کسب و کار

مذاکرات بین‌المللی موفق؛ کلید گسترش بازار

مذاکرات بین‌المللی موفق، کلید گسترش بازار است. در حقیقت این مذاکرات می‌توانند زمینه رشد شرکت‌ها را به نحوی فراهم کنند که کارکنان آنها از ۵۰ نفر به بیش از هزار نفر برسد. در این مقاله تلاش می‌کنم با استفاده از برخی تجربیاتم راه‌های به‌ثمر رساندن مذاکرات بین‌المللی را توضیح دهم. در شرکت خدمات نرم‌افزاری ما در حالی که برخی از مذاکرات بین‌المللی از همان ابتدا خوب پیش رفتند، برخی نیاز به تلطیف موضع‌مان برای برنده شدن پروژه داشتند. همین موضوع، درس‌های ارزشمندی به ما داد که خوشحال می‌شوم آنها را در اختیار شما هم بگذارم.

۱- تمرین‌های خود را انجام دهید

این درس ساده اما ارزشمند را زمانی گرفتیم که در رقابت برای برنده شدن در یک قرارداد پیمانکاری با شرکت ملی پی‌پال (PayPal) بودیم ما می‌دانستیم که برای موفقیت آمیز بودن مذاکراتمان باید داده‌های مربوط به تمام مشارکت‌کنندگان در پروژه را جمع‌آوری کنیم. نیازهای تمام آنها را شناسایی کنیم و یک برنامه دقیق برای دقیقه دقیقه مذاکرات داشته باشیم. تا پایان جلسه مطمئن شویم که تمام حاضران به درکی مشترک از اهداف و نکات مورد بحث دست یافته‌اند.

به این نکته توجه داشته باشید که اگر نماینده کسبوکار شما به زبان مادری طرف دیگر مذاکره صحبت نمی‌کند بهتر آن است که یک مترجم حرفه‌ای را دعوت کرده و او را در جریان تمام اهداف و برنامه‌های مذاکره قرار دهید.

۲- افراد نفوذی پیدا کنید و آنها را سخنگوی خود سازید

یکی از بهترین رمزهای موفقیت در مذاکرات بین‌المللی آن است که افرادی قابل اعتماد در تیم رقیب داشته باشید که از شما دفاع کنند. ما این مهارت را در مذاکره پیرامون یک پروژه با شرکت نفتی شل (Shell) پیدا کردیم. آن زمان متوجه شده بودیم که برای به‌دست آوردن اطلاعات ارزشمند درباره موکل آینده‌مان باید به‌دنبال گروه‌های ذی‌نفع در شرکت آنها بگردیم و علایق و انگیزه‌های شخصی‌شان را شناسایی کنیم (مواردی مانند دغدغه‌ها، انگیزه‌های شخصی، ترفیع، پاداش و...). چنین کاری باعث می‌شود که فرد یا گروه مدنظر برای به نتیجه رسیدن مذاکره تلاش کند و با این کار، نیازها و خواسته‌های شخصی‌اش را محقق سازد.

اگر به‌دنبال استفاده از این تکنیک هستید، روی آموزش فرد نفوذی سرمایه‌گذاری کنید. در این صورت زمانی که آنها در جلسات هیات‌مدیره خود شرکت می‌کنند و به بررسی پیشنهاد شما می‌پردازند، پیشنهادهای تجاری را به اندازه شما مافع‌اره و مسلط ارائه خواهند کرد.

۳- وقت خود را با جلسات فردی تلف نکنید

بسیاری از شرکت‌ها تلاش می‌کنند با برگزاری جلسات فردی، در بودجه خود صرفه‌جویی کنند. چنین اقدامی هر چند می‌تواند به توافق‌های کوچک بیانجامد اما در توافق‌های بزرگ بی‌نتیجه خواهد بود. ما سخاوتمندانه روی جلساتی که با شرکت فناوری و الکترونیک فیلیپس داشتیم، سرمایه‌گذاری کردیم. تجربه ما نشان داد که برای رسیدن به توافق‌های بزرگ، شخصیت‌های تصمیم‌گیرنده شرکت‌ها باید در جلسه حاضر باشند و با ملاقات چهره‌به‌چهره ارتباط و درک عمیق‌تری از یکدیگر به دست آورند. در نتیجه، هر قدر که ارزش مالی قرارداد مدنظر شما بیشتر باشد، باید آمادگی سرمایه‌گذاری زمان، انرژی و بودجه بیشتری برای آن داشته باشید.

زمانی که بحث جبران هزینه‌ها می‌شود، هزینه جلسات بزرگ اغلب توسط موکلان پوشش داده می‌شود. اگر این توافق ضمنی وجود نداشته، می‌توانید به بررسی موکل بالقوه‌ای بپردازید که در صورت برنده شدن پروژه هزینه‌ها را پرداخت کند. در این شرایط، ممکن است ابتدا تمام هزینه‌ها را متقبل شوید اما پس از نهایی شدن توافق، فرصت ذکر هزینه‌های پیش از فروش» را در نخستین پیش‌فاکتور دارید. این رویکرد می‌تواند یک استراتژی برد-برد برای دو طرف قرارداد باشد.

