

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مہارت کار قوانین کسب و کار

نویسنده

شہناز شیریں

علیرضا ولیزادہ

چاپ اول



کتابخانه ملی و اسنادخانه ایران

سرشناسه	: شیر، شهنار، ۱۳۶۱ -
عنوان و نام پدیدآور	: مهارت‌ها و قوانین کسب و کار / نویسندگان شهنار شیر، علیرضا ولیزاده.
مشخصات نشر	: مشهد: خاطره، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری	: م، ۲۳۶ص:.. جدول.
شابک	: 978-600-256-101-5
وضعیت فهرست نویسی	: فبا
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: کسب و کار
موضوع	: موفقیت در کسب و کار
موضوع	: کسب و کار - ارتباط
شماره نسخه	: ولیزاده، علیرضا، ۱۳۶۰ -
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۴ م۹ش/ HF۵۷۱۸
رده بندی دیویی	: ۶۵۸/۴۵۲
شماره کتابشناسی ملی	: ۲۱۳۴۷۵۸

مهارت‌ها و قوانین کسب و کار

شهنار شیر - علیرضا ولیزاده

ناشر: خاطره

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۲۵۶-۱۰۱-۵

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۵

تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۵۰۰ تومان

حق چاپ محفوظ است

فهرست مطالب

عنوان صفحه

پیشگفتار	۲
فصل اول / بازار و شناخت انواع آن	۱
مقدمه	۳
تأسیس بندی بازار	۴
الف) بازار رقابت کامل	۴
ب) بازار انحصاری	۶
ج) بازار رقابت انحصاری	۷
د) بازار چند نقطه	۷
ه) بازار بین‌المللی	۸
و) بازارهای چندملیتی	۹
مکانیسم بنیادین بازار	۹
مکانیسم بازارهای بین‌المللی	۱۰
انواع بازار	۱۰
۱- بازارهای روستایی	۱۰
۲- بازارهای ادواری	۱۱
۳- بازارگاه‌های شهری	۱۱
۴- بازارهای شهری	۱۲
انواع بازار از نظر مالی و سرمایه‌گذاری	۱۲
۱- بازار مالی	۱۲
۲- بازار سرمایه	۱۴
۳- بازار اولیه	۱۴
۴- بازار ثانویه	۱۴

۱۵.....	ابعاد مدیریت بازار
۱۸.....	پرسش های فصل اول
۱۹.....	فصل دوم / اصول کسب و کار
۲۱.....	مقدمه
۲۱.....	تعاریف کسب و کار
۲۳.....	اهداف کسب و کار
۲۳.....	الف) اهداف اقتصادی
۲۳.....	ب) اهداف اجتماعی
۲۴.....	عناصر کسب و کار
۲۴.....	۱- کسب کار صنعتی
۲۴.....	۲- کسب و کار خانگی
۲۵.....	۳- کسب و کار تجاری
۲۵.....	۱- کسب و کار خانگی
۲۶.....	۲- کسب و کار خانوادگی
۲۶.....	۳- کسب و کار روستایی
۲۶.....	۴- کسب و کار الکترونیکی
۲۶.....	۵- کسب و کارهای کوچک و متوسط
۳۱.....	۶- کسب و کارهای بزرگ
۳۱.....	نگرش ها نسبت به کسب و کار
۳۲.....	۱- نگرش منفی نسبت به کسب و کار
۳۲.....	۲- نگرش خنثی نسبت به کسب و کار
۳۲.....	۳- نگرش مثبت نسبت به کسب و کار
۳۴.....	مهارت های لازم جهت راه اندازی کسب و کار
۳۴.....	الف) دوره مقدماتی
۳۵.....	ب) دوره پیشرفته
۳۶.....	ج) دوره تکمیلی

