از غذاهای محلی استفاده می‌کنند و از کارگاه‌های صنایع دستی محلی بازدید می‌کنند. ویژگی خاص آن، معماری سنگی و خانه نقاشی در دامان طبیعت است. همچنین ویژگی منحصر به فرد آن وجود چشمه آب‌درمانی در منطقه است. اقامتگاه بوم‌گردی در محیطی طبیعی با رعایت ضوابط زیست‌محیطی احداث می‌شود.

معرفی کسب و کار و اهداف آن: ایجاد محل اقامت سنگی برای گردشگران با پذیرایی سنتی و محلی و فروش صنایع دستی. اهداف آن شامل توسعه صنعت گردشگری در شهرستان الف، جذب توریست داخلی و خارجی، و ایجاد شغل است. خدمات آن شامل اقامتگاه بومی ۲۴ ساعته، بازدید از موزه مردم‌شناسی داخل اقامتگاه، پذیرایی وعده‌های غذایی به سبک سنتی و محلی، ارائه صنایع دستی محلی، بازدید از جاذبه‌های شهرستان الف، اجرای موسیقی سنتی، خانه نقاشی، کوهنوردی و طبیعت‌گردی، آب‌درمانی، ارائه خدمات کافی شاپ و اینترنتی، و امکان تهیه میوه و سبزیجات به صورت طبیعی از باغچه است.

برنامه اداره کسب و کار: مالکیت فردی است. کسب و کار ۱۵ نفر نیروی انسانی خواهد داشت که تخصص‌های مورد نیاز را پوشش خواهند داد. مبلغ کل حقوق و دستمزد سالیانه ۷۶۸,۰۰۰,۰۰۰ ریال است.

برنامه بازار و بازاریابی: بازار هدف، کلیه ایرانیان علاقه‌مند به سنت‌ها و گردشگران خارجی اکوتوریسم (گردش مبتنی بر طبیعت) از همه مناطق جغرافیایی است. همچنین با عقد تفاهم‌نامه‌های همکاری با تخفیفات ویژه با اعضای نظام پزشکی، بانک‌ها، شهرداری‌ها و سایر سازمان‌های مشابه بخشی از مشتریان هدف قرار داده شده‌اند. مزیت رقابتی این مکان نسبت به مکان‌های مشابه دیگر شامل معماری سنگی، استحکام بنا نسبت به محل‌های دیگر، پذیرایی با

غذاهای سنتی و محلی، آب‌درمانی، خانه نقاشی، موسیقی سنتی، موزه مردم‌شناسی، و امکان تهیه میوه و سبزیجات به صورت طبیعی از باغچه است. برنامه بازاریابی شامل انجام تبلیغات به روش تهیه پرشور، ارسال کاتالوگ همراه با تخفیف‌ها برای سازمان‌های مختلف، استفاده از بنر در سطح شهر، ارسال کاتالوگ برای آژانس‌ها، استفاده از شبکه‌های اجتماعی، در نظر گرفتن هدایای ویژه برای مشتریان، و قیمت‌گذاری متفاوت با توجه به خدمات بسته گردشگری است تا اکثر افراد بتوانند از خدمات اقامتگاه استفاده کنند.

سیاست‌های خدمات پس از فروش: از طریق راه‌اندازی مرکز صدای مشتری، از مشتریان مختلف به صورت تصادفی در مورد خدمات ارائه‌شده نظرسنجی و همچنین از انتقادات و پیشنهادات آنها در سیاست‌گذاری‌های آینده استفاده می‌شود.

برنامه تولید: مجوز و پروانه کار از سازمان میراث فرهنگی، صنایع دستی و گردشگری استان گرفته شده است. منابع مورد نیاز شامل زمین و ساختمان، ماشین‌آلات، اموال و اثاث، تأسیسات، وسایل نقلیه، و مواد غذایی و بهداشتی است. همچنین نیروی انسانی ساده و متخصص جهت ارائه خدمات به گردشگران مورد نیاز است. کنترل کیفیت خدمات قبل از ارائه خدمات و در حین ارائه خدمات از طریق ماینیتورینگ حضوری و پس از ارائه خدمات از طریق نظرسنجی از مشتریان مختلف انجام می‌گیرد.

برنامه مالی: تعیین سرمایه ثابت، سرمایه در گردش، درآمد، قیمت تمام‌شده، فروش کل، نقطه سر‌به‌سر، مدت زمان رسیدن به نقطه سر‌به‌سر، و شفاف‌سازی اطلاعات مالی را برنامه مالی گویند.

سرمایه گذاری ثابت		سرمایه در گردش	
شرح هزینه‌ها	مبلغ (ریال)	شرح هزینه‌ها	مبلغ (ریال)
زمین و ساختمان	۴,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	هزینه مواد اولیه	۱,۹۸۰,۰۰۰,۰۰۰
ماشین‌آلات	۰۰۰,۰۰۰,۴۲۰	هزینه آب و برق و گاز	۱۲۰,۰۰۰,۰۰۰
اموال و اثاث	۱,۳۴۰,۰۰۰,۰۰۰	کل هزینه حقوق و دستمزد	۷۶۸,۰۰۰,۰۰۰
تأسیسات	۲۴۰,۰۰۰,۰۰۰	سایر هزینه‌ها	۵۵۳,۴۰۰,۰۰۰
وسایل نقلیه	۳۹۰,۰۰۰,۰۰۰	جمع سالانه	۳,۴۲۱,۴۰۰,۰۰۰
جمع کل سرمایه ثابت	۶,۳۹۰,۰۰۰,۰۰۰		

اطلاعات مالی	
۶,۳۹۰,۰۰۰,۰۰۰	مبلغ سرمایه ثابت
۳,۴۲۱,۴۰۰,۰۰۰	مبلغ سرمایه در گردش
۹,۸۱۱,۴۰۰,۰۰۰	مبلغ کل سرمایه مورد نیاز
۳,۳۱۱,۴۰۰,۰۰۰	مبلغ سهم آورده نقدی
۴,۰۰۰,۰۰۰,۰۰۰	مبلغ معادل آورده غیرنقدی
۲,۵۰۰,۰۰۰,۰۰۰	مبلغ کل تسهیلات مورد نیاز
۷	تعداد اشتغال مستقیم
۹۳۷,۹۰۰,۰۰۰	سرنانه اشتغال هر نفر

درآمد			
نام خدمت	میزان خدمات	قیمت	قیمت کل
اقامت و پذیرایی	۲۰۰	۶۰۰,۰۰۰	۱۲۰,۰۰۰,۰۰۰
پذیرایی	۱,۵۰۰	۲۵۰,۰۰۰	۳۷۵,۰۰۰,۰۰۰
همایش	۸۰	۳۰۰,۰۰۰	۲۴,۰۰۰,۰۰۰
خدمات کافی شاپ و کافی نت و ...	۶۰۰	۷۰,۰۰۰	۴۲,۰۰۰,۰۰۰
جمع ماهانه	۲,۳۸۰		۵۶۱,۰۰۰,۰۰۰
جمع سالانه	۲۸,۵۶۰	۲۳۵,۷۱۴	۶,۷۳۲,۰۰۰,۰۰۰

$$۱۱۹۷۹۷ = \frac{۳۴۲۱۴۰۰۰۰}{۲۸۵۶۰} = \frac{\text{جمع هزینه های تولید سالیانه}}{\text{میزان تولید سالیانه}} = \text{قیمت تمام شده محصول}$$

$$۶۷۳۴۰۰۰۰۰ = ۲۸۵۶۰ \times ۲۳۵۷۱۴ = (\text{قیمت فروش محصول} \times \text{میزان تولید سالیانه}) = \text{فروش کل}$$

نقطه سر به سر جایی است که هزینه کل مساوی درآمد کل شود.

$$۵۵۱۲۵ \text{ نفر} = \frac{۶۳۹۰۰۰۰۰}{۱۱۹۷۹۷ - ۲۳۵۷۱۴} = \frac{\text{جمع هزینه های ثابت}}{\text{هزینه متغیر هر واحد تولید} - \text{قیمت}} = \text{خدمت در نقطه سر به سر}$$

$$۲۳ \text{ ماه} = \frac{۵۵۱۲۵}{۲۸۵۶۰} = \frac{\text{میزان تولید در نقطه سر به سر}}{\text{میزان تولید (فروش) سالانه}} = \text{مدت زمان رسیدن به نقطه سر به سر}$$

## پرسش‌هایی برای خودآزمایی

- طرح کسب و کار چیست؟
- خلاصه‌ی اجرایی کسب و کار شامل چه مواردی است؟
- در برنامه‌ی بازاریابی چه نوع اطلاعاتی را می‌توان از طریق تحقیقات بازار به دست آورد؟
- پیش از شروع هر طرح کسب و کار چه اقداماتی باید انجام داد؟
- در امکان‌سنجی هر طرح کسب و کار به چه نکاتی باید توجه کرد؟
- ساده‌ترین روش‌های تأمین مالی چیست؟

## منابع

- جاهدی، علی (۱۳۹۴)، مبانی تدوین طرح کسب و کار، مرکز رشد پارک علم و فناوری استان خراسان.
- خسروی، کوروش و علی صفری (۱۳۹۰)، جزوه آموزشی نگارش طرح کسب و کار ویژه‌ی مخترعین و صاحبان ایده، کمیته آموزش بنیاد نخبگان استان اصفهان.
- «راهنمای نگارش طرح کسب و کار» (۱۳۹۱)، نشریه داخلی مدیریت کارآفرینی و ارتباط با صنعت، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی ساری، سال ۱، شماره ۲.
- روح‌الامین گرگابی، محسن (۱۳۸۳)، کتاب کار تدوین طرح کسب و کار، اصفهان: دانش‌پژوهان برین.
- زید، نازنین (۱۳۸۵)، «نکات کلیدی برای نوشتن یک طرح کسب و کار»، فصلنامه تخصصی پارک‌ها و مراکز رشد ۲ (۶): ۳۷-۴۳.
- طغرای، محمدتقی، سیدسعید میرواحدی، سمیه هاشمی، فرشته عزیزی ملک‌آبادی، بهنام نیک‌نژاد و امین حبیبی‌راد (۱۳۹۵)، کارگاه کارآفرینی و تولید (کتاب درسی پایه دهم دوره دوم متوسطه آموزش و پرورش)، تهران: شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی ایران.
- Blackwell, E. (2004), *How to Prepare a Business Plan*, London and Sterling, VA.
- Kubr, T., H. Marchesi, D. Ilar and H. Kienhuis (1998), *Starting Up: Achieving Success with Professional Business Planning*, Switzerland: McKinsey & Company, Inc.



## فصل سوم: مهارت‌های ارتباطی و فنون مذاکره



### اهداف این فصل

با مطالعه این فصل می‌توانید:

- مفهوم ارتباطات و تعاریف و ویژگی‌های آن را بیان کنید.
- برخی مهارت‌های برقراری ارتباط را برشمارید.
- انواع ارتباط و مفهوم آنها را درک کنید.
- برخی استراتژی‌های ارتباط با مشتریان را بشناسید.
- فنون مذاکره و مهارت‌های مرتبط با آن را بیاموزید.

### ۱. تعریف ارتباطات

ارتباط به معنای انتقال پیام از یک فرستنده به یک گیرنده از طریق یک کانال ارتباطی است، به نحوی که گیرنده قادر باشد معانی و مفاهیم ارسالی از طرف فرستنده را رمزگشایی و درک کند. این فرایند در شکل ۱.۳ نشان داده شده است.



شکل ۱.۳ مدل ساده ارتباطات.

عناصر این مدل عبارت‌اند از:

۱. فرستنده: کسی که قصد دارد پیامی را ارسال کند
۲. گیرنده: کسی که پیام را دریافت خواهد کرد
۳. پیام: معانی و مفاهیمی که قرار است منتقل شود
۴. کانال ارتباطی: مسیری که از طریق آن پیام منتقل می‌شود
۵. کدگذاری: به رمز درآوردن مفاهیم و معانی برای انتقال درست پیام
۶. شکستن کد: از رمز خارج کردن پیام برای درک درست آن
۷. بازخورد: فهم گیرنده از پیام

فرض کنید عضو یک تیم والبال هستید و در حین بازی درون دانشگاهی قصد دارید به هم‌تیمی خود که در خط سرویس است بگویید که سرویس را به منطقه‌ای سه زمین حریف بزنند. در این حالت شما فرستنده پیام هستید، پیام این است که سرویس در منطقه‌ای سه زمین حریف زده شود، و گیرنده هم‌تیمی شماست. با توجه به فاصله شما از هم‌تیمی خود، به نظر می‌رسد دو راه برای انتقال این پیام دارید. اول اینکه از طریق کانال ارتباطی صحبت کردن و به ناچار با صدای بلند (به دلیل فاصله چند متری) به هم‌تیمی خود بگویید سرویس را به منطقه مورد نظر بفرستد. در این حالت پیام شما به درستی منتقل می‌شود و هم‌تیمی شما نیز پیام را دریافت می‌کند. فقط این روش یک ایراد بزرگ دارد که تیم حریف هم احتمالاً منظور شما را متوجه خواهد شد و کارایی پیام شما کم می‌شود. راه دوم این است که پیام را رمزگذاری کنید و از کانال ارتباطی صحبت یا اشاره مفهوم را برسانید. مثلاً می‌توانید به جای صحبت کردن، از کانال ارتباطی اشاره استفاده کنید و با نشان دادن عدد سه با دست به هم‌تیمی خود بفهمانید که سرویس را به منطقه سه بزنند. در این حالت کدگذاری شما باید برای هم‌تیمی‌تان قابل فهم باشد. یعنی مفهوم عدد سه که با دست نشان می‌دهید برای هم‌تیمی شما همان باشد که قصد دارید. اگر پیش از بازی این کدها اصطلاحاً همسان نشده باشد، هم‌تیمی شما ممکن است عدد سه را نه منطقه سه زمین که بازیکن شماره سه حریف تعبیر کند. لذا لازم است مفاهیمی که کدگذاری می‌شوند برای فرستنده و گیرنده قابل فهم باشند تا انتقال پیام به شکل مؤثری صورت گیرد.

## ۲. ویژگی‌های ارتباطات

ارتباطات اجتناب‌ناپذیر است. واضح است که نمی‌توان از ارتباطات فرار کرد. همه افراد حاضر در یک سازمان و کسب و کار به ناچار باید با یکدیگر و با ذی‌نفعان بیرون سازمان در ارتباط باشند. لذا باید بیاموزند که چگونه ارتباطات مؤثر و خوبی داشته باشند.

**ارتباطات یک تبادلی است.** باید بپذیریم که ارتباطات یک تبادلی است و در دل یک بده بستان شکل می‌گیرد. دنیای امروز نمی‌تواند دنیای ارتباطات یک‌سویه باشد و هر ارتباطی حداقل دو سو دارد. بنابراین باید یاد گرفت که چگونه در فضایی دو یا چند سویه ارتباطات خوبی داشت و از سوء تفاهمات جلوگیری کرد.

**ارتباطات هدف‌مند است.** هر ارتباطی با یک یا چند هدف شکل می‌گیرد. استفاده صحیح از تکنیک‌های ارتباطی باعث انتقال صحیح هدف از فرستنده و درک بهتر هدف از سوی گیرنده می‌شود.

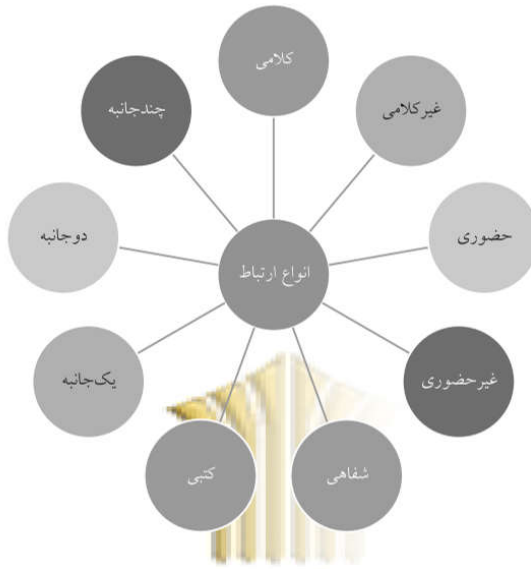
**ارتباطات برگشت‌ناپذیر است.** اگر پیام ناقص یا نامفهوم ارسال شود برگشت‌پذیر نخواهد بود و صرفاً می‌توان با ارسال پیام‌های دیگر آن را تعدیل کرد. حضرت علی (ع) در حکمت ۳۸۱ نهج‌البلاغه<sup>۱</sup> می‌فرماید: سخن را تا بر زبان نیاورده‌ای در بند توست، چون بر زبانت آوری تو در بند آنی.

## ۳. انواع ارتباطات

تقسیم‌بندی‌های متفاوتی از انواع ارتباطات وجود دارد، یکی از این تقسیم‌بندی‌ها شامل **نُه دسته** است که در شکل ۲.۳ آمده است.

ارتباطات کلامی چنان‌که از نام آن پیداست شکلی از ارتباطات است که در آن صحبت کردن و استفاده از کلمات بیشترین نقش را دارد. مثلاً در جلسات منظم هیئت مدیره شرکت‌ها که در آنها اطلاعات مختلفی اعم از آمارهای تولید، فروش، درآمد، سود و زیان ارائه می‌گردد ارتباطات از نوع کلامی است. در ارتباطات غیرکلامی نیز از عناصری غیر از کلام استفاده می‌شود. مثلاً در همان مثال تیم والیبال اگر از یک رمز برای اشاره به سرویس‌زننده استفاده شود (مثلاً همان عدد سه به معنی منطقه سه زمین حریف) از ارتباطات غیرکلامی استفاده شده است.

۱. ترجمه محمد مهدی فولادوند



شکل ۲.۳ انواع ارتباطات.

وقتی عناصر مختلف ارتباطات مثل فرستنده، گیرنده و کانال ارتباطی همگی در یک محل جمع شده باشند ارتباط به صورت حضوری است. مثلاً همان جلسات هیئت مدیره از نوع ارتباطات حضوری است. اما در صورتی که این عناصر هم‌زمان در یک محل نباشند، ارتباطات غیرحضوری شکل می‌گیرد. مثلاً ارتباط از طریق کانال ارتباطی تلفن همراه یک نوع ارتباطات غیرحضوری است.

ارتباطات کتبی و شفاهی نیز به نوع کانال ارتباطی بستگی دارد. اگر این کانال به صورت نوشتاری باشد ارتباطات کتبی خواهد بود و اگر صرفاً از گفتار استفاده شود شفاهی محسوب می‌شود.

ارتباطات یک‌جانبه ارتباطی است که در آن یک نفر متکلم وحده است و دیگران را خطاب قرار می‌دهد. مثلاً در جلسات سخنرانی اگر فرد سخنران صرفاً به صحبت

بپردازد و نظرات دیگران را نشنود، ارتباطی یک‌جانبه برقرار کرده است. در ارتباطات دوجانبه، طرفین ارتباط با یکدیگر تعامل دارند. در ارتباطات چندجانبه نیز چند نفر به صورت هم‌زمان در تعامل با یکدیگر هستند. برای نمونه، جلسات هفتگی هیئت مدیره یک کسب و کار بزرگ از نوع ارتباطات چندجانبه است که مدیران ارشد سازمان گرد هم می‌آیند و راجع به مسائل و مشکلات سازمان تبادل نظر می‌کنند.

#### ۴. مهارت‌های برقراری ارتباط

در سازمان‌ها و کسب و کارهای بزرگ و کوچک بیشترین زمان یک مدیر صرف برقراری ارتباط با ذی‌نفعان سازمانی می‌شود. دانستن مهارت‌های ارتباطی به مدیران و ارزش‌آفرینان کمک می‌کند تا ارتباطات مؤثرتری در سازمان برقرار کنند و از سوءتفاهمات و تنش‌های سازمانی بکاهند. مهارت‌های ابتدایی لازم برای برقراری یک ارتباط مؤثر در شکل ۳.۳ آمده است.

**گوش دادن:** شنیدن با گوش دادن متفاوت است. شنیدن مکانیکی است، در حالی که گوش دادن کاملاً ذهنی است. در عمل مکانیکی شنیدن، امواج صوتی به گوش مخاطب می‌رسد و در آنجا متوقف می‌شود. مثلاً تصور کنید که برای تماشای یک مسابقه در ورزشگاه حضور دارید. شما صداها و هیاهوی جمعیت را می‌شنوید ولی عموماً متوجه نمی‌شوید. در مقابل، گوش دادن به معنای تکمیل فرایند شنیدن است. یعنی شما نه تنها اصوات را می‌شنوید که آنها را از نظر ذهنی طبقه‌بندی و تفسیر و تحلیل می‌کنید. در واقع، در گوش دادن، شما با مخاطب خود ارتباط برقرار می‌کنید و او را درک می‌کنید.



شکل ۳.۳ مهارت‌های اولیه برقراری ارتباط.

پاسخ دادن: طبیعی است که پاسخ مؤثر نیاز به گوش دادن مؤثر داشته باشد. اگر مدیری به صحبت‌های ذی‌نفعان خود خوب گوش دهد، با درک آنچه دیگران گفته‌اند، پاسخ‌های بهتری ارائه خواهد کرد. یکی از مهم‌ترین معضلات ارتباط، پاسخ دادن بدون گوش دادن است. در این حالت، فرد در زمانی که دیگران در حال صحبت هستند مشغول آماده‌سازی پاسخ است، بدون آنکه به حرف دیگران خوب گوش داده باشد. لذا گوش دادن، تحلیل کردن و صبر داشتن از مهم‌ترین خصیصه‌های مدیران موفق است که به آنان در دادن پاسخ‌های مؤثر کمک خواهد کرد.

سؤال کردن: یکی از راه‌های برقراری ارتباط کامل، داشتن مهارت سؤال کردن است. هدف اصلی از سؤال کردن درک بهتر مطلب گوینده و رفع ابهامات پیامی است که در حال انتقال است. در واقع، فایده اصلی سؤال کردن این است که شنونده می‌تواند اطلاعات صحیح و صریحی در مورد موضوع ارتباط کسب کند.

## ۵. ارتباطات در محیط کسب و کار

انتقال و تبادل اطلاعات، معانی، مفاهیم و احساسات در بین افراد در محیط کار، ارتباطات را در این محیط شکل می‌دهد. ارتباطات سبب فعال شدن محیط کار و تسریع دستیابی به اهداف سازمان می‌شود. هنگامی که مدیر در تلاش برای پرورش روحیه جمعی کارکنان از طریق برقراری ارتباط با آنان است یا زمانی که کارکنان به دلایلی همچون تغییرات مداوم کسب و کار یا مشکلات اقتصادی دچار احساس ناامنی و تهدید می‌شوند، اهمیت ارتباطات در محیط کار بیشتر می‌شود. ارتباط در محیط کار در ابعاد کلی شامل موارد زیر می‌شود:

ارتباطات رسمی: در ارتباطات رسمی، نوع و حدود ارتباط مدیر با کارکنان در چارچوب قوانین و مقررات خاص (قوانین و عرف شرکت‌ها) و به طور کاملاً رسمی و جدی تعیین می‌شود. هر کسب و کار، شرکت و سازمانی، اعم از دولتی یا خصوصی، نمودار یا چارت سازمانی نوشته یا نانوشته‌ای دارد که در آن مقامات و سمت‌ها مثل مدیر عامل، مدیر مالی، مدیر اداری، مسئول تأسیسات و غیره مشخص شده‌اند. ارتباطاتی که در شرکت، مطابق با این نمودار شرکتی، بین افراد برقرار می‌شود از نوع رسمی است. برای نمونه، ارتباط و گفت‌وگوی مدیر عامل با مدیر مالی در مورد مشکلات مالی شرکت یک ارتباط رسمی است. گاه سازمان‌ها در خصوص ارتباطات

رسمی دستورالعمل‌هایی نیز دارند. مثلاً در برخی شرکت‌ها و سازمان‌های بزرگ، برگزاری جلسات کاری صرفاً در محیط کار و در ساعات رسمی فعالیت شرکت مجاز است و کارکنان نمی‌توانند جلسات کاری را بیرون از محل شرکت تشکیل دهند.

**ارتباطات غیررسمی:** ارتباط صمیمانه و همراه با احترام افراد در خارج از چارچوب قوانین و مقررات تعریف‌شده کاری از نوع ارتباطات غیررسمی است. یعنی زمانی که افراد شرکت، ورای مقام و سمت تعریف‌شده خود در نمودار سازمان، با یکدیگر رابطه‌ای دوستانه برقرار می‌کنند که از صمیمیت بیشتری برخوردار است، ارتباط به حوزه غیررسمی وارد می‌شود. برای مثال، یک شام دوستانه بین مدیر و کارمند زیردست او در خارج از محیط کار یک ارتباط غیررسمی تلقی خواهد شد یا گفت‌وگوی کارمندی با مدیر عامل در سالن غذاخوری محل کار در مورد بیماری فرزندش که موضوعی خارج از موضوعات سازمانی است یک رابطه غیررسمی خواهد بود.

## ۶. ارتباطات مدیران با ذی‌نفعان

مطالعات نشان می‌دهد که مدیران ۶۰ درصد از زمان خود را در جلسات برنامه‌ریزی شده و نشده با دیگران، حدود ۲۵ درصد را پشت میز کار، حدود ۷ درصد را به صحبت با تلفن، و ۳ درصد را در مسیر رفت و آمد به محل کار صرف می‌کنند. پس می‌توان گفت بخش عمده‌ای از وقت هر مدیر یا کارآفرین در یک کسب و کار به ارتباط با دیگران می‌گذرد. همین آمار کافی است تا به اهمیت برقراری ارتباط در کسب و کارها پی ببریم.

نتایج تحقیقات نشان می‌دهد که ارتباطات مؤثر داخل سازمان یا به عبارت دیگر ارتباطات کارکنان با مدیران، کارآفرینان و ذی‌نفعان سازمانی تأثیر بسزایی در عملکرد کسب و کارها دارد. مثلاً تصور کنید مدیری در طول روز وقتی به شنیدن نظرات، پیشنهادات، گلایه‌ها و انتقادات کارکنان خود اختصاص ندهد. طبیعی است که پس از مدتی کارکنان انگیزه‌های خود را از دست خواهند داد و تمایلی برای حفظ کارایی خود در سطح پیشین نخواهند داشت. در مقابل، صاحب کسب و کاری را تصور کنید که روزانه زمانی را صرف شنیدن نظرات و در مجموع تعاملات درون سازمانی با کارکنان می‌کند. در این حالت، کارکنان احساس خواهند کرد که برای مدیریت سازمان اهمیت دارند و مدیریت برای نظر آنان ارزش ویژه‌ای قائل است. طبیعی است که انگیزه این کارکنان برای کار بالاتر می‌رود و از توانمندی‌های خود در جهت تحقق اهداف سازمانی بهره بیشتری خواهند برد.

مدیران در همه سطوح سازمانی عموماً وظایف مدیریتی شامل برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، رهبری، ارزیابی و کنترل را انجام می‌دهند و برای آنکه بتوانند به خوبی از عهده این وظایف برآیند، نیاز به برقراری ارتباط مؤثر با همه اجزای سازمان دارند. بنابراین، مدیران باید مهارت‌های ارتباطی خود را در پنج سطح افزایش دهند که عبارت‌اند از:

۱. مدیران هم‌سطح
۲. همکاران و تیم‌های کاری
۳. تأمین‌کنندگان و مشتریان
۴. مدیران ارشد بالادستی و زیردستی
۵. کارکنان و سایر ذی‌نفعان

مدیر توانمند باید گوینده و شنونده و نویسنده خوبی باشد تا بتواند در سازمان نقش مؤثری ایفا کند. لازمه این امر آن است که چنین مدیری از اعتماد به نفس بالا، خودشناسی، خودکنترلی، و شناخت کافی نسبت به کسب و کار، صنعت و اهداف سازمان برخوردار باشد. برخورداری از این خصوصیات به مدیریت سازمان کمک خواهد کرد تا گوینده‌ای مسلط و قادر به انتقال اهداف و استراتژی‌های سازمان به سایرین باشد. برای شنونده‌ای بودن نیز باید وقت کافی به شنیدن نظرات کارکنان اختصاص دهد. مدیران در صورتی که مشاهده‌گران دقیقی باشند، دید وسیعی نسبت به پیرامون خود داشته باشند و بتوانند وقایع را خوب تحلیل کنند، قادر خواهند بود به نویسندگان خوبی نیز تبدیل شوند.

## ۷. مهارت‌های ارتباط با مشتریان

مشتری عبارت است از هر شخص یا سازمانی که خریدار کالا یا خدمتی برای رفع نیاز خود است و حاضر است بابت آن هزینه مناسبی بپردازد. مشتری این هزینه را بابت ارزشی می‌پردازد که از خرید آن کالا یا خدمت دریافت می‌کند؛ بنابراین، هرچه ارزش بیشتری به مشتری ارائه گردد هزینه بالاتری نیز از سمت مشتری پرداخت خواهد شد. مشتری یک عامل کلیدی برای سازمان‌هاست و تشویق مشتریان فعلی به خرید ارزش بیشتر و نیز جذب مشتریان جدید در نهایت باعث سودآوری سازمان‌ها می‌شود.



رضایت مشتریان عامل اصلی در خرید بیشتر آنهاست. این رضایت ماحصل دریافت کالا و خدمت دارای کیفیت و ارزش بالاتر است. کسب و کارها باید نیاز مشتریان را بشناسند و رفتار آنان را بررسی کنند تا بتوانند محصول و خدمت را به نحوی طراحی کنند که رضایت مشتری افزایش یابد. برای مثال، مشتریان یک کارواش را در نظر بگیرید. بسیاری از مشتریانی که نیاز به شست‌وشوی اتومبیل خود دارند با کمبود وقت مواجه‌اند. از طرف دیگر، خواهان یک رفتار ضابطه‌مند در کارواش هستند و برخی رفتارها نظیر طلب انعام آنها را آزار می‌دهد. این عوامل موجب شده است شرکت‌های آنلاین کارواش شکل بگیرند که ارزش بیشتری به مشتریان ارائه می‌دهند. ارائه خدمات در محل مشتری، صرفه‌جویی در وقت او، حذف موارد و رفتارهای ناخوشایند، و توجه به حفاظت از محیط زیست در ارائه خدمات، برای مشتریان به معنای دریافت ارزش بیشتر و افزایش خشنودی و رضایت و در نهایت خرید بیشتر و برای شرکت به معنی سودآوری بیشتر است.

در ارتباط و برخورد با مشتریان باید به چهار اصل توجه داشت. در ابتدا باید مشتری را شناخت. شناخت مشتری یعنی شناخت نیازهای او و کشف روش‌هایی که بتواند این نیازها را برطرف کند. در بازاریابی، به منظور برقراری بهتر ارتباط با مشتریان، شرکت‌ها تقسیم بازار انجام می‌دهند و برای هر بازار خاص به روش متفاوتی عمل می‌کنند. مثلاً تبلیغات مواد غذایی برای کودکان با تبلیغات مواد غذایی برای بزرگسالان متفاوت است.

اصل دوم ارائه کالا و خدمت مناسب مشتری به او است و در ادامه اصل شناخت مشتری و تقسیم بازار به اجرا درمی‌آید. دو اصل بعدی رفتار و شخصیت مناسب فروشنده یا سازمان است. سازمان‌ها برای برقراری ارتباط مؤثر با مشتریان نیاز به فراگیری رفتار حرفه‌ای با مشتری دارند. برای مثال، رعایت ادب و اخلاق در برخورد، خوشرویی، و اختصاص زمان مناسب و کافی به مشتری از جمله رفتارهایی است که ارتباط را برای وی شیرین و به‌یادماندنی می‌کند. شخصیت فروشندگان یا ارائه‌دهندگان خدمت که به نوعی عناصر اصلی ارتباط با مشتریان هستند نیز در جذب آنان به شدت تاثیرگذار است. فروشنده یا خدمت‌رسان باید برون‌گرا باشد، و قدرت بیان و نفوذ کلام همراه با ادب و متانت داشته باشد تا قادر به تأثیرگذاری بر مشتریان باشد. شکل ۴.۳ مهارت‌های مورد نیاز برای ارتباط مؤثر با مشتریان را نشان می‌دهد.



شکل ۴.۳ مهارت‌های لازم برای ارتباط مؤثر با مشتری.

همچنین صاحبان کسب و کارها روزانه به اشکال مختلف با سایرین از جمله مشتریان ارتباط کلامی برقرار می‌کنند. برای داشتن یک ارتباط کلامی مؤثر باید هدف از ارتباط، شخص یا اشخاص مقابل، و موقعیت ارتباط را کاملاً شناخت و درک کرد. شناخت هدف به فعالان کسب و کار کمک می‌کند که بتوانند فرایند ارتباط را به خوبی مدیریت و به طرز کارایی جهت‌دهی کنند. هر فردی برای ایجاد ارتباط کلامی مؤثر نیاز به مهارت شناخت درست و تفکیک موقعیت‌های مختلف از هم دارد، یعنی اینکه در موقعیت رسمی و غیررسمی باید متفاوت عمل کند. برای مثال، در یک موقعیت رسمی، فرد باید بر موضوع مکالمه مسلط باشد و کلمات مناسب و درخوری را به کار گیرد. در یک موقعیت غیررسمی نیز به‌کارگیری کلمات صمیمانه و همدلانه مورد نیاز خواهد بود.

در برقراری ارتباط کلامی ضروری است تا فرد مکالمه‌کننده:

۱. از سن مخاطب خود آگاهی داشته باشد تا مکالمات را به فراخور گروه سنی او و ویژگی‌های آن گروه سنی پیش ببرد.

۲. از جنسیت مخاطب آگاهی داشته باشد و شرایط مکالمه با هر گروه را به درستی بداند.

۳. از تحصیلات و تجربه طرف مقابل آگاهی کامل داشته باشد.

۴. شغل مخاطب و الزامات فرهنگی هر شغل را که ممکن است منحصر به همان شغل باشد بشناسد. هر صنفی برای خود فرهنگ، عبارات و کلمات خاصی دارد که آگاهی از آنها کمک می‌کند تا رابطه بهتری شکل بگیرد.
۵. از وضعیت اجتماعی و اقتصادی مخاطب آگاه باشد و مکالمات را با توجه به طبقه اجتماعی و اقتصادی افراد مدیریت کند.
۶. از نژاد و فرهنگ مخاطب آگاهی کامل داشته باشد. بی‌تردید فرهنگ‌ها و نژادهای گوناگون خصوصیات خاصی از جمله به لحاظ کلامی دارند که آگاهی از آنها می‌تواند کمک بسیار زیادی به برقراری ارتباط مؤثر بکند.

## ۸. مهارت‌های عمومی استفاده از ابزارهای رسانه‌ای

دنیای امروز دنیای ارتباطات و بهره‌برداری از رسانه‌هاست. ابزارهای رسانه‌ای ابزاری هستند که با ساده کردن فرایند ارتباط با دیگران، سرعت و کارایی ارتباطات را بیشتر می‌کنند. برخی از این ابزارها عبارت‌اند از رادیو و تلویزیون به عنوان نماد رسانه، مطبوعات، اینترنت و ابزارهای مرتبط با آن در حوزه کسب و کار. در ادامه به برخی از این ابزارهای پرکاربرد می‌پردازیم.

**ایمیل/پست الکترونیکی/رایانامه:** ایمیل یا رایانامه یک ابزار بسیار پرکاربرد برای کسب و کارهای امروزی است. پست الکترونیکی امروزه به ابزاری استراتژیک بدل شده که بسیاری از تبادلات کسب و کارها از طریق آن صورت می‌گیرد. استفاده مؤثر از این ابزار در گرو آشنایی با برخی تکنیک‌های حرفه‌ای نگارش آن است که بی‌توجهی به آنها در مرادوات به‌ویژه مرادوات خارجی به تصویر برند شرکت‌ها آسیب خواهد زد.

مهم‌ترین نکته‌ای که در خصوص نگارش رایانامه وجود دارد داشتن یک حساب کاربری<sup>۱</sup> حرفه‌ای است. این حساب کاربری معمولاً متشکل از نام و نام خانوادگی افراد و عاری از حروف و اعداد بی‌ربط است. بسیاری از کسب و کارهای متوسط و بزرگ با استفاده از دامنه وب‌گاه شرکت خود اقدام به ایجاد حساب کاربری می‌کنند و لذا قادرند در این خصوص استانداردهایی تدوین و از تشتت و پراکندگی جلوگیری کنند. مثلاً اگر استاندارد نشانی رایانامه در شرکت الف به شکل `urname@domain.ir` باشد یعنی رایانامه‌های آن با نام خانوادگی کاربران ساخته می‌شود. در مواردی که کسب و کارها

1. account

وب‌گاه در اختیار ندارند. باید از سرویس‌دهندگان رایگان استفاده کنند که این امر ایجاد حساب کاربری حرفه‌ای را سخت‌تر خواهد کرد زیرا بسیاری از نام‌ها و نام‌های خانوادگی را قبلاً سایرین اشغال کرده‌اند. با این حال، همچنان توصیه می‌شود که حساب کاربری حرفه‌ای و فاقد اعداد و حروف اضافه و بی‌ربط باشد.

بعد از ایجاد حساب کاربری مناسب، باید نکات مهمی را در استفاده از رایانامه رعایت کرد. برای مثال، در هنگام ارسال آن به هیچ عنوان نباید جلوی عنوان<sup>۱</sup> را خالی گذاشت و موضوع رایانامه باید در قالب چند کلمه در قسمت عنوان درج شود.

پس از ذکر عنوان، نوبت نوشتن متن رایانامه و انتقال پیام است. در این مرحله باید توجه داشت که لازم است پیام دارای سه بخش اصلی باشد. بخش اول آغاز کلام با عنوانی همچون جناب آقای، سرکار خانم، سلام، درود، با سلام و احترام و مانند آنها به منظور رعایت آداب اجتماعی مکالمه است. بخش دوم که بخش اصلی پیام است به طرح موضوع رایانامه اختصاص دارد و باید کوتاه و صریح باشد و طولانی نشود. معمولاً این بخش خود به سه بخش مقدمه، بدنه اصلی و نتیجه‌گیری تقسیم می‌شود که در نهایت می‌توان در دو تا سه پاراگراف اصل مطلب را نوشت. بخش سوم نیز امضای رایانامه و به معنای این است که ارسال‌کننده رایانامه خود و سمت و شرکت خود را معرفی کند تا گیرنده بداند که ارسال‌کننده از چه شرکت یا سازمانی با او تماس گرفته است. نمونه‌ای از امضای رایانامه به فارسی در تصویر ۱.۳ نشان داده شده است.