۴- موکلان را به شرکت خود دعوت کنید

اهمیت دیدار موکلان بالقوه در محیط فعالیت شما، اغلب دست کم گرفته می‌شود. اگر موکلان شما از کشور دیگری هستند، می‌توانید آنها را به دفتر شرکت دعوت کنید تا با حضور در آنجا از نزدیک با فرهنگ محلی و سازمانی شما آشنا شوند. در این صورت می‌توانید نشان دهید که این تفاوت‌های فرهنگی و شرایط کار شما می‌توانند چه اثرات مثبتی بر پروژه داشته باشند. یک دیدار به راحتی می‌تواند برخی اقساط‌ها و تردیدهای برون‌مرزی را از بین ببرد.

زمانی که موکلان از دفتر کار شرکت بازدید می‌کنند، این فرصت منحصربه‌فرد را دارید که نگاهی جامع از کل کسبوکار خود به آنها بدهید. می‌توانید آنها را به تمام تیم کاری‌تان (از جمله هیات‌مدیره) معرفی کنید و نشان دهید که شرکت شما چگونه سازمانده‌می شده است. از زبانی اولیه موکلان از شرکت‌های طرف قراردادشان می‌توانند اعتماد آنها را برای پروژه‌های بلندمدت را به‌شدت افزایش دهد.

۵- تیمی از هربران سازمانی آماده کنید

ترجیحات شخصی یا در دسترس بودن برخی کارکنان، معیارهای خوبی برای قرار دادن آنها در تیم مذاکره نیست. کارمندی که برنامه‌اش خالی است یا کسی که ویزای لازم را دارد، هم همین‌طور.

خوشبختانه ما معیارهای دیگری در انتخاب تیم مذاکره داشتیم و زمانی که برای یک توافق با تیوتا اقدام کردیم، برجسته‌ترین تیم مذاکره را تشکیل دادیم. معیار ما این بود که چه کسانی می‌توانند بیشترین ارزش‌آفرینی را برای کسبوکار داشته باشند. مامی‌دانستیم که بر سر مرز مذاکره با بحث‌های مهم تجاری، فنی و حقوقی مواجه خواهیم شد و به همین دلیل یک متخصص کسبوکار، یک نماینده حقوقی و یک متخصص فنی به همراه‌ردیم که تمام آنها از بهترین‌های خود خود و ارزش‌آفرین‌ترین شرکت ما بودند.

۶- یک شرکت مورد اعتماد را دخیل کنید

زمانی که روی قراردادی با یک شرکت بزرگ آموزش الکترونیک بین‌المللی کار می‌کردیم، متوجه شدیم که به تنهایی قادر به اجرای تمام پروژه مورد درخواست آنها نیستیم. یکی از راه‌کارها پیدا کردن و دخیل کردن یک شریک مکمل بود تا آنها بتوانند بخش‌های باقی‌مانده پروژه را انجام دهند.

بیش‌نگری و ایجاد شبکه‌ای از شرکا در منطقه فعالیت و حوزه‌های هم‌پوشان احتمال بهروری تمام مذاکرات و برنده شدن قراردادهای احتمالی را افزایش می‌دهد. همچنین در صورت نیاز می‌توانید متخصصان بازارهای گوشه‌ای را به پروژه خود اضافه کنید و اطمینان داشته باشید که وظایف خود را با مهارت انجام خواهند داد.

۷- ارائه‌ای متمایز داشته باشید

به‌منظور برنده شدن پروژه لازم است ارائه‌ای به‌یادماندنی آماده کنید. زمانی که برای مذاکره با یک شرکت خدمات قیمت‌گذاری و مالیاتی آماده می‌شدیم، اطمینان یافتیم که بحث و ارائه ما اثر گذاری بالایی داشته باشد. ارائه خود را کوتاه، سرراست، متمرکز بر منافع موکل و پیرامون راه‌کارهای پیشنهادی‌مان برای آنها تهیه کردیم.

یکی از راه‌های نشان دادن تخصص، استفاده از نمونه‌های محصول یا بیان ویژگی‌های اصلی محصول است. تصاویر می‌توانند فرآیند را کلمات باشند. بنابراین ارائه خود را با همراه‌سازی تصاویر و نشان دادن بازگیت‌ترین محتوای ترویجی غنی کنید. همچنین برای جذب ساختن محصولات و خدمات خود می‌توانید جدایل‌های مالی مانند تحلیل بازگشت سرمایه یا پیش‌بینی ارزش را به طرح پیشنهادی خود اضافه کنید.