فرصت های کسب و کار	۳۷
انواع روش های راه اندازی کسب و کار	۳۸
۱- روش خرید کسب و کار	۳۸
۲- روش پذیرش نمایندگی	۳۹
۳- شروع کسب و کار از صفر	۳۹
فعالیت های کسب و کار	۴۰
۱- فعالیت های مدیریتی	۴۰
۲- فعالیت های تولیدی و فنی	۴۵
۳- فعالیت های بازرگانی	۴۸
چرخه - ت کسب و کار	۶۰
پرسش های صبا ۴۰ م.	۶۲
فصل سوم / طرح کسب و کار	۶۳
مقدمه	۶۵
تعریف طرح کسب و کار	۶۵
اهداف طرح کسب و کار	۶۶
اجزای طرح کسب و کار	۶۷
مزایای طرح کسب و کار	۷۰
مزایای طرح کسب و کار برای کارآفرین	۷۰
مزایای طرح تجاری برای تأمین کنندگان منابع مالی	۷۰
مدل کسب و کار	۷۱
تعاریف مدل کسب و کار	۷۱
چشم انداز تاریخی مدل کسب و کار	۷۵
ساختار یک مدل کسب و کار	۷۷
۱- استراتژی اصلی	۷۷
۲- منابع استراتژیک	۷۷
۳- ارتباط مشتریان	۷۸

۷۹.....	۴- شبکه ارزش
۸۰.....	علل ناکارآمدی مدل‌های کسب و کار
۸۱.....	دلایل شکست کسب و کار
۸۳.....	مراحل صدور جواز تأسیس و پروانه بهره برداری کسب و کار
۸۳.....	مرحله اول
۸۴.....	مرحله دوم
۸۵.....	مرحله سوم
۸۷.....	راهکارهای مناسب برای کسب و کار موفق
۸۷.....	۱- نگر کردن به موفقیت
۸۸.....	۲- نسبت به آنچه می خواهید انجام دهید پرشور و حرارت باشید
۸۸.....	۳- بر روی نقاط قوت - و د تکیه کنید
۸۹.....	۴- هیچ گاه به احتمالات شگفتا فکر نکنید
۸۹.....	۵- سخت کار کردن
۹۰.....	۶- مرتباً به دنبال راهکارهای جدید برای برقراری ارتباطات باشید
۹۰.....	۷- اشتیاق به یادگیری
۹۱.....	۸- ثابت قدم بودن و ایمان راسخ داشتن به کار
۹۱.....	۹- به کار خود نظم دهید
۹۲.....	پرسش های فصل سوم
۹۳.....	فصل چهارم / مهارت های ارتباطی و فنون مذاکره
۹۵.....	مقدمه
۹۶.....	مفهوم ارتباط
۹۸.....	اصول و مبانی ارتباطات در کسب و کار
۹۸.....	مفاهیم اساسی در زمینه ارتباطات
۹۹.....	۱- ادراک
۹۹.....	۲- صداقت در ارتباطات
۹۹.....	۳- شکاف ارتباطی

۴- تأخیر زمانی در ارتباطات	۱۰۰
۵- همدلی	۱۰۰
۶- تشابه و تفاوت	۱۰۱
مدل های ارتباطی	۱۰۱
پیش مدل ارسطو	۱۰۱
مدل گونه هارولد لاسول	۱۰۱
مدل ارتباطی کلودشن و وارن ویور	۱۰۲
مدل ارتباطی ویلبر شرام	۱۰۲
مدل ارتباطی دیوید برلو	۱۰۳
مدل رابرتز و ژرژ میکس	۱۰۴
کارکردهای اساسی ارتباطات	۱۰۴
انواع ارتباطات	۱۰۵
عوامل موثر در تأثیر ارتباطات	۱۰۶
سطوح ارتباطات	۱۰۷
۱- ارتباط درونی	۱۰۷
۲- ارتباط بین فردی	۱۰۷
۳- ارتباط عمومی	۱۰۸
اشکال ارتباط	۱۰۸
۱- ارتباط کلامی	۱۰۸
۲- ارتباط غیر کلامی	۱۰۹
مراحل ارتباطات	۱۱۲
اجزای یک فرآیند ارتباطی	۱۱۳
مهارت های ارتباطی	۱۱۶
موانع ارتباطات اثربخش	۱۱۷
انواع ارتباطات مورد نیاز در کسب و کار	۱۱۸
۱- مهارت های ارتباط با مشتری	۱۱۸