تصویر ۱.۳ نمونه‌ای از امضای رایانامه.

1. subject

در امضای رایانامه اطلاعاتی همچون نام و نام خانوادگی تماس‌گیرنده، سمت، نام شرکت، نشانی، شماره تلفن، فکس و لوگوی شرکت درج می‌گردد. ترتیب درج این اطلاعات بر مبنای سلیقه و زیباشناسی است. در برخی شرکت‌ها تصویر فرد تماس‌گیرنده نیز در کنار امضای وی درج می‌شود.

پس از تنظیم رایانامه اگر نیاز به ارسال فایل یا مدرکی باشد، این اقلام براساس نام تنظیم و برای مخاطب ارسال می‌گردد. فایل‌های با حجم بسیار بالا باید از طریق سایر روش‌ها ارسال شود. در صورتی که ایمیلی با هدف ارسال یک فایل تنظیم شود، دقت کنید که بدون ضمیمه کردن فایل ارسال نشود تا مجبور به ارسال فایل در قالب یک ایمیل دیگر نباشید.

**شبکه‌های اجتماعی:** حضور در شبکه‌های اجتماعی برای بسیاری از کسب و کارهای کوچک حائز اهمیت است. شبکه‌های اجتماعی برای این گونه کسب و کارها معمولاً به عنوان یک ابزار بازاریابی عمل و برای آنها برند ایجاد می‌کنند. برای برقراری ارتباط در شبکه‌های اجتماعی باید از روش‌ها و تکنیک‌های استفاده از این شبکه‌ها آگاه بود. مثلاً اگر کسب و کاری با هدف بازاریابی و فروش به ایجاد حساب کاربری در شبکه‌های مجازی اقدام کرده است، باید بازار هدف محصول یا خدمت خود را شناسایی کند و این بخش را هدف قرار دهد. نکته مهم در این امر تولید محتواست. کسانی که از این شبکه‌ها استفاده می‌کنند زمان کمی برای هر محتوا می‌گذارند؛ بنابراین، محتوای ارائه‌شده باید تا حد امکان کوتاه و مختصر و در عین حال مفید و مؤثر باشد، به نحوی که اشتیاق مخاطب را برانگیزد و او را مجاب به بازدید از وب‌سایت و فروشگاه شرکت کند. برای مثال، اگر بخواهید یک ویدئو در مورد کالا یا خدمت خود تولید کنید، ویدئوی شما باید تا آنجا که ممکن است کوتاه باشد و در عین حال ویژگی‌های خاص محصول شما را نیز بیان کند. همچنین موجب برانگیخته شدن احساسات و ایجاد اشتیاق در مخاطبان نیز بشود. سعی کنید از ارائه همه ویژگی‌ها و توضیح در مورد آنها بپرهیزید و یک خلاصه مفید از ویژگی‌های مهم کالا یا خدمت خود ارائه دهید. اگر محتوا متن است نیز باید کوتاه و مفید باشد.

## ۹. اصول و فنون مذاکره

مذاکره مهم‌ترین و رایج‌ترین وسیله برقراری ارتباط میان انسان‌هاست. انسان‌ها با هم مذاکره می‌کنند تا برای رسیدن به نیازهای خود در هر سطحی، به توافقی معقول،

منطقی، منصفانه، قابل دوام و سریع دست یابند. بنابراین ابزار مذاکره در ایجاد، گسترش و موفقیت کسب و کارها بسیار مؤثر است.

مذاکره فرایند گفت‌وگو بر سر موضوعی مشخص است که برای حل اختلاف یا رسیدن به منافع مشترک و تأمین رضایت طرفین بین افراد و گروه‌ها انجام می‌گیرد. همچنین می‌توان گفت مذاکره هنر رسیدن به تفاهم متقابل از طریق چانه زدن و بحث و استدلال بر سر موضوعات اصلی است که افراد را از موضع‌های واگرا به مواضع حصول توافق هدایت می‌کند.

### انواع مذاکره

انسان‌ها برای رسیدن به خواسته‌ها و نیازهای خود در روابط خانوادگی، اجتماعی، عاطفی، کاری و غیره نیاز به مذاکره دارند. در یک دسته‌بندی، مذاکره به دو دسته ملایم (مذاکره‌کننده از برخورد‌های شخصی اجتناب می‌کند و به سادگی امتیاز می‌دهد) و سخت (مذاکره‌کننده بر مواضع خود پافشاری می‌کند و به راحتی امتیاز نمی‌دهد) تقسیم می‌شود. در یک دسته‌بندی دیگر، مذاکره به دو دسته اصولی و غیراصولی تقسیم می‌گردد.

**مذاکره غیراصولی:** آنچه یک مذاکره را غیراصولی می‌کند موضع «برنده شدن یا معامله به هر ترتیب» است. استراتژی‌های مذاکره غیراصولی در سه نظریه در شکل ۵.۳ بیان شده است.

استراتژی مذاکره برد-برد: در این مذاکره، روش حل مسئله به صورت مشارکتی و برای رسیدن به راه‌حلی است که به نفع طرفین مذاکره باشد. این نوع مذاکره زمانی اتفاق می‌افتد که میزان انعطاف‌پذیری و مبادله امتیازات مناسب باشد و طرفین به طور



شکل ۵.۳ استراتژی‌های مذاکره غیراصولی.

نسبی به خواسته‌ها و انتظارات خود دست یابند. در استراتژی برد- برد، در نهایت، نتیجه‌ای قابل قبول برای طرفین به دست می‌آید.

**استراتژی مذاکره برد- باخت:** در این نوع مذاکره، طرفین در کشمکش‌اند و هدف هریک مغلوب ساختن دیگری است. در نهایت، یک طرف مذاکره احساس رضایت و طرف دیگر احساس شکست می‌کند. این نوع مذاکره اغلب در موضوعات اقتصادی و سیاسی اتفاق می‌افتد.

**استراتژی مذاکره باخت- باخت:** در این نوع مذاکره، طرفین به دلیل عدم شناخت کافی یکدیگر از مواضع خود پایین نمی‌آیند و شرایط یکدیگر را قبول نمی‌کنند. در نتیجه زمان و انرژی طرفین بیهوده تلف می‌شود و، در نهایت، نتیجه مثبتی برای طرفین به دست نمی‌آید.

**مذاکره اصولی:** هر مذاکره‌کننده، علاوه بر اینکه می‌خواهد در موضوع مورد مذاکره به نتیجه مورد نظر دست یابد، تمایل به برقراری ارتباط مؤثر برای همکاری‌های آینده نیز دارد. بنابراین، لازم است مذاکره به صورت اصولی انجام شود تا نتایج مورد انتظار به دست آید. مذاکره اصولی یعنی برقراری ارتباط برای رسیدن به توافق براساس راه‌حل‌ها و راهکارهایی که بر معیارهای قابل قبولی استوار باشند و منافع طرفین را منصفانه تأمین کنند. در مذاکره اصولی باید به چهار نکته توجه کرد:

۱. جدا کردن اشخاص از مسئله: افرادی که با آنان در ارتباط هستید ارزش‌ها، احساسات و دیدگاه‌های گوناگونی دارند و می‌توان انتظار داشت که مشکلاتی در ایجاد ارتباط مؤثر به وجود آید. بنابراین، پیش از پرداختن به مسئله باید افراد را از آن جدا و با مسئله مستقل از افراد برخورد کرد.
۲. تمرکز بر منافع و نه مواضع: هدف از مذاکره تأمین خواسته‌های طرفین است. تمام جزئیات را به دقت بیان کنید، انعطاف‌پذیر باشید و تنها بر مواضع خودتان تأکید نکنید. به نظرات و انتظارات دیگران هم توجه کنید و راه‌حل‌هایی برای رسیدن به توافق مشترک ارائه دهید که منافع طرف مقابل نیز تأمین شود.
۳. توجه به حق انتخاب‌ها: ابتدا جلساتی میان دوستان برگزار کنید و با توجه به مشخص بودن موضوع، ایده‌هایی را که به ذهن هرکس می‌رسد بدون انتقاد و ارزیابی یادداشت کنید. در مرحله بعد، از میان ایده‌های ثبت‌شده، ایده‌های برتر را انتخاب کنید و با دیدی انتقادی به بررسی و اصلاح آنها بپردازید.



۴. توجه به معیارها و موازین: باید معیارهایی مشخص کرد که طرفین را در رسیدن به هدف مشترک که توافق عادلانه است یاری کند. در تعیین این معیارها باید برای گفته‌های خود دلیل بیاورید و شنونده خوبی برای دلایل طرف مقابل باشید.

### عناصر مذاکره

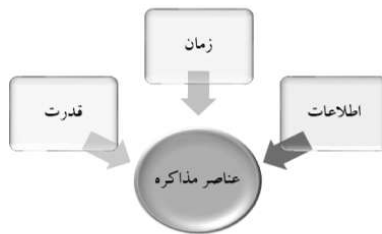
در هر مذاکره‌ای باید به سه عامل اساسی و بسیار مهم و نقش هریک در مذاکره توجه کرد. این سه عامل حیاتی در شکل ۶.۳ ارائه شده است.

**اطلاعات:** طرفی که اطلاعات بیشتری درباره موضوع و درک و شناخت بهتری از آنچه باید انجام شود دارد، قدرت بیشتری در مذاکره خواهد داشت.

**زمان:** طرفی که زمان کافی در اختیار داشته باشد، کار خود را بهتر انجام می‌دهد. هیچ‌گاه در وقت کم مذاکره نکنید و همچنین نگذارید طرف مقابل متوجه شود که زمان کمی دارید.

**قدرت:** هیچ وقت قدرت را به طرف مقابل واگذار نکنید.

بیشتر افراد فکر می‌کنند که مذاکره با ملاقات طرفین شروع می‌شود و در زمان مشخصی هم به پایان می‌رسد. در حالی که برای انجام یک مذاکره موفق باید هفته‌ها، ماه‌ها و گاهی سال‌ها وقت صرف کرد. زمان صرف‌شده پیش از انجام مذاکره عمدتاً به جمع‌آوری اطلاعات در مورد هدف‌ها، نیازمندی‌ها، سبک‌های مذاکره، و طراحی فرایند مذاکره اختصاص می‌یابد. اکثر اوقات مذاکره‌ها در ۲۰ درصد پایان زمان مذاکره به نتیجه می‌رسند. این جنبه از مذاکره از قاعده پارتو<sup>۱</sup> یا قانون ۸۰-۲۰ پیروی می‌کند. از همین رو، ۸۰ درصد نتایج مورد نظر عموماً در ۲۰ درصد پایان وقت مورد توافق قرار می‌گیرند.



شکل ۶.۳ عناصر مذاکره.

1. V. Pareto (اقتصاددان و جامعه‌شناس ایتالیایی)



بنابراین باید خونسرده و صبور بود. با این حال، اگر در تمام کردن سریع مذاکرات منافی وجود دارد، ارزش این کار را به طرف مقابل گوشزد کنید.

### فرایند مذاکره

- فرایند مذاکره از پنج مرحله تشکیل شده که در شکل ۷.۳ ارائه شده است.
۱. تدارک و برنامه‌ریزی: قبل از مذاکره باید به سؤالاتی از این دست پاسخ داد که ماهیت تعارض و اختلاف چیست؟ چه عواملی موجب بروز اختلاف می‌شود؟ چه کسانی درگیر اختلاف می‌شوند و چه فرضی از مسئله مورد اختلاف دارند؟ اهداف اصلی و فرعی مذاکره چیست؟ و چه استراتژی‌هایی برای مذاکره لازم است؟ پس ضرورت دارد که قبل از مذاکره مجموعه اطلاعاتی در مورد شخصیت و حتی مشخصات ظاهری طرف مذاکره، مسئله مورد بررسی، و چگونگی انجام مذاکره مؤثر به دست آورد.
  ۲. تنظیم تاکتیک‌های مذاکره: در این مرحله باید مواردی مشخص گردد. مثلاً اینکه چه فرد یا افرادی مذاکره را انجام خواهند داد؟ مذاکره در کدام مکان انجام می‌شود؟ زمان مذاکره چقدر است؟ چه مسائل یا موضوعاتی در مذاکره مطرح می‌شود؟ و چه محدودیت‌هایی برای مذاکره وجود دارد؟ در این مرحله باید اطلاعات با دقت و به درستی جمع‌آوری شود.
  ۳. توضیح و توجیه: پس از اعلام موضع اولیه طرفین مذاکره، نوبت به توضیح و توجیه تقاضای اصلی می‌رسد. خواسته‌ها و انتظارات هر دو طرف مذاکره بیان می‌شود و اسناد



شکل ۷.۳ فرایند مذاکره.

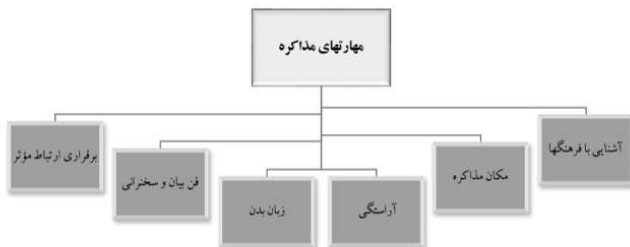
- و مدارکی مبنی بر حقانیت تقاضا و انتظار ارائه می‌گردد. در این مرحله، طرفین مذاکره با خواسته‌های یکدیگر آشنا می‌شوند تا بتوانند به مراحل بعدی بروند.
۴. گفت‌وگو و ارائه راه‌حل‌های مؤثر: در این مرحله، گفت‌وگوهایی میان طرفین برای رسیدن به توافق دوجانبه انجام می‌شود. طرفین باید تلاش کنند راه‌حل‌های مؤثری ارائه دهند تا توافق و منفعت دو طرف حاصل شود.
۵. تنظیم توافق‌نامه و اجرا: تنظیم توافق‌نامه آخرین مرحله در فرایند مذاکره است. در توافق‌نامه باید شیوه‌های اجرا و راه‌هایی که مورد توافق طرفین قرار گرفته به طور کامل مشخص گردد.

### مهارت‌های مذاکره

برقراری ارتباط و مذاکره مؤثر نیازمند به‌کارگیری مهارت‌های مذاکره است. برخی از مهارت‌های مهم مذاکره در شکل ۸.۳ نمایش داده شده است.

**آشنایی با فرهنگ‌ها:** در مذاکره باید به فرهنگ و ویژگی‌های فرهنگی طرف مذاکره توجه کرد. آشنا شدن با این ویژگی‌ها از جمله آداب و رسوم (بایدها و نبایدها در هدیه دادن و...)، رفتارها در موقعیت‌های مختلف (غذا خوردن، نشست و برخاست و...)، علائق اجتماعی (تیم ورزشی یا گروه اجتماعی مورد علاقه و...)، و تعلقات صنفی و گروهی و طبقاتی (تولیدکنندگان، توزیع‌کنندگان و...) قبل از مذاکره لازم است. این آشنایی می‌تواند در فرایند انجام مذاکره موفق بسیار مؤثر باشد.

**انتخاب مکان مذاکره:** انتخاب مکان مناسب برای مذاکره می‌تواند در هدایت فرایند مذاکره تأثیر داشته باشد و بر توانایی دستیابی به موفقیت در مذاکره بیفزاید. در انتخاب

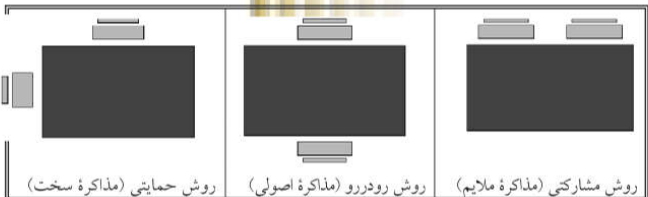


شکل ۸.۳ مهارت‌های مذاکره

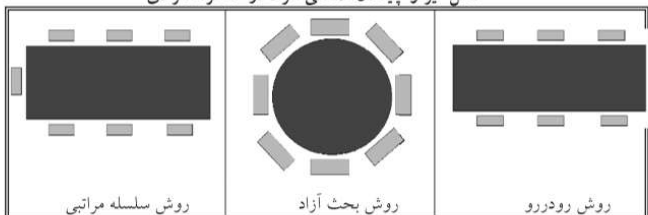
مکان مناسب برای برگزاری جلسه مذاکره باید به عواملی مانند فضای مناسب، نور کافی، تهویه، دمای مناسب، وسایل سمعی و بصری، راحتی صندلی‌ها، شکل میز مذاکره و نظایر آن توجه کرد. می‌توانید سه مکان را برای مذاکره مد نظر قرار دهید:

- محل کار خودتان: مذاکره در محل کار خودتان باعث افزایش توانایی و آسودگی شما در هدایت جلسه و مهار خستگی و عوامل ناراحت‌کننده محیط فیزیکی می‌شود. همچنین از امتیاز ارتباط سریع با مافوق برای مشورت و گرفتن اطلاعات نیز بهره‌مند می‌شوید.
- محل کار طرف مقابل: زمانی که محل کار طرف مقابل برای گفت‌وگو انتخاب می‌شود، باید خون‌سردی خود را حفظ کنید و اعتماد به نفس و آمادگی کامل داشته باشید زیرا طرف مقابل اغلب با برنامه‌ریزی دقیق و سنجیده وارد مذاکره می‌شود.
- مکان بی‌طرف: گاه پیش می‌آید که طرفین در مورد مذاکره در مکان یکی از طرف‌ها به توافق نمی‌رسند یا بر سر یک موضوع اختلاف زیادی دارند. در این موارد توصیه می‌شود از محل ثالثی برای مذاکره استفاده شود.

شکل میز مذاکره و چیدمان صندلی مذاکره‌کنندگان در مذاکره انفرادی و گروهی با یکدیگر متفاوت است که در زیر نشان داده شده است.



شکل میز و چیدمان صندلی افراد در مذاکره انفرادی



شکل میز و چیدمان صندلی افراد در مذاکره گروهی

آراستگی: یکی از موارد بسیار تأثیرگذار در مذاکره آراستگی مذاکره‌کنندگان است. آراستگی شامل آراستگی باطنی و ظاهری است و در مذاکره باید به هر دو وجه آن توجه کرد. آراستگی باطنی شامل آراستگی افکار (دارا بودن اطلاعات و علم به موضوع، ادب و احترام و...)، اخلاق (صداقت، پرهیز از تعصب و...)، رفتار (بردباری، انعطاف-پذیری و...)، و گفتار (پرهیز از دروغ‌گویی و مبالغه و...) است. آراستگی ظاهری شامل آراستگی بدن (نظافت بدن) و پوشش (تناسب رنگ و نوع لباس با موضوع مورد مذاکره و طرف مذاکره و...) است. آراستگی ظاهری باعث افزایش اعتماد به نفس می‌شود زیرا علاوه بر القای حس خوب به فرد، نشانگر احترام و ادب نسبت به طرف مقابل نیز هست. نوع دیگری از آراستگی نیز آراستگی محیط کار است که می‌تواند در نگاه اول حس مثبتی به طرف مذاکره القا کند. آراستگی محیط کار شامل انضباط (پرداختن به ظواهر و زیباسازی فضا و...)، سازمان‌دهی (جدا کردن وسایل مورد نیاز از وسایل غیرضروری و...)، سامان‌دهی (مرتب‌چیدن وسایل و ابزارها و لوازم برای دسترسی سریع به آنها)، پاکیزه‌سازی (تمیز بودن محیط و...)، و استانداردسازی (تعیین برنامه‌های مشخص با علایم قابل فهم) است.

زبان بدن: به انتقال پیام‌های غیرکلامی میان افراد با کمک اعضای بدن و حرکات صورت زبان بدن می‌گویند. هر فرد از طریق رفتارهای فیزیکی خود، بدون آنکه صحبتی کند، می‌تواند با دیگران ارتباط برقرار کند. زبان بدن نقش مؤثری در مذاکره دارد و می‌تواند فرایند مذاکره را به سمت موفقیت یا شکست سوق دهد. در طول مذاکره، بیش از ۵۰ درصد از آنچه را در درون مخاطب می‌گذرد می‌توان از روی زبان بدن او کشف کرد.

فن بیان و سخنرانی: فن بیان شامل اصول پرورش صدا، قواعد پرورش بیان (به معنای آگاهی نسبت به آنچه بر زبان آورده می‌شود)، آگاهی از عملکرد اندام‌های تنفسی و گفتاری (مانند تارهای صوتی و حنجره)، آگاهی از عوامل روان‌شناختی مؤثر در بیان (مانند شخصیت)، و آگاهی از عوامل اجتماعی مؤثر در بیان (مانند آموزش و پرورش و پایگاه اجتماعی) است. فن بیان می‌گوید که باید ابتدا خوب گوش داد، سپس کلمات صحیح را با تلفظ درست و آهنگ و لحن مناسب به کار برد. استفاده از لغات و عبارات مناسب می‌تواند باعث مجذوب شدن فرد یا افراد مقابل شود. فردی که شروع به صحبت کردن در مذاکره می‌کند باید اعتماد به نفس مطلوبی داشته باشد تا بتواند دانش

و اطلاعاتی را که به دست آورده از طریق فن بیان مؤثر به خوبی بیان کند. به نوعی می‌توان گفت فرد مذاکره‌کننده باید قدرت سخنوری داشته باشد.

برقراری ارتباط مؤثر: ارتباط مؤثر فراتر از تبادل اطلاعات بین فرستنده و گیرنده است. اگر دریافت‌کننده پیام، معنا و مفهوم پیام را همان گونه که مد نظر گوینده است دریافت کند، ارتباط مؤثر اتفاق افتاده است. برقراری ارتباط مؤثر در فرایند مذاکره نیازمند کامل، روشن، واضح و صحیح بودن اطلاعات بیان‌شده است تا دو طرف بتوانند درک متقابل و بازخورد مناسبی برای ادامهٔ ارتباط داشته باشند.

### پرسش‌هایی برای خودآزمایی

- ارتباطات چیست؟ عناصر تشکیل‌دهندهٔ یک ارتباط کدام‌اند؟
- برخی از ویژگی‌های ارتباطات را بنویسید.
- انواع ارتباطات و ویژگی‌های هر یک را ذکر کنید.
- شنیدن چه تفاوت‌هایی با گوش دادن دارد؟ کدام یک برای مدیر کسب و کار ضرورت دارد؟
- چهار استراتژی ارتباط با مشتریان را شرح دهید. کدام یک از آنها مؤثرتر است؟
- در ارتباطات کلامی به چه ویژگی‌هایی باید توجه کرد؟
- عناصر مهم یک رایانامهٔ حرفه‌ای چیست؟
- مذاکره را تعریف کنید و انواع آن را نام ببرید.
- چند مهارت مهم مذاکره را ذکر کنید.
- فرایند مذاکره به چه معناست؟
- مذاکرات انفرادی و گروهی به لحاظ شکل میز و چیدمان صندلی مذاکره‌کنندگان به چند دسته تقسیم می‌شود؟

### منابع

- تریس، بریان (۱۳۸۹)، قدرت بیان: حرف بزَن تا برنده شوی، ترجمهٔ پروین آقایی، قم: اشکذر.
- خیرالله، عزت‌الله، محمدتقی طغرایی و محمد کفاشان (۱۳۹۵)، ارتباط مؤثر (کتاب پایهٔ دهم دورهٔ دوم متوسطهٔ شاخهٔ فنی و حرفه‌ای و کاردانش)، تهران: شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی ایران.

- دی‌برد، رابرت (۱۳۹۱)، *مهارت‌های مشاوره‌ای مدیران موفق*، ترجمه اسماعیل اسدپور، عباس موزیری و فاطمه نادری، تهران: انسان برتر.
- شعبانعلی، محمدرضا (۱۳۹۴)، *فنون مذاکره*، تهران: مؤسسه علمی - فرهنگی نص.
- فیشر، راجر و ویلیام یوری (۱۳۷۵)، *اصول و فنون مذاکره*، ترجمه مسعود حیدری، تهران: سازمان مدیریت صنعتی.
- نوری، امیر (۱۳۸۴)، *گویندگی و فن بیان: در جست‌وجوی زبان معیار*، تهران: طرح آینده.
- Adair, J. (2011), *Effective Communication: The Most Important Management Skill of All*, rev. ed., UK: Pan Macmillan.
- Anderson, L. K. and J. C. Kerr (2001), *Customer Relationship Management*, McGraw-Hill Professional.
- Bhatnagar, N. and M. Bhatnagar (2012), *Effective Communication and Soft Skills: Strategies for Success*, Pearson University Press.
- Hargie, O., D. Dickson and D. Tourish (2014), *Communication Skills for Effective Management*, UK: Palgrave Macmillan.
- O'Rourke, S. J. (2010), *Management Communication: A Case-analysis Approach*, fifth ed., NJ: Prentice Hall.
- Sain, S. and S. Wilde (2014), *Customer Knowledge Management: Leveraging Soft Skills to Improve Customer Focus*, New York: Springer.



بخش دوم  
قوانین کسب و کار

## فصل چهارم: آشنایی با قانون کار



### اهداف این فصل

بعد از مطالعه این فصل می‌توانید:

- مفاهیم پایه‌ای قانون کار را بیان کنید.
- حقوق کارگر و کارفرما را برشمارید.
- شرایط کار را ذکر کنید.
- قوانین پایه‌ای تأمین اجتماعی را بشناسید.
- از قوانین مرخصی، بازنشستگی، حوادث و بیماری‌ها آگاه شوید.

### ۱. دایره شمول قانون کار

قانون متن نوشته شده‌ای است که به تصویب قوه مقننه رسیده است. آنچه هسته اولیه قانون را تشکیل می‌دهد «پیشنهاد قانون» نامیده می‌شود. این پیشنهاد از سوی نمایندگان مجلس شورای اسلامی یا قوه مقننه یا قوه مجریه مطرح می‌شود. پس از ارائه پیشنهاد قانونی به مجلس و شور و مشورت نمایندگان، متن قانون با تصویب مجلس پدید می‌آید. قانون کار در وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی تنظیم می‌شود و سپس در مجلس شورای اسلامی مورد بررسی، تصحیح و تصویب قرار می‌گیرد. فصل اول این قانون شامل دایره شمول قانون کار است که در شکل ۱.۴ نشان داده شده است.





شکل ۱.۴ دایره شمول قانون کار.

#### بیشتر بدانید

قانون کار در ایران مشتمل بر ۲۰۳ ماده و ۱۲۱ تبصره و ۱۲ فصل به شرح زیر است:

تعاریف کلی و اصول (فصل ۱)، قرارداد کار (فصل ۲)، شرایط کار (فصل ۳)، حفاظت فنی و بهداشت کار (فصل ۴)، آموزش و اشتغال (فصل ۵)، تشکلهای کارگری و کارفرمایی (فصل ۶)، مذاکرات و پیمانهای دسته‌جمعی کار (فصل ۷)، خدمات رفاهی کارگران (فصل ۸)، مراجع حل اختلاف (فصل ۹)، شورای عالی کار (فصل ۱۰)، جرایم و مجازات (فصل ۱۱)، مقررات متفرقه (فصل ۱۲).

کلیه کارفرمایان، کارگران، کارگاه‌ها، مؤسسات تولیدی، صنعتی، خدماتی و کشاورزی مکلف به تبعیت از قانون کار مصوب ۱۳۶۹ هستند (ماده ۱ قانون کار).

## ۲. تعاریف کلی قانون کار

کارگر: کارگر کسی است که به هر عنوان<sup>۱</sup> در مقابل دریافت حق‌السعی<sup>۲</sup> اعم از مزد، حقوق، سهم سود و سایر مزایا به درخواست کارفرما کار می‌کند (ماده ۲ قانون کار). کارگر فقط به افرادی که کارهای فیزیکی (کار یدی یا کار با دست) انجام می‌دهند گفته نمی‌شود. امروزه بخش بزرگی از کارهای خدماتی به صورت فکری و ذهنی انجام

۱. در قانون کار مصوب ۱۳۶۹ به صراحت آمده است عنوان و نوع کار مشخص‌کننده کارگر از غیرکارگر نیست. بنابراین کارگر ممکن است هر عنوانی داشته باشد.

۲. کلیه دریافتی‌های قانونی که کارگر به اعتبار قرارداد کار اعم از مزد یا حقوق، کمک عائله‌مندی، هزینه‌های مسکن، خواربار، ایاب و ذهاب، مزایای غیرنقدی (کالا)، پاداش افزایش تولید، سود سالانه و نظایر آنها دریافت می‌کند را حق‌السعی می‌نامند (ماده ۳۴ قانون کار).

می‌شود و واژه کارگر از نظر حقوقی به این افراد نیز اطلاق می‌شود. کارگر یک شخصیت حقیقی<sup>۱</sup> دارد. به همین جهت در قانون کار برای تعریف کارگر از واژه «شخص» استفاده نشده است و به جای آن از واژه «کسی» استفاده شده است. مثلاً اگر بگوییم «آریا حسینی» در یک شرکت مشاوره اطلاع‌رسانی و خدمات کارآفرینی به عنوان کارشناس فنی مشغول به کار شده است، به یک شخصیت حقیقی اشاره کرده‌ایم که به عنوان کارگر در یک شرکت به کار مشغول شده است.

کارفرما: کارفرما شخصی است حقیقی یا حقوقی که کارگر به درخواست و به حساب او در مقابل دریافت حق‌السعی کار می‌کند (ماده ۳ قانون کار). شخص حقیقی کارفرمایی است که یک نفر است. مثلاً شما در یک مغازه ساندویچی برای یک شخص حقیقی کار می‌کنید. شخص حقوقی کارفرمایی است که یک شرکت، کارخانه، کارگاه یا مجموعه دارد. مثلاً شما در یک کارخانه برای یک شخص حقوقی کار می‌کنید. بنابراین:

- کارفرما شخص حقیقی یا حقوقی، اعم از عمومی و خصوصی، است.
- کارفرما می‌تواند از اتباع کشورهای بیگانه تعیین شود.
- برخلاف کارگر که شخصاً باید کار کند، کارفرما می‌تواند برای خود نماینده یا قائم‌مقام تعیین کند.
- مدیران و مسئولان و به طور عموم کلیه افرادی که عهده‌دار اداره کارگاه هستند نماینده کارفرما محسوب می‌شوند و کارفرما مسئول کلیه تعهداتی است که نماینده او در قبال کارگر به عهده می‌گیرد.
- کارگاه: کارگاه<sup>۲</sup> محلی است که کارگر به درخواست کارفرما یا نماینده او در آنجا کار می‌کند (ماده ۴ قانون کار). کارگاه می‌تواند مشتمل بر مواردی همچون کارگاه آهنگری، کارگاه تولید پوشاک، گلخانه، شرکت حمل و نقل، شرکت تولید محتوای الکترونیکی، کارگاه صنایع دستی، کارگاه تولید قطعات یدکی و غیره باشد.

۱. شخص حقیقی در مقابل شخص حقوقی است. اشخاص حقیقی انسان‌ها هستند که وجود اعتباری ندارند و با تولد یا به عرصه حیات اجتماعی و حقوقی می‌گذارند و با مرگ نیز از این عرصه خارج می‌شوند. آنان ازدواج، ارث و ... دارند. اشخاص حقوقی شامل شرکت‌ها، مؤسسات، نهادها، دولت‌ها و نظایر آنهاست که شخصیتی اعتباری دارند و براساس قانون پدید می‌آیند، و تولد و مرگ طبیعی، ازدواج، ارث و ... ندارند.

۲. کارگاه محلی است که با نظر و اختیار کارفرما انتخاب می‌شود و در این خصوص کارگر اختیاراتی ندارد و باید تابع دستور کارفرما عمل کند. چنانچه کارگر از کارفرمای خود در این خصوص تبعیت نکند، کارفرما حق دارد از پرداخت مزد به کارگر خودداری کند.

کارفرمایان مطابق با قانون کار ملزم به رعایت نکاتی در مورد کارگاه‌ها هستند:

- برای حفظ نیروی انسانی و منابع مادی کشور، دستورالعمل‌هایی که از طریق شورای عالی حفاظت فنی (جهت تأمین حفاظت فنی) و وزارت بهداشت، درمان و آموزش پزشکی (جهت جلوگیری از بیماری‌های حرفه‌ای و تأمین بهداشت کار و کارگر و محیط کار) تدوین می‌شود، برای کلیه کارگاه‌ها، کارفرمایان، کارگران و کارآموزان الزامی است (ماده ۸۵ قانون کار). مسئولیت اجرای مقررات و ضوابط فنی و بهداشت کار بر عهده کارفرما است. هرگاه بر اثر عدم رعایت مقررات از سوی کارفرما یا مسئولین واحدها حادثه‌ای رخ دهد، شخص کارفرما یا مسئول مذکور از نظر کیفری و حقوقی مسئول است (ماده ۹۵ قانون کار).
- کارفرمایان مکلف‌اند پیش از بهره‌برداری از ماشین‌ها، دستگاه‌ها، ابزار و لوازم، آزمایش‌های لازم را توسط آزمایشگاه‌ها و مراکز مورد تأیید شورای عالی حفاظت فنی انجام داده و مدارک مربوطه را حفظ و یک نسخه از آنها را برای اطلاع به وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی ارسال کنند (ماده ۸۹ قانون کار).
- کارفرمایان مکلف‌اند برای تأمین حفاظت و سلامت و بهداشت کارگران در محیط کار، وسایل و امکانات لازم را تهیه و در اختیار آنان قرار دهند. همچنین چگونگی کاربرد وسایل و ابزارآلات را به آنان بیاموزند و بر رعایت مقررات حفاظتی و بهداشتی نظارت کنند. افراد ملزم به استفاده و نگهداری از وسایل حفاظتی و بهداشتی فردی و دستورالعمل‌های مربوط به کارگاه هستند (ماده ۹۱ قانون کار).
- کارفرمایان و مسئولان مربوط موظف‌اند برای افرادی که به اقتضای نوع کار در معرض بیماری‌های ناشی از کار قرار دارند، پرونده پزشکی تشکیل دهند و حداقل سالی یک بار توسط مراکز بهداشتی - درمانی از آنها معاینه و آزمایش‌های لازم به عمل آید و نتیجه در پرونده مربوط ضبط شود. چنانچه با تشخیص شورای پزشکی، فرد معاینه‌شده به بیماری‌های ناشی از کار مبتلا شده یا در معرض ابتلا باشد، کارفرما و مسئولان مربوط مکلف‌اند کار او را براساس نظریه شورای پزشکی بدون کاهش حق‌السعی در قسمت مناسب دیگری تعیین کنند (ماده ۹۲ قانون کار). مثلاً در موردی، فردی که در یک کارخانه تولید مواد شیمیایی مشغول به کار است، به دلیل تماس مستقیم با مواد شیمیایی و تنفس در فضای کارخانه، دچار آسم شدید شده و شورای پزشکی تأیید کرده است که بیماری او ناشی از محیط کار بوده است. کارفرما ضمن پرداخت هزینه درمان، بدون کسر حقوق او را مسئول تدارکات کارخانه کرده است.

### ۳. برخی مواد مهم قانون کار

- تعیین حق‌السعی قبل از انجام کار: میزان حق‌السعی کارگر قبل از شروع کار باید مشخص گردد. حق‌السعی کارگر منوط به سود شرکت یا کارخانه نیست. بنابراین کارگر از یک میزان مزد مشخص، قابل پیش‌بینی و تضمین شده بهره‌مند می‌شود. چنانچه کارگر در سرمایه‌گذاری و سود و زیان شریک شود، از حالت کارگر بودن خارج می‌شود و دیگر مشمول قوانین و قرارداد کارگری نیست زیرا در این حالت کارگر شمرده نمی‌شود، بلکه شریک کارفرما است و قرارداد مشارکت و سرمایه‌گذاری با قرارداد کار متفاوت است.

- تبعیت از کارفرما: کارگر موظف است در محیط کار درخواست‌ها و اقدامات مورد نظر کارفرما را در جهت انجام کار، تولید کالا یا ارائه خدمات اجرا کند. مثلاً کارگر نباید در ساعات کاری و بدون اطلاع کارفرما به انجام کار دیگری حتی برای مدت زمان اندک مشغول شود یا بدون اطلاع کارفرما کیفیت کار را پایین آورد. البته اگر دستورات کارفرما به گونه‌ای باشد که بهره‌کشی یا استعمار، هتک حرمت و زیر پا گذاشته شدن کرامت انسانی محسوب شود، کارگر مجبور به تبعیت از آنها نیست. کارفرما نباید منزلت و شأن انسانی کارگر را مخدوش کند و با دستوراتی باعث محدودیت آزادی یا آسیب رساندن به جسم و جان او شود. برای مثال، کارفرما نمی‌تواند از کارگر بخواهد که بدون افزایش دستمزد، بیشتر از ساعات کاری کار کند.

- قرار نداشتن در شمول مقررات خاص و عام: مقررات قانون کار تنها شامل افرادی می‌شود که مشمول قوانین یا مقررات استخدامی خاص یا عام نیستند (ماده ۱۸۸ قانون کار). قانون استخدامی عام قانون مدیریت خدمات کشوری مصوب ۱۳۸۶ است و قانون استخدامی خاص نیز قانون استخدام برخی نهادهای خاص مانند شرکت نفت، شهرداری، صدا و سیما، دانشگاه‌ها (در مورد اعضای هیئت علمی)، نیروی انتظامی، بانک‌ها، اداره گاز و غیره است. مثلاً فردی که در استخدام شرکت نفت یا ارتش است مشمول قوانین و مقررات استخدامی آن سازمان و نهاد است و شرایط قانون کار شامل وی نمی‌شود.

- کارگاه‌های خانوادگی: براساس قانون کار، کارگاه‌های خانوادگی مشمول قوانین کار نیستند (ماده ۱۸۸ قانون کار). به این صورت که اگر فردی به همراه پدر و مادر، همسر و فرزندان خود در کارگاهی در محیط منزل مشغول به کار شوند، این کارگاه خانوادگی فرض می‌شود و اعضای آن مشمول مقررات قانون کار نمی‌شوند. اما چنانچه

بستگان درجه یک نسبی و سببی در یک کارگاه خانوادگی خارج از محیط منزل مشغول به کار شوند، اعضا مشمول مقررات قانون کار خواهند بود. همچنین اگر فردی خارج از رابطه خویشاوندی به همراه افراد دارای نسبت درجه یک سببی و نسبی مشغول به کار شود، کارگاه از حالت خانوادگی خارج می‌شود و حالت عادی پیدا می‌کند و همه افراد شاغل در آن مشمول مقررات قانون کار می‌شوند. مثلاً آقای رئوفی به همراه همسر و فرزندان در پارکینگ منزل خود کارگاه معرق‌کاری راه‌اندازی کرده است. او به اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی استان برای بیمه کردن افراد مشغول به کار مراجعه می‌کند و متوجه می‌شود کارگاه وی خانوادگی است و قوانین کار شامل آن نمی‌شود. بنابراین تصمیم می‌گیرد برای بیمه کردن خانواده خود، کارگاه معرق را به خارج از منزل منتقل کند. همچنین می‌تواند خواهرزاده خود را که کار طراحی انجام می‌دهد در کارگاه مشغول به کار کند تا کارگاه از حالت خانوادگی خارج گردد. در این حالت نیز همه افراد مشغول به کار در کارگاه مشمول قوانین کار می‌شوند.