۸- در قراردادها احتیاط کنید

اطمینان یابید که در قراردادها زیاد‌تان بیش از درآمد احتمالی‌تان نمی‌شود. قراردادهای پیشنهادی طرف مذاکره را پیش از جلسه درخواست کنید و آن را از جنبه‌های مختلف با متخصصان حقوقی، تولید و فروش شرکت بررسی کنید. درک اینکه کدام مفاد قرارداد قابل مذاکره هستند و کدام مفاد غیرقابل مذاکره باشد، باعث می‌شود که از همان ابتدای راه بتوانید برنامه‌های خود را تنظیم کرده و ملاحظات حقوقی را در نظر بگیرید. پیش از امضای هرگونه توافق‌نامه باید به دقت سودآوری آن و همچنین هزینه‌های بیمانی را محاسبه کرده باشید تا ارزش واقعی آن توافق را متوجه شوید.

آیا آماده مذاکره هستید؟

مذاکرات بین‌المللی نیازمند سطح بالایی از صبر، توجه به جزئیات و توانایی درک فرهنگ داخلی و خارجی است. شرکت‌ها برای موفقیت در این همکاری‌های فرامرزی باید آماده مذاکره در هر مرحله از پروژه، ارتباطات فعالانه با موکلان و پیگیری پیشرفت پروژه پس از توافق باشند.

زارع خبر داد؛

بودجه ۱۴۰۰ شهرداری کرج تصویب شد

رئیس کمیسیون تلفیق شورای اسلامی شهر کرج گفت: بودجه ۱۴۰۰ شهرداری کرج به رقم چهار هزار و ۴۴۱ میلیارد تومان با محوریت هشت چشم انداز راهبردی مصوب شد.

به گزارش پیام آشنا، عباس زارع اظهار کرد: امروز چشم اندازهایی که به واسطه آن قابلیت های شهر کرج شناسایی شده به تصویب اعضای شورای اسلامی شهر رسید و مطابق آن بودجه شهرداری تنظیم شده است. وی در توضیح نحوه اجرا شدن این هشت چشم انداز، افزود: به واسطه قابلیت های موجود در شهر در هر حوزه ای هر یک از ساختارهای عملکردی مانند فرهنگی، اجتماعی، اقتصادی، مالی، کالبدی، حمل و نقل و ترافیک و خدمات شهری دارای مضامین تدوین شده ای خواهد بود که به واسطه آن راهبردها و سیاست هایی اجرایی تدوین می شود.

رئیس کمیسیون تلفیق شورای اسلامی شهر کرج گفت: در دویست و سی و هفتمین جلسه رسمی شورای شهر کرج لایحه بودجه ۱۴۰۰ شهرداری به میزان هزار و ۷۵۲ میلیارد تومان برای هزینه های جاری شهر و دو هزار و ۶۸۹ میلیارد و ۱۳۵ میلیون تومان نیز جهت هزینه های عمرانی با رأی اکثریت اعضاء مصوب و پس از تائید هیئت تطبیق مصوبات فرمانداری به شهرداری ابلاغ خواهد شد.

زارع افزود: در سال ۱۴۰۰، ۳۹.۱ درصد منابع و اعتبارات صرف هزینه های جاری و ۶۱ درصد نیز صرف پروژه های توسعه و عمرانی شهرداری خواهد شد و از سر جمع چهار هزار و ۴۴۱ میلیارد تومان، ۹۰۰ میلیارد ریال مربوط به اوراق مشارکت و قریب به سه هزار و ۵۰۰ میلیارد درآمد مستقیم شهرداری کرج در سال آینده است.

وی بیان کرد: در زمان بررسی هزینه های جاری شهرداری برای سال ۱۴۰۰ تنها موضوعی که موجب افزایش هزینه های جاری شهرداری کرج شد موضوع ابلاغیه دولت در خصوص افزایش حقوق و دستمزد بود که تمام موارد به صورت انقباضی دیده شده است.

در حوزه توسعه شهری، نگاه بودجه دقیقاً بر مبنای برنامه راهبردی پنج ساله پیش بینی شده است که در این راستا هشت چشم انداز در حوزه های مختلف مصوب شده است.

در آستانه بهار؛

دیوارهای شهر نقاشی می‌شوند

رئیس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری کرج از اجرای نقاشی دیواری با مفاهیم استقبال از بهار در قالب طرح‌های اسلیمی و تذهیبی در سطح شهر خبر داد.

به گزارش پیام آشنا، پیمان بضاعتی پور با اشاره به وجود برخی دیوارهای قدیمی بدمنظر در معابر شهری و لزوم ساماندهی و زیباسازی این دیوارها، گفت: هم‌زمان با اجرای طرح‌های زیباسازی شهر در طرح استقبال از بهار دیوارهای بدمنظر شهر نقاشی و زیباسازی می‌شوند.

وی از به‌کارگیری ظرفیت هنرمندان تجسمی در توسعه و زیباسازی شهر خبر داد و افزود: طرح‌ها بکار گرفته‌شده در نقاشی دیواری پس از ارزیابی و تصویب در کمیته داوری و گرافیک و اداره هنرهای شهری بر روی دیوارهای شهر نقش بسته است.