۱۱۹	۲- برقراری ارتباط با هدف فروش
۱۱۹	۳- فروش ایده
۱۱۹	۴- ارتباط با مشتری در محیط مجازی
۱۲۰	مذاکره
۱۲۱	اهداف و نتایج مذاکره
۱۲۱	انواع مذاکره
۱۲۲	مذاکره توزیعی
۱۲۲	مذاکره تلفیقی
۱۲۳	سامانه نگرشی
۱۲۳	مذاکره درین سازمانی
۱۲۳	شاخص های مذاکره
۱۲۴	مهارت های مذاکره
۱۲۵	روش مذاکره
۱۲۵	برد باخت
۱۲۶	باخت باخت
۱۲۶	سبک های مذاکره
۱۲۸	مذاکره اصولی
۱۲۹	راه کارهای موفقیت در مذاکره
۱۲۹	۱- ایجاد وقفه در مذاکره
۱۲۹	۲- بکارگیری راهکار
۱۲۹	۳- حمله غافلگیرانه
۱۳۰	پرسش های فصل چهارم
۱۳۱	فصل پنجم / قوانین و مقررات کسب و کار
۱۳۳	تعاریف کلی و اصولی
۱۳۴	شرایط الزامی قرارداد
۱۳۵	خاتمه قرارداد

قوانین مربوط به نحوه ی محاسبه حق سنوات	۱۳۶
۱- نحوه محاسبه حق سنوات کارگران اخراجی	۱۳۶
۲- نحوه محاسبه حق سنوات کارگران از کار افتاده و بازنشسته	۱۳۶
۳- نحوه محاسبه حق سنوات کارگران ناتوان جسمی و فکری	۱۳۷
حقوق و دستمزد	۱۳۷
محاسبه حقوق و دستمزد	۱۳۷
دریافتی ها	۱۳۹
تکلیفات انجام کار	۱۴۰
انواع کار	۱۴۰
مراجع حل اختلاف	۱۴۱
تعطیلات و مرخصی	۱۴۱
الزام کارگر به استعفاء از مرخصی استحقاقی سالانه	۱۴۳
پرداخت مزد مرخصی استحقاقی	۱۴۳
انواع مرخصی	۱۴۴
۱- مرخصی برای انجام فریضه حج واجب	۱۴۴
۲- مرخصی بدون حقوق	۱۴۴
۳- مرخصی استحقاقی کارگران فصلی	۱۴۴
۴- مرخصی استعلاجی	۱۴۴
۵- مرخصی موزدی	۱۴۴
۶- مرخصی سالیانه	۱۴۵
قانون تأمین اجتماعی	۱۴۵
حق بیمه های اجتماعی	۱۴۵
بیمه بیکاری	۱۴۶
حوادث ناشی از کار	۱۴۶
اهمیت حوادث ناشی از کار	۱۴۷
سوالات فصل پنجم	۱۴۹

فصل ششم / قوانین و مقررات مالیاتی، گمرکی و بیمه	۱۵۱
بخش اول: مالیات و قوانین مالیاتی	۱۵۳
مالیات	۱۵۳
ویژگی های مالیات بر ارزش افزوده	۱۵۴
قوانین و مقررات مالیاتی	۱۵۵
بخش دوم: قوانین و مقررات گمرکی	۱۵۷
تعاریف کلی	۱۵۷
قوانین گمرکی	۱۵۷
شرایط عمومی ترخیص	۱۶۱
کالای متروکه	۱۶۳
بخش سوم بیمه و قمار	۱۶۵
تعریف بیمه	۱۶۵
عناصر تشکیل دهنده بیمه	۱۶۵
۱- خطر	۱۶۶
۲- حق بیمه	۱۶۶
۳- خسارت	۱۶۷
انواع بیمه	۱۶۷
بیمه مسئولیت	۱۶۸
مبانی مسئولیت مدنی	۱۷۰
۱- نظریه تقصیر	۱۷۱
۲- نظریه خطا	۱۷۱
۳- نظریه تضمین حق	۱۷۲
انواع بیمه های مسئولیت مدنی	۱۷۳
۱- بیمه مسئولیت مدنی کارفرمایان	۱۷۳
۲- بیمه مسئولیت مدنی دولت و کارمندان دولت و شهرداریها	۱۷۵
۳- بیمه اجباری مسئولیت نگهبانان مسلح بانکها و گارد صنعت نفت	۱۷۵