#### بیشتر بدانید

ایجاد کارگاه خانوادگی نیازمند کسب مجوز از مقامات قضایی محل است. همچنین کارگاه‌های خانوادگی به لحاظ ایمنی و بهداشت و شرایط محیط کار تابع مقررات قانون کار هستند.

- شرایط حمایت قانون کار: برای آنکه فرد تحت حمایت قانون کار قرار گیرد، باید ایرانی باشد و چنانچه از اتباع بیگانه است، مجوزهای رسمی برای کار در ایران را از وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی دریافت کرده باشد. همچنین مجنون، سفیه یا صغیر نباشد و بیش از ۱۵ سال سن داشته باشد.<sup>۱</sup>

#### ۴. حقوق کارگر و کارفرما

تعیین مزد قبل از کار، حق انتخاب کار (انتخاب و انجام کار با زور و تهدید و فریب‌کاری نباشد)، شتاب در پرداخت مزد (مزد کارگر بدون تأخیر پرداخت شود، مگر آنکه از قبل با او شرط کرده باشند)، ادای حق کارگر (مزد و حق کارگر بدون اذیت کردن پرداخت شود)، و عدالت (کارفرما در رفتار با کارگر و پرداخت مزد او عدالت داشته باشد و رضایت شغلی وی را جلب کند) از جمله حقوق مهم هر کارگر است که بر عهده کارفرما است (شکل ۲-۴).

۱. به‌کارگیری افراد کمتر از ۱۵ سال تمام ممنوع است (ماده ۷۹ قانون کار).



شکل ۲.۴ حقوق مهم کارگران.

کارفرمایان براساس قانون تأمین اجتماعی موظف‌اند کارگران خود را بیمه کنند (ماده ۱۴۸ قانون کار). همچنین کارفرمایان موظف‌اند در کارگاه‌هایی که برای مدت محدود به منظور اجرای پروژه‌هایی از قبیل راه‌سازی، سدسازی، ساخت کارخانه، احداث شهرک‌های مسکونی و صنعتی، تأسیس نیروگاه، ساخت کشتی و نظایر آنها دور از مناطق مسکونی احداث می‌شوند، سه وعده غذایی مناسب (صبحانه، ناهار، شام) که حداقل یک وعده آن غذای گرم باشد تهیه کنند. همچنین در این قبیل کارگاه‌ها، به اقتضای فصل، محل و مدت کار، باید خوابگاه مناسب برای کارگران ایجاد شود (ماده ۱۵۱ قانون کار).

کارفرمایان موظف‌اند در کارگاه محل مناسبی برای ادای فریضه نماز ایجاد کنند. همچنین باید در ایام ماه مبارک رمضان شرایط و ساعات کار را با همکاری انجمن اسلامی و شورای اسلامی کار یا سایر نمایندگان قانونی کارگران طوری تنظیم کنند که اوقات کار مانع ادای فریضه روزه نباشد و مدتی از ساعات کار به نماز و صرف افطار یا سحری اختصاص یابد (ماده ۱۵۰ قانون کار).

کارفرمایان موظف‌اند در صورت دوری کارگاه و کمبود وسیله نقلیه عمومی، وسیله نقلیه مناسب برای رفت و برگشت کارکنان خود مهیا کنند (ماده ۱۵۲ قانون کار). همچنین تسهیلات لازم از قبیل محل، وسایل کار و ابزارآلات و تجهیزات و غیره را نیز فراهم سازند (ماده ۱۵۳ قانون کار).

کارگران نیز وظایفی دارند، شامل انجام کارهای تعیین شده از جانب کارفرما، تبعیت از کارفرما، تلاش برای انجام دادن کار با حداکثر کیفیت، و اتمام کار در بازه زمانی مشخص شده از جانب کارفرما.

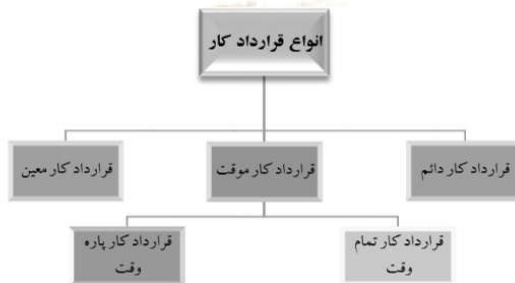
## ۵. قرارداد کار

فصل دوم قانون کار دربردارنده قرارداد کار است. قرارداد کار یک توافق است که بدون اجبار میان دو شخص منعقد می‌گردد و شرایط آن نباید بندهای قانون کار را نقض کند. در فصل دوم قانون کار مواردی به شرح زیر مورد بررسی قرار می‌گیرد:

قرارداد کار عبارت است از قرارداد کتبی یا شفاهی که به موجب آن کارگر، در قبال دریافت حق‌السعی، کاری را برای مدت موقت یا غیرموقت برای کارفرما انجام می‌دهد (ماده ۷ قانون کار). قرارداد کار دارای انواع مختلفی است که در شکل ۴.۴ آمده است.



شکل ۳.۴ موارد مهم قرارداد کار.



شکل ۴.۴ انواع قرارداد کار.



**قرارداد کار دائم یا غیرموقت:** این قرارداد برای کارهای دائمی است. در این نوع قرارداد، زمان آغاز قرارداد مشخص و زمان پایان آن نامشخص است. پایان گرفتن این نوع قراردادها بیشتر در اختیار کارگر است تا کارفرما. قرارداد کار دائم معمولاً با بازنشستگی کارگر به اتمام می‌رسد.

**قرارداد کار موقت:** قراردادی است که به لحاظ زمان موقتی است و زمان پایان آن با توافق کارگر و کارفرما در زمان انعقاد قرارداد پیش‌بینی می‌شود. قانون کار مدت خاصی را برای این قراردادها پیش‌بینی نکرده است و مدت آنها با توافق دو طرف مشخص می‌شود.

**قرارداد کار معین:** این قرارداد برای انجام کار معین در مدت موقت منعقد می‌شود و از ابتدا مشخص است که اجرای آن در یک برهه زمانی خاص به پایان می‌رسد. هیچ‌یک از طرفین به تنهایی حق فسخ این قرارداد را ندارند (ماده ۲۵ قانون کار). مثلاً یک شرکت ساختمانی با یک دانشگاه قرارداد می‌بندد که در مدت زمان یک ماه، سالن ورزشی دانشگاه را در ازای دریافت مبلغ معینی رنگ‌آمیزی کند. این نوع توافق، قرارداد کار معین نام دارد.

**قرارداد کار تمام‌وقت:** در این نوع قرارداد، کارگر تمام روزه‌های کاری هفته (۵ الی ۶ روز) را برای کارفرما کار می‌کند و حقوق معمولاً به صورت ماهیانه در آخر هر ماه پرداخت می‌شود. همچنین تعطیلات رسمی که در وسط هفته قرار می‌گیرد جزو روزه‌های کاری محاسبه می‌شود و در صورت درخواست کارفرما از کارگر برای کار در روزه‌های تعطیل رسمی، اضافه کار به کارگر پرداخت می‌شود.

**قرارداد کار پاره‌وقت:** در این قرارداد، همه موارد با توافق کارگر و کارفرما تعیین می‌شود، از جمله تعداد روزه‌های حضور در محل کار. گاهی تعداد روزه‌های کار مشخص نیست، اما سقف ساعات کار در ماه مشخص است. دستمزد براساس ساعات کار تعیین می‌شود و تعطیلات رسمی می‌تواند با توافق طرفین جزو روزه‌های کاری محسوب شود. مثلاً فردی به عنوان مشاور در یک شرکت خصوصی مشغول به کار می‌شود و با مدیرعامل شرکت توافق می‌کند که ۲ روز در هفته به صورت تمام‌وقت در شرکت حضور یابد. چنین توافقی در قالب قرارداد پاره‌وقت لحاظ خواهد شد.

مطابق قانون کار، لازم است مواردی در زمان انعقاد قرارداد مورد توجه قرار گیرد. برای مثال، قراردادهای با مدت بیشتر از ۳۰ روز باید به صورت کتبی و در فرم مخصوص وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی، در چارچوب قوانین و مقررات تهیه شوند و در اختیار کارگر و کارفرما قرار گیرند (تبصره ۳ ماده ۷ قانون کار). کارفرمایان موظف‌اند به کارگران دارای قرارداد موقت، به نسبت مدت کارکرد، مزایای قانونی پایان



## آشنایی با قانون کار ۷۱

کار به مآخذ هر سال یک ماه از آخرین مزد را پرداخت کنند (بصره ۴ ماده ۷ قانون کار). مثلاً شرکت الف، در پایان قرارداد یک ساله آقای ب، یک ماه حقوق بابت حق سنوات<sup>۱</sup> وی پرداخت کرده است.

هر قرارداد کار شامل مواردی همچون نوع کار یا حرفه یا وظیفه کارگر، حقوق<sup>۲</sup> یا مزد مینا<sup>۳</sup>، ساعات کار، تعطیلات و مرخصی‌ها، محل انجام کار، تاریخ انعقاد قرارداد، مدت قرارداد (چنانچه کار برای مدت معین باشد)، شرایط و نحوه فسخ قرارداد و موارد دیگری است که عرف و عادت شغل یا محل ایجاب می‌کند (ماده ۱۰ قانون کار). مشخصات قرارداد کار در شکل ۵.۴ نشان داده شده است.



شکل ۵.۴ مشخصات قرارداد کار.

۱. حق سنوات مبلغی است که هنگام انحلال قرارداد کار (قطع رابطه کارگر و کارفرما) در موارد پیش‌بینی شده به کلیه کارگران به نسبت سابقه کار و آخرین دستمزد از سوی کارفرما پرداخت می‌شود.
۲. اگر مزد به صورت ماهیانه و در آخر ماه پرداخت گردد، حقوق نامیده می‌شود. در ماه‌های سی و یک روز، مزایا و حقوق باید براساس سی و یک روز محاسبه و به کارگر پرداخت شود (بند ب ماده ۳۷ قانون کار).
۳. مزد ثابت عبارت است از مجموع مزد شغل و مزایای ثابت از قبیل مزایای سختی کار، مزایای سرپرستی، فوق‌العاده شغل و غیره که برحسب ماهیت شغل یا محیط کار و برای ترمیم مزد در ساعات عادی کار پرداخت می‌گردد (ماده ۳۶ قانون کار).

## بیشتر بدانید

توصیه می‌شود که جزئیات مورد توافق قرارداد کار به صورت کتبی باشد تا در صورت بروز مشکل بتوان براساس آن، پرداخت حقوق و دستمزد کارگر را از مراجع قانونی پیگیری کرد. مزد عبارت است از وجوه نقدی و غیرنقدی یا مجموع آنها که در مقابل انجام کار به کارگر پرداخت می‌شود.

کارفرما و کارگر می‌توانند با توافق مدتی را به عنوان دوره آزمایشی کار تعیین کنند. در طول دوره آزمایشی، هریک از طرفین حق دارند بدون اخطار قبلی رابطه کاری را قطع کنند. در صورتی که این کار از جانب کارفرما باشد، وی ملزم به پرداخت حقوق کل دوره آزمایشی است؛ و اگر کارگر رابطه کاری را قطع کند، فقط مستحق دریافت حقوق مدت زمان انجام کار است (ماده ۱۱ قانون کار).

هر نوع تغییر حقوقی در وضع 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، تأثیری در رابطه قراردادی کارگرانی که قراردادشان قطعی شده است ندارد و کارفرمای جدید قائم مقام تعهدات و حقوق کارفرمای سابق خواهد بود (ماده ۱۲ قانون کار). نمونه قرارداد مندرج در قانون کار به شکل زیر است.

## نمونه قرارداد کار

۱. مشخصات طرفین:	
کارفرما/نماینده قانونی کارفرما	
آقای/خانم/شرکت	فرزند
شماره	شماره
شناسنامه/شماره	ثبت
نشانی	به
..... و کارگر	
آقای/خانم	فرزند
شماره	متولد
شناسنامه	شماره ملی
.....	
میزان تحصیلات..... نوع و میزان مهارت.....	
به نشانی	
.....	
۲. نوع قرارداد: <input type="checkbox"/> دائم <input type="checkbox"/> موقت <input type="checkbox"/> کار معین	
۳. نوع کار یا حرفه یا حجم کار یا وظیفه‌ای که کارگر به آن اشتغال می‌یابد:	
.....	
۴. محل انجام کار: .....	

.....	۵. تاریخ انعقاد قرارداد:
.....	۶. مدت قرارداد:
.....	۷. ساعات کار:
میزان ساعات کار و ساعت شروع و پایان آن با توافق طرفین تعیین می‌گردد. ساعات کار نمی‌تواند بیش از میزان مندرج در قانون کار تعیین شود، لیکن کمتر از آن مجاز است.	
.....	۸. حق‌السعی:
.....	الف: مزد ثابت/مبناروزانه/ساعتی ..... ریال (حقوق ماهانه.....ریال)
.....	ب: پاداش افزایش تولید یا بهره‌وری.....ریال که طبق توافق طرفین قابل پرداخت است.
.....	ج: سایر مزایا: .....
.....	۹. حقوق و مزایای کارگر: به صورت هفتگی/ماهانه به حساب شماره ..... نزد بانک
.....	..... شعبه..... توسط کارفرما یا نماینده قانونی وی پرداخت می‌گردد.
.....	۱۰. بیمه: به موجب ماده ۱۴۸ قانون کار، کارفرما مکلف است کارگر را نزد سازمان تأمین اجتماعی یا سایر دستگاه‌های بیمه‌گر بیمه کند.
.....	۱۱. عیدی و پاداش سالانه: به موجب ماده واحده قانون مربوط به تعیین عیدی و پاداش سالانه کارگران شاغل در کارگاه‌های مشمول قانون کار - مصوب ۱۳۷۰/۱۲/۶ مجلس شورای اسلامی - به ازای یک سال کار، معادل شصت روز مزد ثابت/مبنا (تا سقف نود روز حداقل مزد روزانه قانونی کارگران) به عنوان عیدی و پاداش سالانه به کارگر پرداخت می‌شود. برای کار کمتر از یک سال میزان عیدی و پاداش و سقف مربوط به نسبت مدت کارکرد محاسبه خواهد شد.
.....	۱۲. حق سنوات یا مزایای پایان کار: به هنگام فسخ یا خاتمه قرارداد کار، حق سنوات مطابق قانون و مصوبه ۱۳۸۷/۸/۲۵ مجمع تشخیص مصلحت نظام به نسبت کارکرد کارگر پرداخت می‌شود.
.....	۱۳. شرایط فسخ قرارداد: این قرارداد در موارد ذیل توسط هریک از طرفین قابل فسخ است. فسخ قرارداد ..... روز قبل به طرف مقابل کتباً اعلام می‌شود.
.....	۱۴. سایر موضوعات مندرج در قانون کار و مقررات تبعی از جمله مرخصی استحقاقی، کمک هزینه مسکن و کمک هزینه عائلهمندی نسبت به این قرارداد اعمال خواهد شد.
.....	۱۵. این قرارداد در چهارنسخه تنظیم می‌شود که یک نسخه نزد کارفرما، یک نسخه نزد کارگر، یک نسخه به تشکیل کارگری (در صورت وجود) و یک نسخه نیز توسط کارفرما از طریق نامه الکترونیکی یا اینترنت یا سایر طرق به اداره تعاون، کار و رفاه اجتماعی محل تحویل داده می‌شود.
.....	محل امضاء کارفرما
.....	محل امضاء کارگر

## ۶. شرایط کار و تعاریف آن

شرایط کار شامل پنج مورد است که در شکل ۶.۴ نشان داده شده است.

### مزد (دستمزد)

مزد عبارت است از وجوه نقدی، غیرنقدی یا مجموع آنها که در ازای کار به کارگر پرداخت می‌شود. پرداخت غیرنقدی شامل کالاهای اساسی مثل مواد غذایی، پوشاک و غیره است (ماده ۳۵ قانون کار). حداقل دستمزد عددی است که در ابتدای هر سال توسط دولت تعیین می‌شود. این عدد متعلق به قراردادهای تمام‌وقت است. این دستمزد الزاماً باید پرداخت شود و هیچ کارفرمایی حق ندارد کمتر از حداقل دستمزد را به عنوان دستمزد کارگران تمام‌وقت در نظر بگیرد. حداقل دستمزد باید به گونه‌ای تعیین شود که زندگی یک خانواده را تأمین کند (ماده ۴۱ قانون کار). روش‌های پرداخت دستمزد متفاوت و به صورت‌های زیر است.

- براساس ساعات کار: در این روش، دستمزد براساس ساعات کار و به صورت روزانه، هفتگی و ماهانه محاسبه و پرداخت می‌شود. این روش رایج‌ترین شیوه پرداخت مزد است.
- براساس میزان کار انجام‌شده (کارمزدی): در این روش، مزد براساس میزان کاری که کارگر انجام می‌دهد پرداخت می‌شود و زمان و ساعات کار کارگر، شاخص پرداخت دستمزد نیست. مثلاً پرداخت به ازای تعداد کالای تولیدشده یا انجام یک کار معین پرداخت کارمزدی خواهد بود.



شکل ۶.۴ شرایط کار.

- مزد نامشخص: مزد کارگرانی که تمام یا قسمتی از مزد و درآمدشان، با توجه به طرز کارشان، از طریق مراجعین و مشتریان تأمین می‌گردد در این دسته قرار دارد. این نوع مزد، مزد خدماتی است. مثلاً دستمزد راننده تاکسی تلفنی یا اینترنتی متناسب با تعداد مسافرانی است که در طول روز جابه‌جا می‌کند و عدد ثابتی ندارد (ماده ۱۹۰ قانون کار).
- مزد نقدی و غیرنقدی: مزدی که به کارگر تعلق می‌گیرد، اعم از آنکه براساس ساعات کار باشد یا بر مبنای محصول و خدمات تولیدشده، می‌تواند به صورت نقدی (وجه نقد) یا غیرنقدی (کالاها یا خدمات مصرفی) یا به هر دو صورت نقدی و کالایی پرداخت گردد. در مواردی که با توافق طرفین قسمتی از مزد به صورت غیرنقدی پرداخت می‌شود، ارزش نقدی این نوع پرداخت باید منصفانه و معقول تعیین شود (ماده ۴۰ قانون کار).

در مواردی که قانون صراحتاً اجازه داده است، کارفرما می‌تواند از مزد کارگر برداشت کند. برای مثال، چنانچه وجهی به عنوان مساعده به کارگر پرداخت شده، بابت بازپرداخت اقساط وامی که به کارگر داده شده، اگر مبلغ اضافه‌ای بر اثر اشتباه محاسبه به کارگر پرداخت شده، بابت اجاره خانه سازمانی که کارگر ساکن آن است و مبلغ آن با توافق طرفین تعیین شده، یا زمانی که کارگر اجناس ضروری از شرکت تعاونی مصرف همان کارگاه خریداری کرده است، کارفرما حق برداشت از حقوق کارگر را به همان میزان دارد (ماده ۴۵ قانون کار).

### ساعت کار

ساعت کار مدت زمانی است که کارگر در طی آن نیرو و وقت خود را به منظور انجام دادن کار در اختیار کارفرما قرار می‌دهد. میزان ساعت کار کارگران در شبانه‌روز حداکثر ۸ ساعت و در هفته حداکثر ۴۴ ساعت است. کار بیشتر از این میزان مشمول پرداخت اضافه کاری می‌شود (ماده ۵۱ قانون کار). کار براساس ساعات آن به دسته‌های مختلفی تقسیم می‌شود:

کار روز: کاری است که از ساعت ۶ بامداد تا ۲۲ در دو نوبت صبح و عصر انجام می‌گیرد (ماده ۵۳ قانون کار).

کار شب: کاری است که زمان انجام آن بین ساعت ۲۲ تا ۶ بامداد است (ماده ۵۳ قانون کار). کار در شب در مقایسه با کار در روز به لحاظ میزان ساعات کار متفاوت نیست، اما از آنجا که اصولاً کار در شب موجب بروز تنش‌های جسمی و روانی در

کارگر می‌شود و با طبیعت فیزیولوژیکی بشر چندان سازگار نیست، در قوانین و مقررات کار سعی می‌شود با پیش‌بینی پرداخت فوق‌العاده کار تاحدی این تنش‌ها و خستگی کارگر جبران شود و همچنین انگیزه کارفرما در استفاده از کارگر در شب کاهش یابد. برای هر ساعت کار در شب، دستمزد کارگران ۳۵ درصد در مقایسه با کار روز بیشتر است. کار شب در مورد مشاغل سخت و زیان‌آور (ماده ۶۱ قانون کار) و برای کارگران نوجوان (ماده ۸۳ قانون کار) ممنوع است.

**کار مختلط:** کاری است که بخشی از آن در روز و بخشی از آن در شب انجام می‌شود (ماده ۵۳ قانون کار). در کارهای مختلط، برای ساعاتی که جزو کار شب محسوب می‌شود، ۳۵ درصد اضافه بر مزد ساعت کار عادی پرداخت می‌شود (ماده ۵۸ قانون کار).

**کار متناوب:** کاری است که نوعاً در ساعات متوالی و پشت سر هم انجام نمی‌گیرد، بلکه متناوباً در ساعات معینی از شبانه‌روز صورت می‌گیرد (ماده ۵۴ قانون کار). در کارهای متناوب، ساعات کار و فواصل تناوب و نیز کار اضافی نباید مجموعاً از ۱۵ ساعت در شبانه‌روز (از شروع تا خاتمه) بیشتر شود. ساعت شروع و خاتمه کار و فواصل تناوب با توافق طرفین و بر مبنای نوع کار و عرف کارگاه تعیین می‌گردد. مثلاً ساعت کار کارگر نانوایی از ۵ تا ۸ صبح و ۱۱ تا ۱۴ بعدازظهر و ۱۶ تا ۲۰ شب است.

**کار نوبتی:** کاری است که در طول ماه گردش دارد، به نحوی که نوبت‌هایی از آن در صبح، عصر یا شب واقع می‌شود (ماده ۵۵ قانون کار). کارگری که در طول ماه به طور نوبتی کار می‌کند، چنانچه نوبت‌های کار وی در صبح و عصر قرار گیرد ۱۰ درصد، و اگر نوبت‌ها در صبح، عصر و شب قرار گیرد ۱۵ درصد، و در صورتی که نوبت‌ها در صبح و شب یا عصر و شب قرار گیرد ۲۲/۵ درصد علاوه بر مزد به عنوان فوق‌العاده نوبت کاری دریافت خواهد کرد (ماده ۵۶ قانون کار).

**کار سخت و زیان‌آور:** به کاری گفته می‌شود که در آن شرایط محیطی کارگر از شرایط معمول کارگران دشوارتر است. مثلاً کار در سرما یا گرمای شدید (مانند کار در کوره‌های ذوب مواد)، کار در معدن، کار بر روی دریا، کار با مواد رادیواکتیو، کار با برق فشار قوی و نظایر آنها کارهای سخت و زیان‌آور شناخته می‌شوند. در این حالت، حداکثر ساعت کار ۶ ساعت در روز و ۳۶ ساعت در هفته است (ماده ۵۲ قانون کار).

**کار اقماری:** برخی کارها در مناطق دورافتاده یا خارج از شهر محل زندگی کارگر انجام می‌شود. در این نوع کار، چون رفت و آمد روزانه کارگر از محل زندگی به محل

کار امکان‌پذیر نیست، کارگران به صورت دوره‌ای در ماه کار می‌کنند. مثلاً کارگری که برای ساخت پالایشگاه در شهر دیگری مشغول به کار است، ۲۲ روز کاری (معادل ۱۷۶ ساعت) کار می‌کند و ۸ روز به محل زندگی خود برمی‌گردد و استراحت می‌کند. تعداد روزهای کار و استراحت بستگی به سختی کار و نظر کارفرما دارد.

**کار اضافی:** در ماده ۵۱ و ۵۷ قانون کار آمده است که ارجاع کار اضافه بر ساعات عادی کار در هفته به کارگران غیرنوبتی و ارجاع کار اضافه در چهار هفته متوالی (۲۸ روز) به کارگران نوبتی کار اضافی محسوب خواهد شد. کار اضافی با شرایطی از جمله موافقت کارگر و پرداخت ۴۰ درصد اضافه بر مزد هر ساعت کار عادی مجاز است (ماده ۵۹ قانون کار). کار اضافی کارگران نباید از ۴ ساعت در روز بیشتر شود، مگر در موارد استثنایی و با توافق طرفین.

### تعطیلات و مرخصی

**تعطیلات:** جمعه روز تعطیل هفتگی کارگران با دریافت حقوق است (ماده ۶۲ قانون کار). کارگرانی که به هر عنوان در روزهای جمعه کار می‌کنند، در ازای کار در هر جمعه ۴۰ درصد مزد بیشتر به نسبت مزد عادی روزانه دریافت خواهند کرد. مثلاً اگر مزد روزانه فردی ۵۰۰/۰۰۰ ریال است و یک روز جمعه را کار کرده است، به ازای آن روز کار ۷۰۰/۰۰۰ ریال دریافت خواهد کرد. علاوه بر تعطیلات رسمی کشور، روز کارگر (۱۱ اردیبهشت) نیز جزو تعطیلات رسمی کارگران به حساب می‌آید (ماده ۶۳ قانون کار).

**مرخصی:** کارگران به دلایل متعدد می‌توانند از مرخصی‌هایی که در شکل ۶.۴ نشان داده شده استفاده کنند.



شکل ۷.۴ انواع مرخصی.



**مرخصی سالانه استحقاقی:** مرخصی استحقاقی سالانه کارگران ۳۰ روز است. کارگران باید ۲۱ روز از این ۳۰ روز مرخصی را در طول سال استفاده کنند (ماده ۶۴ قانون کار) و فقط ۹ روز از آن را می‌توانند ذخیره کنند (ماده ۶۶ قانون کار). مرخصی‌های ذخیره‌شده قابل انتقال به سال‌های بعد است. در صورتی که ماه‌های کار کارگر کمتر از یک سال باشد، میزان مرخصی به نسبت مدت کار انجام شده محاسبه می‌شود. مثلاً اگر قرارداد ۶ ماهه با کارگر بسته شود، مرخصی استحقاقی وی در طول قرارداد ۱۵ روز است. تاریخ استفاده از مرخصی با توافق کارگر و کارفرما تعیین می‌شود (ماده ۶۹ قانون کار). در مواردی از جمله فسخ یا خاتمه قرارداد کار، تعطیل شدن کارگاه، و اخراج، فوت، بازنشستگی و ازکارافتادگی کارگر، اگر کارگر از مرخصی استحقاقی استفاده نکرده باشد، کارفرما موظف است به ازای هر روز مرخصی استفاده‌نشده معادل حقوق یک روز کاری را به کارگر پرداخت کند (ماده ۷۱ قانون کار).

**مرخصی استحقاقی کارگران فصلی:** مدت این نوع مرخصی برحسب تعداد ماه‌های کار کارگر محاسبه می‌شود.

**مرخصی بدون حقوق:** کارگر می‌تواند با موافقت کارفرما، بدون استفاده از مرخصی استحقاقی، مدتی را مرخصی بگیرد (ماده ۷۲ قانون کار). مثلاً اگر کارگری قصد ادامه تحصیل دارد، با موافقت کارفرما می‌تواند از سه ماه مرخصی بدون حقوق برای کسب آمادگی شرکت در کنکور سراسری استفاده کند.

**مرخصی استعلاجی:** کارگران بیمار، مصدوم یا باردار که مدتی امکان حضور در محل کار را ندارند می‌توانند پس از تأیید سازمان تأمین اجتماعی، تعداد روزهای مشخصی را مرخصی بگیرند. این مدت جزو سابقه کار یا بازنشستگی کارگر محسوب می‌شود، اما کارگر حقوقی از کارفرما دریافت نمی‌کند. با این حال، می‌تواند با مراجعه به سازمان تأمین اجتماعی، غرامت دستمزد خود را دریافت کند. غرامت دستمزد ناشی از حادثه یا بیماری حرفه‌ای از اولین روز بیماری پرداخت می‌شود و برای بیماری‌هایی که ناشی از کار نباشد از روز چهارم بیماری تا پایان مدت بیماری پرداخت می‌شود. غرامت دستمزد بیمه‌شده متکفل به میزان ۰.۷۵ آخرین مزد روزانه و غرامت دستمزد بیمه‌شده غیرمتکفل ۰.۶۷ آخرین مزد روزانه است (ماده ۷۴ قانون کار).

**مرخصی در کارهای سخت و زیان‌آور:** کارگرانی که به کارهای سخت و زیان‌آور اشتغال دارند، سالانه از ۵ هفته مرخصی استحقاقی به شکل دو نوبت در سال در پایان هر شش ماه کار استفاده می‌کنند (ماده ۶۵ قانون کار).



مرخصی اضطراری: کلیه کارگران برای ازدواج دائم و فوت همسر، پدر، مادر و فرزند، سه روز مرخصی استحقاقی دارند (ماده ۷۳ قانون کار).

## ۷. شرایط کار زنان

شرایط خاص جسمی و روحی زنان و مسئولیت‌های خانوادگی و اجتماعی آنان و همچنین نقش ارزنده آنها در تربیت و نگهداری فرزندان ایجاب می‌کند که از بهره‌کشی و استثمار مصون بمانند. نکات مهم در مورد شرایط کاری زنان را می‌توان به صورت زیر خلاصه کرد.

انجام کارهای خطرناک، سخت و زیان‌آور و نیز حمل بار بیشتر از حد مجاز با دست و بدون استفاده از وسایل مکانیکی برای کارگران زن ممنوع است (ماده ۷۵ قانون کار). در مواردی که پزشک سازمان تأمین اجتماعی نوع کار را برای کارگر باردار خطرناک یا سخت تشخیص دهد، کارفرما باید تا پایان دوره بارداری، بدون کسر حق‌السعی، کار مناسب‌تر و سبک‌تری به او ارجاع دهد (ماده ۷۷ قانون کار). پس از پایان مرخصی زایمان، کارگر زن به کار سابق خود برمی‌گردد که با تأیید سازمان تأمین اجتماعی این مدت جزو سابقه کار او محسوب می‌شود (ماده ۷۶ قانون کار).

مطابق ماده ۶۷ قانون تأمین اجتماعی، خانمی که طی یک سال قبل از زایمان سابقه پرداخت ۶۰ روز حق بیمه داشته باشد، می‌تواند به شرط عدم اشتغال به کار، از کمک بارداری معادل ۰٫۶۷ آخرین مزد یا حقوق، حداکثر برای مدت ۱۲ هفته قبل از زایمان و بعد از آن بدون کسر سه روز اول بهره‌مند شود. در کارگاه‌های دارای کارگر زن، کارفرما مکلف است به مادران شیرده تا پایان ۲۰ ماهگی کودک روزانه یک ساعت فرصت شیر دادن بدهد که جزو ساعت کار محسوب می‌شود.

مرخصی بارداری و زایمان کارگران زن جمعاً ۹۰ روز بوده است (ماده ۷۶ قانون کار)، ولی در قانونی اصلاحی، برای حمایت از مادران در بخش‌های دولتی و غیردولتی، مرخصی بارداری و زایمان ۶ ماه تعیین شد که مادران در کل این مدت مستحق دریافت کمک بارداری هستند (ماده ۳ قانون ترویج تغذیه با شیر مادر).

طبق اصلاحیه قانون تنظیم جمعیت خانواده مصوب ۲۰ خرداد ۱۳۹۲ مجلس، مرخصی زایمان برای زنان باردار شاغل از ۶ ماه به ۹ ماه افزایش پیدا کرده است. با این حال، تنها برخی نهادهای دولتی نسبت به اجرای این قانون اقدام کرده‌اند و عموماً شرکت‌های خصوصی تنها با ۶ ماه مرخصی زایمان موافقت می‌کنند.

## ۸. شرایط کار نوجوانان

کارگر نوجوان کارگری است که سنش بین ۱۵ تا ۱۸ سال تمام باشد. کارگران نوجوان باید در بدو استخدام آزمایش‌های پزشکی لازم را که در قانون پیش‌بینی شده است انجام دهند (ماده ۸۰ قانون کار). آزمایش‌های پزشکی کارگر نوجوان باید حداقل سالی یک بار تکرار شود و مدارک آن در پرونده استخدامی وی ضبط گردد. همچنین پزشک درباره تناسب نوع کار با توانایی کارگر نوجوان اظهار نظر می‌کند و چنانچه آن کار را برای نوجوان نامناسب بداند، کارفرما مکلف است در حدود امکانات خود شغل کارگر را تغییر دهد (ماده ۸۱ قانون کار). ساعات کار روزانه کارگر نوجوان نیم ساعت کمتر از ساعات کار معمول کارگران است (ماده ۸۲ قانون کار). هر نوع کار اضافی و کار در شب و نیز کار سخت و زیان‌آور و خطرناک و همچنین حمل بار با دست بیش از حد مجاز و بدون استفاده از وسایل مکانیکی برای کارگر نوجوان ممنوع است (ماده ۸۳ قانون کار).

## ۹. حل دعاوی کار

### مراجع حل اختلاف

مراجع حل اختلاف پیش‌بینی شده در قانون کار تنها به اختلافاتی رسیدگی می‌کنند که طرفین آنها کارگر (کارآموز) و کارفرما باشند. اختلاف باید ناشی از اجرای قانون کار و سایر مقررات کار، قراردادهای کارآموزی، موافقت‌نامه‌های کارگاهی یا پیمان‌های دسته‌جمعی کار<sup>۱</sup> باشد (ماده ۱۵۷ قانون کار).

در رسیدگی به اختلافات ناشی از روابط کار باید به دو نکته توجه کرد. اول اینکه رسیدگی به اختلاف‌ها باید به سرعت و بدون تشریفات طولانی در مراجع عمومی دادگستری انجام گیرد. دوم اینکه با توجه به محدودیت امکانات کارگران هزینه‌ای برای آنان ایجاد نشود، و با توجه به اصل سه‌جانبه بودن مسائل روابط کار از مشارکت و همکاری تشکلهای کارگری و کارفرمایی و نظارت دولت بر جریان کار هرچه بیشتر استفاده شود. اختلافات ممکن است به صورت فردی یا جمعی باشند.

۱. پیمان دسته‌جمعی کار عبارت است از پیمانی کتبی که به منظور تعیین شرایط کار فیما بین یک یا چند نماینده قانونی کارگران (شورا یا انجمن صنفی آنها) و یک یا چند کارفرما یا نمایندگان قانونی آنان یا فیما بین کنون‌های عالی کارگری و کارفرمایی منعقد می‌شود (ماده ۱۴۰ قانون کار).

## حل اختلافات فردی

- هرگونه اختلافی که بین کارگر و کارفرما پیش آید به ترتیب زیر حل و فصل می‌شود.
- سازش: سازش مستقیم میان کارگر و کارفرما یا نمایندگان آنها در شورای اسلامی کار به عنوان اولین مرحله رسیدگی به اختلاف در نظر گرفته شده است. در صورت نبودن شورای اسلامی کار در واحدی، اختلاف از طریق انجمن صنفی کارگران یا نمایندگان قانونی کارگران و کارفرما پیگیری می‌شود (ماده ۱۵۷ قانون کار). حل اختلاف از طریق سازش بهترین روش است زیرا رضایت طرفین با آسیب‌های کمتری حاصل می‌شود.
  - هیئت تشخیص: در صورت حل نشدن اختلاف کارگر و کارفرما از طریق سازش، کارگر می‌تواند به اداره کار مراجعه و درخواست رسیدگی دهد. به مرجع بدوی رسیدگی به اختلاف کارگر و کارفرما هیئت تشخیص می‌گویند. این هیئت از یک نماینده وزارت کار، یک نماینده کارگران به انتخاب کانون هم‌انگهی شورای اسلامی کار استان، و یک نماینده مدیران صنایع به انتخاب کانون انجمن‌های صنفی کارفرمایان استان تشکیل می‌شود (ماده ۱۵۸ قانون کار). هیئت تشخیص پس از رسیدگی، رأی را صادر می‌کند. این رأی به طرفین ابلاغ و پس از ۱۵ روز از تاریخ ابلاغ اجرا می‌شود. اگر هریک از طرفین نسبت به رأی صادرشده اعتراض داشته باشد، رأی قطعی نمی‌شود و وی باید اعتراض خود را کتباً در طی همان ۱۵ روز به هیئت حل اختلاف تسلیم کند. هیئت حل اختلاف به پرونده رسیدگی و مبادرت به صدور رأی می‌کند که این رأی قطعی و لازم‌الاجرا است (ماده ۱۵۹ قانون کار).
  - هیئت حل اختلاف: به مرجع تجدید نظر در رسیدگی به اختلاف کارگر و کارفرما هیئت حل اختلاف می‌گویند. این هیئت از سه نفر نماینده کارگران به انتخاب کانون هم‌انگهی شوراهای اسلامی کار استان یا کانون انجمن‌های صنفی کارگران یا مجمع نمایندگان کارگران واحدهای منطقه، سه نفر نماینده کارفرمایان به انتخاب مدیران واحدهای منطقه، و سه نفر نماینده دولت (مدیرکل کار و امور اجتماعی، فرماندار، رئیس دادگستری محل یا نمایندگان آنها) برای مدت ۲ سال تشکیل می‌شود (ماده ۱۶۰ قانون کار). هیئت حل اختلاف با توجه به حجم کار و ضرورت در محل واحدهای کار و امور اجتماعی و خارج از وقت اداری تشکیل می‌شود (ماده ۱۶۱ قانون کار). هیئت حل اختلاف از طرفین اختلاف کتباً برای حضور در جلسه رسیدگی دعوت می‌کند.

ولی عدم حضور هریک از طرفین یا نماینده تام‌الاختیار آنها مانع رسمیت جلسه رسیدگی و صدور رأی نیست. در صورتی که هیئت حضور طرفین را لازم بداند، فقط یک نوبت تجدید دعوت خواهد شد و ظرف مدت یک ماه از تاریخ وصول پرونده، به آن رسیدگی و رأی صادر می‌شود (ماده ۱۶۲ قانون کار).