رئیس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهر شهرداری کرج بابیان اینکه در طرح‌های مرتبط با زیباسازی شهر در آستانه سال نو به موضوع رنگ توجه ویژه‌ای شده است، افزود: رنگ به‌عنوان یکی از عناصر تلطیف کننده محیط می‌تواند تأثیرات بسیاری در هویت بخشی و خوانایی محیط به وجود آورد و شهر با رنگ می‌تواند زیباتر شود و با توجه به شیوع بیماری کرونا تلاش می‌کنیم از طرح‌ها و رنگ‌های امیدبخش که سبب تقویت روحیه شهروندان شود، استفاده کنیم.

بضاعتی پور به اجرای طرح رنگ‌آمیزی کافوهای مخابرات در محور پیاده راه رجایی شهر باهدف ایجاد زیبایی بصری اشاره کرد و افزود: با به‌کارگیری ظرفیت هنرمندان رشته‌های طراحی و گرافیک این کافوها با استفاده از رنگ‌های چشم‌نواز و طرح‌های زیبا، مانند کتابخانه و منظره به تابلوهای زیبای نقاشی تبدیل شده‌اند.

وی توضیح داد: محدوده بلوار حدادی، بلوار درختی و عظیمیه ازجمله مکان‌های اجرایی نقاشی است که بدون وقفه و با تلاش هنرمندان در حال تکمیل شدن است.

رئیس سازمان سیما، منظر و فضای سبز شهری شهرداری کرج در خصوص نصب المان‌های شهری و آثار تجسمی، گفت: مقرر شد تا اوایل سال آینده ۱۰ اثر نصب شود که در حال حاضر چهار اثر نصب و چهار اثر دیگر تا پایان سال و دو اثر نیز در فروردین‌ماه نصب می‌شود که با استقبال مناسب شهروندان مواجه شده و نشانگر این است که شهروندان به آثار هنری واکنش مثبتی نشان می‌دهند.

بضاعتی پور به اشاره به تدارک معاونت زیباسازی و اداره هنرهای شهری این سازمان برای بهبود سیما و منظر شهر در آستانه سال جدید افزود: فضاسازی سیمای شهر با محوریت بهار، نصب نمادهای نوروزی، زیبایی و طراوت بخشیدن به فضاهای عمومی و بوستان‌های محلی، بهسازی آب‌نماها، حذف زوائد بصری، مرتب‌سازی تابلوها، پاکسازی استخرهای ذخیره آب از اهم فعالیت‌ها در طرح استقبال از بهار است.

بازار روزها در کرج به صورت ویژه پاک‌سازی می‌شوند

رئیس سازمان ساماندهی مشاغل و فرآورده های کشاورزی شهرداری کرج با اشاره به تشکیل ستاد استقبال از بهار ۱۴۰۰ در این سازمان، گفت: بازار روزها در کرج به صورت ویژه پاکسازی می‌شوند.

به گزارش پیام آشنا، احمد خیری اظهار کرد: با عنایت به ضرورت پیش بینی تمهیدات لازم، ضمن تشکیل ستاد در سازمان نسبت به پیگیری ارتقای سطح فعالیت‌های خدماتی و عمرانی در مجموعه های تحت پوشش به استقبال از بهار و نوروز ۱۴۰۰ خواهیم رفت.

وی با تاکید بر هماهنگی و ارتباط موثر بین بخش‌های مختلف این کمیته در آماده سازی هرچه بهتر برنامه های سازمان برای استقبال از بهار، گفت: از جمله اهداف مهم تشکیل این کمیته؛ زیباسازی، بهسازی و پاکسازی ویژه بازارهای روز، بازیرپایی فضای سبز محوطه‌ها و همچنین برپایی سفره‌های هفت سین، آذین بندی و نصب بنرهای تبریک سال نو و بازنشر شعارهای ستاد ملی کرونا برای ایجاد نشاط و شادابی و حفظ سلامت شهروندان است.

رئیس سازمان ساماندهی مشاغل شهری با بیان اینکه هدف از این اقدامات جلب رضایت مردمی است، افزود: جلسات هماهنگی به صورت هفتگی تا پایان اسفند ماه برگزار خواهد شد.خ

خیری ادامه داد: هنرمندان و صاحبان نظر و ایده نیز می‌توانند پیشنهادات و طرح‌های خود را در خصوص فعالیت‌ها و اقدامات مناسب برای استقبال از نوروز قرن جدید با به اداره ارتباطات سازمان ارائه دهند.

