صاحب امتیاز:
موسسه فرهنگی هنری خراسان
مدیرمسئول:
محمد سعید احدیان
سردبیر:
سیدعلی علوی

دفترمرکزی: **مشهد، بلوار شهید صادقی**
صندوق پستی: **۵۱۱ - ۹۱۷۳۵**
تلفن: **۳۷۶۳۴۰۰۰ - ۰۵۱**
نمابردبیرخانه: **۰۵۱۳۷۶۲۴۳۹۵**
پذیرش آگهی و اشتراک: **۳۷۰۱۰ - ۰۵۱**
پیامک: **۲۰۰۰۹۹۹**
چاپ مشهد: شهرچاپ خراسان
روابط عمومی: **۳۷۰۰۹۱۱۱ - ۰۵۱**
نمابرتحریریه: **۳۷۶۲۶۵۰۱ - ۰۵۱**

یک لقمه نون حلال *

احکام خرید نسیه

خرید نسیه نوعی خرید و معامله است که در آن، خریدار وجه نقد را به صورت کامل در هنگام معامله پرداخت نمی کند و تا زمانی که تاریخی که مشخص کرده است فرا نرسد ملزم به پرداخت وجه کالای خریداری شده ، نیست؛ هر چند فروشنده بهای کالا را مطالبه کند. در خرید نسیه چندین نکته مهم وجود دارد که ممکن است گاهی درآمد حاصله را حرام یا مکروه کند. یکی از مهم ترین ارکان این نوع خرید تعیین و ثبت زمان پرداخت بدهی است و چنان چه در معامله مدت داری این زمان تعیین نشده باشد، معامله باطل است. دومین نکته به سودای سود اندوزی فروشنده مربوط است. به این معنا که در برابر تاخیر و دیرکرد پرداخت بها، نمی توان چیزی اضافه بر قیمت نقدی دریافت کرد یا قیمت نسیه را برای مدت آن بالا برد، خواه معامله به عنوان خرید یا به عنوان صلح انجام شود. اما عکس آن جایز است یعنی فروشنده با رضایت طرف مقابل معامله مدت دار را به معامله نقدی تبدیل و قیمت آن را کمتر کند که به آن معامله صلح گویند. مثلا اگر شخص کالایی را به صورت نسیه ۱۰۰ هزار تومان فروخته است، می تواند با رضایت طرف دیگر به معامله نقدی با قیمت ۸۰ هزار تومان تبدیل کند.اگر خرید مجدد به صورت بیع شرطی باشد به این ترتیب که در معامله اول، فروشنده در معامله با مشتری شرط کرده باشد که بعد از خرید، آن را به او بفروشد،یا مشتری چنین شرطی کرده باشد، بنا به احوط صحیح نیست و اگر این معامله برای خلاصی از ربا باشد، مطلقا صحیح نیست. (امام خمینی، تحریر الوسیله،ج۱)

برگرفته از کتاب آموزه های پیشرفت و رونق در کسب و تجارت
غلامرضا حسن پور اشکذری

همراه با کارآفرینان *

همراه با سازنده بزرگ‌ترین پروژه های ساخت و ساز

سمیه محمدنیا حنایی
روزنامه نگار

امروز پای صحبت های مردی می نشینیم که بیشتر عمرش را در پای ساختمان گذاشته است. در بیشتر پروژه هایش مانند همان اولین پروژه ای که انجام داد، خودش پای کار می ایستد و صفر تا صد ساخت را شخصا بررسی می کند. مهندس کارآفرین این هفته ما درست زمانی که می توانست یک بساز و بفروش تمام عیار شود و سود کلانی را به جیب بزند، به فکر اعتلای ایران عزیزش بود. شاید همین احساس وطن پرستی شدید او باعث شد که هر چند گاهی یک نفره ، اما برای رشد و گسترش ایران تلاش کند. مدیر مجری پروژه های ملی امروز مهمان کارآفرین ماست.