آرای قطعی مراجع حل اختلاف کار لازم‌الاجرا است و به وسیله واحد اجرای احکام دادگستری به اجرا گذاشته می‌شود (ماده ۱۶۶ قانون کار). قطعی بودن آرای مراجع حل اختلاف کار به معنای غیرقابل اعتراض بودن آنها در مراجع قضایی نیست. طبق ماده ۱۱ قانون دیوان عدالت اداری، هریک از طرفین می‌توانند از این آرای قطعی از لحاظ شکلی به دیوان عدالت اداری شکایت کنند. چنانچه کارگران و کارفرمایان خلاف قانون کار عمل کنند و مجرم بودن آنها اثبات شود، طبق قانون کار مشمول جرایم و مجازات‌های نقدی و غیرنقدی می‌شوند.

### ۱۰. تعاریف و کلیات قانون تأمین اجتماعی

در قانون تأمین اجتماعی (ماده ۲) اصطلاحاتی به شرح زیر (شکل ۸.۴) تعریف شده که برخی پیش‌تر در بخش قانون کار بیان شده است.



شکل ۸.۴ تعاریف مهم قانون تأمین اجتماعی.

**بیمه‌شده:** شخصی است که مشمول مقررات تأمین اجتماعی است و با پرداخت مبلغی به عنوان حق بیمه، از مزایای قانونی استفاده می‌کند. مثلاً شخصی حق بیمه ماهیانه یا چند ماه یک بار پرداخت می‌کند تا از خدمات درمانی و بازنشستگی بهره‌مند شود.

**خانواده بیمه‌شده:** شخص یا اشخاصی هستند که به واسطه فرد بیمه‌شده از مزایای قانون تأمین اجتماعی مانند خدمات درمانی و غیره استفاده می‌کنند.  
**حق بیمه:** مبلغی است که طبق قوانین تأمین اجتماعی برای استفاده از مزایای آن باید به سازمان پرداخت شود.

**بیماری:** وضع غیرعادی جسمی یا روحی است که نیاز به درمان دارد یا موجب عدم توانایی موقت فرد برای اشتغال می‌شود یا اینکه موجب هر دو در آن واحد می‌گردد.  
**حادثه:** اتفاقی است پیش‌بینی نشده که تحت تأثیر عامل یا عوامل خارجی و در اثر عمل یا اتفاق ناگهانی رخ می‌دهد و صدماتی بر جسم یا روان بیمه‌شده وارد می‌کند.  
**غرامت دستمزد:** وجوهی است که در ایام بارداری و بیماری و به جای مزد یا حقوق به فرد بیمه‌شده پرداخت می‌شود.

**وسایل کمک پزشکی (پروتز و ارتوز):** وسایلی هستند که به منظور بازگشت سلامتی یا برای جبران نقص جسمانی یا تقویت یکی از حواس به کار می‌روند.  
**کمک ازدواج:** مبلغی است که طبق شرایط خاصی برای جبران هزینه‌های ناشی از ازدواج به بیمه‌شده پرداخت می‌گردد.

**کمک عائله‌مندی:** مبلغی است که طبق شرایط خاص در مقابل عائله‌مندی (داشتن خانواده) توسط کارفرما به بیمه‌شده پرداخت می‌شود.  
**ازکارافتادگی کلی:** فرد بیمه‌شده‌ای که قدرت کار او کاهش یافته است و نمی‌تواند با اشتغال به کار سابق یا کار دیگری، بیش از یک سوم درآمد قبلی خود را به دست آورد مشمول ازکارافتادگی کلی است.

**ازکارافتادگی جزئی:** فرد بیمه‌شده‌ای که قدرت کار او کاهش یافته است و با اشتغال به کار سابق یا کار دیگر، فقط قسمتی از درآمد خود را به دست می‌آورد مشمول ازکارافتادگی جزئی است.

**بازنشستگی:** وضعیت فرد بیمه‌شده‌ای که به سبب رسیدن به سن بازنشستگی مقرر در قانون تأمین اجتماعی، اشتغال به کار ندارد.

مستمری: مبلغی است که طبق شرایط مقرر در قانون تأمین اجتماعی به منظور جبران قطع تمام یا قسمتی از درآمد به بیمه‌شده و در صورت فوت او برای تأمین معیشت بازماندگان وی به آنان پرداخت می‌شود.

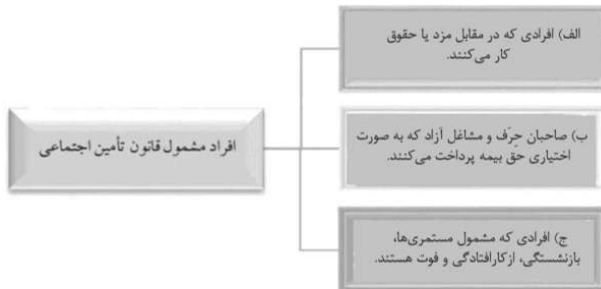
غرامت مقطوع نقص عضو: مبلغی است که به طور یکجا برای جبران نقص عضو یا جبران کاهش درآمد فرد بیمه‌شده به او پرداخت می‌شود.

کمک کفن و دفن: مبلغ معینی است که به منظور تأمین هزینه‌های مربوط به کفن و دفن فرد بیمه‌شده پرداخت می‌شود.

افرادى که مشمول قانون تأمین اجتماعی می‌شوند و می‌توانند از مزایای آن بهره‌مند گردند (ماده ۴) در شکل ۹.۴ آورده شده است.

فرد بیمه‌شده می‌تواند سطح درآمد ماهانه خود را که مبنای پرداخت اختیاری حق بیمه قرار می‌گیرد بین حداقل و حداکثر دستمزد قانونی انتخاب کند (تبصره ۱ بند ب ماده ۴). کلیه اتباع ایرانی اعم از شاغل یا غیرشاغل در فعالیت‌های مختلف در خارج از کشور که بیمه آنان با مقررات قانون تأمین اجتماعی و تغییرات بعدی آن مغایرت نداشته باشد می‌توانند به طور اختیاری مشمول مقررات این قانون قرار گیرند، مشروط بر اینکه فرد بیمه‌شده حق بیمه خود را به طور منظم پرداخت کند (تبصره ۳ بند ب ماده ۴).

مستخدمین وزارتخانه‌ها و مؤسسات و شرکت‌های دولتی و مستخدمین مؤسسات وابسته به دولت در مواردی که قوانین خاص برای آنها وجود ندارد تابع مقررات تأمین اجتماعی می‌شوند (تبصره ۱ بند ج ماده ۴). نیروهای مسلح (ارتش، سپاه و نیروی انتظامی) شامل مقررات تأمین اجتماعی نیستند و تابع مقررات خاص خود هستند (تبصره ۲ بند ج ماده ۴).



شکل ۹.۴ مشمولین قانون تأمین اجتماعی.

## ۱۱. حوادث و بیماری‌ها

بیمه‌شدگان و افراد خانواده آنها از زمانی که مشمول قانون تأمین اجتماعی قرار می‌گیرند، در صورتی که بر اثر حادثه مصدوم یا مبتلا به بیماری شوند، می‌توانند از خدمات پزشکی استفاده کنند. خدمات پزشکی شامل کلیه اقدامات درمانی سرپایی، بیمارستانی، تحویل داروهای لازم و انجام آزمایش‌های تشخیص طبی است (ماده ۵۴ قانون تأمین اجتماعی).

اعضای خانواده بیمه‌شده اصلی که تحت تکفل او قرار می‌گیرند و می‌توانند از کمک‌های تأمین اجتماعی استفاده کنند شامل افراد زیر است (ماده ۵۸ قانون تأمین اجتماعی):

- همسر (زن) بیمه‌شده اصلی؛
  - شوهر بیمه‌شده در صورتی که معاش او توسط بیمه‌شده زن تأمین شود و سن او از ۶۰ سال بیشتر باشد یا طبق نظر کمیسیون پزشکی موضوع ماده ۹۱ این قانون از کارافتاده شناخته شود؛
  - فرزندان پسر تا سن ۱۹ سالگی به شرط عدم اشتغال به کار و بعد از سن ۱۹ سالگی به شرط داشتن گواهی اشتغال به تحصیل، بیماری، نقص عضو یا از کارافتادگی کلی؛
  - فرزندان دختر تا سن ۱۸ سالگی و بعد از آن به شرط عدم اشتغال و عدم ازدواج؛
  - پدر و مادر، مشروط بر اینکه سن پدر از ۶۰ سال و سن مادر از ۵۵ سال بیشتر باشد یا اینکه به تشخیص کمیسیون‌های پزشکی موضوع ماده ۹۱ از کارافتاده باشند و البته از سازمان مستمری دریافت نکنند.
- افراد بیمه‌شده‌ای که تحت معالجه یا درمان‌های توانبخشی قرار می‌گیرند و به تشخیص سازمان تأمین اجتماعی موقتاً قادر به کار نیستند، به شرط عدم اشتغال به کار و عدم دریافت مزد یا حقوق، می‌توانند غرامت دستمزد دریافت کنند.

## حوادث ناشی از کار

حوادثی که در حین انجام وظیفه برای فرد بیمه‌شده اتفاق می‌افتد حوادث ناشی از کار محسوب می‌شود. مقصود از حین انجام وظیفه تمام اوقاتی است که بیمه‌شده در کارگاه یا مؤسسات وابسته یا ساختمان‌ها و محوطه آن مشغول کار است یا به دستور کارفرما در خارج از محوطه کارگاه در حال انجام مأموریت است. همچنین اوقات رفت و برگشت



بیمه‌شده از منزل به کارگاه جزو اوقات انجام وظیفه محسوب می‌شود، مشروط بر اینکه حادثه در زمان عادی رفت و برگشت به کارگاه اتفاق افتاده باشد. همچنین حوادثی که برای بیمه‌شده در حین اقدام برای نجات سایر بیمه‌شدگان و مساعدت به آنان اتفاق می‌افتد حوادث ناشی از کار محسوب می‌شود (ماده ۶۰ قانون تأمین اجتماعی).

### غرامت دستمزد

مدت پرداخت غرامت دستمزد ایام بیماری و میزان آن به شرح زیر است:

- غرامت دستمزد از اولین روزی که بیمه‌شده بر اثر حادثه یا بیماری (به تشخیص سازمان تأمین اجتماعی) قادر به کار نباشد پرداخت می‌شود. در مواردی که عدم اشتغال به کار و معالجه به سبب بیماری است ولی بیمار در بیمارستان بستری نمی‌شود، غرامت دستمزد از روز چهارم پرداخت می‌شود.
- پرداخت غرامت دستمزد تا زمانی که بیمه‌شده به تشخیص سازمان تأمین اجتماعی قادر به کار نباشد و به موجب این قانون از کارافتاده شناخته نشده باشد ادامه می‌یابد.
- غرامت دستمزد بیمه‌شده‌ای که همسر یا فرزند یا پدر یا مادر تحت تکفل دارد به میزان سه چهارم آخرین مزد یا حقوق روزانه او پرداخت می‌گردد. غرامت دستمزد بیمه‌شده‌ای که همسر یا فرزند یا پدر یا مادر تحت تکفل نداشته باشد معادل دو سوم آخرین مزد یا حقوق روزانه او است، مگر اینکه بیمه‌شده به هزینه سازمان تأمین اجتماعی بستری شود که در این صورت غرامت دستمزد معادل یک دوم آخرین مزد یا حقوق روزانه او است.

غرامت دستمزد ایام بیماری و حوادث به دو صورت محاسبه می‌شود:

۱. غرامت دستمزد ایام بیماری و حوادث برای مزد و حقوق روزانه (ماهانه): جمع کل دریافتی فرد بیمه‌شده که بابت آن حق بیمه دریافت شده است در ۹۰ روز قبل از شروع بیماری تقسیم بر روزهای کار (ماده ۶۳ قانون تأمین اجتماعی).
- مثلاً فردی به مدت چهار ماه در کارخانه‌ای مشغول به کار بوده و به اندازه چهار ماه حقوق و بیمه کارگری دریافت کرده است. در حین کار برای او حادثه‌ای اتفاق می‌افتد و برای مدتی قادر به انجام کار نیست. غرامت دستمزد او برابر است با کل حقوق دریافتی ۹۰ روز آخر قبل از وقوع حادثه که بابت آن حق بیمه کارگری پرداخت کرده است تقسیم بر روزهای کار او.



۲. غرامت دستمزد ایام بیماری و حوادث برای حقوق کارمزد: جمع کل دریافتی فرد بیمه‌شده که بابت آن حق بیمه دریافت شده است در ۹۰ روز قبل از شروع بیماری تقسیم بر ۹۰، مشروط بر اینکه این مبلغ از غرامت دستمزدی که به حداقل مزد کارگر عادی تعلق می‌گیرد کمتر نشود (ماده ۶۳ تأمین اجتماعی).

مثلاً فردی در یک شرکت بر مبنای میزان کاری که انجام می‌دهد حقوق دریافت می‌کند (کارمزدی). وی بیمه کارگری دارد و بر اثر حادثه‌ای در محل کار بیمار شده است. غرامت دستمزد او برابر است با جمع کل حقوق دریافتی فرد بیمه‌شده که بابت آن حق بیمه کارگری پرداخت شده است در ۹۰ روز قبل از شروع بیماری تقسیم بر ۹۰ روز که مبلغ به دست آمده نباید از حداقل مزد کارگر عادی کمتر شود.

در صورت بروز حادثه ناشی از کار، کارفرما مکلف است اقدامات اولیه لازم را برای جلوگیری از تشدید وضع انجام دهد و مراتب را ظرف سه روز اداری کتباً به اطلاع سازمان تأمین اجتماعی برساند. در صورتی که کارفرما برای اقدامات اولیه متحمل هزینه‌هایی شده باشد، سازمان تأمین اجتماعی هزینه‌های او را پرداخت می‌کند (ماده ۶۵ قانون تأمین اجتماعی).

در صورتی که وقوع حادثه مستقیماً ناشی از عدم رعایت مقررات حفاظت فنی و بروز بیماری ناشی از عدم رعایت مقررات بهداشتی از طرف کارفرما یا نمایندگان او باشد، سازمان تأمین اجتماعی هزینه‌های مربوط به معالجه، غرامات، مستمری‌ها و غیره را از کارفرما مطالبه و وصول می‌کند (ماده ۶۶ قانون تأمین اجتماعی).

## ۱۲. از کار افتادگی

افراد بیمه‌شده‌ای که طبق نظر پزشک معالج غیرقابل علاج تشخیص داده می‌شوند، پس از انجام خدمات توان‌بخشی و اعلام نتیجه توان‌بخشی، چنانچه طبق نظر کمیسیون‌های پزشکی توانایی خود را برای اشتغال کلاً یا بعضاً از دست داده باشند، به ترتیب مذکور در شکل ۱۰.۴ با آنان رفتار می‌شود (ماده ۷۰ قانون تأمین اجتماعی).

از کار افتادگی کلی: افراد بیمه‌شده‌ای که در اثر حادثه ناشی از کار یا بیماری حرفه‌ای، از کار افتاده کلی شناخته می‌شوند، بدون در نظر گرفتن مدت پرداخت حق بیمه، مستمری از کار افتادگی کلی ناشی از کار دریافت می‌کنند (ماده ۷۱ قانون تأمین اجتماعی).



شکل ۱۰۴ انواع ازکارافتادگی فرد بیمه‌شده.

میزان مستمری ماهانه ازکارافتادگی کلی ناشی از کار عبارت است از یک سی‌ام مزد یا حقوق متوسط بیمه‌شده ضربدر سنوات پرداخت حق بیمه مشروط بر اینکه این مبلغ بین ۵۰ تا ۱۰۰ درصد مزد یا حقوق متوسط ماهانه<sup>۱</sup> باشد (ماده ۷۲ قانون تأمین اجتماعی). افراد بیمه‌شده‌ای که همسر یا فرزند یا پدر یا مادر تحت تکفل دارند و مستمری استحقاقی آنان از ۶۶ درصد مزد یا حقوق متوسط کمتر است، علاوه بر آن، معادل ۱۰ درصد مستمری استحقاقی دریافت می‌کنند مشروط بر اینکه جمع مستمری و کمک از ۶۰ درصد بیشتر نشود.

ازکارافتادگی جزئی: این مستمری از حاصل ضرب میزان مستمری ازکارافتادگی (طبق ماده ۷۲) در درصد ازکارافتادگی تعیین می‌شود (ماده ۷۳ قانون تأمین اجتماعی). غرامت نقص عضو: میزان این غرامت عبارت است از ۳۶ برابر مستمری استحقاقی (مقرر در ماده ۷۲) ضربدر درصد ازکارافتادگی (ماده ۷۴ قانون تأمین اجتماعی).

### ۱۳. بازنستگی

مشمولین این قانون در صورت دارا بودن شرایط زیر حق استفاده از مستمری بازنستگی را دارند (ماده ۷۶ قانون تأمین اجتماعی):  
 ۱. فرد قبل از تاریخ تقاضای بازنستگی حداقل ۱۰ سال سابقه پرداخت حق بیمه داشته باشد.

۱. مزد یا حقوق متوسط ماهانه بیمه‌شده عبارت است از جمع کل مزد یا حقوقی که بابت آن حق بیمه دریافت شده در طی ۷۲۰ روز قبل از وقوع حادثه ناشی از کار یا شروع بیماری حرفه‌ای که منجر به ازکارافتادگی شده است تقسیم بر روزهای کار ضربدر ۳۰ (تبصره ۲ ماده ۷۲).

۲. مردان با ۶۰ سال تمام و زنان با ۵۵ سال تمام سن می‌توانند تقاضای مستمری بازنشستگی کنند.

همچنین کسانی که ۳۰ سال تمام کار کرده و حق بیمه این مدت را به سازمان تأمین اجتماعی پرداخته باشند، در صورتی که سن مردان ۵۰ سال و سن زنان ۴۵ سال تمام باشد، می‌توانند تقاضای مستمری بازنشستگی کنند (تبصره ۱ ماده ۷۶ قانون تأمین اجتماعی).

افرادی که حداقل ۲۰ سال متوالی و ۲۵ سال متناوب در کارهای سخت و زیان‌آور (مخل سلامت) اشتغال داشته و حق بیمه این مدت را به سازمان پرداخته باشند می‌توانند تقاضای مستمری بازنشستگی کنند.<sup>۱</sup> در صورتی که بیمه‌شدگان قبل از رسیدن به سابقه مقرر در این قانون دچار فرسایش جسمی و روحی ناشی از اشتغال در کارهای سخت و زیان‌آور شوند، با تأیید کمیسیون‌های پزشکی، با هر میزان سابقه خدمت از مزایای مقرر برخوردار خواهند شد (تبصره ۲ ماده ۷۶ قانون تأمین اجتماعی).

اگر فرد ۳۵ سال تمام سابقه پرداخت حق بیمه داشته باشد می‌تواند بدون در نظر گرفتن شرط سنی مقرر در قانون، تقاضای بازنشستگی کند (تبصره ۳ ماده ۷۶ قانون تأمین اجتماعی).

زنان کارگر با داشتن ۲۰ سال سابقه کار و ۴۲ سال سن، به شرط پرداخت حق بیمه، می‌توانند با ۲۰ روز حقوق بازنشسته شوند (تبصره ۴ ماده ۷۶ قانون تأمین اجتماعی).

میزان مستمری بازنشستگی عبارت است از یک سی‌ام متوسط مزد یا حقوق بیمه‌شده ضربدر سنوات پرداخت حق بیمه، مشروط بر آنکه از سی‌وپنج سی‌ام (۳۵/۳۰) متوسط مزد یا حقوق<sup>۲</sup> بیشتر نشود (ماده ۷۷ قانون تأمین اجتماعی).

کارفرما می‌تواند برای بیمه‌شدگانی که حداقل ۵ سال پس از رسیدن به سن بازنشستگی مقرر در این قانون به کار خود ادامه داده‌اند از سازمان تقاضای بازنشستگی کند (ماده ۷۸ قانون تأمین اجتماعی).

۱. هر سال سابقه پرداخت حق بیمه در کارهای سخت و زیان‌آور یک و نیم سال محاسبه می‌شود.

۲. متوسط مزد یا حقوق مستمری بازنشستگی عبارت است از مجموع مزد یا حقوق بیمه‌شده که براساس آن حق بیمه پرداخت شده طرف آخرین دو سال پرداخت حق بیمه تقسیم بر ۲۴ (تبصره ماده ۷۷ قانون تأمین اجتماعی).

## ۱۴. مستمری بازماندگی

مستمری بازماندگی در یکی از حالت‌های زیر به بازماندگان واجد شرایط بیمه‌شده تعلق می‌گیرد (ماده ۸۰ قانون تأمین اجتماعی):

۱. فوت بیمه‌شده بازنشسته
۲. فوت بیمه‌شده از کارافتاده کلی مستمری‌بگیر
۳. فوت بیمه‌شده‌ای که در ۱۰ سال آخر حیات خود حداقل حق بیمه یک سال کار را پرداخت کرده باشد، مشروط بر اینکه ظرف آخرین سال حیات، حق بیمه ۹۰ روز کار را پرداخت کرده باشد.

بازماندگان بیمه‌شده مرد که شرایط دریافت مستمری دارند عبارت‌اند از:

- همسر دائم بیمه‌شده متوفی که ازدواج مجدد نکرده است.
- فرزندان متوفی در صورتی که سن آنان کمتر از ۱۸ سال تمام باشد یا منحصراً به تحصیل اشتغال داشته باشند یا به علت بیماری یا نقص عضو طبق گواهی کمیسیون پزشکی موضوع ماده ۹۱ این قانون قادر به کار نباشند (فرزندان دختر تا سن ۱۸ سالگی و بعد از آن به شرط عدم اشتغال و عدم ازدواج مستمری دریافت می‌کنند).
- پدر و مادر متوفی در صورتی که اولاً تحت تکفل او بوده‌اند، ثانیاً سن پدر از ۶۰ سال و سن مادر از ۵۵ سال بیشتر است یا آنکه به تشخیص کمیسیون پزشکی از کارافتاده هستند و مستمری از سازمان دریافت نکرده‌اند (ماده ۸۱ قانون تأمین اجتماعی).

بازماندگان بیمه‌شده زن با شرایط زیر از مستمری استفاده خواهند کرد:

- شوهر مشروط بر اینکه اولاً تحت تکفل زن بوده، ثانیاً سن او از ۶۰ سال بیشتر است یا طبق نظر کمیسیون پزشکی از کارافتاده است و مستمری از سازمان دریافت نمی‌کند.
- فرزندان در صورت حائز بودن شرایط زیر:
  - الف) پدر آنان در قید حیات نباشد یا واجد شرایط مذکور در بند اول این ماده باشد و از مستمری دیگری استفاده نکند.
  - ب) سن آنها کمتر از ۱۸ سال تمام باشد یا منحصراً به تحصیل اشتغال داشته باشند تا پایان تحصیل یا به علت بیماری یا نقص عضو طبق گواهی کمیسیون پزشکی موضوع ماده ۹۱ این قانون قادر به کار نباشند.

• پدر و مادر متوفی در صورتی که اولاً تحت تکفل او بوده‌اند، ثانیاً سن پدر از ۶۰ سال و سن مادر از ۵۵ سال بیشتر است یا آنکه به تشخیص کمیسیون پزشکی از کارافتاده هستند و مستمری از سازمان دریافت نکرده‌اند (ماده ۸۲ قانون تأمین اجتماعی).

سهم مستمری هریک از بازماندگان بیمه‌شده متوفی به شرح زیر است: میزان مستمری همسر بیمه‌شده متوفی معادل ۵۰ درصد مستمری استحقاقی بیمه‌شده<sup>۱</sup> است و در صورتی که بیمه‌شده مرد چند همسر دائم داشته باشد، مستمری به تساوی بین آنان تقسیم می‌شود. میزان مستمری هر فرزند بیمه‌شده متوفی معادل ۲۵ درصد مستمری استحقاقی بیمه‌شده است. میزان مستمری هریک از پدر و مادر متوفی معادل ۲۰ درصد مستمری استحقاقی بیمه‌شده است.

مجموع مستمری بازماندگان بیمه‌شده متوفی نباید از میزان مستمری استحقاقی متوفی بیشتر شود. هرگاه مجموع مستمری از این میزان بیشتر شود، سهم هریک از مستمری‌بگیران به نسبت تقلیل داده می‌شود. در این صورت اگر یکی از مستمری‌بگیران فوت شود یا فاقد شرایط استحقاقی دریافت مستمری گردد، سهم بقیه آنان با توجه به تقسیم‌بندی مذکور در این ماده افزایش خواهد یافت و در هر حال بازماندگان بیمه‌شده از ۱۰۰ درصد مستمری بازماندگان متوفی استفاده خواهند کرد (ماده ۸۳ قانون تأمین اجتماعی).

هرگاه بیمه‌شده اصلی<sup>۲</sup> فوت کند، هزینه کفن و دفن او و همسر از طرف سازمان تأمین اجتماعی پرداخت خواهد شد. هزینه کفن و دفن معادل حداقل دستمزد ماهانه سال فوت بیمه‌شده اصلی و همسر پرداخت می‌شود (ماده ۸۴ قانون تأمین اجتماعی).

## پرسش‌هایی برای خودآزمایی

- تعاریف مهم قانون کار یعنی تعریف کارگر، کارفرما و کارگاه را بیان کنید.
- برخی حقوق مهم کارگران و کارفرمایان در قبال یکدیگر چیست؟

۱. منظور از مستمری استحقاقی بیمه‌شده متوفی، مستمری حین فوت او است. در مورد بیمه‌شدگانی که در اثر هر نوع حادثه یا بیماری فوت شوند، مستمری استحقاقی عبارت است از مستمری که برای بیمه‌شده از کارافتاده کلی (ماده ۷۱ قانون تأمین اجتماعی) اعمال می‌شود (تبصره ماده ۸۳ قانون تأمین اجتماعی).

۲. منظور از بیمه‌شده اصلی و همسر وی در ماده ۸۴ قانون تأمین اجتماعی، بیمه‌شدگان و بازنشستگان و از کارافتادگان کلی و همسر هریک از آنان است.

- انواع قرارداد کار را تشریح کنید.
- انواع مرخصی که در قانون پیش‌بینی شده است کدام‌اند؟
- مرخصی استحقاقی سالانه کارگران به چه میزان است؟
- مهم‌ترین شرایطی که برای بانوان باید مد نظر کارفرما قرار گیرد چیست؟
- میزان مستمري بازنشستگی چگونه محاسبه می‌شود؟
- سن بازنشستگی چقدر است؟
- در صورت فوت کارگر، خانواده او از چه امکاناتی می‌توانند استفاده کنند؟
- انواع ازکارافتادگی چیست؟

### منابع

- سلطان‌محمدی، محمدرضا، حمید تقی‌پور ارمکی و محمد بهزادی (۱۳۹۵)، الزامات محیط کار (کتاب پایه دهم دوره دوم متوسطه شاخه‌های فنی حرفه‌ای و کاردانش)، تهران: شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی ایران.
- قانون اساسی جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۵۸/۰۹/۱۲.
- قانون تأمین اجتماعی جمهوری اسلامی ایران همراه با اعمال آخرین اصلاحات مصوب ۱۳۵۴/۰۴/۰۳.
- قانون کار جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۶۹/۰۸/۲۹.

## فصل پنجم: قوانین تجاری، گمرکی و بانکی



### اهداف این فصل

بعد از مطالعه این فصل می‌توانید:

- انواع شرکت‌های تجاری را برشمارید.
- نحوه ثبت شرکت و ثبت علائم تجاری و طرح‌های صنعتی را بیان کنید.
- اسناد تجاری خاص و برخی قوانین مهم آن را بشناسید.
- قوانین گمرکی را بشناسید.
- تعاریف و اصطلاحات مربوط به امور گمرکی را بیان کنید.
- انواع بیمه‌های تجاری را ذکر کنید.

### ۱. قانون تجارت

تاجر کسی است که شغلش معاملات تجاری است. معامله تجاری صرفاً در مورد اموال منقول موضوعیت پیدا می‌کند (ماده ۱ قانون تجارت). تاجر می‌تواند در قالب شخصیت حقیقی یا حقوقی به فعالیت بپردازد. کلیه قوانین موضوعه در خصوص تاجر و انواع شرکت‌های تجاری و غیره در قانون تجارت جمهوری اسلامی ایران بیان شده است. قانون تجارت شامل شانزده باب است که انواع شرکت‌های تجاری در باب سوم آن قرار دارد و در این فصل به آن پرداخته می‌شود.

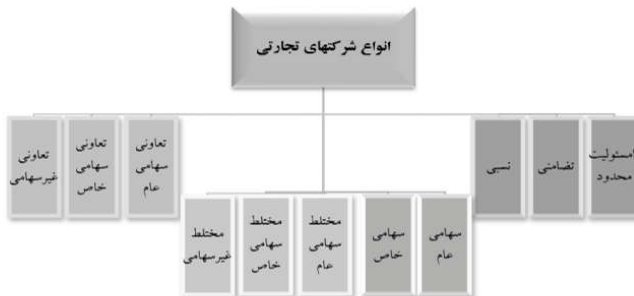
بیشتر بدانید

### باب‌های قانون تجارت

تجار و معاملات تجاری (باب اول)، دفاتر تجاری و دفتر ثبت تجاری (باب دوم)، شرکت‌های تجاری (باب سوم)، برات-چک (باب چهارم)، اسناد در وجه حامل (باب پنجم)، دلالی (باب ششم)، حق‌العمل‌کاری (باب هفتم)، قرارداد حمل و نقل (باب هشتم)، قائم‌مقام تجاری و سایر نمایندگان تجاری (باب نهم)، ضمانت (باب دهم)، در ورشکستگی (باب یازدهم)، در ورشکستگی به تقصیر و ورشکستگی به تقلب (باب دوازدهم)، در اعاده اعتبار (باب سیزدهم)، اسم تجاری (باب چهاردهم)، شخصیت حقوقی (باب پانزدهم)، مقررات نهایی (باب شانزدهم).

## ۲. انواع شرکت‌های تجاری و نحوه ثبت آنها

شرکت‌های تجاری شامل ۱۱ نوع است که در شکل ۱.۵ آورده شده است. شرکت با مسئولیت محدود: شرکت با مسئولیت محدود شرکتی است که بین دو یا چند نفر برای امور تجاری تشکیل شده است و هر یک از شرکا فقط به میزان سرمایه خود در شرکت مسئول تعهدات و بدهی‌های آن است. به عبارت دیگر، مسئولیت شرکا به میزان سهم‌الشرکه هر شریک است. شرکت با مسئولیت محدود با هر میزان سرمایه قابل ثبت است و سرمایه آن به سهام یا هر نوع ورق بهادار دیگر تقسیم نمی‌شود (ماده ۹۴ قانون تجارت). در نام شرکت باید عبارت «با مسئولیت محدود» قید شود. در غیر این صورت شرکت، تضامنی محسوب می‌شود و تابع مقررات آن خواهد بود (ماده ۹۵ قانون تجارت). حداقل سرمایه برای ثبت شرکت با مسئولیت محدود یک میلیون ریال است.



شکل ۱.۵ انواع شرکت‌های تجاری.



شرکت با مسئولیت محدود به وسیله یک یا چند نفر مدیر موظف یا غیرموظف که از بین شرکا یا از خارج برای مدت محدود یا نامحدود معین می‌شود اداره می‌گردد (ماده ۱۰۴ قانون تجارت). هریک از شرکا به نسبت سهمی که در شرکت دارد دارای رأی خواهد بود مگر آنکه در اساسنامه ترتیب دیگری تعیین شده باشد (ماده ۱۰۷ قانون تجارت). روابط بین شرکا تابع اساسنامه است. تقسیم سود و زیان در شرکت با مسئولیت محدود به نسبت سرمایه شرکا است و همچنان می‌تواند در اساسنامه ترتیب دیگری مقرر شود (ماده ۱۰۸ قانون تجارت). در هیچ مورد اکثریت شرکا نمی‌توانند شریکی را مجبور به اضافه کردن سهم‌الشرکه خود کنند (ماده ۱۱۲ قانون تجارت).

**شرکت تضامنی:** شرکت تضامنی شرکتی است که بین دو یا چند نفر برای امور تجاری با مسئولیت تضامنی تشکیل می‌شود. اگر دارایی شرکت برای پرداخت قروض و بدهی‌ها کافی نباشد، هریک از شرکا مسئول پرداخت تمام قروض شرکت است (ماده ۱۱۶ قانون تجارت). به عبارت دیگر، مسئولیت شرکا نامحدود است. در نام شرکت باید عبارت «شرکت تضامنی» و حداقل اسم یکی از شرکا ذکر شود (ماده ۱۱۷ قانون تجارت). در صورتی که نام شرکت مشتمل بر اسمی همه شرکا نباشد، باید بعد از اسم یا اسمی ذکر شده عبارتی از قبیل «و شرکا» یا «و برادران» قید شود. شرکت تضامنی وقتی تشکیل می‌شود که تمام سرمایه نقدی پرداخت و سهم‌الشرکه غیرنقدی نیز ارزیابی شود (ماده ۱۱۸ قانون تجارت). در شرکت تضامنی، منافع به نسبت سهم‌الشرکه بین شرکا تقسیم می‌شود مگر آنکه در شرکت‌نامه مقررات دیگری تعیین شده باشد (ماده ۱۱۹ قانون تجارت).

در شرکت تضامنی، شرکا باید حداقل یک نفر را از میان خود یا از خارج به سمت مدیر تعیین کنند (ماده ۱۲۰ قانون تجارت). در شرکت تضامنی هیچ‌یک از شرکا نمی‌تواند سهم خود را به دیگری منتقل کند مگر آنکه همه شرکا رضایت داشته باشند (ماده ۱۲۳ قانون تجارت). تا زمانی که شرکت تضامنی منحل نشده است، قروض آن باید از خود شرکت پرداخت شود و پس از انحلال، هریک از شرکا در برابر وصول مطالبات طلبکاران مسئولیت کامل دارند (ماده ۱۲۴ قانون تجارت). هرکس که به عنوان شریک وارد یک شرکت تضامنی موجود شود مسئول کلیه مطالبات و دیونی است که شرکت قبل از ورود او داشته است، اعم از اینکه در اسم شرکت تغییری داده شده یا داده نشده باشد (ماده ۱۲۵ قانون تجارت). هرگاه شرکت تضامنی منحل شود، تا زمانی که بدهی‌های شرکت از دارایی آن تأدیه و پرداخت نشده باشد هیچ‌یک از طلبکاران

شخصی شرکا حقی از دارایی شرکت ندارند. اگر دارایی شرکت برای پرداخت قروض کافی نباشد، طلبکاران شرکت حق دارند بقیه طلب خود را از تمام یا فرد فرد شرکای ضامن مطالبه کنند، ولی در این مورد طلبکاران شرکت بر طلبکاران شخصی شرکا حق تقدم ندارند (ماده ۱۲۶ قانون تجارت). پس از آنکه شرکت تضامنی انحلال یافت، می‌توان حکم به ورشکستگی داد مشروط به اینکه دارایی شرکت تقسیم نشده باشد (ماده ۱۲۷ قانون تجارت). در صورت ورشکستگی یکی از شرکا و همچنین در صورتی که یکی از طلبکاران شخصی یکی از شرکا انحلال شرکت را تقاضا کند، سایر شرکا می‌توانند سهم آن شریک را از دارایی شرکت نقداً پرداخت و او را از شرکت خارج کنند (ماده ۱۳۱ قانون تجارت).

**شرکت نسبی:** شرکت نسبی شرکتی است که برای امور تجاری بین دو یا چند نفر تشکیل می‌شود و مسئولیت هریک از شرکا به نسبت سرمایه‌ای است که در شرکت آورده‌اند (ماده ۱۸۳ قانون تجارت). به عبارت دیگر، مسئولیت شرکا به میزان سهم‌الشرکه هر شریک است. در نام شرکت نسبی، عبارت «شرکت نسبی» و حداقل اسم یک نفر از شرکا باید ذکر شود (ماده ۱۸۴ قانون تجارت). در صورتی که نام شرکت مشتمل بر اسمی همه شرکا نباشد، بعد از اسم یا اسمی ذکر شده قید عبارت «و شرکا» یا «و برادران» ضروری است. کلیه مقررات شرکت نسبی مانند شرکت تضامنی است به‌جز مسئولیت شرکا که به نسبت سرمایه است. اگر سرمایه شرکت ۱۰۰ هزار ریال و سهم‌الشرکه هر شریک ۲۵ هزار ریال باشد، هرگاه دارایی شرکت حین تقاضای طلبکاران فقط ۱۰۰ هزار ریال اما طلب طلبکاران ۱۲۰ هزار ریال باشد، طلبکاران برای وصول ۲۰ هزار ریال باقی‌مانده از طلب خود که شرکت قادر به پرداخت آن نیست می‌توانند به هر شریک فقط تا سقف ۵ هزار ریال مراجعه کنند. این مقدار را هر شریک باید از دارایی شخصی خود پرداخت کند.

**شرکت سهامی:** شرکت سهامی شرکتی است که سرمایه آن به سهام تقسیم شده و مسئولیت صاحبان سهام محدود به مبلغ اسمی سهام آنان است؛ یعنی شرکا به میزانی که سهم قبول کرده‌اند مسئول هستند و اضافه بر آن مسئولیتی ندارند (ماده ۱ قانون تجارت). مثلاً شرکتی که سرمایه آن ۷ میلیون ریال است، اگر ورشکست شود به نحوی که ۵۰۰ هزار ریال کسر بیاورد، طلبکاران حق مطالبه از شرکا را نخواهند داشت زیرا شخصیت و اعتبار شرکا به‌هیچ‌وجه در شرکت دخالتی ندارد. شرکت سهامی به دو نوع عام و خاص تقسیم می‌شود.

**شرکت سهامی عام:** شرکت‌هایی که مؤسسان آنها قسمتی از سرمایه شرکت را از طریق فروش سهام به مردم تأمین می‌کنند شرکت سهامی عام نامیده می‌شوند (ماده ۴ قانون تجارت). در این نوع شرکت‌ها، عبارت «شرکت سهامی عام» باید قبل از نام شرکت یا بلافاصله بعد از آن در کلیه اوراق و اطلاعیه‌ها و آگهی‌های شرکت به طور روشن و خوانا قید شود. سرمایه شرکت سهامی عام در موقع تأسیس باید حداقل ۵ میلیون ریال در نظر گرفته شود (ماده ۵ قانون تجارت). تعداد سهامداران شرکت سهامی عام حداقل باید ۵ عضو باشد. امکان صدور اوراق قرضه برای شرکت سهامی عام وجود دارد و سهام آن قابل عرضه در بازار بورس است. همچنین نقل و انتقال سهام مشروط به موافقت سهامداران نیست.