گرمخانه ها پایش سلامت ندارند

مدیرعامل سازمان رفاه خدمات و مشارکت های اجتماعی شهرداری تهران گفت: بر اساس اطلاعات موجود تنها ۶۰ تا ۸۰ درصد زنان و مردان مراجعه کننده به گرمخانه های شهرداری تهران اعتیاد دارند و مابقی آنها تنها به علت بی سرپناهی به آنجا مراجعه می کنند. این در حالیست که پایش سلامتی هم در گرمخانه ها صورت نمی گیرد و اطلاعات فقط بر اساس خوداظهاری هاست.

به گزارش پیام آشنا به نقل از ایسنا، مالک حسینی با بیان اینکه اسلوب در گرمخانه ها کرونای فراگیر نداشتیم، گفت: اسلوب یا یک برنامه ریزی مناسب از نظر بهداشتی کرونا کنترل شد. بعد از شیوع کرونا در گرمخانه ها ماسک توزیع شد و روزانه ۳ مرتبه سطوح ضدعفونی می شود.

حسینی با بیان اینکه همه زنان و مردان مراجعه کننده به گرمخانه اعتیاد ندارند، عنوان کرد: ۶۰ درصد از زنان و حدود ۸۰ درصد مردان مراجعه کننده به گرمخانه ها اعتیاد دارند.

او تعداد گرمخانه های تهران را ۲۰ باب عنوان کرد و گفت: از این میزان ۴ باب برای زنان و ۱۶ باب برای مردان است. طی ۲ سال گذشته به هیچ عنوان با مشکل کمبود فضا مواجه نبودیم و ۲۰ درصد ظرفیت خالی نیز داشتیم.

حسینی درباره برنامه پایش بیماری در گرمخانه ها گفت: امکان پایش در گرمخانه ها وجود ندارد، پرونده های مددکاری براساس خوداظهاری آن ها تنظیم می شود. اگر موردی مشاهده شود و یا داوطلبانه مشخص شود بیماری خاصی وجود دارد از اورژانس کمک می خواهیم و یا به پزشکان گرمخانه که به صورت دوره ای با مراکز کلامی کنند، ارجاع می دهیم

او از اجرای طرح پایش سلامت زنان در مرکز شوش خبر داد و گفت: این ساختمان مشترکا کاربری مددسرا و مرکز جامع کاهش آسیب زنان را دارد و بعضا در این مرکز پایش سلامت انجام می شود اما مساله این است که امکان اجرای مستمر این پایش وجود ندارد و مراجعان حضور مداوم در گرمخانه ها ندارند. مدیرعامل سازمان رفاه خدمات و مشارکت های اجتماعی شهرداری تهران گفت: در اداره گرمخانه ها شعار این است که کسی در تهران از بی سر پناهی درمعرض خطر جانی قرار نگیرد، چه از حیث سرما و چه از حیث تغذیه و مسائلی از این دست. یعنی درواقع کسی را نداشتن و بدون پشتوانه بودن را در تهران احساس نکند. در حال حاضر نیزهر فردی داوطلب حضور در گرمخانه ها باشد بدون محدودیت می تواند در آنجا بماند، گرمخانه ها شبانه روزی شده است و سه وعده خدمات تغذیه ای و پوشاک ارائه می شود.

او همچنین از اجرای طرح بهداشت و درمان در غالب کمک خیرین خبرداد و گفت: مشکلات دهان و دندان یکی از مشکلات زنان معتاد است. با توجه به اینکه زیبایی برای زنان مهم است، شهرداری تهران از طریق خیرین کلرهای درمانی آنها را پیگیری می کند. بر اساس گزارش سایت شهر، او درباره مشاهداتش از احوالات مراجعه کنندگان به گرمخانه ها توضیح داد: بیش از ۴۰ درصد زنانی که در گرمخانه ها حضور دارند اصلا اعتیاد ندارند و خیلی از آن ها انسان های شریفی هستند که بی سرپناه مانده اند. به طورمثال اگر کسی خانواده نداشته باشد و یا فرض بر این باشد که با همسرش مشکلی پیدا کند و اصالتا تهرانی نباشد این فرد اگر شب بیرون بماند، بی خانمان تلقی می شود. این فرد یک شب بدون سرپناه بماند با مشکلات بسیاری روبه رو می شود ما از این دست افراد، تعداد قابل ملاحظه ای داریم کسانی که آبرودارهستند و بنا بر جبر زمانه بی خانمان شدند. لذا اینگونه تصور نکنیم افرادی که وارد گرمخانه ها می شوند بزهکار هستند.