محمد رضا اصغر پور در یکی از شهرستان های تابع بابل در استان مازندران در سال ۱۳۲۰ به دنیا آمد. خانه محمدرضا در یکی از محله های قدیمی مراد بیک بود. سال های کودکی محمدرضا مانند بسیاری از هم سن و سالانش گذشت. او در مدرسه بچه ای منظم نبود و به قول یکی از معلمانش کمتر پیش می آمد که با دفتر و کتاب به کلاس درس بیاید. اما هوش و استعداد محمدرضا باعث شده بود معلم ها کم کم به این رفتار او واکنشی نشان ندهند. محمدرضا تا مقطع دیپلم شاگرد اول مدرسه بود. سال آخر تحصیلاتش را در تهران گذراند و توانست در همان سال در دانشکده فنی دانشگاه تهران و در رشته راه و ساختمان قبول شود. او مدرک کارشناسی و کارشناسی ارشدش را در طول ۵ سال گرفت و یکی از گزینه های بورسیه شدن برای دانشگاه های برتر دنیا از جمله دانشگاه ایالات متحده شد. اما مسئله خدمت سربازی اش مانع از آن شد که مهندس جوان به دکتری فکر کند. بنابراین محمدرضا بعد از فراغت از تحصیل وارد بازار کار شد تا بتواند هر آن چه را آموخته است به خوبی به کار ببندد. مهندس از اولین پروژه اش این گونه یاد می کند:« اولین کار فنی‌ام، لوله‌کشی آب در بابل بود. ۲۴ ساله بودم که رئیس کارگاه لوله‌کشی آب بابل شدم. یک روز پیش آقای امام علی حبیبی (قهرمان کشتی جهان و نماینده وقت مردم بابل) رفتم و از شرایط ناهنجار آب شُرب بابل برایش صحبت کردم. ایشان هم طی پیگیری هایی که کرد موفّق به جذب اعتبار شد. من در سال ۱۳۴۵ظرف ۶ ماه، تمام لوله‌کشی‌های شهر را انجام دادم و دو منبع بتنی هوایی ۱۰۰۰ مترمکعبی در جاده قدیم آمل و جاده قدیم قائمشهر (کیاکلا) ساختم.» توفیق مهندس جوان در این کار باعث شد که پروژه های بزرگ دیگری به او پیشنهاد شود. برای همین به تبریز مراجعه و کارگاهش را در آن جا تاسیس کرد یکی از پروژه های بزرگ او مرکز تلویزیون تبریز بود. بازار پروژه های محمدرضا اصغرپور خیلی خوب بود تا این که در سال ۱۳۵۴ تصمیم گرفت در یک همکاری با متخصصان و تکنیسین ها شرکت ساخت و ساز ساسوله را بنیان گذاری کند. این موضوع زمانی اتفاق افتاد که اصغرپور تازه ۳۴ ساله شده بود. شرکت ساسوله اصغرپور با آن که با زمان های پر فراز و نشیبی چون وقوع انقلاب و بروز جنگ تحمیلی دست و پنجه نرم کرده اما توانسته است تا به حال کارنامه قابل قبولی را از خود به نمایش بگذارد.کارنامه ای که در آن ۶۵ پروژه کوچک و بزرگ به سرانجام رسیده دارد. در این کارنامه شما می توانید مواردی چون: ساختمان مراکز تحقیقات انتقال خون ایران (تهران)، دانشکده کامپیوتر و نفت دانشگاه صنعتی شریف، ساختمان اجلاس سران سعدآباد، مرکز مرغ لاین و اجداد بابلکنار، انبار هفتگانه جزیره کیش، مرکز تلویزیون تبریز، مراکز مخابرات در شهرهای تبریز، مرند، بُناب، سردرود، عجب‌شیر، اهر، مشکین‌شهر، هشترود و آذرشهر، بیمارستان ها در شهرهای تبریز (اتکو و فرمانفرمایان)، مریوان، دهلران، درّه‌شهر و اهواز و (۳۲۰ تختخوابی) بابل، آشیانه‌های هواپیماهای فانتوم تهران، خوابگاه ورزشی تبریز، انبار گمرک جلفا، ساختمان بنادر کشتیرانی نوشهر، سالن های ورزشی در شهرهای گنبد، ساری، اردبیل و مراغه، انبارهای ۲۰ هزار تنی بیجار، ساختمان داروسازی تبریز، انبارهای شرکت تعاونی در ۵۳ شهر ایران، ساختمان اصلی مرکز تولید رادیو ایران (جام‌جم)، مراکز تحقیقات و پژوهش های توانیر، انبار تعاونی شهرستان بابل و ده ها پروژه مسکونی و اداری و تجاری دیگر را ببینید.