**شرکت سهامی خاص:** شرکت‌هایی که تمام سرمایه آنها در موقع تأسیس منحصرأ توسط مؤسسان تأمین گردیده است شرکت سهامی خاص نامیده می‌شوند (ماده ۴ قانون تجارت). در این شرکت‌ها، عبارت «شرکت سهامی خاص» باید قبل از نام شرکت یا بلافاصله بعد از آن در کلیه اوراق و اطلاعیه‌ها و آگهی‌های شرکت به طور روشن و خوانا قید شود. سرمایه شرکت سهامی خاص در موقع تأسیس حداقل باید یک میلیون ریال در نظر گرفته شود (ماده ۵ قانون تجارت). تعداد سهامداران شرکت سهامی خاص حداقل باید ۳ نفر باشد. امکان صدور اوراق قرضه برای شرکت سهامی خاص وجود ندارد و سهام آن قابل عرضه در بازار بورس نیست.

**شرکت مختلط سهامی خاص:** شرکتی است که به وسیله دو یا چند سهامدار<sup>۱</sup> و یک یا چند شریک ضامن<sup>۲</sup> تشکیل می‌شود. تعداد سهامداران در شرکت مختلط سهامی خاص نباید کمتر از ۳ عضو تعیین شود. برای ثبت این نوع شرکت، مؤسسان باید کل سرمایه شرکت را تعهد کنند و حداقل ۵۰ درصد بخش نقدی سرمایه را در حساب شرکت در آستانه تأسیس قرار دهند و کل سرمایه غیرنقدی را تسلیم کنند. شرکت‌های مختلط سهامی موجود، شرکت مختلط سهامی خاص محسوب می‌شوند. کلیه مقررات مجامع عمومی شرکت سهامی خاص در شرکت مختلط سهامی خاص نیز قابل اجرا است. برای اعتبار تصمیمات مجامع، موافقت کلیه شرکای ضامن لازم است.

---

۱. سهامدار شخصی است که سرمایه وی به صورت اوراق سهام با قیمت‌های مساوی درآمد است و جز آنچه به عنوان سرمایه در شرکت گذاشته است هیچ مسئولیتی در قبال تعهدات و بدهی‌های شرکت ندارد.  
۲. شریک ضامن شخصی است که سرمایه او به صورت اوراق سهام درنیامده و پس از ختم تصفیه و احراز عدم کفایت اموال، منفرداً، موظف به پرداخت بدهی‌های وصول‌نشده شرکت است. مسئولیت شرکا و روابط آنها با یکدیگر در شرکت مختلط سهامی خاص تابع مقررات شرکت تضامنی است.

### بیشتر بدانید

در شرکت مختلط سهامی موازد زیر مشترک است:

در نام شرکت مختلط سهامی باید حداقل اسم یکی از شرکای ضامن ذکر شود. در صورتی که نام شرکت مشتمل بر اسمی همه شرکا نباشد، باید بعد از اسم یا اسمی ذکر شده عبارتی از قبیل «و شرکا» یا «و برادران» قید شود. سرمایه شرکت مختلط سهامی در زمان تأسیس نباید کمتر از ۵ میلیارد ریال در نظر گرفته شود. مسئولیت شرکای ضامن نامحدود و مسئولیت شرکای سهامی به میزان مبلغ اسمی هر شریک است.

**شرکت مختلط سهامی عام:** شرکتی است که بخشی از سرمایه آن به سهام تقسیم و از طریق واگذاری به عموم تأمین می‌شود و مابقی به وسیله مؤسسان شرکت که هریک پس از ختم تصفیه و احراز عدم کفایت اموال شرکت موظف به پرداخت بدهی‌های وصول‌نشده آن هستند. مسئولیت شرکا و روابط آنها با یکدیگر در شرکت مختلط سهامی عام تابع مقررات شرکت تضامنی است. تعداد شرکای ضامن باید حداقل یک نفر و تعداد سهامداران باید حداقل ۷ نفر باشد. برای تأسیس شرکت مختلط سهامی عام، مؤسسان باید پس از تعیین نام در مرجع ثبت شرکت‌ها اظهارنامه‌ای به همراه مدارک به سازمان بورس و اوراق بهادار تسلیم و رسید دریافت کنند. مدیران فقط از جانب شرکای ضامن و به اتفاق آرا و بازرسان فقط از جانب سهامداران و با اکثریت نسبی آرا انتخاب یا عزل می‌شوند. کلیه مقررات مجامع عمومی شرکت سهامی عام در شرکت مختلط سهامی عام نیز قابل اجرا است. برای اعتبار تصمیمات مجامع، موافقت کلیه شرکای ضامن لازم است.

**مختلط غیرسهامی:** شرکتی است که برای امور تجاری بین یک یا چند نفر شریک ضامن و یک یا چند نفر شریک با مسئولیت محدود بدون انتشار سهام<sup>۱</sup> تشکیل می‌شود. شریک ضامن در برابر کلیه بدهی‌های شرکت مسئولیت نامحدود دارد و شریک با مسئولیت محدود کسی است که مسئولیت او فقط به میزان سرمایه‌ای است که در شرکت می‌آورد (مسئولیت به میزان سهم‌الشرکه است). در نام شرکت باید عبارت «شرکت مختلط» و حداقل اسم یکی از شرکای ضامن قید شود (ماده ۱۴۱ قانون تجارت). هریک از شرکای با مسئولیت محدود که اسمش جزو اسم شرکت قرار گیرد،

۱. در شرکت مختلط غیرسهامی، سرمایه به سهام یا هر نوع اوراق بهادار دیگر قابل تقسیم نیست.

در مقابل طلبکاران شرکت به عنوان شریک ضامن محسوب می‌شود (ماده ۱۴۳ قانون تجارت). اداره شرکت مختلط غیرسهامی به عهده شریک یا شرکای ضامن است و اختیارات آنان همان است که شرکای شرکت تضامنی دارند (ماده ۱۴۴ قانون تجارت). اگر شرکت مختلط غیرسهامی ورشکست شود، دارایی شرکت بین طلبکاران خود شرکت تقسیم می‌شود و طلبکاران شخصی شرکا حقی در آن ندارند.

**شرکت تعاونی سهامی عام:** تعداد سهامداران شرکت تعاونی سهامی عام حداقل باید ۲۰ عضو باشد. در شرکت تعاونی سهامی عام هیچ شخصی نمی‌تواند بیش از ۵ درصد سهام شرکت را دارا باشد. هرگاه به هر علت، تعداد سهام هریک از سهامداران به طور مستقیم یا غیرمستقیم از میزان فوق تجاوز کند، سهام زاید فاقد حق رأی است و به آن سود تعلق نمی‌گیرد. سرمایه شرکت تعاونی سهامی عام در موقع ثبت باید حداقل ۵ میلیارد ریال در نظر گرفته شود. کلیه احکام شرکت سهامی عام، با در نظر گرفتن موارد فوق، در مورد شرکت تعاونی سهامی عام نیز قابل اجرا است.

**شرکت تعاونی سهامی خاص:** تعداد سهامداران شرکت تعاونی سهامی خاص حداقل باید ۱۰ عضو باشد. در شرکت تعاونی سهامی خاص هیچ شخصی نمی‌تواند بیش از ۱۰ درصد سهام شرکت را دارا باشد. هرگاه به هر علت، تعداد سهام هریک از سهامداران به طور مستقیم یا غیرمستقیم از میزان فوق تجاوز کند، سهام زاید فاقد حق رأی است و به آن سود تعلق نمی‌گیرد. شرکت تعاونی سهامی خاص با هر میزان سرمایه قابل ثبت است. برای ثبت شرکت تعاونی سهامی خاص باید کل سرمایه نقدی تأدیه و تمام سرمایه غیرنقدی تقویم و تسلیم شود.

#### بیشتر بدانید

در شرکت تعاونی سهامی، تمام سرمایه به سهام تقسیم و در زمان تأسیس فقط به وسیله مؤسسان تعهد می‌شود. مسئولیت هر سهامدار به میزان مبلغ اسمی سهام وی است و سهامدار فقط در مقابل آورده تعهدشده نسبت به مطالبات و بدهی‌های شرکت مسئولیت دارد.

**شرکت تعاونی غیرسهامی:** شرکتی است که به وسیله چند شخص تشکیل و سرمایه آن در موقع تأسیس فقط به وسیله مؤسسان تأمین می‌شود. شریک شرکت تعاونی غیرسهامی، به جز آنچه به عنوان آورده در شرکت گذاشته است، هیچ مسئولیتی در قبال دیون و تعهدات شرکت ندارد. مسئولیت سهامدار با توجه به رضایت شرکا در اساسنامه تعیین می‌شود. به هریک از شرکای شرکت تعاونی غیرسهامی «عضو» گفته می‌شود. شرکت تعاونی غیرسهامی

فقط به اعضای تعاونی خدمات ارائه می‌کند. تعداد اعضای شرکت تعاونی غیرسهامی نباید از ۷ نفر کمتر باشد. همچنین سهم‌الشرکه هیچ‌یک از شرکا نباید بیش از یک هفتم سرمایه شرکت باشد. شرط عضویت در شرکت تعاونی غیرسهامی عدم عضویت در تعاونی مشابه است. در شرکت تعاونی غیرسهامی، هریک از اعضا فارغ از میزان سهم‌الشرکه خود فقط یک رأی دارد. کلیه شرکت‌های تعاونی موجود که براساس قانون شرکت‌های تعاونی مصوب ۱۳۵۰ یا قانون بخش تعاونی اقتصاد جمهوری اسلامی ایران مصوب ۱۳۷۰ و اصلاحات و الحاقات بعدی آنها تشکیل شده‌اند، شرکت تعاونی غیرسهامی محسوب می‌شوند مگر آنکه اساسنامه خود را با رعایت مقررات تبدیل شرکت‌ها براساس شرکت تعاونی سهامی خاص یا شرکت تعاونی سهامی عام اصلاح کنند.

### ۳. ثبت شرکت‌های تجاری

سامانه جامع ثبت شرکت‌ها و مؤسسات غیرتجاری به نشانی اینترنتی <http://irsherkat.saa.ir> امکان ثبت غیرحضوری شرکت‌های تجاری و غیرتجاری را فراهم کرده است. به این ترتیب که ابتدا از نشانی فوق وارد سامانه سازمان ثبت اسناد و املاک کشور می‌شوید و در مرحله «تأسیس شخصیت حقوقی» گزینه «پذیرش درخواست تأسیس شخصیت حقوقی» را علامت می‌زنید. سپس نوع شرکت حقوقی را از فهرست شرکت‌ها انتخاب و در نهایت گزینه «ادامه» را برای ورود به مرحله بعد کلیک می‌کنید.

تصویر ۱.۵ سامانه جامع ثبت شرکت‌ها و مؤسسات غیرتجاری.



قوانین تجاری، گمرکی و بانکی ۱۰۱

تأسیس شخصیت حقوقی شامل ۹ مرحله است و در هر مرحله اطلاعات معینی را به این شرح وارد سامانه می‌کنید: (۱) اطلاعات عمومی شرکت، (۲) اطلاعات متقاضی، (۳) نام‌های درخواستی، (۴) موضوع فعالیت، (۵) سرمایه، (۶) اشخاص/مدیران، (۷) شعب، (۸) روزنامه کثیرالانتشار، و (۹) اساسنامه. بعد از گذراندن مراحل و بررسی‌های لازم، شرکت مورد نظر ثبت می‌شود.

## ۴. ثبت علائم تجاری و طرح‌های صنعتی

### علائم تجاری

علامت تجاری یعنی هر نشان قابل رؤیتی که بتواند کالاها یا خدمات اشخاص حقیقی یا حقوقی را از هم متمایز سازد. نام تجاری یعنی اسم یا عنوانی که معرف و مشخص‌کننده شخص حقیقی یا حقوقی است. علامت تجاری نشانی است که قادر است کالاهای تولیدی یا خدمات یک شخص یا بنگاه را از کالاها یا خدمات سایر بنگاه‌ها یا اشخاص متمایز کند (ماده ۳۰ قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری). حق استفاده انحصاری از یک علامت به کسی اختصاص دارد که آن را طبق مقررات این قانون به ثبت رسانده است (ماده ۳۱ قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری).

### طرح‌های صنعتی

هرگونه ترکیب خطوط یا رنگ‌ها و هرگونه شکل سه‌بعدی با خطوط، رنگ یا بدون آن، به‌گونه‌ای که ترکیب یا شکل یک فرآورده صنعتی یا محصولی از صنایع دستی را تغییر دهد طرح صنعتی است. در ثبت طرح صنعتی، تنها دسترسی به یک نتیجه فنی بدون تغییر ظاهری مشمول این قانون نمی‌شود (ماده ۲۰ قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری). طرح صنعتی در دو حالت جدید بودن و اصیل بودن قابل ثبت است. طرح صنعتی زمانی جدید است که از طریق انتشار محسوس یا استفاده به هر نحو دیگر قبل از تاریخ تسلیم اظهارنامه یا برحسب مورد قبل از حق تقدم اظهارنامه برای ثبت، در هیچ منطقه‌ای از جهان برای عموم افشا نشده باشد. طرح صنعتی در صورتی اصیل است که به طور مستقل توسط طراح پدید آمده باشد و کپی یا تقلیدی از طرح‌های موجود نباشد (ماده ۲۱ قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری). طرح صنعتی

دایره وسیعی از محصولات صنعتی، خانگی، اداری، ورزشی، صنایع دستی، اسباب بازی، مبللمان اداری، لوازم برقی، خودرو و قطعات آن، ابزارهای فنی و پزشکی و بهداشتی، اقلام لوکس و تزئینی، منسوجات، فرش، لباس، ظروف آشپزخانه، مصنوعات پلاستیکی و حتی بسته بندی طیف وسیعی از محصولات را شامل می شود.

### نحوه ثبت علائم تجاری و طرح های صنعتی

برای ثبت علائم تجاری و طرح های صنعتی می توان با مراجعه به سامانه ثبت اسناد و املاک کشور، گزینه «خدمات الکترونیک مالکیت معنوی» را انتخاب کرد یا مستقیماً از طریق نشانی اینترنتی <http://iripo.ssaa.ir> وارد صفحه ثبت علائم تجاری و طرح های صنعتی شد. ابتدا گزینه «ورود/ثبت نام متقاضی جدید» و سپس گزینه «ثبت نام» را کلیک و مراحل ثبت نام را که پنج مرحله است طی کنید. این مراحل به ترتیب عبارت اند از: (۱) انتخاب نوع شخص، (۲) ثبت اطلاعات اولیه، (۳) بارگذاری ضمایم، (۴) حساب کاربری، و (۵) دریافت کد شناسایی. همچنین می توانید برای آشنایی با چگونگی تکمیل مراحل ثبت نام، گزینه «مشاهده راهنما» را انتخاب و راهنمای ثبت نام را مطالعه کنید.

#### بیشتر بدانید

قانون ثبت اختراعات، طرح های صنعتی و علائم تجاری شامل ۴ فصل و ۶۶ ماده به این شرح است: اختراعات (فصل اول)، طرح های صنعتی (فصل دوم)، علائم، علائم جمعی و نام های تجاری (فصل سوم)، و مقررات عمومی (فصل چهارم).

The screenshot shows the IRIPO (Iranian Intellectual Property Office) website interface. At the top, there is a navigation menu with options like 'Home', 'Registration', 'Renewal', 'Cancellation', 'Appeal', 'Dispute Resolution', 'Information', 'Services', and 'Contact Us'. The main content area is titled 'ثبت نام متقاضی جدید' (New Applicant Registration). It includes a progress bar with steps: 'ثبت نام متقاضی جدید', 'ثبت اطلاعات شخصی', 'بارگذاری ضمایم', 'تکمیل حساب کاربری', and 'دریافت کد شناسایی'. Below the progress bar, there is a section for 'نوع شخصی مورد ثبت نام را انتخاب کنید:' (Select the type of person you are registering for). The options listed are: 'شخص حقیقی - مالک وکیل' (Natural Person - Owner and Attorney), 'شخص حقوقی - شرکت ها و مؤسسات غیر تجاری و سازمانی و نهادهای دولتی و غیر دولتی' (Legal Person - Non-commercial companies, organizations, and government/non-governmental entities), 'شخص حقوقی - غیر ایرانی' (Legal Person - Non-Iranian), and 'شخص حقوقی - غیر ایرانی' (Legal Person - Non-Iranian). On the right side, there is a 'راهنمای نحوه' (How to) section with links for 'ثبت نام' (Registration), 'ورود نامدا' (Login), and 'فراموشی نام کاربری' (Forgot Username).

تصویر ۲.۵ ثبت الکترونیکی علائم تجاری و طرح های صنعتی.



## ۵. دفاتر تجاری

هر تاجری، به استثنای کسبه، مکلف است دفاتری را که قوه قضائیه تعیین کرده است (شکل ۲.۵) داشته باشد (ماده ۶ قانون تجارت).

**دفتر روزنامه:** دفتری است که تاجر باید همه روزه مطالبات و دیون و داد و ستد تجاری و معاملات خود (از قبیل خرید و فروش و ظهرنویسی) و به طور کلی جمع واردات و صادرات تجاری خود و وجوهی را که برای مخارج شخصی خود برداشت می‌کند در آن ثبت کند (ماده ۷ قانون تجارت).

**دفتر کل:** دفتری است که تاجر باید کلیه معاملات خود را حداقل هفته‌ای یک مرتبه از دفتر روزنامه استخراج و انواع مختلف آن را تفکیک و هر نوع را در صفحه مخصوصی از آن به طور خلاصه ثبت کند (ماده ۸ قانون تجارت).

**دفتر دارایی:** دفتری است که تاجر باید هر سال صورت جامعی از کلیه دارایی منقول (که از جایی به جای دیگر قابل انتقال است، مانند میز و صندلی) و دارایی غیرمنقول (که از جایی به جای دیگر قابل انتقال نیست، مانند زمین و ساختمان) و دیون و مطالبات سال گذشته خود را در آن ثبت و امضا کند، و این کار باید تا ۱۵ فروردین سال بعد انجام گیرد (ماده ۹ قانون تجارت).

**دفتر کپی:** دفتری است که تاجر باید کلیه مراسلات و مخابرات و صورت حساب‌های صادره خود را به ترتیب تاریخ در آن مرتب کند (ماده ۱۰ قانون تجارت).

کلیه معاملات و صادرات و واردات باید در دفاتر فوق به ترتیب تاریخ و در صفحات مخصوص نوشته شود. قابل ذکر است که امروزه شرکت‌های تجاری از نرم‌افزارهای رایانه‌ای به جای دفاتر سنتی استفاده می‌کنند.



شکل ۲.۵ انواع دفاتر تجاری.

## ۶. اسناد تجاری و بانکی

اسناد تجاری کلیهٔ اسنادی است که در داد و ستد روزانه بین تجار مبادله می‌شود. اسناد تجاری دارای دو معنی خاص و عام است. اسناد تجاری در معنای خاص به چک، سفته و برات اطلاق می‌شود. اسناد تجاری در معنای عام به تمامی اسنادی گفته می‌شود که بازرگانان در روابط تجاری استفاده می‌کنند و علاوه بر برات، سفته و چک، اسنادی مانند قبض انبار، اسناد در وجه حامل، بارنامه‌های حمل و نقل، اوراق بهادار، اوراق قرضه، اوراق سهام و نظایر آنها را نیز شامل می‌شود.

### اسناد تجاری خاص

**چک:** نوشته‌ای است که به موجب آن صادرکننده وجوهی را که نزد بانک (محال علیه) دارد کلاً یا بعضاً مسترد یا به دیگری واگذار می‌کند (مادهٔ ۳۱۰ قانون تجارت). مواردی که در چک باید نوشته شود شامل نام شعبه و بانک محال علیه<sup>۱</sup>، تاریخ صدور، محل صدور، دستور پرداخت، مبلغ چک، گیرندهٔ چک، نام صادرکننده و امضای صادرکنندهٔ چک است (مادهٔ ۳۱۱، ۳۱۲، ۳۱۵ قانون تجارت).

845 - شعبه بلوار فردوسی  
تاریخ: ۱۳۹۴/۰۵/۳۱  
تاریخ به حروف: سی و یک مرداد ماه هزار و سیصد و نود و چهار

بانک سامان  
Saman Bank

شماره: ۴۴۰۰۰۲۸۳-۶  
شماره: ۴۴۰۰۶۸۲۶  
شماره حساب جاری: ۲۰۲۰۵۶

به موجب این چک مبلغ سه میلیون تومان برابر با سی میلیون ریال / ریال  
در وجه آقای بهزاد نجعی بابت اجاره ماهانه واحد مسکونی / یا به موجب برادریه

مبلغ: ۳۰۰۰۰۰۰۰۰ ریال  
مخبر: X بدون خط خوردگی

شماره چک: ۲۰۲۰۵۶  
تاریخ: ۱۳۹۴/۰۵/۳۱  
شماره حساب جاری: ۸۴۵-۴۰-۲۱۶۰۳۷۸-۱

تصویر ۳.۵ نمونهٔ چک نوشته شده.

چک انواع مختلفی دارد که در شکل ۳.۵ نشان داده شده است.

۱. بنا بر قانون صدور چک، محال علیه فقط می‌تواند بانک اعم از خصوصی یا دولتی باشد. بنابراین صندوق‌های قرض الحسنه و مؤسسات مالی و اعتباری خارج از شمول قانون صدور چک هستند.



شکل ۳.۵ انواع چک.

- **چک عادی:** چکی است که توسط شخصی که صاحب حساب جاری است بر عهده بانک صادر می‌شود و دارنده آن هیچ تضمینی برای قابل پرداخت بودن چک و امکان دریافت مبلغ آن از بانک ندارد جز اعتبار صادرکننده و اطمینان به او.

- **چک تأیید شده:** چک تأیید شده شبیه چک عادی است با این تفاوت که بانک محال علیه وجه چک را تأیید می‌کند و اگر موجودی حساب صادرکننده چک کافی نباشد، بانک موظف است مبلغ چک را پرداخت کند. امروزه چک تأیید شده عملاً در شبکه بانکی مورد استفاده قرار نمی‌گیرد.

- **چک تضمین شده:** چکی است که توسط بانک و به درخواست مشتری صادر می‌گردد و بانک وجه آن را پرداخت می‌کند. ماهیت این چک مانند پول است و وصول مبلغ آن مسلم است. به چک تضمین شده، چک بانکی گفته می‌شود.

- **چک مسافرتی:** چکی است که توسط بانک صادر و وجه آن در هریک از شعب آن بانک یا توسط نمایندگان و کارگزاران آن پرداخت می‌گردد.

- **چک رمزدار:** چک رمزدار شبیه چک تضمین شده است با این تفاوت که در چک رمزدار، حساب مشخصی درج می‌شود که مبلغ چک به همان حساب انتقال می‌یابد و چنانچه چک گم شود نیز مبلغ آن به شماره حساب روی چک منتقل می‌شود. به چک رمزدار، چک بین بانکی گفته می‌شود.

**سفته:** سفته سندی است که به موجب آن امضاکننده تعهد می‌کند مبلغی را در موعد معین یا عندالمطالبه در وجه حامل یا شخص معین یا به حواله‌کردن آن شخص کارسازی کند (ماده ۳۰۷ قانون تجارت). مواردی که در سفته باید نوشته شود شامل تاریخ صدور، مبلغ سفته، نام صادرکننده، گیرنده وجه، تاریخ پرداخت (سررسید)، مکان پرداخت و امضا یا مهر پرداخت کننده است (ماده ۳۰۸ قانون تجارت).

شماره خزانه داری کل	شماره	جای پرداخت	سررسید
۴۷۴۰۴۴ (سری ح/۱)			

مبلغ به عدد: \_\_\_\_\_  
 اینجاب معتمد مسئول که در تاریخ \_\_\_\_\_  
 اینجانبان معتمد مسئول به حواله کرد  
 مبلغ: \_\_\_\_\_  
 (مبلغ یا نام سرور نوشته شود)  
 نام معتمد: \_\_\_\_\_  
 محل اقامت معتمد: \_\_\_\_\_  
 محل پرداخت: \_\_\_\_\_  
 امضاء معتمد: \_\_\_\_\_

تاریخ صدور: \_\_\_\_\_  
 تاریخ منتهی سررسید: \_\_\_\_\_  
 در مقابل این سفته \_\_\_\_\_  
 مبلغ: \_\_\_\_\_  
 تاریخ: \_\_\_\_\_  
 سررسید: \_\_\_\_\_  
 نام بستکار: \_\_\_\_\_  
 نام معتمد: \_\_\_\_\_  
 محل اقامت: \_\_\_\_\_  
 محل پرداخت: \_\_\_\_\_

۴۷۴۰۴۴ (سری ح/۱)  
 مبلغ  
 تاریخ  
 سررسید  
 نام بستکار  
 نام معتمد  
 محل اقامت  
 محل پرداخت

تصویر ۴.۵ یک نمونه سفته خام.

برات: برات سندی است که به موجب آن صادرکننده به شخص ثالث دستور و اذن می‌دهد که مبلغ مندرج در آن را در سررسید به دارنده سند بپردازد. مثلاً آقای علوی به آقای ناصری بدهکار است. آقای علوی براتی صادر می‌کند و به آقای ناصری می‌دهد و او به آقای ایمانی که برات بر عهده او صادر شده مراجعه و مبلغ مندرج را در زمان سررسید دریافت می‌کند. مواردی که در برات باید قید شود شامل کلمه «برات» در روی ورقه، نام برات‌دهنده (دستوردهنده)، امضا یا مهر برات‌دهنده، نام برات‌گیرنده (شخصی که دستور را دریافت می‌کند)، دارنده برات یا گیرنده وجه (شخصی که سند در وجه یا به حواله کرد و صادر می‌شود)، تاریخ صدور (روز، ماه، سال)، مبلغ برات، تاریخ پرداخت وجه برات، و مکان پرداخت وجه برات است (ماده ۲۲۳ و ۲۲۵ قانون تجارت).

شماره خزانه داری کل	شماره	جای پرداخت	سررسید
۰۶۴۹۳۳ (الف/۱۳۷)			

مبلغ به عدد: \_\_\_\_\_  
 اینجاب معتمد مسئول که در تاریخ \_\_\_\_\_  
 اینجانبان معتمد مسئول به حواله کرد  
 مبلغ: \_\_\_\_\_  
 (مبلغ یا نام سرور نوشته شود)  
 نام برات‌دهنده: \_\_\_\_\_  
 محل اقامت معتمد: \_\_\_\_\_  
 محل پرداخت: \_\_\_\_\_  
 امضاء برات‌دهنده: \_\_\_\_\_

تاریخ صدور: \_\_\_\_\_  
 تاریخ منتهی سررسید: \_\_\_\_\_  
 در مقابل این سفته \_\_\_\_\_  
 مبلغ: \_\_\_\_\_  
 تاریخ: \_\_\_\_\_  
 سررسید: \_\_\_\_\_  
 نام برات‌دهنده: \_\_\_\_\_  
 نام معتمد: \_\_\_\_\_  
 محل اقامت: \_\_\_\_\_  
 محل پرداخت: \_\_\_\_\_

۰۶۴۹۳۳ (الف/۱۳۷)  
 مبلغ  
 تاریخ  
 سررسید  
 نام برات‌دهنده  
 نام معتمد  
 محل اقامت  
 محل پرداخت

تصویر ۵.۵ یک نمونه برات خام.

## ۷. قوانین گمرکی

گمرک سازمانی دولتی و تابع وزارت امور اقتصادی و دارایی و مسئول اجرای قوانین گمرکی ناظر بر جابه‌جایی کلیه کالاهای وارداتی - صادراتی و ترانزیتی<sup>۱</sup> از مرزهای مجاز است و در اماکن گمرکی مسئول دریافت انواع وجوه (حقوق و عوارض کالا در زمان ورود، خروج یا عبور) طبق قانون است.

### مفاهیم پایه قوانین گمرکی

**اظهار کالا:** بیانه‌ای کتبی یا شفاهی است که در آن اظهارکننده رویه گمرکی مورد نظر خود را درباره کالا مشخص می‌کند و اطلاعات مورد نیاز برای اجرای مقررات گمرکی را ارائه می‌دهد.

**اظهارکننده:** صاحب کالا یا نماینده قانونی او است که کالا را برابر مقررات به گمرک اظهار می‌کند. در اظهار الکترونیکی، به استناد گواهی دیجیتالی تأییدشده از مراکز مجاز صدور گواهی، صاحب کالا یا نماینده قانونی اظهارکننده به این عنوان شناخته می‌شود. **اظهارنامه اجمالی:** سندی است که به موجب آن، شرکت حمل و نقل فهرست کلی محصولات را که باید هنگام ورود وسایل نقلیه به کشور و خروج از آن، تخلیه و بارگیری شوند اعلام می‌کند.

**اماکن گمرکی:** انبار، بارانداز، اسکله، فرودگاه، ایستگاه راه‌آهن، محوطه و هر محل یا مکانی است که تحت نظارت گمرک است و برای انباشتن و نگهداری کالاها به منظور انجام تشریفات گمرکی استفاده می‌شود.

**ترخیص:** خروج کالا از اماکن گمرکی پس از انجام تشریفات گمرکی ترخیص نام دارد. **تشریفات گمرکی:** کلیه عملیاتی است که در اجرای مقررات گمرکی انجام می‌شود. **شرکت حمل و نقل بین‌المللی:** شخص حقوقی که به موجب قانون، مجاز به انجام عملیات حمل و نقل بین‌المللی است.

**صاحب کالای تجاری:** شخصی است که نسخه‌های اصلی اسناد خرید و حمل کالا به نام او صادر شده است (در مورد کالای خریداری‌شده با تعهد سامانه بانکی، آن اسناد از طرف بانک مهر شده است).

۱. ترانزیت دو معنا دارد: نخست، عبور کالا از کشوری به کشور دیگر بدون پرداخت گمرک؛ دوم، بخشی از جابه‌جایی مسافر و کالا بین مبدأ و مقصد که مستلزم عبور از کشور ثالث است.

**کالای تجاری:** کالایی است که به تشخیص گمرک ایران، برای فروش صادر یا وارد می‌گردد، اعم از اینکه به همان شکل یا پس از انجام عملیاتی نظیر تولید، تفکیک و بسته‌بندی به فروش برسد.

**کالای مجاز:** کالایی است که صدور یا ورود آن با رعایت ضوابط نیاز به کسب مجوز ندارد.

**کالای ممنوع:** کالایی است که صدور یا ورود آن بنا به مصالح ملی یا شرع مقدس اسلام و به موجب قانون ممنوع است.

**نظارت‌های گمرکی:** اقداماتی است که در گمرک به منظور حصول اطمینان از رعایت مقررات گمرکی انجام می‌شود.

**مقررات گمرکی:** آن دسته از قوانین و مقررات اعم از آیین‌نامه‌های اجرایی، دستورالعمل‌ها و بخش‌نامه‌ها است که اجرا یا نظارت بر آنها به گمرک واگذار شده است.

**هزینه‌های انجام خدمات:** وجوهی است که در قبال انجام خدماتی از قبیل کنترل با اشعه ایکس (ایکس ری)، مهر و موم، پلمب، بازرسی، انبارداری در اماکن گمرکی، آزمایش و تعرفه‌بندی، مراقبت، بدرقه، توزین کالا و خدمات فوق‌العاده دریافت می‌شود و شرایط، ضوابط و مصادیق آن متناسب با خدمات تعیین می‌گردد.

#### بیشتر بدانید

قانون امور گمرک شامل ۱۳ بخش است: تعاریف، سازمان و کلیات (بخش ۱)، ارزش‌گذاری و قواعد مبدأ (بخش ۲)، تشریفات قبل از اظهار (بخش ۳)، نگهداری کالا در اماکن گمرکی (بخش ۴)، کالای متروکه، ضبطی (ضبط‌شده) و واگذاری به گمرک (بخش ۵)، تشریفات و شرایط عمومی اظهار و ترخیص (بخش ۶)، رویه‌های گمرکی (بخش ۷)، تخلفات و قاچاق (بخش ۸)، معافیت‌ها و ممنوعیت‌ها (بخش ۹)، کارگزار گمرکی (بخش ۱۰)، بازرینی و اقدامات بعد از ترخیص (بخش ۱۱)، مراجع رسیدگی به اختلافات گمرکی (بخش ۱۲)، سایر مقررات (بخش ۱۳).

#### حقوق ورودی

کلیه وجوهی را که به ورود کالا تعلق می‌گیرد و گمرک قانوناً مسئول وصول آن است حقوق ورودی می‌گویند. حقوق گمرکی که توسط هیئت وزیران تعیین می‌شود معادل ۴ درصد ارزش گمرکی کالا به اضافه سود بازرگانی آن کالا است، ولی شامل هزینه‌های

قوانین تجاری، گمرکی و بانکی ۱۰۹

انجام خدمات نمی‌شود. حقوق ورودی و هزینه‌های انجام خدمات، بدون توجه به نوبت یا کهنه بودن کالا، به ترتیب به وسیله گمرک و اشخاص ارائه‌دهنده خدمت به پول رایج ملی وصول می‌شود (ماده ۵ قانون امور گمرک).

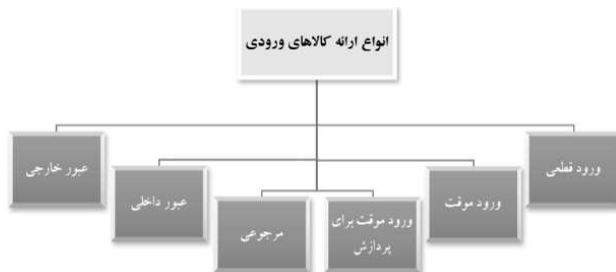
صاحب کالا مسئول پرداخت حقوق ورودی، هزینه‌های انجام خدمات و جریمه‌های متعلق به ترخیص است (تبصره ۲ ماده ۵ قانون امور گمرک). واردات قطعی کالا مستلزم پرداخت حقوق ورودی متعلقه است، و گمرک نمی‌تواند قبل از دریافت یا تأمین وجوه، اجازه تحویل و ترخیص کالا را بدهد (ماده ۶ قانون امور گمرک). درآمدهای گمرک به حسابی که خزانه‌داری کل کشور تعیین و گمرک ایران اعلام می‌کند واریز می‌گردد. گمرک مکلف است در قبال دریافت هر گونه وجه، رسید آن را به پرداخت‌کننده تسلیم کند (تبصره ۲ ماده ۵ قانون امور گمرک).

## رویه‌های گمرکی

### الف) کالاهای ورودی

کالای وارده به قلمرو گمرکی به یکی از روش‌های نشان داده شده در شکل ۴.۵ ارائه می‌شود (ماده ۴۷ قانون امور گمرک).

ورود قطعی: رویه‌ای گمرکی است که براساس آن کالاهای وارده برای استفاده در داخل قلمرو گمرکی، با پرداخت حقوق ورودی و هزینه‌های انجام خدمات و انجام کلیه تشریفات، ترخیص می‌شود (ماده ۴۸ قانون امور گمرک).



شکل ۴.۵ انواع کالاهای ورودی.

ورود موقت: رویه‌ای گمرکی است که به موجب آن کالاها را معینی<sup>۱</sup> می‌توانند تحت شرایطی به طور موقت به قلمرو گمرکی وارد شوند. این کالاها باید ظرف مهلت معینی که گمرک ایران تعیین می‌کند، بدون آنکه تغییری در آنها ایجاد شود، خارج گردند. تغییرات ناشی از استهلاك از این حکم مستثنا است (ماده ۵۰ قانون امور گمرک).

ورود موقت برای پردازش: یک رویه گمرکی است که بر مبنای آن کالا می‌تواند به طور موقت به قلمرو گمرکی وارد گردد تا ساخته، تکمیل، تعمیر یا فرآوری و سپس صادر شود. این رویه شامل موادی از قبیل تسریع‌کننده‌ها (کاتالیست‌ها) که در ساخت، تکمیل و فرآوری مصرف می‌شوند نیز می‌گردد. کالاها را کمیکی از قبیل روان‌کننده‌ها و ابزارآلات مشمول رویه ورود موقت برای پردازش نیستند (ماده ۵۱ قانون امور گمرک).

مرجوعی: رویه‌ای گمرکی است که براساس آن می‌توان کالای وارده موجود در گمرک را به عنوان اعاده به خارج به گمرک اظهار و ترخیص کرد (ماده ۵۲ قانون امور گمرک).

عبور داخلی (ترانزیت داخلی): یک رویه گمرکی است که بر مبنای آن کالای گمرک‌نشده<sup>۲</sup> از یک گمرک مجاز به گمرک مجاز دیگر یا سایر اماکن تحت نظارت گمرک منتقل می‌گردد تا تشریفات قطعی گمرکی آن در مقصد انجام شود. عبور داخلی کالا بنا بر درخواست متقاضی یا تصمیم گمرک انجام می‌گیرد (ماده ۵۹ قانون امور گمرک). در صورت تراکم کالا در انبارهای گمرکی، گمرک می‌تواند با صدور حکم (دستور اداری)، بارگنج (کانتینر)های مهر و موم و پلمب‌شده را تحت عنوان عبور داخلی اداری به انبارهای گمرکی دیگر منتقل کند. مسئولیت کسری، آسیب‌دیدگی و فقدان کالا به‌جز در موارد غیرقابل پیش‌بینی (فورس ماژور) در حین عبور داخلی اداری یا گمرک است (ماده ۶ قانون امور گمرک).

عبور خارجی (ترانزیت خارجی): رویه‌ای گمرکی است که به موجب آن کالایی، به منظور عبور از قلمرو گمرکی، از یک گمرک مجاز وارد و از گمرک مجاز دیگری تحت نظارت گمرک خارج می‌شود (ماده ۵۳ قانون امور گمرک). در موارد استثنایی که ظن قوی تخلف وجود دارد و اختلافی بین محموله و پروانه عبور کشف می‌شود، در مورد کالای اضافی نسبت به ضبط کالا و در مورد کالای کسری و مغایر، طبق مقررات قاچاق

۱. فهرست کالاها مشمول رویه ورود موقت و همچنین تشریفات، تضمین‌ها و سایر مقررات مربوط در آیین‌نامه اجرایی گمرک آمده است.

۲. کالای گمرک‌نشده تشریفات گمرکی را طی نکرده است.