گزارش

مالیات بر ملّاکی یا ملک‌بازی؟

به گزارش پیام آشنا به نقل از دنیای اقتصاد، نمایندگان مجلس باز هم بدون توجه به مالیات اصلی و فراگیر برای توقف جریان سوداگری مسکن، سراغ یکی دیگر از مالیات‌های فرعی رفتند و این بار طرح «مالیات بر عایدی سرمایه» را در دستور کار گذاشتند. حرکت جدید، سومین قلق‌گیری نامرتب طراحان مالیاتی محسوب می‌شود که تقریبا غیرممکن است به «هدف» اصابت کند. بررسی‌ها نشان می‌دهد کاربرد «مالیات بر عایدی سرمایه» در بازار مسکن برای مهار دست‌های از خریداران غیرمصرفی (مستغلات‌ها) است که در دوره التهاب قیمت توام با رونق معاملات، موج‌سواری می‌کنند. این گروه یعنی ملک‌بازها در کوتاه‌مدت اقدام به خرید و سپس فروش می‌کنند تا از عایدی جهش قیمت نفع ببرند. اما ملک‌بازها در رکود فعلی اقلیت در حال حذف هستند در حال حاضر مساله اصلی بازار مسکن، «احتکار سنگین آپارتمان‌های خریداری‌شده توسط ملاکان» با هدف سرمایه‌گذاری بلندمدت است. خاتمه سریع و اصولی این وضعیت در گرو «مالیات سالانه بر املاک» است. این مالیات نیز در دنیا جواب داده است. طرح مجلس، زمین، خودرو، ارز و طلا را نیز دربرمی‌گیرد.

نمایندگان مجلس بعد از شلیک دو تیر خطا به بازار سفته‌بازی املاک، سرانجام با طراحی نسخه مالیاتی برای دریافت از مالکان در زمان نقل‌وانتقال پنج گروه از دارایی‌ها، زمینه رفع انجماد از بازارهای غیرمولد اقتصادی را فراهم کردند. به گزارش «دنیای اقتصاد»، به تازگی اعضای کمیسیون اقتصادی مجلس سازوکار دریافت مالیات عایدی سرمایه از دارندگان ملک (زمین و مسکن) و همچنین طلا، ارز و خودرو را تصویب کردند که این طرح هم‌اکنون در نوبت بررسی در صحن مجلس قرار گرفته است.

این ۵ بازار، دارایی‌هایی هستند که هم‌اکنون عمده نقدینگی و سرمایه‌های در اختیار اشخاص حقیقی و حقوقی را در خود حبس کرده و منجر به افزایش حجم دارایی‌های غیرمولد شده‌اند. اگرچه زمین‌هایی که در هر سال از سوی سازندها خریداری شده و برای احداث پروژه‌های ساختمانی مورداستفاده قرار می‌گیرند دارایی مولد محسوب می‌شوند اما از آنجا که دست‌کم طی دو سال اخیر بازار معاملات زمین و ملک کلنگی به پناهگاه‌امن سرمایه‌گذاران و سفته‌بازان تبدیل شده است، این بازار نیز به فهرست بازارهای غیرمولد اضافه شده است.

مجلس پیش از این برای رفع انجماد از دارایی‌های ملکی، دو تیر خطا به سمت بازار سفته‌بازی ملک در قالب تصویب طرح دریافت مالیات از خانه‌های خالی و همچنین دریافت مالیات از املاک سوپرلوکس شلیک کرده بود. هر چند این دو مالیات نیز در برخی کشورها بعضا مورد استفاده قرار می‌گیرند اما دریافت هر کدام از آنها در دهه‌های سوم و چهارم تدابیر مالیاتی برای رفع انجماد از بازار مسکن، مورد توجه قرار دارد. در واقع واکسن اثربخش برای کرونا که دارایی‌های ملکی منجمد به بازار مسکن، ابتدا دریافت مالیات سالانه از همه املاک مسکونی متناسب با ارزش آنها و سپس دریافت مالیات عایدی سرمایه از ملک بازار است. هنوز واکسن مؤثر مالیاتی برای رفع انجماد از دارایی‌های ملکی احتکار شده در بازار مسکن یعنی دریافت مالیات سالانه از املاک مسکونی صورت نشده وجود توجه قرار نگرفته است اما نمایندگان مجلس در حرکت تازه خود، واکسن درجه دوی مقابله با سفته‌بازی در بازار ملک هنوز عمده‌ترین مالیات عایدی سرمایه متناسب با طول دوره نگهداری از واحد مسکونی خریداری شده را در نوبت تصویب در صحن مجلس قرار داده‌اند.

این مالیات برملک بازها(موج‌سواران) اثر دارد در حالی که عمده انجماد ملکی توسط مالکان (خرید به‌قصد سود گیری بلندمدت) صورت گرفته است.

اگر چه مالیات خانه‌های خالی یکی از انواع مالیات‌های ملکی در دنیا محسوب می‌شود که در قوانین مالیاتی ایران نیز مصوب شده است اما این مالیات دست‌کم دربردارنده دو ایراد مهم است. مهم‌ترین اشکال به‌کارگیری این روش مالیاتی در مقطع زمانی فعلی آن است که این نوع مالیات در ردیف چهارم مالیات‌های ملکی به لحاظ میزان اثربخشی در کنترل سفته‌بازی و سوداگری و احتکار مسکن قرار دارد. نتایج مطالعات جهانی که اخیرا از سوی مرکز مطالعات شهرداری تهران منتشر شده است نشان می‌دهد دولت‌ها در دنیا برای تنظیم مالیات بر مسکن به ترتیب از چهار روش دریافت مالیات سالانه از املاک مسکونی، دریافت مالیات عایدی سرمایه، دریافت مالیات از معاملات مکرر مسکن و در وهله چهارم دریافت مالیات از خانه‌های خالی استفاده می‌کنند. در واقع این مالیات به لحاظ اهمیت و اثربخشی در مرتبه چهارم و بعد از سه شکل دیگر مالیات‌های ملکی قرار دارد.