- ۴- بیمه مسئولیت مدنی متصدیان حمل و نقل زمین و هوایی و دریائی ۱۷۶
- ۵- بیمه مسئولیت مدنی شکارچیان..... ۱۷۷
- ۶- بیمه مسئولیت مدنی ناشی از حوادث تحصیلی ۱۷۷
- ۷- بیمه مسئولیت مدنی پزشکان - جراحان - داروسازان و مدیران مراکز درمانی .. ۱۷۸
- ۸- مسئولیت مدنی آرشیوتکته‌ها و مقاطعه‌کاران..... ۱۷۸
- ۹- بیمه مسئولیت مدنی هتل‌داران، صاحبان کافه و رستوران و ۱۷۹
- ۱۰- بیمه مسئولیت مدنی باشگاه‌های ورزشی ۱۷۹
- ۱۱- بیمه مسئولیت مدنی مالکان ساختمانها و عمارتها ۱۷۹
- ۱۲- بیمه مسئولیت مدنی صاحبان حیوانات و دامداران ۱۸۰
- ۱۳- بیمه مسئولیت مدنی ناشی از آتش‌سوزی..... ۱۸۰
- ۱۴- بیمه مسئولیت مدنی ناشی از حوادث بهره‌برداری و حمل و توزیع گاز و ۱۸۱
- انواع بیمه‌های اجباری مسئولیت مدنی ۱۸۲
- نقش بیمه‌های اجباری مسئولیت مدنی در حمایت از زیان‌دیده و مسئول ۱۸۲
- ۱- نقش بیمه اجباری مسئولیت مدنی - مابین از زیان‌دیده ۱۸۲
- ۲- نقش بیمه اجباری مسئولیت مدنی در حمایت از مسئول ۱۸۴
- پرسش‌های فصل ششم ۱۸۷
- منابع ۱۸۹
- ضمائم ۱۹۳

پیشگفتار

وجود فاصله و شکاف بین منابع و امکانات از یک سو و نیازهای متنوع و فراگیر جامعه انسانی از سوی دیگر، دخالت و نقش آفرینی بشر را اقتضا می‌کند. وقتی مسیر حوادث، وقایع و روند فعالیت‌های اقتصادی و اجتماعی جوامع را بررسی می‌کنیم، در می‌یابیم که انسان‌ها همواره به دنبال تغییر بوده‌اند و در این میان، افرادی بوده‌اند که از قوانین کلی جوامع تبعیت نکرده و باعث تغییر در جوامع خود و به طور کلی جوامع بشری شده‌اند. جوامع پیشرفته امروزی، توسعه خود را مدیون انسان‌هایی است که قادر به تبدیل روایاها و آداب‌های اخلاقیانه خود به حقیقت بوده‌اند، روحیه استقلال‌طلبی برای کاوش موقعیت‌ها، جدید را داشته‌اند و از جرأت کافی برای مبارزه با روش‌های متداول و جاافتاده برخوردار بوده‌اند.

این کارآفرینان هستند که به عنوان پدیده نوین در شرایط سخت کنونی و مخاطره آمیز جامعه با توجه به خصوصیات ممتاز و برجسته خود امکانات و منابع را برای ایجاد رشد و توسعه در زمینه‌های تولید و خدمات فراهم کرده، اشتغال و کسب و کار ایجاد نماید.

در هزاره جدید اقتصاد رقابتی و مبتنی بر بازار دارای نقش برجسته و اساسی است، عوامل موثر بر موفقیت بنگاههای اقتصادی به سرعت در حال تغییر می‌باشد؛ به عبارت دیگر در اقتصاد دانایی محور، ایده‌ها، محصولات و خدمات و نوآوری تولید و عرضه همواره در حال تحول و دگرگونی است. در چنین دوره‌ای برای موفقیت در کسب و کار، برخورداری از دانش روز و توانایی بکارگیری آن به شیوه نوآورانه و موثر، همواره مورد نیاز و تحسین برانگیز است و کارآفرینان به عنوان کسانی که می‌توانند با ابتکار و نوآوری ترکیبات جدیدی از منابع، فرصتها و نیازها را خلق کنند در خط مقدم تولید ثروت، توسعه اقتصادی و فناوری در حال حرکت هستند.

شهناز شیرازی / علیرضا ولیزاده