اقدام می‌شود. چنانچه در طول مسیر عبور کالا، برای نیروی انتظامی ظن قوی قاچاق بودن محموله عبوری به وجود آید یا با فک مهر و موم و پلمب کامیون یا بارگنج (کانتینر) با هر گونه دخل و تصرف در کالای عبوری مواجه گردد، فک مهر و موم و پلمب و بازرسی محموله فقط با حضور نماینده گمرک و تنظیم صورت مجلس امکان‌پذیر است (ماده ۵۵ قانون امور گمرک).

### ب) کالاهای صدور

دو رویه مهم کالاهای صدور عبارت‌اند از:

- صدور قطعی: رویه‌ای گمرکی است که براساس آن کالای داخلی به منظور فروش یا مصرف از کشور خارج می‌شود (ماده ۶۴ قانون امور گمرک).
- صدور موقت: یک رویه گمرکی است که به موجب آن کالاهای مجاز برای اهداف معینی شامل ساخت، پردازش، تعمیر، تکمیل، شرکت در نمایشگاه یا به عنوان وسایل نقلیه برای استفاده شخصی یا تردد بین ایران و کشورهای دیگر یا ماشین‌آلات و تجهیزات خدمات فنی و مهندسی به طور موقت و ظرف مهلت معینی که در آیین‌نامه اجرایی این قانون مشخص می‌شود به خارج از کشور صادر و سپس به کشور بازگردانده می‌شود (ماده ۷۱ قانون امور گمرک).

### ۸. بیمه‌های تجاری

بیمه، عقدی<sup>۱</sup> است که به موجب آن یک طرف (بیمه‌گر/شرکت بیمه) تعهد می‌کند در ازای دریافت وجه یا وجوهی از طرف دیگر (بیمه‌گذار/بیمه‌شونده)، خسارت‌های وارده بر او (بیمه‌گذار) را در صورت وقوع حادثه جبران کند یا وجه معینی به او بپردازد. وجهی را که بیمه‌گذار به بیمه‌گر می‌پردازد حق بیمه و آنچه را بیمه می‌شود موضوع بیمه می‌گویند (ماده ۱ قانون بیمه). مثلاً شخصی برای گرفتن بیمه عمر به یک شرکت بیمه مراجعه و خود را بیمه عمر می‌کند. بیمه‌گذار شخص است و بیمه‌گر شرکت بیمه است. بیمه‌ها به دو دسته اجتماعی و بازرگانی (تجارتی یا اختیاری) دسته‌بندی می‌شوند. بیمه‌های بازرگانی نیز به سه دسته مهم که در شکل ۵.۵ آورده شده است تقسیم می‌شوند.

۱. طبق قانون مدنی، عقد عبارت است از توافقی بین یک یا چند نفر در قبال یک یا چند نفر دیگر برای قبول یک تعهد یا مسئولیت امری که مورد قبول، توجه و توافق طرفین است.



شکل ۵.۵ بیمه‌های بازرگانی.

### بیمه اموال (اشیا)

در این نوع بیمه، موضوع بیمه (تعهد بیمه‌گر) شیء است، یعنی آنچه قابلیت تبدیل به وجه نقد را دارد. بیمه اشیا قراردادی برای جبران زیان وارده و پرداخت غرامت به بیمه‌گذار است. برخی انواع بیمه‌های اموال عبارت‌اند از:

**بیمه آتش‌سوزی:** در بیمه آتش‌سوزی، خسارات وارده به اموال و دارایی‌ها بر اثر وقوع آتش‌سوزی را بیمه‌گر جبران می‌کند. اموال منقول و غیرمنقول از قبیل اثاث و ساختمان در مقابل خطر آتش‌سوزی تحت پوشش بیمه قرار می‌گیرند.

**بیمه حمل و نقل (باربری):** بیمه‌ای است که به موجب آن، بیمه‌گر متعهد می‌شود اموال را در طول سفر از مبدأ تا مقصد بیمه کند و چنانچه کالا در هنگام جابه‌جایی از بین برود یا دچار خسارتی شود، زیان وارده را جبران کند. انواع بیمه‌نامه‌های باربری شامل بیمه‌نامه دریایی، هوایی و زمینی است.

**بیمه اتومبیل:** یکی از جدیدترین انواع بیمه، بیمه اتومبیل است. بیمه اتومبیل شامل بیمه بدنه اتومبیل، بیمه شخص ثالث و بیمه حوادث سرنشین است.

**بیمه مهندسی:** این بیمه تمامی حوادث و زیان‌های احتمالی را که سرمایه‌های انسانی و مادی را در پروژه‌های ساختمانی و عمرانی مانند ساخت راه، فرودگاه، سد، کارخانه، نصب ماشین‌آلات، و تحویل موقت تا خاتمه قرارداد (تحویل قطعی) به خطر می‌اندازد تحت پوشش قرار می‌دهد. در این بیمه که معمولاً به صورت جامع صادر می‌شود، تعهدات بیمه‌گر بسیار وسیع است.

**بیمه محصولات کشاورزی:** پرداخت غرامت بابت از بین رفتن محصولات کشاورزی بیمه محصولات کشاورزی نام دارد.

**بیمه تجهیزات الکترونیکی:** این بیمه خسارات وارده به انواع تجهیزات الکترونیکی مورد استفاده در کارگاه‌های صنعتی و صنایع، لوازم تحقیقاتی و آزمایشگاهی، لوازم اداری، سیستم‌های هشداردهنده، تجهیزات اندازه‌گیری، دستگاه‌های کنترل و عیب‌یاب، تجهیزات مربوط به سینما و فیلم‌برداری، دستگاه‌های تست مواد و نمونه‌برداری، تجهیزات رادیو تلویزیونی و مخابراتی، سیستم‌های رایانه، تجهیزات پزشکی و غیره را تحت پوشش قرار می‌دهد.

### بیمه مسئولیت

بیمه‌ای است که مسئولیت مدنی بیمه‌گذار را در قبال اشخاص ثالث بیمه می‌کند. به عبارت دیگر، موضوع بیمه پوشش مسئولیت جانی و مالی بیمه‌گذار نسبت به کارکنان و اشخاص ثالث است. انواع بیمه مسئولیت شامل بیمه مسئولیت حرفه‌ای پزشکان، بیمه مسئولیت حرفه‌ای مدیران و مسئولان فنی بیمارستان‌ها، کلینیک‌ها و درمانگاه‌ها، بیمه مسئولیت مدنی کارفرمایان واحدهای صنعتی، تولیدی و خدماتی در قبال کارگران، بیمه مسئولیت مدیران هتل‌ها، مهمان‌سراها و متل‌ها، بیمه مسئولیت مدنی مدیران و نجات غریق‌ها، بیمه مسئولیت مدنی مستأجر در مقابل موجر و موجر در مقابل مستأجر، بیمه مسئولیت مدنی مالکان ساختمان در مقابل همسایگان، بیمه مسئولیت حرفه‌ای مهندسان طراح و ناظر ساختمان، بیمه مسئولیت مدنی تولیدکنندگان و مقاطعه‌کاران، بیمه مسئولیت مدنی کارفرما در مقابل کارگران ساختمانی، بیمه مسئولیت مدنی دارندگان تعمیرگاه‌های مجاز خودرو، بیمه مسئولیت مدنی دارندگان و سرویس‌کاران آسانسور، بیمه مسئولیت مدنی مدیران شهرسازی نسبت به استفاده‌کنندگان، بیمه مسئولیت مدنی مدیران باشگاه‌های ورزشی، و بیمه مسئولیت مدنی مدیران نمایشگاه‌ها است.

### بیمه اشخاص

موضوع تعهد بیمه‌گر در بیمه اشخاص، فوت، حیات یا سلامت شخص بیمه‌شده است. در بیمه اشخاص، تعیین سرمایه بیمه بر عهده بیمه‌گذار است و بیمه‌گر نمی‌تواند غرامت وارده به بیمه‌شده را برآورد کند و تعهد او در قرارداد تعیین می‌شود. انواع بیمه‌های اشخاص در شکل ۶.۵ آورده شده است:



شکل ۶.۵ انواع بیمه اشخاص.

**بیمه حوادث جسمانی:** بیمه حوادث به مجموعه گسترده‌ای از بیمه‌نامه‌های فردی یا گروهی گفته می‌شود که به موجب آن فرد یا گروهی از افراد در مقابل بروز حوادث مختلفی از جمله تصادف یا سقوط بیمه می‌شوند. منظور از حادثه، اتفاقات غیرعمدی و غیرقابل پیش‌بینی است. این نوع بیمه فوت و نقص عضو دائم (کلی و جزئی) و هزینه‌های پزشکی ناشی از حادثه و غرامت روزانه را پوشش می‌دهد.

**بیمه عمر:** نوعی از بیمه است که براساس آن بیمه‌گذار طی مدت معینی حق بیمه پرداخت می‌کند و بیمه‌گر متعهد می‌شود که در صورت فوت بیمه‌شده، ابتدای وی به بیماری‌های خاص یا زنده ماندن، مبلغ معینی را به صورت یکجا یا به شکل مستمری به بیمه‌شده یا فرد تعیین‌شده از سوی وی پرداخت کند.

**بیمه درمانی:** موضوع بیمه درمان تأمین و جبران هزینه‌های درمانی (اعم از سرپایی یا بستری شدن در بیمارستان) است که بر اثر بیماری یا وقوع حوادث برای بیمه‌شده ضرورت پیدا می‌کند.

### پرسش‌هایی برای خودآزمایی

- انواع شرکت را نام ببرید و ویژگی‌های آنها را توضیح دهید.
- برای ثبت شرکت از چه طریقی می‌توان اقدام کرد؟
- طبق قانون تجارت، تاجر به چه کسی اطلاق می‌شود؟
- انواع دفاتر تجاری را نام ببرید و ویژگی‌های آنها را ذکر کنید.
- مهم‌ترین اسناد تجاری خاص را نام ببرید و ویژگی‌های آنها را برشمارید.

- حقوق ورودی گمرکی چیست؟
- انواع بیمه‌های تجاری را نام ببرید و تفاوت‌های آنها را مشخص کنید.

### منابع

- اسکینی، ربیعا (۱۳۸۸)، حقوق تجارت شرکت‌های تجاری، ۲ ج، ج ۱، تهران: سازمان چاپ و انتشارات وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی.
- اصول، مقررات و رشته‌های قانون امور گمرکی جمهوری اسلامی ایران، مصوب ۱۳۹۱/۰۸/۲۲ مجلس شورای اسلامی.
- سامانه ثبت شرکت‌های تجاری در سازمان ثبت اسناد و املاک کشور، به نشانی <http://irsherkat.ssaa.ir>
- سامانه ثبت علائم تجاری و طرح‌های صنعتی در سازمان ثبت اسناد و املاک کشور، به نشانی <http://iripo.ssaa.ir>
- قانون بیمه جمهوری اسلامی ایران، مصوب ۱۳۱۶/۰۲/۰۷.
- قانون تجارت جمهوری اسلامی ایران، مصوب ۱۳۱۱/۰۲/۱۳.
- قانون ثبت اختراعات، طرح‌های صنعتی و علائم تجاری جمهوری اسلامی ایران، مصوب ۱۳۸۶/۱۱/۲۳.
- قانون ثبت شرکت‌های جمهوری اسلامی ایران، مصوب ۱۳۱۰/۰۳/۰۲.
- قانون صدور چک جمهوری اسلامی ایران، مصوب تیرماه ۱۳۵۵ به همراه اصلاحیه مورخ ۱۳۷۲/۰۸/۱۱.

## فصل ششم: قوانین و مقررات مالیاتی

### اهداف این فصل

بعد از مطالعه این فصل می‌توانید:

- انواع مالیات مستقیم و غیرمستقیم را برشمارید.
- قوانین پایه مالیاتی و مضمولان مالیاتی را بیان کنید.
- انواع مشاغل را ذکر کنید.
- اظهارنامه مالیاتی را تکمیل کنید.

### ۱. مالیات و انواع آن

#### تعریف مالیات

شهروندان در ازای استفاده از خدمات عمومی، آموزشی، امنیتی و رفاهی در هر کشور هزینه‌هایی پرداخت می‌کنند که به آن مالیات می‌گویند. به عبارت دیگر، مالیات پولی است که شهروندان طبق قانون به دولت‌های خود می‌پردازند و دولت‌ها این پول را در جهت اداره امور کشور، ارائه خدمات به شهروندان، تضمین امنیت کشور، عمران و آبادانی، و سایر اموری که به صلاح کشور و شهروندان باشد هزینه می‌کنند.

مالیاتی که شهروندان به دولت می‌پردازند دو نوع کلی دارد که به مالیات‌های مستقیم و غیرمستقیم مشهور است. در اصطلاحات مالیاتی، به پرداخت‌کننده مالیات «مؤدی» گفته می‌شود. بنابراین، کلیه افراد حقیقی و حقوقی که مالیات پرداخت می‌کنند مؤدی مالیاتی هستند.

## مالیات مستقیم

مالیات مستقیم مالیاتی است که هنگام تحصیل درآمد یا دارایی از مؤدیان اخذ می‌گردد. مالیات مستقیم بر دو نوع است:

۱. مالیات بر دارایی: این مالیات شامل مالیات بر ارث و مالیات بر حق تمبر است.  
- مالیات بر ارث: به مالیاتی گفته می‌شود که در ازای تملک اموال و دارایی‌هایی پرداخت می‌گردد که با فوت شخص به وراثت وی انتقال می‌یابد. به بیان ساده‌تر، به مالیاتی که وراثت بابت تملیک دارایی‌های متوفی پرداخت می‌کنند مالیات بر ارث گفته می‌شود.

- مالیات بر حق تمبر: نوعی مالیات مستقیم است که از طریق چسباندن یا باطل کردن تمبر بر اسناد و مدارک اخذ می‌شود. مثلاً روی هر برگ چک، سفته و برات تمبری چسبانده می‌شود که هزینه آن اخذ می‌گردد.

۲. مالیات بر درآمد: این نوع مالیات شامل مالیات بر درآمد املاک، مالیات بر درآمد حقوق، مالیات بر درآمد مشاغل، مالیات بر درآمد اشخاص حقوقی، مالیات بر درآمد کشاورزی، و مالیات بر درآمد اتفاقی است.

- مالیات بر درآمد املاک: مالیاتی است که از درآمد شخص حقیقی یا حقوقی ناشی از واگذاری حقوق خود نسبت به املاک واقع در ایران پس از کسر معافیت مقرر اخذ می‌شود. به بیان دیگر، به مالیاتی گفته می‌شود که در ازای درآمدهای حاصل از املاک شخص حقیقی یا حقوقی به دولت پرداخت می‌گردد.

- مالیات بر درآمد حقوق: مالیاتی است که دولت از شخص حقیقی که در خدمت شخص دیگر (اعم از حقیقی یا حقوقی) است در قبال تسلیم نیروی کار خود بابت اشتغال در ایران برحسب مدت یا کار انجام‌یافته به طور نقدی یا غیرنقدی تحصیل می‌کند.

- مالیات بر درآمد مشاغل: به مالیاتی گفته می‌شود که دولت از درآمد مشاغل مختلف طبق قانون اخذ می‌کند.

- مالیات بر درآمد اشخاص حقوقی: مجموع درآمد شرکت‌ها و درآمد ناشی از فعالیت‌های انتفاعی سایر اشخاص حقوقی که از منابع مختلف در ایران یا خارج از ایران تحصیل می‌شود، پس از وضع زیان‌های حاصل از منابع غیرمعاف و کسر معافیت‌های مقرر به استثنای مواردی که طبق مقررات این قانون دارای نرخ جداگانه‌ای است، مشمول مالیات به نرخ ۲۵ درصد است.

- مالیات بر درآمد کشاورزی: درآمدهای حاصل از کلیه فعالیت‌های کشاورزی، دامپروری، دامداری، پرورش ماهی و زنبور عسل و طیور، صیادی و ماهیگیری، نوغان‌داری، احیای مراتع و جنگل‌ها، باغات اشجار از هر قبیل و نخیلات از پرداخت مالیات معاف هستند.

- مالیات بر درآمد اتفاقی: درآمد نقدی یا غیرنقدی که شخص حقیقی یا حقوقی به صورت بلاعوض یا از طریق معاملات محاباتی (تجاری) یا به عنوان جایزه یا هر عنوان دیگر از این قبیل تحصیل می‌کند مشمول مالیات به نرخ مقرر است.

### مشمولان مالیات مستقیم

طبق قوانین مالیات مستقیم، اشخاص زیر مشمول پرداخت این مالیات هستند:

۱. کلیه مالکین اعم از اشخاص حقیقی یا حقوقی نسبت به اموال یا املاک خود واقع در ایران طبق قوانین و مقررات؛
  ۲. هر شخص حقیقی ایرانی مقیم ایران نسبت به کلیه درآمدهایی که در ایران یا خارج از کشور تحصیل می‌کند؛
  ۳. هر شخص حقیقی ایرانی مقیم خارج از ایران نسبت به کلیه درآمدهایی که در ایران تحصیل می‌کند؛
  ۴. هر شخص حقوقی ایرانی نسبت به کلیه درآمدهایی که در ایران یا خارج از کشور تحصیل می‌کند؛
  ۵. هر شخص غیرایرانی (اعم از حقیقی یا حقوقی) نسبت به درآمدهایی که در ایران تحصیل می‌کند و همچنین نسبت به درآمدهایی که بابت واگذاری امتیازات یا سایر حقوق خود یا دادن تعلیمات و کمک‌های فنی یا واگذاری فیلم‌های سینمایی (که به عنوان بها یا حق نمایش یا هر عنوان دیگر عاید وی می‌گردد) از ایران تحصیل می‌کند.
- براساس ماده ۲ قوانین مالیات مستقیم، اشخاص زیر مشمول پرداخت مالیات نیستند:
۱. وزارتخانه‌ها و مؤسسات دولتی؛
  ۲. دستگاه‌هایی که بودجه آنها توسط دولت تأمین می‌شود؛
  ۳. شهرداری‌ها.



برای درک بهتر مالیات‌های مستقیم، به مثال زیر در مورد محاسبه مالیات بر درآمد اشخاص حقیقی توجه کنید. طبق ماده ۱۳۱ قانون مالیات‌های مستقیم، نرخ مالیات بر درآمد اشخاص حقیقی به استثنای مواردی که طبق مقررات این قانون نرخ جداگانه‌ای دارد به شرح زیر است:

ردیف	شرح	نرخ مالیات
۱	تا میزان ۳۰.۰۰۰.۰۰۰ ریال درآمد مشمول مالیات سالانه	۱۵٪
۲	تا میزان ۱۰۰.۰۰۰.۰۰۰ ریال درآمد مشمول مالیات سالانه، نسبت به مازاد ۳۰.۰۰۰.۰۰۰	۲۰٪
۳	تا میزان ۲۵۰.۰۰۰.۰۰۰ ریال درآمد مشمول مالیات سالانه، نسبت به مازاد ۱۰۰.۰۰۰.۰۰۰	۲۵٪
۴	تا میزان ۱.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰ ریال درآمد مشمول مالیات سالانه، نسبت به مازاد ۲۵۰.۰۰۰.۰۰۰	۳۰٪
۵	نسبت به مازاد ۱.۰۰۰.۰۰۰.۰۰۰ ریال درآمد مشمول مالیات سالانه	۳۵٪

فرض کنید مبلغ درآمد مشمول مالیات سالانه یک شخص حقیقی ۲۴۰.۰۰۰.۰۰۰ ریال است. مالیات بر درآمد این شخص به صورت زیر محاسبه می‌شود:

$$30.000.000 \times 15\% = 4.500.000$$

$$(100.000.000 - 30.000.000) \times 20\% = 14.000.000$$

$$(240.000.000 - 100.000.000) \times 25\% = 35.000.000$$

$$53.500.000 = \text{مجموع مالیات این شخص حقیقی}$$

### مالیات غیرمستقیم

مالیات‌های غیرمستقیم به مالیات‌هایی گفته می‌شود که پرداخت‌کننده آنها مشخص نیست و غالباً پرداختشان احساس نمی‌شود. در مالیات‌های غیرمستقیم، دولت با وضع قوانین خاص هزینه تمام‌شده کالاها و خدمات را افزایش می‌دهد و عملاً این مالیات را مصرف‌کنندگان پرداخت می‌کنند. پرداخت این مالیات بستگی به فعالیت‌های اقتصادی شهروندان دارد. مالیات غیرمستقیم بر دو نوع است: مالیات بر تولید و واردات، و مالیات بر خرید و فروش (معاملات). مهم‌ترین مالیات

غیرمستقیم مالیات بر ارزش افزوده است که زیرمجموعه مالیات بر خرید و فروش است.

۱. مالیات بر واردات: براساس سیاست‌های مالی و اقتصادی، دولت‌ها به منظور حمایت از تولیدات داخلی کشور، جلوگیری از ورود کالاهای غیرضروری و درآمدزایی، از کالاهای وارداتی مالیات اخذ می‌کنند. هزینه‌هایی مثل مالیات بر حقوق گمرکی، مالیات بر سود بازرگانی، مالیات بر ثبت سفارش کالا، و مالیات بر واردات اتومبیل انواع مختلف مالیات بر واردات هستند.

۲. مالیات بر خرید و فروش: این مالیات در حوزه فروش عمومی، عمده‌فروشی و خرده‌فروشی اخذ می‌شود. مالیات بر فروش سیگار، مالیات بر نقل و انتقالات اتومبیل، مالیات بر فرآورده‌های نفتی، و مالیات بر ارزش افزوده از انواع مهم مالیات بر خرید و فروش هستند.

در مالیات بر ارزش افزوده که یکی از مهم‌ترین انواع مالیات غیرمستقیم است، کلیه عرضه‌کنندگان کالاها و خدمات باید علاوه بر بهای هر کالا یا خدمت، مبلغی را به عنوان مالیات بر ارزش افزوده از خریداران دریافت کنند و به صورت دوره‌ای (فصلی) به سازمان امور مالیاتی کشور پرداخت نمایند. این مبلغ به صورت درصدی از بهای فروش هر کالا یا خدمت محاسبه و در زمان فروش به قیمت کالا اضافه می‌شود. مثال زیر مراحل تولید یک کالا و نحوه محاسبه مالیات بر ارزش افزوده آن را شرح می‌دهد.

- در مرحله اول، مواد اولیه کالا در شرکت (الف) تولید و با قیمت ۲۰۰۰ تومان فروخته می‌شود. با فرض اینکه شرکت (الف) برای مواد اولیه هزینه‌ای پرداخت نمی‌کند، با توجه به قیمت مواد اولیه کالا، ۱۰٪ آن باید به عنوان مالیات بر ارزش افزوده به سازمان امور مالیاتی پرداخت شود. بنابراین، قیمت مواد اولیه کالا به اضافه مالیات برابر با ۲۲۰۰ تومان می‌شود؛ یعنی شرکت (ب) ۲۰۰۰ تومان بابت کالا و ۲۰۰ تومان دیگر هم به عنوان مالیات بر ارزش افزوده پرداخت می‌کند.
- در مرحله دوم، شرکت (ب) مواد اولیه را که به قیمت خالص ۲۲۰۰ تومان خریده است به قطعه‌ای برای تولید کالای مورد نظر تبدیل می‌کند و آن را به قیمت خالص ۳۰۰۰ تومان به شرکت (ج) می‌فروشد. شرکت (ج) بهای قطعه را به اضافه ۱۰٪ مالیات بر ارزش افزوده (۳۰۰۰ + ۳۰۰) یعنی ۳۳۰۰ تومان به شرکت (ب) می‌پردازد. چون در نظام مالیات بر ارزش افزوده شرکت (ب) نباید پرداخت‌کننده اصلی مالیات

## قوانین و مقررات مالیاتی ۱۲۱

باشد، شرکت (ب) از ۳۰۰ تومان مالیات دریافتی، ۲۰۰ تومان مالیاتی را که قبلاً بابت مواد اولیه پرداخت کرده بود کسر می‌کند و ۱۰۰ تومان باقی‌مانده را به سازمان امور مالیاتی می‌پردازد.

- در مرحله سوم، شرکت (ج) با قطعه‌ای که به قیمت ۳۳۰۰ تومان خریداری کرده، کالای مورد نظر را تولید می‌کند و به قیمت ۴۰۰۰ تومان به مصرف‌کننده نهایی می‌فروشد. قیمت محصول به اضافه ۱۰٪ مالیات (۴۰۰ تومان) برابر با ۴۴۰۰ تومان می‌شود.

- در مرحله آخر، شرکت (ج) ۴۰۰ تومان مالیات بر ارزش افزوده را از مصرف‌کننده نهایی می‌گیرد و ۳۰۰ تومان مالیاتی را که قبلاً به شرکت (ب) پرداخت کرده بود از آن کسر می‌کند. پس مالیات خالص این مرحله برابر با ۱۰۰ تومان می‌شود که شرکت (ج) به سازمان امور مالیاتی می‌پردازد.

مالیاتی که در مراحل فوق از جانب عناصر زنجیره تولید به حساب دولت واريز می‌شود جمعاً برابر ۴۰۰ تومان (۲۰۰+۱۰۰+۱۰۰) است که کل آن را مصرف‌کننده نهایی می‌پردازد. در واقع، تنها مصرف‌کننده است که پرداخت‌کننده مالیات است و مالیات متعلق به کل فرایند را به میزان ۱۰٪ (۴۰۰ تومان) بهای محصول نهایی پرداخت می‌کند.

## معافیت‌ها

عرضه کالاها و ارائه خدمات زیر و همچنین واردات آنها حسب مورد از پرداخت مالیات معاف است:

- محصولات کشاورزی فرآوری نشده؛
- دام و طیور زنده، آبزیان، زنبور عسل و نوغان؛
- انواع کود، سم، بذر و نهال؛
- آرد خبازی، نان، گوشت، قند، شکر، برنج، حبوبات و سویا، شیر، پنیر، روغن نباتی و شیر خشک مخصوص تغذیه کودکان؛
- کتاب، مطبوعات، دفاتر تحریر و انواع کاغذ چاپ، تحریر و مطبوعات؛
- کالاهای اهدایی به صورت بلاعوض به وزارتخانه‌ها، مؤسسات دولتی و نهادهای عمومی غیردولتی با تأیید هیئت وزیران و حوزه‌های علمیه با تأیید حوزه گیرنده هدایا؛

- کلاهایی که همراه مسافر و برای استفاده شخصی تا میزان معافیت مقرر طبق مقررات صادرات و واردات وارد کشور می‌شود. مازاد بر آن طبق مقررات این قانون مشمول مالیات خواهد بود؛
- اموال غیرمنقول؛
- انواع دارو، لوازم مصرفی درمانی، خدمات درمانی (انسانی، حیوانی و گیاهی) و خدمات توان‌بخشی و حمایتی؛
- خدمات مشمول مالیات بر درآمد حقوق، موضوع قانون مالیات‌های مستقیم؛
- خدمات بانکی و اعتباری بانک‌ها و مؤسسات و تعاونی‌های اعتباری و صندوق‌های قرض‌الحسنه مجاز، خدمات معاملات و تسویه اوراق بهادار و کالا در بورس‌ها و بازارهای خارج از بورس، صندوق ضمانت سرمایه‌گذاری صنایع کوچک، صندوق حمایت از تحقیقات و توسعه صنایع الکترونیک، صنایع دریایی و بیمه، سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های معدنی، و صندوق حمایت از توسعه سرمایه‌گذاری در بخش کشاورزی؛
- خدمات حمل و نقل عمومی مسافری درون و برون شهری جاده‌ای، ریلی، هوایی و دریایی؛
- فرش دستباف؛
- انواع خدمات پژوهشی و آموزشی که طبق آیین‌نامه‌ها با پیشنهاد مشترک وزارتخانه‌های علوم، تحقیقات و فناوری، امور اقتصادی و دارایی، بهداشت، درمان و آموزش پزشکی، آموزش و پرورش، و کار و امور اجتماعی ظرف مدت شش ماه از تاریخ تصویب این قانون به تصویب هیئت وزیران می‌رسد؛
- خوراک دام و طیور؛
- رادار و تجهیزات کمک ناوبری هوانوردی ویژه فرودگاه‌ها براساس فهرستی که به پیشنهاد مشترک وزارت راه و ترابری و وزارت امور اقتصادی و دارایی تهیه می‌شود و ظرف مدت شش ماه از تاریخ تصویب این قانون به تصویب هیئت وزیران می‌رسد؛
- اقلام با مصارف صرفاً دفاعی (نظامی و انتظامی) و امنیتی براساس فهرستی که به پیشنهاد مشترک وزارت دفاع و پشتیبانی نیروهای مسلح و وزارت امور اقتصادی و دارایی تهیه می‌گردد و به تصویب هیئت وزیران می‌رسد. فهرست مذکور از اولین دوره مالیاتی پس از تصویب هیئت وزیران قابل اجرا خواهد بود.

## تقسیم‌بندی مشاغل

### صاحبان مشاغل

بر مبنای قانون مالیات‌های مستقیم، صاحبان مشاغل اشخاصی هستند که به فعالیت‌های شغلی اعم از تولیدی، توزیعی و خدماتی اشتغال دارند و در قبال آن کسب درآمد می‌کنند. براساس ماده ۹۵ قانون مالیات‌های مستقیم، صاحبان مشاغل مکلف به نگهداری اسناد و مدارک مثبت کافی برای تشخیص درآمد مشمول مالیات خود هستند. طبق این ماده، صاحبان مشاغل به سه گروه دسته‌بندی می‌شوند.

**صاحبان مشاغل بند (الف):** صاحبان مشاغلی که مکلف به ثبت فعالیت‌های شغلی خود در دفاتر روزنامه هستند. طبق ماده ۹۶ قانون مالیات‌های مستقیم، این گروه از صاحبان مشاغل عبارت‌اند از:

- دارندگان کارت بازرگانی و کلیه واردکنندگان و صادرکنندگان؛
- صاحبان کارخانه‌ها و واحدهای تولیدی که برای آنها جواز تأسیس و پروانه بهره‌برداری از وزارتخانه ذی‌ربط صادر می‌شود؛
- بهره‌برداران معادن؛
- صاحبان مؤسسات حسابرسی، حسابداری، دفترداری، خدمات مالی و ارائه‌دهندگان خدمات مدیریتی، مشاوره‌ای، انفورماتیک، و رایانه‌ای اعم از سخت‌افزاری و نرم‌افزاری و طراحی سیستم؛
- صاحبان مراکز آموزشی و پرورشی، آموزشگاه‌های آزاد، مدارس غیرانتفاعی، دانشگاه‌ها و مراکز آموزش عالی؛
- صاحبان بیمارستان‌ها، زایشگاه‌ها، آسایشگاه‌ها، درمانگاه‌ها و خانه‌های سالمندان؛
- صاحبان هتل‌ها و هتل‌ها؛
- بانکداران، عمده‌فروش‌ها، فروشگاه‌های بزرگ، واسطه‌های مالی، نمایندگان توزیع کالاهای داخلی و وارداتی، و صاحبان انبارها؛
- نمایندگان مؤسسات تجاری و صنعتی، اعم از داخلی و خارجی؛
- صاحبان مؤسسات حمل و نقل موتوری، زمینی، دریایی و هوایی اعم از مسافری یا باربری؛
- صاحبان مؤسسات مهندسی و مهندسی مشاور؛
- صاحبان مؤسسات تبلیغاتی و بازاریابی.

صاحبان مشاغل پند (ب): صاحبان مشاغلی که مکلف به ثبت فعالیت‌های شغلی خود در دفاتر درآمد و هزینه هستند. براساس ماده ۹۶ قانون مالیات‌های مستقیم، این گروه از صاحبان مشاغل عبارت‌اند از:

- صاحبان کارگاه‌های صنعتی؛
- صاحبان مشاغل ساختمانی، تأسیسات فنی و صنعتی، نقشه‌کشی، نقشه‌برداری، محاسبات فنی و نظارت؛
- چاپخانه‌داران، لیتوگراف‌ها، صحاف‌ها، ارائه‌دهندگان خدمات چاپ، و گرافیس‌ها؛
- صاحبان مراکز ارتباطات رایانه‌ای؛
- وکلا، کارشناسان، مترجمان رسمی دادگستری، مشاوران حقوقی، حسابداران رسمی، و اعضای سازمان‌های نظام مهندسی؛
- محققان، پژوهشگران و کارشناسان آزاد که به تهیه و ارائه طرح‌های تحقیقاتی اشتغال دارند؛
- دلالان، حق‌العمل‌کاران و کارگزاران؛
- صاحبان مراکز فرهنگی - هنری، فرهنگسراها، کانون‌های حرفه‌ای و انجمن‌های صنفی و تخصصی؛
- صاحبان سینماها، تماشاخانه‌ها و مکان‌های تفریحی و ورزشی؛
- صاحبان مشاغل فیلم‌برداری، دوبلاژ، مونتاژ و سایر خدمات سینمایی؛
- پزشکان و دندان‌پزشکانی که دارای مطب هستند و دامپزشکانی که به حرفه دامپزشکی اشتغال دارند؛
- صاحبان آزمایشگاه‌ها، رادیولوژی‌ها، فیزیوتراپی‌ها، سونوگرافی‌ها، الکتروانسفالوگرافی‌ها، سی‌تی‌اسکن‌ها، سالن‌های زیبایی و دیگر ارائه‌دهندگان خدمات بهداشتی طبی و غیرطبی، داروخانه‌ها، لابراتوارهای دندانسازی، مراکز مشاوره ژنتیک، مشاوره روان‌شناسی، دفاتر خدمات پرستاری و مامایی، و مراکز خدمات آمبولانس؛
- صاحبان میهمان‌سراها، میهمان‌پذیرها و مسافرخانه‌ها؛
- صاحبان تالارهای پذیرایی، رستوران‌ها، تهیه‌کنندگان غذاهای آماده، ارائه‌دهندگان خدمات پذیرایی، و کرایه‌دهندگان ظروف؛
- صاحبان دفاتر اسناد رسمی؛
- صاحبان تعمیرگاه‌های مجاز و اتوسرویس‌ها؛

## قوانین و مقررات مالیاتی ۱۲۵

- صاحبان نمایشگاه‌ها و فروشگاه‌های اتومبیل، بنگاه‌های معاملات املاک، و آژانس‌های کرایه اتومبیل؛
- سازندگان و فروشندگان طلا و جواهر؛
- عاملان فروش و فروشندگان آهن‌آلات؛
- صاحبان دفاتر خدمات ارتباطی (دفاتر خدمات مشترکین تلفن همراه و آژانس‌های پستی)؛
- صاحبان دفاتر خدمات دولت الکترونیک و دفاتر خدمات الکترونیک شهر؛
- صاحبان جایگاه‌های فرآورده‌های نفتی و گاز (پمپ بنزین و گازوئیل و گاز)؛
- صاحبان مهدکودک‌ها و مراکز پیش‌دبستانی؛
- ناشران و صاحبان مؤسسات انتشاراتی؛
- صاحبان دفاتر خدمات پیک موتوری؛
- صاحبان دفاتر مسافرتی و جهانگردی؛
- شیرینی‌فروشان و قنادی‌های دارای کارگاه؛
- صاحبان کارگاه‌های تولید نان‌های حجیم فانتزی و صنعتی؛
- صاحبان مصالح‌فروشی‌ها.

صاحبان مشاغل بند (ج): مشاغلی که مکلف به نگهداری دفاتر نیستند و فقط موظف به ارائه صورت خلاصه وضعیت درآمد و هزینه خود طبق ضوابط و نمونه‌های تعیین شده به سازمان امور مالیاتی هستند. صاحبان مشاغلی که جزو بندهای (الف) و (ب) فوق نیستند، مشمول بند (ج) هستند.

## ۲. اظهارنامه مالیاتی و تنظیم آن

اظهارنامه مالیاتی گزارشی است از میزان درآمدها و هزینه‌های مشاغل مختلف در طول یک سال مالی برای مشخص شدن میزان مالیات بر درآمد آن مشاغل. اظهارنامه مالیاتی را باید صاحبان مشاغل طبق قوانین و ضوابط سازمان امور مالیاتی کشور تهیه و حداکثر تا پایان تیر ماه هر سال به اداره امور مالیاتی محل اشتغال خود ارائه دهند.

سال مالیاتی عبارت است از یک سال شمسی که از اول فروردین شروع و به آخر اسفند همان سال ختم می‌شود. در مورد اشخاص حقوقی مشمول مالیات که سال مالی آنها به موجب اساسنامه با سال مالیاتی تطبیق ندارد، سال مالی به جای سال مالیاتی مبنای محاسبه قرار می‌گیرد و زمان ارائه اظهارنامه، حساب سود و زیان و سررسید پرداخت مالیات آنها چهار ماه شمسی پس از سال مالی است.

## اظهارنامه اشخاص حقوقی

بر اساس ماده ۱۱۰ قانون مالیات‌های مستقیم، اشخاص حقوقی مکلف‌اند اظهارنامه، ترازنامه و حساب سود و زیان متکی به دفاتر و اسناد و مدارک خود را حداکثر تا چهار ماه پس از پایان سال مالیاتی به اداره امور مالیاتی محل فعالیت اصلی خود ارائه و مالیات آن را پرداخت کنند. همچنین موظف‌اند به همراه آن، فهرست هویت شرکا و سهامداران و حسب مورد میزان سهم‌الشرکه یا تعداد سهام و نشانی هریک از آنها را نیز ارائه کنند. پس از ارائه اولین فهرست، در سنوات بعد ارائه فهرست تغییرات کافی خواهد بود.

صاحبان مشاغل برای تکمیل و ارائه اظهارنامه می‌توانند از نرم‌افزار رایانه‌ای اظهارنامه که در وب‌گاه سازمان امور مالیاتی کشور قرار داده شده است استفاده کنند. می‌توانید این نرم‌افزار را از وب‌گاه مذکور تهیه و آن را در رایانه نصب کنید. با کلیک روی برنامه نصب‌شده وارد برنامه شوید و روی «اظهارنامه جدید» کلیک کنید (تصویر ۱).



تصویر ۱

در صفحه بعد (تصویر ۲) اطلاعات لازم را وارد و روی «دریافت اطلاعات» کلیک کنید.