از سوی دیگر، دولت‌ها زمانی دریافت این مالیات را موثر می‌دانند که سامانه دقیقی برای شناسایی این املاک و صحت و سقم خالی بودن یا نبودن آنها در دسترس باشد. در واقع دولت‌ها زمانی دریافت این مالیات را درست می‌دانند که سامانه شناسایی موثر و بدون خطای مالک و ملک را در اختیار داشته باشند.

با این حال، بعد از تصویب مالیات خانه‌های خالی و مالیات خانه‌های لوکس، هم‌اکنون طرح کمیسیون اقتصادی مجلس برای دریافت مالیات بر عایدی سرمایه در ۵ گروه دارایی‌ها از جمله زمین و مسکن، تهیه شده است. هر چند این مالیات، بازهم اصلی مقابله با سفته‌بازی در بازار مسکن از مسیر دریافت مالیات یعنی دریافت مالیات سالانه از املاک مسکونی نیست اما به لحاظ اثربخشی در درجه دوم تدابیر مالیاتی برای افزایش عرضه ملک به بازار و تنظیم آن قرار دارد. مالیات بر عایدی سرمایه یک مالیات فرعی محسوب می‌شود.

بررسی‌ها نشان می‌دهد در دو سال و نیم اخیر در تهران ودست‌کم در یک‌سال اخیر در سایر شهرها بیش از ۵۰ درصد از معاملات خرید مسکن از سوی متقاضیان غیرمصرفی شامل سرمایه‌گذاران و سفته‌بازان ملکی انجام شده است. از آنجا که در دوره نوسان بازارهای اقتصادی و از جمله نوسان و جهش قیمتی در بازار مسکن و زمین، نه تنها این بازار به‌عنوان یک پناهگاه امن و بدون ریسک برای سرمایه‌دارانِ شاخته شده بلکه صفر بودن هزینه سرمایه‌گذاری در این بازار در نبود مالیات‌های موثر و در واقع در حیاط خلوت مالیاتی باعث شد عمده معاملات خرید مسکن در این بازار از سوی گروه سفته‌باز و سرمایه‌گذار صورت بگیرد. در شرایطی که به‌دلیل جهش مکرر قیمت مسکن در این بازار ناشی از فعالیت سفته‌بازان و سرمایه‌گذاران ملکی، تقاضای مصرفی به اجبار از این بازار رانده شده و توان خرید نداشتند.

با این حال، با طرحی که هم‌اکنون برای دریافت مالیات عایدی سرمایه در کمیسیون اقتصادی مجلس مصوب شده و در نوبت بررسی در صحن قرار گرفته است (طرحی که از حدود دو سال قبل از سوی دولت ومجلس مطرح شد)، دارایی‌های یادشده، بازهم به‌عنوان مالیات عایدی سرمایه از گروهی از ملاکان بازارهای ملک، خودرو، طلا و سکه دریافت شود. مطابق با تعریف این طرح عایدی سرمایه عبارت است از مازاد قیمت زمان انتقال یا فروش دارایی نسبت به زمان خرید یا تملک آن. یک اشکال مهم که از سوی کارشناسان به این طرح وارد است بی‌توجهی به موضوع تورم عمومی در تعریف عایدی سرمایه است. از آنجا که هر سال تورم عمومی شامل تغییر در نرخ دارایی‌های مذکور شاسانان معتقدند لازم است عایدی سرمایه پس از کسر تورم عمومی مورد محاسبه قرار بگیرد تا نرخی عادلانه باشد.

براساس سازوکار تعیین شده در این طرح، برخی موارد به‌عنوان موارد معافیت ملاکان از پرداخت مالیات بر عایدی سرمایه در طرح نمایندگان تعیین شده است. درخصوص مالیات عایدی سرمایه از مالکان مسکن به‌عنوان مثال تنها واحد مسکونی تحت تملک اشخاص بالای ۱۸ سال که بیش از یک‌سال در تملک آنها باشد از پرداخت مالیات بر عایدی سرمایه معاف است. همچنین اولین نقل‌وانتقال املاک نوساز پس از دریافت گواهی پایان کار و اتمام عملیات ساختمانی، اولین انتقال املاک نیمه‌ساخته مشمول مالیات موضوع ماده ۷۷ قانون مالیات‌های مستقیم، انتقال بافات و زمین‌های زراعی خارج از حریم شهری، انتقال بلاعوض دارایی‌ها به اقوام درجه اول شامل والدین، همسر دائم و فرزندان دارای ۱۸ سال، انتقال ترکه به‌صورت ارث یا وصیت، انتقال به منظور وقف یا تایید سازمان اوقاف و امور خیریه، انتقال قهری املاک مسکونی و... از پرداخت این مالیات معاف هستند. در مورد مالیات بر عایدی سرمایه خودرو، در صورتی که وسیله نقلیه موتوری مورد معامله، تنها وسیله نقلیه موتوری تحت تملک اشخاص حقیقی بالای ۱۸ سال باشد و بیش از یک‌سال در تملک وی باشد از مالیات معاف است.