## تصویر ۲

با تکمیل اطلاعات مرحله قبل، یک فرم ورود اطلاعات نمایش داده می‌شود. در صفحه ورود اطلاعات، وارد کردن فیلدهای به رنگ قرمز و ستاره‌دار ضروری است. این فیلدها عبارت‌اند از:

اطلاعات هویتی مؤدی شامل سال عملکرد (از تاریخ تا تاریخ)، واحد مالیاتی، نام شخص حقوقی، شماره ثبت شرکت، محل ثبت شرکت، تاریخ ثبت شرکت، شماره اقتصادی، تابعیت (چنانچه تابعیت غیرایرانی باشد باید گزینه کشور تکمیل شود)، نوع ماهیت شخص حقوقی، نوع شخص حقوقی، گروه فعالیت<sup>۱</sup> ISIC (کد دسته‌بندی بین‌المللی فعالیت‌های اقتصادی) سطح اول و زیرگروه فعالیت ISIC. اطلاعات محل اقامت قانونی شامل استان، شهرستان، تاریخ آغاز فعالیت، دفتر قانونی مستقل، نشانی، کد پستی، شماره تلفن همراه با پیش شماره، و شماره تلفن همراه. اطلاعات هویتی مدیرعامل (صفحه ۵ اظهارنامه) شامل نوع شخصیت، نام و نام خانوادگی/نام شخص حقوقی، تاریخ تولد/تاریخ ثبت، شماره شناسنامه/شماره ثبت، محل تولد/محل ثبت شرکت، شماره ملی/شناسه ملی، نشانی و کدپستی. در صورت پر نشدن این فیلدها اطلاعات ذخیره می‌گردد، ولی شما قادر به انجام عملیات ارسال اطلاعات نیستید.

1. International Standard Industrial Classification

## ۱۲۸ قوانین کسب و کار

زبانۀ (۱): در این زبانه باید اطلاعات هویتی مؤدی و نشانی اقامتگاه قانونی شخص حقوقی را وارد کنید (تصویر ۳).

The screenshot shows a software window titled "تکمیل اطلاعات هویتی مؤدی حقوقی" (Completing the personal information of the legal entity taxpayer). The window contains several input fields for personal data:

- نام خانوادگی (Family Name): [Blank]
- نام (Name): [Blank]
- نام کوچک (First Name): [Blank]
- تاریخ تولد (Date of Birth): [Blank]
- محل تولد (Place of Birth): [Blank]
- شماره شناسنامه (National ID Number): [Blank]
- شماره کارت ملی (National Card Number): [Blank]
- شماره شناسنامه فرزند (Child National ID Number): [Blank]
- شماره کارت ملی فرزند (Child National Card Number): [Blank]
- شماره شناسنامه همسر (Spouse National ID Number): [Blank]
- شماره کارت ملی همسر (Spouse National Card Number): [Blank]
- شماره شناسنامه اولاد (Offspring National ID Number): [Blank]
- شماره کارت ملی اولاد (Offspring National Card Number): [Blank]
- شماره شناسنامه اولاد (Offspring National ID Number): [Blank]
- شماره کارت ملی اولاد (Offspring National Card Number): [Blank]
- شماره شناسنامه اولاد (Offspring National ID Number): [Blank]
- شماره کارت ملی اولاد (Offspring National Card Number): [Blank]

تصویر ۳

زبانۀ (۲): در این صفحه باید مشخصات حساب‌های بانکی شخص حقوقی را وارد کنید (تصویر ۴).

The screenshot shows a software window titled "اطلاعات حساب‌های بانکی مربوط به فعالیت شخص حقوقی" (Bank account information related to the activity of the legal entity). The window contains a table with columns for:

- شماره حساب (Account Number)
- نام بانک (Bank Name)
- نوع حساب (Account Type)
- موجودی اول دوره (Beginning Balance)
- موجودی آخر دوره (Ending Balance)
- تاریخ افتتاح (Opening Date)
- تاریخ انقضا (Expiration Date)

Below the table, there are buttons for "افزودن" (Add) and "حذف" (Delete).

تصویر ۴

قوانین و مقررات مالیاتی ۱۲۹

زبانۀ (۳): این صفحه شامل اطلاعات اختصاصی است. در صورت انتخاب گزینه «بلی» برای سؤالات مطرح شده، باید اطلاعات جداول مربوط به آن را نیز تکمیل کنید (تصویر ۵).

The screenshot shows a software window titled 'پنجره پرسش‌های مربوط به قوانین مالیاتی'. It contains a list of 19 questions (سؤالنامه) with corresponding 'Yes' (بله) and 'No' (خیر) radio buttons. The questions cover various aspects of tax law, such as the definition of 'taxable person' (شخص مشمول مالیات), the scope of 'taxable income' (درآمد مشمول مالیات), and the application of tax rates (میزان مالیات). The interface includes a menu bar at the top and a toolbar with various icons.

تصویر ۵

زبانۀ (۴): این صفحه شامل مشخصات مجوزهای فعالیت‌های اقتصادی است. در صورت دارا بودن هر یک از مجوزها، اطلاعات مربوط به آن باید تکمیل شود (تصویر ۶).

The screenshot shows a software window titled 'اطلاعات مجوزهای فعالیت‌های اقتصادی'. It contains a table with the following columns: 'نوع مجوز' (Type of License), 'تاریخ صدور' (Date of Issuance), and 'وضعیت' (Status). The table lists various types of licenses such as 'مجوز کسب و کار' (Business License), 'مجوز فعالیت اقتصادی' (Economic Activity License), and 'مجوز صادرات و واردات' (Export and Import License). The interface includes a menu bar at the top and a toolbar with various icons.

تصویر ۶

۱۳۰ قوانین کسب و کار

زبانه (۵): این صفحه مربوط به اطلاعات مدیرعامل و اعضای هیئت مدیره است. وارد کردن اطلاعات مدیرعامل الزامی است (تصویر ۷).

تصویر ۷

زبانه (۶): این صفحه شامل جدول اطلاعات دفاتر قانونی و جزئیات پذیرش بورس سهام است. اگر در زبانه (۳) گزینه «بلی» را برای پرسش ۴ انتخاب کرده باشید، تکمیل اطلاعات این جدول ضروری است (تصویر ۸).

تصویر ۸

### قوانین و مقررات مالیاتی ۱۳۱

زبانته (۷): این صفحه شامل درآمدهایی است که مالیات آن قبلاً به صورت مقطوع پرداخت شده است. اگر در زبانته (۳) گزینه «بلی» را برای پرسش ۵ انتخاب کرده باشید، این جدول فعال می‌شود و تکمیل آن ضروری است. در صورت تکمیل این جدول، جمع «سود و زیان درآمدهای معاف مقطوع» به ردیف ۴ جدول محاسبه مالیات انتقال می‌یابد (تصویر ۹).

تصویر ۹

زبانته (۸): این صفحه شامل درآمدهای معاف از مالیات است. چنانچه گزینه «بلی» را در پرسش ۵ زبانته (۳) انتخاب کرده باشید، این جدول فعال می‌شود و تکمیل آن ضرورت می‌یابد. در صورت تکمیل این جدول، جمع «سود و زیان درآمدهای معاف» به ردیف ۵ جدول محاسبه مالیات انتقال می‌یابد (تصویر ۱۰).

زبانته (۹): این صفحه شامل جدول معافیت‌های موضوع ماده ۱۳۲ قانون مالیات‌های مستقیم و جدول استهلاك زیان سنواتی است. اگر گزینه «بلی» را در پرسش‌های ۵ و ۶ زبانته (۳) انتخاب کرده باشید، جدول معافیت‌ها فعال می‌شود و تکمیل آن ضروری است. جدول معافیت‌های موضوع ماده ۱۳۲ قانون مالیات‌های مستقیم در ادامه جدول درآمدهای معاف آمده و در صورت تکمیل این جدول، جمع کل آن به جدول درآمدهای معاف انتقال می‌یابد. در صورت تکمیل جدول استهلاك زیان سنواتی، مبلغ «میزان استهلاك زیان سنواتی» به ردیف ۱۰ جدول محاسبه مالیات انتقال می‌یابد (تصویر ۱۱).



### قوانین و مقررات مالیاتی ۱۳۳

زبانه (۱۰): این صفحه شامل جدول معافیت‌ها و بخشودگی‌های مالیاتی است. چنانچه گزینه «بلی» را برای پرسش ۸ زبانه (۳) انتخاب کرده باشید، این جدول فعال می‌شود و تکمیل آن ضرورت می‌یابد. در صورت تکمیل این جدول، مبلغ «جمع بخشودگی‌های مالیاتی» به ترتیب به ردیف ۱۶ جدول محاسبه مالیات انتقال می‌یابد (تصویر ۱۲).

ردیف	شرح بخشودگی	مبلغ معافیت	ملاحظات
۱	درخواست‌های فرسوده یا سفته‌دار درآمد مشمول مالیات (نوع ۶ ماده ۱۰-۵)		
۲	درخواست‌های فرسوده یا فرار مالیاتی (ماده ۱۳۳)		
۳	درخواست‌های که سازمان از طرف معافانه در بازه‌های بورس دانش با طرح‌های بازرگانی (ماده ۱۳۳)		
۴	درخواست‌های که سازمان از طرف معافانه در بازه‌های بورس دانش با طرح‌های بازرگانی (ماده ۱۳۳)		
۵	درخواست‌های که سازمان از طرف معافانه در بازه‌های بورس دانش با طرح‌های بازرگانی (ماده ۱۳۳)		
۶	درخواست‌های که سازمان از طرف معافانه در بازه‌های بورس دانش با طرح‌های بازرگانی (ماده ۱۳۳)		
۷	درخواست‌های که سازمان از طرف معافانه در بازه‌های بورس دانش با طرح‌های بازرگانی (ماده ۱۳۳)		
۸	درخواست‌های که سازمان از طرف معافانه در بازه‌های بورس دانش با طرح‌های بازرگانی (ماده ۱۳۳)		
۹	درخواست‌های که سازمان از طرف معافانه در بازه‌های بورس دانش با طرح‌های بازرگانی (ماده ۱۳۳)		
۱۰	درخواست‌های که سازمان از طرف معافانه در بازه‌های بورس دانش با طرح‌های بازرگانی (ماده ۱۳۳)		
۱۱	درخواست‌های که سازمان از طرف معافانه در بازه‌های بورس دانش با طرح‌های بازرگانی (ماده ۱۳۳)		
۱۲	درخواست‌های که سازمان از طرف معافانه در بازه‌های بورس دانش با طرح‌های بازرگانی (ماده ۱۳۳)		
۱۳	درخواست‌های که سازمان از طرف معافانه در بازه‌های بورس دانش با طرح‌های بازرگانی (ماده ۱۳۳)		
۱۴	درخواست‌های که سازمان از طرف معافانه در بازه‌های بورس دانش با طرح‌های بازرگانی (ماده ۱۳۳)		
۱۵	درخواست‌های که سازمان از طرف معافانه در بازه‌های بورس دانش با طرح‌های بازرگانی (ماده ۱۳۳)		
۱۶	جمع (مبلغ به حقوق محاسبه مالیات)		

تصویر ۱۲

زبانه (۱۱): این صفحه شامل جداول توسعه، نوسازی و بازسازی واحدهای صنعتی و معدنی (ماده ۱۳۸ قانون مالیات‌های مستقیم) و ثبت کمک‌های مالی پرداختی است. در صورت تکمیل جدول ماده ۱۳۸ قانون مالیات‌های مستقیم، جمع «سود حاصل از منابع درآمدی مشمول مالیات»، «مالیات متعلق موضوع ماده ۱۰۵ قانون مالیات‌های مستقیم» و «مبلغ بخشودگی» به ردیف ۷ جدول شماره ۸ معافیت‌ها و بخشودگی‌های مالیاتی انتقال می‌یابد. در صورت تکمیل جدول ثبت کمک‌های مالی پرداختی، جمع «مبلغ کمک‌های مالی پرداختی» به ردیف ۳۱ جدول «صورت سود و زیان» و «مازاد کمک‌های مالی پرداختی پذیرفته‌نشده توسط سازمان» به ردیف ۶ جدول محاسبه مالیات انتقال می‌یابد (تصویر ۱۳).





قوانین و مقررات مالیاتی ۱۳۵

زیانته (۱۳): در این صفحه اطلاعات مربوط به صورت سود و زیان شخص حقوقی وارد می‌گردد (تصویر ۱۵).

The screenshot shows the 'Form 13' tax form titled 'صورت سود و زیان برای اشخاص حقوقی'. It contains a table with columns for 'شرح' (Description) and 'مقدار سال قبل' (Previous Year Amount). The table lists various income and expense items, such as 'درآمد حاصل از فروش' (Income from sales), 'سود یا زیان حاصل از فروش' (Profit or loss from sales), and 'سود یا زیان حاصل از سایر فعالیتها' (Profit or loss from other activities). The table is partially filled with data, and there are several empty rows for additional entries.

تصویر ۱۵

زیانته (۱۴): در این صفحه اطلاعات مربوط به گردش حساب سود و زیان انباشته وارد می‌شود (تصویر ۱۶).

The screenshot shows the 'Form 14' tax form titled 'گردش حساب سود و زیان انباشته'. It contains a table with columns for 'شرح' (Description) and 'مقدار سال قبل' (Previous Year Amount). The table lists various items related to retained earnings, such as 'سود یا زیان انباشته در ابتدای سال' (Retained earnings at the beginning of the year), 'سود یا زیان انباشته در پایان سال' (Retained earnings at the end of the year), and 'سود یا زیان انباشته در پایان سال - تعدیل شده' (Adjusted retained earnings at the end of the year). The table is partially filled with data, and there are several empty rows for additional entries.

تصویر ۱۶

۱۳۶ قوانین کسب و کار

زبانۀ (۱۵): این صفحه شامل جدول موجودی مواد و کالا است (تصویر ۱۷).

شرح حساب	موجودی پایان دوره در ابتدای دوره	توزید / کاهش طی دوره	موجودی اول دوره	مبلغ سال جاری	تغییرات در ارزش
کلاف سیم‌کشی شده					
کلاف در جویان ساخت					
مواد اولیه مستقیم					
مواد کمک و بسته بندی					
قطعات و لوازم یدکی					
کلاف آهنی نزد مشتریان					
سایر موجودی ها					
مواد و کلاف در راه					
<b>جمع</b>				۱۲,۰۰۰,۰۰۰	

تصویر ۱۷

زبانۀ (۱۶): در این صفحه اطلاعات مربوط به سرمایۀ سهامداران و شرکا وارد می‌شود. در این جدول، جمع درصد سهام/سهام‌الشرکه باید ۱۰۰ باشد (تصویر ۱۸).

نوع سرمایه	تاریخ سرمایه	نوع سرمایه	نوع سرمایه	نوع سرمایه	نوع سرمایه
سهام عادی					
سهام ممتاز					
سهام ممتاز با حق رأی					
سهام ممتاز بدون حق رأی					
سهام ممتاز با حق رأی و سود					
سهام ممتاز بدون حق رأی و سود					
سهام ممتاز با حق رأی و سود و حق رأی					
سهام ممتاز بدون حق رأی و سود و حق رأی					
سهام ممتاز با حق رأی و سود و حق رأی و سود					
سهام ممتاز بدون حق رأی و سود و حق رأی و سود					
<b>جمع</b>				۱۰۰,۰۰۰,۰۰۰	

تصویر ۱۸

قوانین و مقررات مالیاتی ۱۳۷

زبانه (۱۷): در این صفحه اطلاعات مربوط به جداول فروش و بهای تمام‌شده کالای فروش رفته وارد می‌شود (تصویر ۱۹).

**اطلاعات فروش (بازشی و خارجی)**  
(جدول شماره ۱۷) - بهای تمام‌شده کالای فروش رفته - ارائه خدمات - بهای تمام‌شده

نوع فروش	دوره فروش	مبلغ فروش	مالیات
فروش داخلی	...	...	...
فروش خارجی	...	...	...

**بهای تمام‌شده کالای فروش رفته (بازشی و خارجی)**  
(جدول شماره ۱۷) - بهای تمام‌شده کالای فروش رفته - ارائه خدمات - بهای تمام‌شده

شرح	مبلغ (بازشی)	مبلغ (خارجی)	جمع (بازشی و خارجی)
۱. مواد مصرفی			
۲. دستمزد			
۳. استهلاک			
۴. سایر موارد			
۵. جمع هزینه های تولید			
۶. اضافه های سود (موافقت ۳۵٪ در صورت ساخت اول دوره)			
۷. کسر های سود (موافقت ۳۵٪ در صورت ساخت اول دوره)			
۸. بهای تمام‌شده کالای فروش رفته			
۹. اضافه های سود (کسب ساخته شده اول دوره / موافقت ۳۵٪ اول دوره)			
۱۰. اضافه های سود (کسب خرید اول شده طی دوره)			
۱۱. کالای آماده فروش			
۱۲. کسر های سود (موافقت ۳۵٪ اول دوره)			
۱۳. کسب های سود (کسب اول شده طی دوره)			
۱۴. کسب های سود (کسب اول شده طی دوره)			
۱۵. بهای تمام‌شده کالای فروش رفته * نقل به صورت سود/زیان			

تصویر ۱۹

زبانه (۱۸): در این صفحه اطلاعات مربوط به جدول درآمد ناخالص پیمانکاری و ارائه خدمات وارد می‌شود (تصویر ۲۰).

**اطلاعات پیمانکاری و ارائه خدمات (بازشی و خارجی)**  
(جدول شماره ۱۸) - درآمد ناخالص پیمانکاری / ارائه خدمات (بازشی و خارجی)

نوع پیمانکاری	دوره پیمانکاری	مبلغ پیمانکاری	مالیات
۱			
۲			
۳			
۴			
۵			
۶			
۷			
۸			
۹			
۱۰			

تصویر ۲۰

زبانته (۱۹): در این صفحه اطلاعات مربوط به جداول بهای تمام شده کار انجام شده پیمانکاری/خدمات و تعداد کارکنان وارد می شود (تصویر ۲۱).

ردیف	شرح	مبلغ داخلی	مبلغ خارجی	مجموع داخلی و خارجی
۱	هزینه و مصالح			
۲	هزینه و دستمزد			
۳	هزینه مکانیزاسیون (بست بستر)			
۴	گروه ماشین آلات			
۵	استهلاک ماشین آلات			
۶	ساخت هزینه ها			
۷	مجموع کل بهای تمام شده پروژه			
۸	اصلاحه بهای پروژه: بهای تمام شده کار بر مبنای کارنامه			
۹	قیمت تمام شده: بهای تمام شده کار بر مبنای کارنامه			
۱۰	مجموع کل بهای تمام شده مکانیزاسیون / خدمات			

ردیف	شرح	بهای سال	قرارداد	کاهش	بهای سال
۱	تعداد کارکنان پیشکار و خدمات				
۲	تعداد کارکنان اجرای و قبضه				
۳	مجموع کل				

تصویر ۲۱

زبانته (۲۰): در این صفحه اطلاعات مربوط به جدول فهرست صادرات و مابه‌ازاء دریافتی وارد می شود (تصویر ۲۲).

ردیف	شرح صادرات	شرح مابه‌ازاء	شرح صادرات	شرح مابه‌ازاء	شرح صادرات	شرح مابه‌ازاء
۱						
۲						
۳						
۴						
۵						
۶						
۷						
۸						
۹						
۱۰						
۱۱						
۱۲						
۱۳						
۱۴						
۱۵						
۱۶						
۱۷						
۱۸						
۱۹						
۲۰						
۲۱						
۲۲						
۲۳						
۲۴						
۲۵						
۲۶						
۲۷						
۲۸						
۲۹						
۳۰						
۳۱						
۳۲						
۳۳						
۳۴						
۳۵						
۳۶						
۳۷						
۳۸						
۳۹						
۴۰						
۴۱						
۴۲						
۴۳						
۴۴						
۴۵						
۴۶						
۴۷						
۴۸						
۴۹						
۵۰						
۵۱						
۵۲						
۵۳						
۵۴						
۵۵						
۵۶						
۵۷						
۵۸						
۵۹						
۶۰						
۶۱						
۶۲						
۶۳						
۶۴						
۶۵						
۶۶						
۶۷						
۶۸						
۶۹						
۷۰						
۷۱						
۷۲						
۷۳						
۷۴						
۷۵						
۷۶						
۷۷						
۷۸						
۷۹						
۸۰						
۸۱						
۸۲						
۸۳						
۸۴						
۸۵						
۸۶						
۸۷						
۸۸						
۸۹						
۹۰						
۹۱						
۹۲						
۹۳						
۹۴						
۹۵						
۹۶						
۹۷						
۹۸						
۹۹						
۱۰۰						

تصویر ۲۲

قوانین و مقررات مالیاتی ۱۳۹

زبانه (۲۱): در این صفحه اطلاعات مربوط به جدول اطلاعات مالک و مالکین وارد می شود (تصویر ۲۳).

تصویر ۲۳

زبانه (۲۲): در این صفحه اطلاعات مربوط به جدول سرمایه گذار خارجی وارد می شود (تصویر ۲۴).

تصویر ۲۴

۱۴۰ قوانین کسب و کار

زبانه (۲۳): در این صفحه، بر مبنای مقادیر وارد شده در صفحه‌های قبل، محاسبه درآمد مشمول مالیات و مالیات مربوط انجام می‌گیرد (تصویر ۲۵).

ردیف	شرح	نرخ
۱	مستوفای و بهر وجه	
۲	مستوفای سود (درآمد) حاصل از	
۳	امانت (گزاره) منسوب به (از) سود (درآمد) سود	
۴	حاصلات حاصل مشمول مالیات معاف (قبل از محاسبه)	
۵	درآمدهای معاف (قبل از محاسبه)	
۶	درآمدهای معاف سود - درآمد کمک‌های مالی (قبل از محاسبه)	
۷	سود معافانه	
۸	درآمد ناشی از فعالیت‌های غیر فعال سال مالی	
۹	درآمد مشمول مالیات منس از کسب فعالیت	
۱۰	درآمدهای زیاده انحصاری و سودهای غیرمعمول (سودهای غیرعادی)	
۱۱	درآمدهای معاف - درآمدهای زیاده از اموال معاف ماده ۱۶۵	
۱۲	درآمد مشمول مالیات حاصلی	
۱۳	سود کل کارکنان	
۱۴	درآمد مشمول مالیات حاصلی	
۱۵	درآمد مشمول	
۱۶	درآمدهای حاصل از فعالیت‌های معاف (قبل از محاسبه)	
۱۷	درآمد زیاده از مشمول مالیات حاصلی - درآمدهای معاف (سودهای غیرعادی)	
۱۸	درآمد مشمول مالیات معاف (سودهای غیرعادی)	
۱۹	درآمد مشمول مالیات معاف (سودهای غیرعادی)	
۲۰	درآمدهای معاف	
۲۱	درآمدهای معاف	
۲۲	درآمدهای معاف	

تصویر ۲۵

زبانه (۲۴): در این صفحه مشخصات تنظیم‌کننده اظهارنامه (مؤدی یا نماینده قانونی وی)، مدیر امور مالی و حسابرسان وارد می‌شود (تصویر ۲۶).

**مشخصات تهیه کننده اظهارنامه (مؤدی یا نماینده قانونی)**

نوع اظهارنامه:  شماره معاف:  رکن نامیه قانونی:  تاریخ معاف:

نام:  نام خانوادگی:  شماره ملی:

**اطلاعات مدیر امور مالی / حسابرس مؤدی**

نام:  نام خانوادگی:  شماره ملی:

**مشخصات حسابرس / اطمینان حسابرس**

نوع حسابرس:  شماره معاف حسابرس:  شماره معاف اطمینان حسابرس:

نام:  نام خانوادگی:  شماره ملی:

**مشخصات حسابداران رسمی از اعضای طرز کار موجود ماده ۲۲۲**

نوع حسابدار:  شماره معاف حسابدار:  شماره معاف اطمینان حسابدار:

نام:  نام خانوادگی:  شماره ملی:

شماره قرارداد حسابدار:  تاریخ قرارداد:  شماره معاف:  محل قرارداد:

تصویر ۲۶

## اظهارنامه اشخاص حقیقی (انفرادی)

نرم افزار مربوط را از وب گاه سازمان امور مالیاتی کشور دانلود و نصب کنید. با کلیک روی برنامه نصب شده وارد آن شوید و روی «اظهارنامه جدید» کلیک کنید (تصویر ۲۷).



تصویر ۲۷

در بخشی که پرسیده شده است: «آیا شریک دارید؟» گزینه «خیر» را انتخاب کنید. در بخش «مؤدی مشمول» باید گروه مورد نظر را انتخاب کنید. ابتدا باید بدانید که جزو کدام گروه از صاحبان مشاغل هستید (فهرست صاحبان مشاغل در بخش اول این فصل آمده است) و بعد از انتخاب گروه، اطلاعات مورد نیاز را وارد و روی گزینه «تأیید» کلیک کنید تا وارد صفحه صاحبان مشاغل بند مورد نظر شوید. در ادامه نحوه تکمیل اظهارنامه هریک از صاحبان مشاغل توضیح داده می شود (تصویر ۲۸).

## تصویر ۲۸

اظهارنامه مالیاتی صاحبان مشاغل بند (الف): تشابهات فراوانی در تکمیل اظهارنامه‌های مالیاتی صاحبان مشاغل وجود دارد، لذا در این بخش نحوه تکمیل اظهارنامه مالیاتی صاحبان مشاغل بند (الف) به صورت نمونه ذکر می‌شود و صاحبان سایر مشاغل با الگوبرداری از آن می‌توانند نسبت به تکمیل اظهارنامه‌های خود اقدام کنند.

برای تکمیل اظهارنامه بند (الف)، پس از انتخاب گزینه «گروه اول» و تأیید مرحله قبل، صفحه انتخاب پرونده مالیاتی مؤدی به نمایش درمی‌آید که در آن اطلاعات مربوط به پرونده‌های موجود مؤدی براساس کد ملی، و همچنین اطلاعات مربوط به اقامتگاه قانونی مؤدی براساس کد رهگیری، جهت اطلاع نمایش داده می‌شود (تصویر ۲۹).



قوانین و مقررات مالیاتی ۱۴۳

سازمان امور مالیاتی کشور  
اطلاع‌نامه مالیات بر درآمد مشاغل

**انتخاب پرونده مالیاتی دودی**  
این بخش وظیفه دارد تا برای پرونده مالیاتی زیر بار دودی پرونده می‌باشد. وظیفه مورد نظر در انتخاب و تکمیل آید. در انتخاب اعلام می‌گردد.

**دودی اگر کسی:** به حلقه فرزند تحصیل اطلاعاتی کافی به واحد مالیاتی و فرارگری اطلاعات به صورت الکترونیکی بر اساس که واحد مالیاتی و ستاره کلاسه پرونده از برای عدم صحت که واحد مالیاتی را در به مرکز عدم تحصیل اطلاعاتی می‌باشد و مسئولیت مشکلات بعدی آن بر عهده دودی می‌باشد.

تعمیر گردد می‌باشد بر اساس اطلاعات داده ۲ فصل دوم آیین نامه اجرایی شماره ۱۳۰۷۹۱-۱۳۴۲/۱۳۴۲ و نظیر در حالی پرونده صورت پذیرد.

بر مبنای مشخص می‌گردد بر مبنای پرونده بر مبنای پرونده به نامه آیین نامه اجرایی شماره ۳۳۴۳۱-۳۳۴۳۱/۳۳۴۳۱ سند به حساب کرده فرم خود را در نامه بر مبنای مشخص می‌گردد.

فر انتخاب که واحد مالیاتی، کلاسه پرونده و گروه مشمول دولت تعیین می‌گردد. از تکمیل و گذار از این مرحله به هیچ عنوان قابل تغییر نمی‌باشد.

در صورتیکه ثبت هر پرونده جدید به شناسی بر مبنای نام

شناسی اطلاعات قبلی

اطلاعات پرونده بر اساس مشخصات سال قبل

کد واحد مالیاتی	*****	کلاسه پرونده	*****	گروه مشمول دولت	*****	نوع شناسی (نوع فعالیت)	*****	آدرس واحد مالیاتی (نوع فعالیت)	*****
کد واحد مالیاتی	*****	گروه مشمول دولت	*****	نوع شناسی (نوع فعالیت)	*****	نوع شناسی (نوع فعالیت)	*****	آدرس واحد مالیاتی (نوع فعالیت)	*****

این اطلاعات انتخابی فوق مورد تأیید شما می‌باشد

**دودی اگر کسی:** به حلقه فرزند تحصیل اطلاعاتی کافی به واحد مالیاتی و فرارگری اطلاعات به صورت الکترونیکی بر اساس که واحد مالیاتی و ستاره کلاسه پرونده از برای عدم صحت که واحد مالیاتی را در به مرکز عدم تحصیل اطلاعاتی می‌باشد و مسئولیت مشکلات بعدی آن بر عهده دودی می‌باشد.

تصویر ۲۹

زبانۀ (۱): در این زبان، بخشی از مشخصات شخص حقیقی به صورت اتوماتیک از سامانۀ ثبت نام دریافت می‌شود و بخش دیگر آن را مؤدی تکمیل می‌کند. ورود اطلاعات بخش‌های ستاره‌دار الزامی است (تصویر ۳۰).

سازمان امور مالیاتی کشور  
اطلاع‌نامه مالیات بر درآمد مشاغل

**اطلاع‌نامه مالیات بر درآمد مشاغل - دودی اگر کسی:**

این بخش وظیفه دارد تا برای پرونده مالیاتی زیر بار دودی پرونده می‌باشد. وظیفه مورد نظر در انتخاب و تکمیل آید. در انتخاب اعلام می‌گردد.

**دودی اگر کسی:** به حلقه فرزند تحصیل اطلاعاتی کافی به واحد مالیاتی و فرارگری اطلاعات به صورت الکترونیکی بر اساس که واحد مالیاتی و ستاره کلاسه پرونده از برای عدم صحت که واحد مالیاتی را در به مرکز عدم تحصیل اطلاعاتی می‌باشد و مسئولیت مشکلات بعدی آن بر عهده دودی می‌باشد.

تعمیر گردد می‌باشد بر اساس اطلاعات داده ۲ فصل دوم آیین نامه اجرایی شماره ۱۳۰۷۹۱-۱۳۴۲/۱۳۴۲ و نظیر در حالی پرونده صورت پذیرد.

بر مبنای مشخص می‌گردد بر مبنای پرونده به نامه آیین نامه اجرایی شماره ۳۳۴۳۱-۳۳۴۳۱/۳۳۴۳۱ سند به حساب کرده فرم خود را در نامه بر مبنای مشخص می‌گردد.

فر انتخاب که واحد مالیاتی، کلاسه پرونده و گروه مشمول دولت تعیین می‌گردد. از تکمیل و گذار از این مرحله به هیچ عنوان قابل تغییر نمی‌باشد.

در صورتیکه ثبت هر پرونده جدید به شناسی بر مبنای نام

شناسی اطلاعات قبلی

اطلاعات پرونده بر اساس مشخصات سال قبل

کد واحد مالیاتی	*****	کلاسه پرونده	*****	گروه مشمول دولت	*****	نوع شناسی (نوع فعالیت)	*****	آدرس واحد مالیاتی (نوع فعالیت)	*****
کد واحد مالیاتی	*****	گروه مشمول دولت	*****	نوع شناسی (نوع فعالیت)	*****	نوع شناسی (نوع فعالیت)	*****	آدرس واحد مالیاتی (نوع فعالیت)	*****

این اطلاعات انتخابی فوق مورد تأیید شما می‌باشد

تصویر ۳۰

## ۱۴۴ قوانین کسب و کار

زبانۀ (۲): در این زبانۀ اطلاعات مربوط به اقامتگاه قانونی (واحد کسبی)، حساب‌های بانکی مربوط به فعالیت شغلی و همچنین پلاک ثبتی مربوط به اقامتگاه قانونی وارد می‌شود (تصویر ۳۱).

ردیف	شماره حساب	نام صاحب حساب	نام بانک	نام شعبه بانک	موسسه بانکی	موسسه باز دور	گرمس حساب	صنوع حسابکار
۱								
۲								
۳								
۴								
۵								

تصویر ۳۱

زبانۀ (۳): در این زبانۀ اطلاعات اختصاصی مانند وضعیت درآمد و هزینه در سال مورد نظر، وضعیت شخصی یا اجاری بودن مکان فعالیت، اتحادیهٔ صنفی و دیگر اطلاعات اختصاصی وارد می‌شود. در صورت پاسخ «بلی» به هریک از سؤالات اختصاصی، زبانۀ مربوط به آن به نمایش درمی‌آید و جدول آن برای تکمیل فعال می‌شود (تصویر ۳۲).

زبانۀ (۴): در این زبانۀ اطلاعات مجوزهای فعالیت وارد می‌شود. در صورت عضویت در یک اتحادیه و اعلام آن در بخش اطلاعات اختصاصی (زبانۀ ۳)، لازم است اطلاعات پروانهٔ کسب فعالیت در جدول شماره (۱) این زبانۀ درج شود. جدول شماره (۲) این زبانۀ نیز مربوط به اطلاعات دفاتر قانونی است که در صورت وجود دفاتر دستی یا ماشینی (مکانیزه/الکترونیکی)، اطلاعات آنها وارد می‌شود. در صورت ورود اطلاعات دفاتر دستی، تکمیل قسمت مربوط به کد رهگیری اجباری خواهد بود (تصویر ۳۳).

قوانین و مقررات مالیاتی ۱۴۵

سوره مهر مهر ماهی - جدول گروه این شرکت

اطلاعات برنامه مالیاتی برای دوره: ۱۳۹۳/۱/۱ تا ۱۳۹۳/۱۲/۳۱

مقررات محاسبی: ۱

اطلاعات اطلاعات انحصاری \*

۱. آیا در سال مورد نظر فعالیت درآمدی غیره الی داشته اید؟  خیر  بله

۲. وضعیت درآمد / اجاره / کارخانه‌ها/ فعالیت مورد استفاده:  خاص  انفرادی

۳. کدینگ اجاره‌ای که در آن عضو هستید:  سایر  اجاره‌ای

۴. نوع فعالیت الی که در آن عضو هستید:  سایر  خدماتی

۵. سال تصفیه حساب از سودها:  سایر  همان سال

۶. آدرس فعالیت، پلاک و شماره فعالیت سال قبل شما در چه محدوده بود؟  سایر  همان

۷. آیا درآمد انفرادی شما در سال گذشته در سال جاری بوده؟  خیر  بله

۸. آیا با همسر مالیاتی سال قبل خود را تسویه نموده اید؟  خیر  بله

۹. آیا تکلیف به استفاده از صندوق کارکنان فروش یا سازمان فروشگاهی بوده اید؟  خیر  بله

۱۰. آیا در طول مالیات مربوطه دارای کمک برادری یا همسران یا همسران آهوشی و ... مجموعاً مانده ۱۲٪ فسخه؟  خیر  بله

۱۱. آیا در دوره مالی مربوطه دارای فعالیت خانگی بوده اید؟ (گسترش از پرسش ۱۰)  خیر  بله

۱۲. آیا در دوره مالی مربوطه دارای مغازه، واحد تجاری، باغچه‌ها، گنجی مالیاتی بوده اید؟ (گسترش از پرسش ۱۰)  خیر  بله

۱۳. آیا در دوره مالی مربوطه دارای هزینه های مالیاتی در خارج بوده اید؟  خیر  بله

۱۴. آیا در دوره مالی مربوطه دارای درآمدی از فعالیت آگ به غیر مجموعاً بیش از حد تصفیه حساب داشته اید؟  خیر  بله

۱۵. آیا هزینه حقوق و دستمزد یا پیمانکاری در خارج فعالیت مربوطه طبق ۱۲٪ فسخه در حسابهای بانکی داشته اید؟  خیر  بله

۱۶. آیا در دوره مالی مربوطه وراثت، عیال و یا به ازای مالیاتی داشته اید؟  خیر  بله

۱۷. آیا برای خود و همسر مربوطه دارای درآمد پیمانکاری است. تسویه حساب داشته اید؟  خیر  بله

تصویر ۳۲

سوره مهر مهر ماهی - جدول گروه این شرکت

اطلاعات برنامه مالیاتی برای دوره: ۱۳۹۳/۱/۱ تا ۱۳۹۳/۱۲/۳۱

مقررات محاسبی: ۱

جدول نظرسنجی اطلاعات خبرهای مالیاتی

مورد شماره ۱: اطلاعات خبرهای مالیاتی، حالت اعلام

ردیف	نوع نظرسنجی	نظرسنجی	تاریخ اعلام	موضوع نظرسنجی	تاریخ اعلام	تاریخ اعلام
۱	مجلس	۱۳/۱	۱۳/۱	تاریخ اعلام	۱۳/۱	۱۳/۱
۲	کمیته تخصصی	۱۳/۱	۱۳/۱	تاریخ اعلام	۱۳/۱	۱۳/۱
۳	هیئت تخصصی	۱۳/۱	۱۳/۱	تاریخ اعلام	۱۳/۱	۱۳/۱
۴	هیئت خبری	۱۳/۱	۱۳/۱	تاریخ اعلام	۱۳/۱	۱۳/۱
۵	سایر	۱۳/۱	۱۳/۱	تاریخ اعلام	۱۳/۱	۱۳/۱

مورد شماره ۲: اطلاعات نظرسنجی

نظرسنجی:  نظرسنجی (مکانیزه/کمیونیکس)

حالت شماره ۱-۲: نظرسنجی

ردیف	نوع نظرسنجی	موضوع نظرسنجی	نظرسنجی	تاریخ اعلام	تاریخ اعلام	تاریخ اعلام
۱	مجلس	۱۳/۱	۱۳/۱	تاریخ اعلام	۱۳/۱	۱۳/۱
۲	کمیته تخصصی	۱۳/۱	۱۳/۱	تاریخ اعلام	۱۳/۱	۱۳/۱
۳	هیئت تخصصی	۱۳/۱	۱۳/۱	تاریخ اعلام	۱۳/۱	۱۳/۱
۴	هیئت خبری	۱۳/۱	۱۳/۱	تاریخ اعلام	۱۳/۱	۱۳/۱

مورد شماره ۳-۴: نظرسنجی (مکانیزه/کمیونیکس)

نظرسنجی:  نظرسنجی (مکانیزه/کمیونیکس)

ردیف	نوع نظرسنجی	موضوع نظرسنجی	نظرسنجی	تاریخ اعلام	تاریخ اعلام	تاریخ اعلام
۱	مجلس	۱۳/۱	۱۳/۱	تاریخ اعلام	۱۳/۱	۱۳/۱
۲	کمیته تخصصی	۱۳/۱	۱۳/۱	تاریخ اعلام	۱۳/۱	۱۳/۱

تصویر ۳۳

زیانته (۵): در صورت استیجاری بودن محل فعالیت و اعلام آن در زیانته (۳)، جدول زیر برای ورود اطلاعات مالک/مالکین، مشخصات قرارداد اجاره و مشخصات ملک مورد اجاره فعال می‌شود (تصویر ۳۴).

۱۴۶ قوانین کسب و کار

این تصویر یک پنجره نرم‌افزاری را نشان می‌دهد که برای ثبت اطلاعات بانک‌ها طراحی شده است. عنوان پنجره «جدول شماره ۳ اطلاعات بانک / بانک» است. در بالای پنجره، یک نوار ابزار شامل دکمه‌های «بازگشت»، «ذخیره» و «پایان» قرار دارد. همچنین یک نوار جستجو و یک نوار نمایش داده‌ها (شماره ۱ تا ۱۰) وجود دارد. بدنه اصلی پنجره شامل یک جدول با ۵ ستون عمودی است که به ترتیب نام آن‌ها «بانک اول»، «بانک دوم»، «بانک سوم»، «بانک چهارم» و «بانک پنجم» است. در کنار هر ستون، یک دکمه «+» قرار دارد. در سمت راست جدول، یک لیست از فیلدهای اطلاعاتی قرار دارد که شامل موارد زیر است: نوع شعبه، نام، آدرس، شماره تلفن، شماره فرزند، نام فرزند، کد رهگیری فرزند، نام بانک، نوع فرزند، کسب و کار، بانک لایحه، نوع ملک، مساحت (متر مربع)، مهر استفاده و نشانی. در پایین هر ستون جدول، یک نوار ورودی برای اطلاعات تکمیلی قرار دارد.

تصویر ۳۴

زبانۀ (۶): در این زبانۀ موجودی مواد و کالا شامل بهای تمام‌شده اول دوره، خرید/ تولید و فروش/مصرف طی دوره، ذخیره کاهش ارزش و نیز خالص موجودی سال قبل وارد می‌شود و براساس آن بخش‌های دیگر شامل بهای تمام‌شده پایان دوره، خالص موجودی و مجموع مبالغ جدول توسط سیستم محاسبه می‌گردد و مبالغ مورد نظر به جدول ترازنامه انتقال داده خواهد شد (تصویر ۳۵).

این تصویر یک پنجره نرم‌افزاری را نشان می‌دهد که برای ثبت اطلاعات فروش فصلی و هفتگی طراحی شده است. عنوان پنجره «جدول شماره ۴ اطلاعات فروش (فصلی و هفتگی)» است. در بالای پنجره، یک نوار ابزار شامل دکمه‌های «بازگشت»، «ذخیره» و «پایان» قرار دارد. همچنین یک نوار جستجو و یک نوار نمایش داده‌ها (شماره ۱ تا ۱۰) وجود دارد. بدنه اصلی پنجره شامل یک جدول با ۲ ستون عمودی است که به ترتیب نام آن‌ها «فصلی به نامی» و «فصلی به نامی» است. در کنار هر ستون، یک دکمه «+» قرار دارد. در سمت راست جدول، یک لیست از فیلدهای اطلاعاتی قرار دارد که شامل موارد زیر است: نوع فصلی، مخاطب، مخارج (مصارف) و مجموع. در پایین هر ستون جدول، یک نوار ورودی برای اطلاعات تکمیلی قرار دارد. همچنین در پایین پنجره، دو نوار ورودی برای «فصل به نامی» و «فصل به نامی» قرار دارد.

تصویر ۳۵

قوانین و مقررات مالیاتی ۱۴۷

زبانته (۷): در این زبانته باید مبلغ فروش داخلی و خارجی (صادرات) به ریال وارد شود. مبلغ خالص فروش سال جاری و سال قبل به صورت اتوماتیک به جدول صورت سود (زیان) انتقال می‌یابد (تصویر ۳۶).

تصویر ۳۶

زبانته (۸): این زبانته دربرگیرنده جدول بهای تمام‌شده کالای فروخته‌شده داخلی و خارجی است (تصویر ۳۷).

تصویر ۳۷

۱۴۸ قوانین کسب و کار

زبانۀ (۹): در صورتی که در زبانۀ (۳) پاسخ «بلی» برای پرسش «آیا در سال مورد نظر فعالیت درآمدی/هزینه‌ای داشته‌اید» انتخاب شده باشد، تکمیل این جدول ضروری خواهد بود. این زبانۀ شامل صورت سود (زیان) ناخالص، ویژه، عملیاتی و غیرعملیاتی است (تصویر ۳۸).

ردیف	شرح	مبلغ	توضیحات
۱	درآمد عملیاتی		فقط در صورت تکمیل (۱)
۲	درآمد از سایر فعالیت‌ها		فقط در صورت تکمیل (۱)
۳	درآمد از سرمایه‌گذاری		فقط در صورت تکمیل (۱)
۴	درآمد از فعالیت‌های دولتی		فقط در صورت تکمیل (۱)
۵	درآمد از سایر منابع		فقط در صورت تکمیل (۱)
۶	درآمد از سایر منابع		فقط در صورت تکمیل (۱)
۷	درآمد از سایر منابع		فقط در صورت تکمیل (۱)
۸	درآمد از سایر منابع		فقط در صورت تکمیل (۱)
۹	درآمد از سایر منابع		فقط در صورت تکمیل (۱)
۱۰	درآمد از سایر منابع		فقط در صورت تکمیل (۱)
۱۱	درآمد از سایر منابع		فقط در صورت تکمیل (۱)
۱۲	درآمد از سایر منابع		فقط در صورت تکمیل (۱)
۱۳	درآمد از سایر منابع		فقط در صورت تکمیل (۱)

تصویر ۳۸

زبانۀ (۱۰): چنانچه در زبانۀ (۳) جواب «خیر» برای سؤال «آیا در سال مورد نظر فعالیت درآمدی/هزینه‌ای داشته‌اید» انتخاب شده باشد، لازم است مقادیر «موجودی نقد و بانک» در قسمت دارایی‌ها و «سرمایه» در قسمت بدهی‌ها و سرمایه وارد شود تا ارقام ترازنامه تراز گردد (تصویر ۳۹).

ردیف	شرح	مبلغ	توضیحات
۱	موجودی نقد و بانک		
۲	حساب‌های دریافتی		
۳	موجودی کالا		
۴	دارایی ثابت		
۵	سایر دارایی‌ها		
۶	حساب‌های پرداختی		
۷	سایر بدهی‌ها		
۸	سرمایه		
۹	سرمایه ویژه		
۱۰	سرمایه عام		

تصویر ۳۹

#### قوانین و مقررات مالیاتی ۱۴۹

زبانۀ (۱۱): در این زبانه اطلاعات مربوط به هزینه‌های معاف وارد می‌شود. در صورت وجود هزینه‌های درمانی و دیگر هزینه‌های معاف مربوط به سال عملکرد، مبالغ آن در این جدول وارد می‌گردد (تصویر ۴۰).

نوع معافیت	مبلغ معافیت به ریال
۱ هزینه‌های درمانی، مرزات و تحصیلات و حق بیمه پرداختی موضوع ماده ۱۲۴ قانون	
۲ تسهیلات اشتغالزایی مسکن از بانک‌ها (موضوع بند الف ماده ۱۲۹ قانون برنامه سوم)	
۳ خسارت قطعه در اثرانبار غیرتاریخ ۱۳۸۵ ق.م.م.	
۴ سایر هزینه‌های معاف	
۵ (مبلغ به عنوان محاسبه مالیاتی)	

تصویر ۴۰

زبانۀ (۱۲): در این زبانه اطلاعات مربوط به درآمدهای معاف وارد می‌گردد. طبق قوانین و مقررات مالیاتی، بعضی درآمدهای اشخاص معاف از مالیات است. چنانچه فعالیت‌های کسبی از موارد مذکور در این جدول باشد، باید قسمت مربوط با رعایت مواد قانونی ذکرشده تکمیل شود. درآمدهای معاف از پرداخت مالیات هر نوع درآمدی است که براساس مفاد قانون مالیات‌های مستقیم از پرداخت مالیات معاف است، مانند درآمدهای حاصل از تعلیم و تربیت غیرانتفاعی موضوع ماده ۱۳۴ یا درآمد حاصل از صادرات محصولات کشاورزی موضوع ماده ۱۴۱ و دیگر مواردی که در این جدول ذکر شده است (تصویر ۴۱).

زبانۀ (۱۳): در این زبانه اطلاعات مربوط به کمک‌های پرداختی براساس ماده ۱۷۲ قانون مالیات‌های مستقیم، حساب‌های پذیرفته‌شده در قانون بودجه و سایر کمک‌های پرداختی وارد می‌گردد. ستون درصد قابل قبول از درآمد مشمول مالیات می‌تواند به اعشار نیز وارد شود (تصویر ۴۲).

جدول شماره ۴-۱ در انتخاب فریته های میان	
ردیف	شرح
۱	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۲	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۳	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۴	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۵	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۶	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۷	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۸	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۹	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۱۰	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۱۱	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۱۲	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۱۳	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۱۴	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۱۵	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۱۶	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۱۷	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۱۸	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۱۹	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۲۰	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)

تصویر ۴۱

جدول شماره ۵-۱ کمک های بر مبنای	
ردیف	شرح
۱	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۲	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۳	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۴	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۵	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۶	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۷	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۸	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۹	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۱۰	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۱۱	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۱۲	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۱۳	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۱۴	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۱۵	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۱۶	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۱۷	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۱۸	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۱۹	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)
۲۰	بازمانده های مالیاتی (کسب و کارها)

تصویر ۴۲

زبانۀ (۱۴): در این زبانۀ اطلاعات مربوط به معافیت‌ها و بخشودگی‌های مالیاتی وارد می‌شود. در صورتی که در زبانۀ ۳ در جواب این سؤال که «آیا دارای معافیت و بخشودگی مالیاتی بوده‌اید؟» گزینهٔ «بله» را انتخاب کرده باشید، این جدول برای تکمیل اطلاعات فعال می‌گردد (تصویر ۴۳).



مجموعه قوانین مالیاتی (کسر از مالیات)	
ردیف	شرح
۱	معافیت حقوقی درآمد از حقوق و مزایای کارکنان دولت و معافیت حقوقی درآمد از حقوق و مزایای کارکنان دولت (ماده ۱۰۰ قانون مالیات بر درآمد)
۲	معافیت حقوقی درآمد از حقوق و مزایای کارکنان دولت و معافیت حقوقی درآمد از حقوق و مزایای کارکنان دولت (ماده ۱۰۰ قانون مالیات بر درآمد)
۳	معافیت حقوقی درآمد از حقوق و مزایای کارکنان دولت و معافیت حقوقی درآمد از حقوق و مزایای کارکنان دولت (ماده ۱۰۰ قانون مالیات بر درآمد)
۴	معافیت حقوقی درآمد از حقوق و مزایای کارکنان دولت و معافیت حقوقی درآمد از حقوق و مزایای کارکنان دولت (ماده ۱۰۰ قانون مالیات بر درآمد)
۵	معافیت حقوقی درآمد از حقوق و مزایای کارکنان دولت و معافیت حقوقی درآمد از حقوق و مزایای کارکنان دولت (ماده ۱۰۰ قانون مالیات بر درآمد)
۶	معافیت حقوقی درآمد از حقوق و مزایای کارکنان دولت و معافیت حقوقی درآمد از حقوق و مزایای کارکنان دولت (ماده ۱۰۰ قانون مالیات بر درآمد)
۷	معافیت حقوقی درآمد از حقوق و مزایای کارکنان دولت و معافیت حقوقی درآمد از حقوق و مزایای کارکنان دولت (ماده ۱۰۰ قانون مالیات بر درآمد)

تصویر ۴۳

زیانته (۱۵): در این زیانته اطلاعات مربوط به درآمدهایی که مالیات آنها قبلاً به طور مقطوع پرداخت شده است، شماره رسید پرداخت و شماره رسید تسلیم اظهارنامه تکمیل می‌گردد (تصویر ۴۴).

مجموعه قوانین مالیاتی (کسر از مالیات)	
ردیف	شرح
۱	معافیت حقوقی درآمد از حقوق و مزایای کارکنان دولت و معافیت حقوقی درآمد از حقوق و مزایای کارکنان دولت (ماده ۱۰۰ قانون مالیات بر درآمد)
۲	معافیت حقوقی درآمد از حقوق و مزایای کارکنان دولت و معافیت حقوقی درآمد از حقوق و مزایای کارکنان دولت (ماده ۱۰۰ قانون مالیات بر درآمد)
۳	معافیت حقوقی درآمد از حقوق و مزایای کارکنان دولت و معافیت حقوقی درآمد از حقوق و مزایای کارکنان دولت (ماده ۱۰۰ قانون مالیات بر درآمد)
۴	معافیت حقوقی درآمد از حقوق و مزایای کارکنان دولت و معافیت حقوقی درآمد از حقوق و مزایای کارکنان دولت (ماده ۱۰۰ قانون مالیات بر درآمد)

تصویر ۴۴

۱۵۲ قوانین کسب و کار

زبانه (۱۶): در این زبانه اطلاعات مربوط به فهرست واردات، صادرات و مابه‌ازای دریافتی وارد می‌شود (تصویر ۴۵).

تصویر ۴۵

زبانه (۱۷): در این زبانه اطلاعات مربوط به درآمد ناخالص پیمانکاری/ارائه خدمت (داخلی و خارجی) وارد می‌شود (تصویر ۴۶).

تصویر ۴۶

### قوانین و مقررات مالیاتی ۱۵۳

زبانۀ (۱۸): در این زبانۀ اطلاعات مربوط به جدول بهای تمام‌شده کار انجام‌شدهٔ پیمانکاری/خدمات (داخلی و خارجی) وارد می‌شود (تصویر ۴۷).

شرح	مبلغ به ریال (مستقیم)	مبلغ به ریال (مخارجی)	جمع کل
هonor و حقوق پیمانکاران			
هonor و دستمزد			
هonor مشاوران و پیمانکاران			
هonor ماشین کرایه			
استهلاک ماشین کرایه			
سایر هزینه ها			
جمع کل بهای تمام شده غیره			
اصلاحه های نمودار			
جمع کل بهای تمام شده کار بر حوات اول دوره *			
جمع کل بهای تمام شده کار بر حوات دوم دوره *			
جمع کل بهای تمام شده پیمانکاری / خدمات (داخلی و خارجی)			

تصویر ۴۷

زبانۀ (۱۹): در این صفحه، محاسبات مالیاتی انجام می‌گیرد و مبلغ قابل پرداخت برای شما محاسبه می‌گردد. مقادیر کادرهای رنگی یا از روی جداول دیگر تکمیل می‌شوند یا محاسباتی‌اند و قابل تغییر نیستند (برای مثال، مبلغ سود (زیان) ویژه از جدول مربوط انتقال می‌یابد). برای ورود مقادیری که از جداول دیگر منتقل می‌گردند می‌توان با کلیک روی کلید مقابل آنها به جدول مربوط مراجعه کرد. پس از ورود، این مقادیر به صورت اتوماتیک به این بخش منتقل خواهند شد. بر طبق قوانین مالیاتی، معافیت مادهٔ ۱۰۱ قانون مالیات‌های مستقیم حداکثر به میزان ۱۸۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال برای سال عملکرد ۱۳۹۶ است (برای سال‌های بعد ممکن است متفاوت باشد). این رقم به صورت پیش‌فرض در مکان مربوط درج شده است (تصویر ۴۸).

زبانۀ (۲۰): در این زبانۀ باید مشخصات تهیه‌کنندهٔ اظهارنامه (دارندهٔ امضای مجاز)، مشخصات مدیر/رئیس امور مالی و حسابرس شما وارد گردد. در صورتی که دفاتر شما در اجرای مقررات موضوع مادهٔ ۲۷۲ قانون مالیات‌های مستقیم مورد رسیدگی حسابداران رسمی قرار گرفته و این موضوع در زبانۀ ۳ اعلام شده است، لازم است مشخصات حسابداران رسمی در بخش مربوط در این صفحه وارد شود (تصویر ۴۹).

نوع:  عمومی  محدود  
 شماره قرارداد:  شماره قرارداد:   
 نام پدر:  نام پدر:   
 شماره شناسنامه:  شماره شناسنامه:   
 محل سکونت:

اطلاعات مدیر/رئیس امور مالی، حسابرس بودجه  
 مشخصات مدیر/رئیس امور مالی: نام خانوادگی:  نام خانوادگی:   
 نام پدر:  نام پدر:   
 شماره شناسنامه:  شماره شناسنامه:   
 مشخصات حسابرس / موسسه حسابرسی: نام خانوادگی:  نام خانوادگی:   
 نام موسسه حسابرسی:  نام موسسه حسابرسی:   
 شماره شناسنامه / شماره ثبت:  شماره شناسنامه / شماره ثبت:

مشخصات حسابداران رسمی در ایران / شماره موضوع ماده ۲۲۲ در ۲۲۲  
 نوع سند:  عمومی  خصوصی  
 شماره قرارداد:  شماره قرارداد:   
 نام پدر:  نام پدر:   
 شماره شناسنامه:  شماره شناسنامه:   
 شماره عضویت در جامعه (به جز سازمان حسابرسی کشور):

تصویر ۴۸

نوع:  عمومی  محدود

ردیف	شرح	مبلغ به ریال
۱	سود (زیاد) بابت	
۲	مطالبات سود (زیاد) حسابی	
۳	کمیسیون / کسب وجه سود (زیاد) جاری	
۴	سود حاصل از مرگ‌بندی که کلیت آن بابت به طرف معطوف گردیده است	
۵	درآمدها و هزینه های معاف	
۶	کمک مالی سازمان	
۷	حقوق معطلات	
۸	درآمد مشمول مالیات قبل از کسر معطلات ماده ۱۰۱ فرسود (زیاد بستان جاری)	
۹	معطلات ماده ۱۰۱ فرسود	
۱۰	درآمد مشمول مالیات بعد از کسر معطلات ماده ۱۰۱ فرسود	
۱۱	استفاد از باز ایستادن از سنوات قبل (بعد از تأیید سازمان)	
۱۲	درآمد مشمول مالیات تاخیر	
۱۳	سود امان بانکی	
۱۴	سود امان و مخدوم سرکه از مجموع شماره ۲ ماده ۱۸۶ فرسود	
۱۵	درآمد مشمول مالیات تاخیر	
۱۶	مالیات بعد از کسر درآمد مشمول مالیات تاخیر (به نرخ ماده ۱۶۳ فرسود)	
۱۷	مطالبات سود و دستمزد تاخیر	
۱۸	تخفیف در نرخ مالیات (مجموع شماره ماده ۱۶۱ فرسود)	
۱۹	مالیات قابل پرداخت	
۲۰	مطالبات تاخیر نشده	
۲۱	مبلغ مالیات قابل پرداخت بر مبنای این اظهارنامه	

تصویر ۴۹

اظهارینامه مالیاتی صاحبان مشاغل بند (ب) و (ج): برای ورود به صفحه صاحبان مشاغل بندهای (ب) و (ج)، مراحل اولیه را همانند صاحبان مشاغل بند (الف) انجام دهید با این تفاوت که در تصویر (۲۸) باید گزینه «گروه دوم» یا «گروه سوم» را انتخاب کنید. بعد از انجام این مراحل، صفحات اظهارنامه مالیاتی صاحبان مشاغل بند (ب) و بند (ج) به صورت ۱۵ و ۱۳ زیانه نمایش داده خواهد شد. چنان‌که گفته شد، با توجه به مشابهت نحوه تکمیل اظهارنامه‌ها، با الگوبرداری از اظهارنامه صاحبان مشاغل بند (الف) می‌توانید نسبت به تکمیل اظهارنامه‌های مشاغل بند (ب) و (ج) اقدام کنید.

### پرسش‌هایی برای خودآزمایی

- مالیات بر چند نوع است؟
- چه کسانی مشمول مالیات‌های مستقیم و غیرمستقیم هستند؟
- مشاغل به چند نوع تقسیم می‌شوند؟
- اظهارنامه مالیاتی چیست؟ چه کسانی باید اظهارنامه تهیه کنند؟
- اظهارنامه مالیاتی را از چه طریقی می‌توان تهیه کرد؟

### منابع

- آخوندی، احمد (۱۳۹۷)، مجموعه قوانین و مقررات مالیاتی، تهران: سخنوران.
- ضامنی، مهدی (۱۳۹۰)، آموزش حسابداری از ثبت دفاتر تا تهیه اظهارنامه مالیاتی، تهران: مؤلف.
- عزیزی، غلامرضا (۱۳۸۵)، مالیة عمومی و خط‌مشی‌های دولت، تهران: شهر آشوب.
- منتظر ظهور، محمود (۱۳۸۱)، اقتصاد خرد و کلان، تهران: دانشگاه تهران.



بخش سوم  
بهره‌وری و مفاهیم پایه آن

## فصل هفتم: بهره‌وری

### اهداف این فصل

بعد از مطالعه این فصل می‌توانید:

- بهره‌وری و تعاریف آن را شرح دهید.
- کارایی و اثربخشی و ارتباط آن با بهره‌وری را بشناسید.
- عوامل مؤثر بر بهره‌وری را برشمارید.
- تفاوت بهره‌وری و تولید را بیان کنید.
- عوامل مؤثر بر بهبود بهره‌وری در کسب و کار را ذکر کنید.

یکی از مفاهیم اصلی در موفقیت کسب و کارها میزان بهره‌وری<sup>1</sup> آنهاست. در یک تعریف ساده، بهره‌وری عبارت است از میزان خروجی و سود سازمان (شرکت) نسبت به میزان منابع ورودی و هزینه‌های آن. یعنی اگر سازمان یا شرکتی بتواند با ثابت نگه داشتن کیفیت، از میزان هزینه‌های خود بکاهد یا با همان هزینه‌های سابق، کیفیت را بالا ببرد می‌تواند بگوید بهره‌وری داشته است.

مرکز بهره‌وری ژاپن بهره‌وری را حداکترسازی استفاده از منابع، نیروی انسانی، تسهیلات و تجهیزات به نحو علمی، کاهش هزینه‌های تولید، گسترش بازار، افزایش اشتغال، و کوشش برای افزایش دستمزدهای واقعی به طوری که منافع کارکنان، مدیریت و عموم مصرف‌کنندگان را به همراه داشته باشد تعریف کرده است. افزایش

<sup>1</sup> productivity

بهره‌وری از طریق بهبود شرایط کار، اساس و پایه‌ای برای غنای زندگی و معنا بخشیدن به زندگی انسان است. آژانس بهره‌وری اروپا نیز معتقد است بهره‌وری یک دیدگاه فکری است و هدف آن تلاش در جهت بهبود وضع موجود است.

## ۱. تاریخچه بهره‌وری

در قرن هجدهم میلادی، واژه «بهره‌وری» نخستین بار مطرح شد و پس از آن، سازمان‌ها و جنبش‌های مستقل به مطالعه و پژوهش در زمینه آن پرداختند. سپس در اروپا، آژانس بهره‌وری اروپا و در آسیا، سازمان بهره‌وری آسیایی تشکیل شد که ایران نیز یکی از اعضای شانزده‌گانه آن است. در ایران، سازمان بهره‌وری ملی در سال ۱۳۷۰ به منظور بالا بردن سطح زندگی و برنامه‌ریزی برای جامعه‌ای مرفه تأسیس و نام‌گذاری شد. رسالت اصلی این سازمان بالا بردن بهره‌وری در همه جنبه‌ها و سطوح فعالیت در کشور است.

به طور کلی، مهم‌ترین عامل مؤثر در افزایش بهره‌وری، نیروی انسانی و مسائل انگیزشی نیروی انسانی است. به عبارت دیگر، فرهنگ‌سازی و گسترش فرهنگ بهره‌وری در میان نیروی انسانی مهم‌ترین عامل در افزایش بهره‌وری است.

## ۲. وجوه مختلف بهره‌وری

بهره‌وری از منظر عوامل گوناگون مرتبط با آن، وجوه و تعاریف گوناگونی می‌یابد:

- کارکنان: محیط کار سالم، شرایط کاری مساعد، فضای صمیمی و دوستانه همراه با آرامش حاصل از امنیت شغلی و اقتصادی، توجه به پرورش مهارت‌ها و استعدادها، و حقوق و پاداش متناسب با کار انجام‌شده
- مصرف‌کننده: دسترسی به کالای ارزان، مرغوب و باکیفیت
- تولیدکننده: سرمایه‌گذاری مناسب و تولید بیشتر، رقابت بهتر در عرصه تولید محصولات، فروش بیشتر و درآمد بالاتر
- دولت: عمران و آبادانی بیشتر، افزایش سطح اشتغال، کاهش تورم، توزیع عادلانه ثروت
- جامعه: رفاه، آسایش و زندگی بهتر، فرصت‌های شغلی مناسب، امکان دسترسی به کالا و خدمات ارزان



### ۳. تفاوت بهره‌وری و تولید

دو واژه «تولید» و «بهره‌وری» اغلب به جای هم و به اشتباه به کار برده می‌شوند. عموماً این تفکر نیز وجود دارد که اگر تولید افزایش پیدا کند، بهره‌وری نیز افزایش می‌یابد. در صورتی که این موضوع همیشه صدق نمی‌کند و حتی ممکن است با افزایش تولید، بهره‌وری کاهش یابد یا هیچ تغییری نکند. چنان‌که ذکر شد، بهره‌وری نسبت خروجی به منابع به‌کاررفته (ورودی) است، در حالی که تولید مقدار و میزان خروجی (کالا یا خدمت تولیدشده) به واسطهٔ فعالیت‌های فیزیکی یا ارائهٔ خدمات است. به طور مثال، یک شرکت تولیدی در ماه (۲۵ روز کاری) ۴۰,۰۰۰ واحد کالای الف را با به‌کارگیری ۴۰ کارگر و ۸ ساعت کار در روز تولید می‌کند که بهره‌وری و تولید آن به صورت زیر است:

$$p = \frac{40000}{25 * 40 * 8} = 5$$

حال اگر تولید به ۵۰,۰۰۰ واحد کالا در ماه (۲۵ روز کاری) با ۴۰ کارگر و ۱۰ ساعت کار در روز برسد، تولید و بهره‌وری آن به این شرح خواهد بود:

$$p = \frac{50000}{25 * 40 * 10} = 5$$

همان‌طور که در این مثال مشاهده می‌کنید، افزایش تولید لزوماً باعث افزایش بهره‌وری نخواهد شد.

### ۴. کارایی<sup>۱</sup>

کارایی یکی از مؤلفه‌های مؤثر در بهره‌وری است. کارایی به نسبت مقدار یا ارزش منابع مصرف‌شده (برای تولید کالا یا خدمت) به خروجی استاندارد در فعالیت حال حاضر گفته می‌شود. به عبارت دیگر، اگر بتوانید فعالیتی را در زمان کمتر و با استفاده از منابع کمتر نسبت به قبل انجام دهید، کارایی یا راندمان کار شما افزایش پیدا کرده است. در یک مثال ساده، اگر دستگاه الف در روز ۱۰۰۰ قطعه، و دستگاه ب در روز ۸۰۰ قطعه

1. efficiency

از همان نوع را با ورودی‌های یکسان از نظر مواد و انرژی تولید کند، کارایی دستگاه الف از دستگاه ب بیشتر است. با توجه به این مثال، می‌توان کارایی را یک مفهوم کمی دانست. پیتر دراگر<sup>۱</sup> کارایی را این گونه تعریف می‌کند: «کارایی عبارت است از انجام دادن درست کارها» کارایی به میزان دستیابی به اهداف مورد نظر اشاره دارد.

## ۵. اثربخشی<sup>۲</sup>

تعریف پیتر دراگر از اثربخشی «انجام کار درست» است. اثربخشی بیانگر میزان موفقیت و مؤثر بودن نتیجه یا خروجی فعالیت انجام شده است. به عبارت دیگر، اثربخشی را می‌توان رضایت سازمان‌ها از عملکرد فعالیت‌های محول شده دانست. اثربخشی برخلاف کارایی یک مفهوم کیفی است. مثلاً اثربخشی دستگاه ب با تولید ۱۰۰۰ قطعه در روز به طوری که در هر ۱۰۰۰ قطعه، ۵۰ قطعه معیوب تولید می‌کند از دستگاه الف با تولید ۱۰۰۰ قطعه در روز به طوری که در هر ۱۰۰۰ قطعه، ۲۰۰ قطعه معیوب تولید می‌کند بیشتر است.

باید دانست که کارایی و اثربخشی دو مؤلفه مؤثر و جدانشدنی از مفهوم بهره‌وری هستند. به عبارت دقیق‌تر، بهره‌وری جمع کارایی و اثربخشی است.

$$\text{بهره‌وری} = \text{کارایی} + \text{اثربخشی}$$

از این رو، سازمانی را می‌توان بهره‌ور نامید که بتواند هر دو پارامتر اثربخشی و کارایی را داشته باشد.

## ۶. عوامل مؤثر در بهبود بهره‌وری

بهبود بهره‌وری به معنای استفاده بهینه و مؤثر از تمام منابع مصرفی و غیرمصرفی یک کسب و کار است، مانند نیروی انسانی، فناوری، مواد اولیه، زمین، تجهیزات، ماشین‌آلات و ابزارها، و مهم‌ترین آنها یعنی زمان. افزایش بهره‌وری در گرو افزایش مستمر کیفیت به همراه افزایش خروجی‌ها نسبت به ورودی‌ها است. برخی از عوامل مؤثر بر افزایش بهره‌وری عبارت‌اند از:

1. Peter Drucker
2. effectiveness

## نیروی انسانی

یکی از مهم‌ترین روش‌های بهبود بهره‌وری توجه کردن و اهمیت دادن به نیروی انسانی به عنوان اصلی‌ترین عامل در فرایند تولید کالا و خدمات است. موارد زیر در افزایش بهره‌وری کارکنان و نیروی انسانی تأثیرگذار است:

- نگرش‌های مثبت کاری، مانند داشتن غرور در کار و علاقه به پیشرفت مستمر
- ارتقای مهارت‌های فعلی و کسب مهارت‌های جدید از طریق آموزش
- انجام کارها به صورت تیمی و گروهی و کمک کردن به همکاران و کارکنان دیگر
- مشارکت و فعالیت در برنامه‌های بهبود بهره‌وری و طرح پیشنهادات، مانند تشکیل گروه‌های کنترل کیفی
- انجام درست کارها از بار اول
- حفظ سلامت جسمانی
- توجه به محیط زیست، تغذیه و سلامت کارکنان
- واگذاری فعالیت‌ها به تناسب توانایی کارکنان یا به اصطلاح «کار را به کاردان سپردن»
- افزایش دستمزد و حقوق. رابطه دستمزد و بهره‌وری نیروی انسانی یک رابطه دوطرفه است، به طوری که طبق نظریه سنتی دستمزد - کارایی، افزایش بهره‌وری نیروی انسانی، سازمان‌ها را مجاب می‌کند که دستمزد و حقوق کارکنان را افزایش دهند. همچنین طبق نظریه دستمزد - کارایی کینز<sup>۱</sup>، افزایش دستمزد و حقوق نیروی انسانی باعث ترغیب آنان به تلاش و کارایی بیشتر و در ادامه منجر به بهبود بهره‌وری می‌شود.

## اصلاح روابط مدیران و کارکنان

تأثیر روابط انسانی و رهبری صحیح در افزایش بهره‌وری، مدیران را تشویق به ایجاد رابطه‌ای دوستانه بر مبنای اعتماد با کارکنان سازمان می‌کند. البته باید در نظر داشت که نباید از این جو صمیمانه و دوستانه سوءاستفاده شود (هم از جانب کارکنان سازمان و هم مدیران). برگزاری مراسم یا جلسات دوستانه با کارکنان یا مدیران در بیرون از محیط کار به ایجاد چنین جوی کمک می‌کند. رعایت نکات زیر موجب بهبود روابط مدیران و کارکنان می‌گردد:

1. John Keynes

- شفاف‌سازی اطلاعات عملیاتی سازمان: این کار باعث ایجاد اطمینان و اعتماد در کارکنان نسبت به سازمان و مدیریت می‌شود.
- برگزاری جلسات ماهانه یا هفتگی برای رسیدگی به مشکلات کارکنان: این کار فرصت مناسبی برای ایجاد جو صمیمانه میان مدیران و کارکنان فراهم می‌آورد.
- برگزاری جلسات غیررسمی و نشست‌های دوستانه در سال.
- استفاده از نظرها و پیشنهادهای کارکنان: مشارکت کارکنان سازمان‌ها در برنامه‌هایی که مدیران طراحی می‌کنند ضرورت دارد. لازمه این کار ایجاد زمینه آگاهی و شناخت نسبت به کار در کارکنان است. امروزه به این فلسفه همکاری و مشارکت مدیران و کارکنان، مدیریت مشارکتی یا نظام پیشنهادات گفته می‌شود که در جریان آن، کارکنان و همه ذی‌نفعان و مدیران برای حل مسائل و مشکلات سازمان گرد هم می‌آیند و نظرات، ایده‌ها و پیشنهادات خود را ارائه می‌دهند تا به راهی برای حل مسائل یا بهبود بهره‌وری سازمان دست یابند. این تکنیک در ژاپن بسیار رایج است و نتایج خوبی نیز به دنبال داشته است.

### فناوری

امروزه کسب و کارها بیشتر از هر زمانی با فناوری سر و کار دارند که اغلب باعث آسان‌تر و سریع‌تر انجام شدن کارها و صرف زمان کمتر برای هر کار شده است. انجام کار در زمان کمتر و با کیفیت بهتر با استفاده از فناوری باعث افزایش بهره‌وری می‌شود. این امر فناوری را به یکی از عوامل مهم در ارتقای بهره‌وری تبدیل ساخته است.

### تحقیق و توسعه<sup>۱</sup>

پیشرفت فناوری، از طریق کاهش قیمت تجهیزات سرمایه‌ای و کاهش نیاز به نیروی کار، منجر به کاهش هزینه تولید یک واحد کالا می‌شود که به معنای بهبود بهره‌وری است. به همین دلیل شرکت‌ها و سازمان‌های بزرگ دنیا اعتبارات زیادی را به تحقیق و توسعه اختصاص می‌دهند تا از این طریق به فناوری‌های برتر دنیا دست یابند. جدول ۱.۷. جدول ۱.۷ دربرگیرنده ۱۰ شرکت برتر در دنیا است که در سال ۲۰۱۶ بیشترین سرمایه‌گذاری را در بخش «تحقیق و توسعه» داشته‌اند.

---

1. Research and Development (R&D)

جدول ۱.۷ میزان سرمایه‌گذاری شرکت‌های بزرگ در تحقیق و توسعه

سرمايه‌گذاري در تحقيقات و توسعه (ميليارد دلار)	شرکت	کشور	صنعت
۱۳.۲	فولکس واگن	آلمان	خودرو
۱۲.۷	سامسونگ	کره جنوبی	رایانه و الکترونیک
۱۲.۵	آمازون	امریکا	نرم‌افزار و اینترنت
۱۲.۳	آلفابت	امریکا	نرم‌افزار و اینترنت
۱۲.۱	ایتل	امریکا	رایانه و الکترونیک
۱۲	مایکروسافت	امریکا	نرم‌افزار و اینترنت
۱۰	روشه (هوفمان‌سلا روش)	امریکا	مراقبت‌های بهداشتی
۹.۵	نوارتیس	سوئیس	مراقبت‌های بهداشتی
۹	جانسون اند جانسون	امریکا	مراقبت‌های بهداشتی
۸.۸	تویوتا	ژاپن	خودرو

علاوه بر عوامل یادشده، موارد زیر نیز از جمله مهم‌ترین عوامل در ارتقای بهره‌وری است:

- تغییر در کیفیت مواد
- ایجاد تغییر در فرایند تولید کالا یا خدمت که ممکن است باعث کاهش مصرف مواد اولیه شود؛
- استفاده از پسماندهایی که قابل استفاده مجدد هستند؛
- استفاده از سوخت یا انرژی‌های جدید که موجب افزایش بهره‌وری می‌شوند؛
- تغییر و تحول در فناوری ارتباطات سازمان همگام با تغییرات روز دنیا؛
- مدیریت صحیح و علمی.

بنابراین می‌توان گفت که افزایش سطح بهره‌وری وابسته به یک عامل نیست و عوامل متعددی سبب افزایش بهره‌وری می‌شوند. طبق نظر فابریکانت<sup>۱</sup> هرچه کارکنان آموزش

1. Fabricant•

بهتری در حوزه فعالیت خود دیده باشند، می‌توانند به نحو مؤثرتری از سرمایه استفاده و کالا و خدمات بیشتری تولید کنند. از طرفی، با سرمایه بیشتر می‌توان کارکنان توانمندتری در اختیار گرفت. در عین حال، فناوری سرمایه بیشتری را به خدمت می‌گیرد، و سرمایه بیشتر فناوری‌های بهتر و کاراتری را در اختیار می‌گذارد. در نهایت می‌توان گفت ارتقای بهره‌وری مستلزم ترکیب عوامل گوناگون و روش‌های مؤثر در بهره‌وری در جهت دستیابی به کارایی و اثربخشی بیشتر است.

### پرسش‌هایی برای خودآزمایی

- بهره‌وری چیست؟ ارتباط بهره‌وری را با کارایی و اثربخشی تبیین کنید.
- عوامل مؤثر بر بهبود بهره‌وری کدام‌اند؟ کدام عامل را می‌توان مهم‌ترین عامل در نظر گرفت؟
- آیا افزایش تولید می‌تواند دلیلی بر بهره‌وری باشد؟
- بهره‌وری از دیدگاه‌های مختلف به چه معناست؟
- رابطه متقابل فناوری و انعطاف سازمان در به‌کارگیری آن چگونه می‌تواند بهره‌وری را افزایش دهد؟



### منابع

- ابطحی، حسین و بابک کاظمی (۱۳۸۳)، بهره‌وری، ویراست دوم، تهران: مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی.
- طاهری، شهنام (۱۳۸۲)، بهره‌وری و تجزیه و تحلیل آن در سازمان‌ها، تهران: امیرکبیر.
- حاج کریمی، عباسعلی و رضا پیرایش (۱۳۸۵)، «تعیین عوامل مؤثر بر بهره‌وری منابع انسانی در سازمان‌های دولتی با استفاده از تکنیک تحلیل مسیر»، فرهنگ مدیریت ۹ (۳۵): ۵۷-۸۶.

Bayne, L., D. Schepis and S. Purc

Hase (2017), "A Framework for Understanding Strategic Network Performance: Exploring Efficiency and Effectiveness at the Network Level" *Industrial Marketing Management* 67: 134-147.

- Bologa, R. and A. R. Lupu (2014), "Organizational Learning Networks that Can Increase the Productivity of IT Consulting Companies. A Case Study for ERP Consultants", *Expert Systems with Applications* 41(1): 126-136.
- OECD (2001), *Measuring Productivity: Measurement of Aggregate and Industry-level Productivity Growth*, in OECD, Paris.