شرکتی که حقوق کارکنانش بیشتر است

برخی شرکت های خارجی توانستند از طریق پیله‌دسازی فرهنگ سازمانی مبتنی بر تناسب حداکثری شغل با توانایی ها و مهارت‌های فردی، تمرکز ویژه بر ترویج شادکاری و افزایش بهروری از طریق ارائه مشوق‌های شادی‌آور به کارکنان، توجه ویژه به سلامت و رفاه کارکنان، یکسان دیدن کارکنان و مدیران در زمان پرداخت حقوق و مزایا، آزادی عمل در مورد مرخصی رفتن کارکنان، توجه به علایق خاص مشتریانشان، به چالش کشیدن و برانگیختن توانایی‌های کارکنان، محرز قرار دادن رعایت اصول اخلاقی همیشه و همه جا، برگزاری جشن‌های کاری متعدد، ایجاد حس ملاکیت در میان کارکنان، تقویت حس مربیگری کارکنان، هویت بخشی به کارکنان و محصولات و استقبال از انتقادات و مخالفت‌های کارکنان و مشتریان به موفقیت‌های بسیاری دست پیدا کنند. در این مطلب به فرهنگ سازمانی در شرکت استراتیکر (Stryker) اشاره خواهد شد که فرهنگ سازمانی موفقی را از طریق پرداخت حقوق بالاتر به کارکنان نسبت به مدیران شکل داده است. شرکت استراتیکر یک شرکت ۲ میلیارد دلاری تولیدکننده لوازم و تجهیزات پزشکی است که بیش از ۴۰ سال است در صنعت تولید و فروش تجهیزات پزشکی و امکانات اتاق‌های عمل فعالیت می‌کند و بیش از ۴۰ هزار کارمند در کشورهای مختلف برای این شرکت کار می‌کنند. آنچه شرکت استراتیکر را از بسیاری جهات نسبت به سایر شرکت‌های فعال در صنعت تجهیزات پزشکی و بیمارستانی متمایز کرده است نه محصولات این شرکت که بلکه دامنه گسترده پرداخت‌ها در این شرکت است که به شکل جالبی اجرامی‌شود. در این شرکت اگر یک فروشنده باشید، می‌توانید در هر سال بین ۴۰ هزار تا ۲۵۰ هزار دلار درآمد داشته باشید که ۴۰ هزار دلار حقوق سالانه برای فروشندههای درجه پایین و ۲۵۰ هزار دلار حقوق سالانه برای فروشندههای برتر و بسیار موفق در نظر گرفته شده است حال آنکه اگر شما به‌عنوان یک مدیر چه مدیر میانی و چه مدیر ارشد در شرکت استراتیکر مشغول فعالیت باشید در هر سال حقوقی بین ۱۰۰ هزار دلار (برای مدیران تازه‌وارد) و ۲۰۰ هزار دلار (برای مدیران مجرب) دریافت می‌کنید. یعنی اینکه حداکثر حقوق و مزایایی که مدیران شرکت دریافت می‌کنند از حداکثر حقوق و مزایای فروشنده‌های این شرکت کمتر است. البته مدیران عالی شرکت استراتیکر برای این استراتژی خود دلایل گوناگونی دارند از جمله اینکه معتقدند عامل اصلی موفقیت شرکت در میدان رقابت نه گماردن مدیران درجه یک و فوق‌العاده بلکه جذب و بقای کارکنان و فروشندگان زبده و درجه یک است و اینکه پرداخت حقوق‌هایی بیشتر از حقوق مدیران به کارکنان سبب‌شده بر انگیزه کارکنان برای ارائه بهترین عملکرد ممکن و ماندن در پست کارمندی یا فروشندگی تاثیرگذار بوده است. ناگفته پیداست که در این شرکت، کمتر کسی حاضر می‌شود فرصت کسب درآمد بیشتر و ارائه عملکرد درخشان‌تر را به‌خاطر تلاش برای ارتقا پیدا کردن به مقام مدیریت، از دست بدهد. در واقع مدیران تصمیم‌گیر در شرکت استراتیکر به درستی دریافته‌اند که بهترین و زبده‌ترین افراد شرکت را باید در پست‌هایی به‌کار گرفت که بیشترین تماس و ارتباط با مشتریان دارند و موفقیت شر