مهندس اصغرپور را می توان نماد یک کارآفرین دغدغه مند نیز دانست. توجه زیاد ایشان به فرهنگ مازنی (مازندرانی) در قالب احداث موزه مردم شناسی مازندران، ساخت و اهدای مدرسه کشتی و راه اندازی شیوه ای برای اعطای نشان پورنگ به دانش آموزان مستعد بابلی را می توان به عنوان نمونه هایی از آن مثال زد.

کانال های ارتباطی با هفته نامه دخل و خرج
@dakhlokharjweekly
t.me/dakhlookharj weekly
تلفن: ۰۹۰۱۸۳۷۴۷۱۰
یوزرنیم: khorasan_content

حرف‌های مردم

از عیدی ها چه خبر؟

دولت هفته قبل از آغاز دهه فجر اعلام کرد که عیدی مستمری بگیران و بازنشسته ها را در ایام ا... دهه فجر واریز خواهد کرد. بازارها به این خبر واکنش نشان دادند و اقلام شب عیدی بالا رفت اما خبری از پرداخت ها نبود! اگر واقعا هنوز تامین بودجه صورت نگرفته است پس چرا این خبرها را می دهید و به تورم دامن می زنید؟

رمز دوم بی مصرف!!

متاسفانه بیشتر مخاطبان مجازی بانک ها از زمانی که حرف و حدیث ها درباره رمز دوم مطرح شده، کم شده است. وقتی برای انتقال وجه بسیار ساده مجبور می شوی چندین بار صفحه را ترک کنید و منتظر رمز دوم بشوید و... و رمز نیاید و زمان تمام شود و... تازه این قسمت آسان ماجراست، فعال کردن رمز دوم هم برای خود عالمی دارد و تقریبا یک ساعت زمان می برد و بیشتر مشترکان از خیرش می گذرند . اگر زیر ساخت ها هنوز برای عملیاتی کردن این موضوع به درستی وجود ندارد چرا مردم را سر کار می گذارید؟

یارانه ها در سال جدید چند است؟

در خبرهای دو هفته قبل آمده بود که می خواهند مبلغ یارانه های نقدی را تا ۷۲ هزار تومان بالا ببرند و کلی از مزایا و معایب آن هم حرف زده بودند. خیلی ها هم نسبت به دولت خوش بین شده بودند که سرانجام دولت میزان تورم را به رسمیت شناخته است . اما دوباره خبرهایی بر سرزبان ها افتاده است که منظور از ۷۲ تومان واریزی، همان تجمیع دو یارانه دولتی که در قالب یارانه معیشتی و یارانه بنزین است! یعنی اگر تا به حال فردی چیزی حدود ۹۵ هزار تومان در ماه یارانه می گرفته است حالا ۷۲ هزار تومان خواهد گرفت؟ کدام یک از این صحبت ها درست است؟

استرس پولداری

سلام من یک بازنشسته از سازمان های دولتی هستم و بعد از ۳۰ سال خدمت بالاخره بازنشسته شده ام. بیشتر عمر اقتصادی من به حقوق همیشگی ام که بیشتر مواقع با اضافه کاری قدری زیادترش کرده ام و البته قسط وام هایی که برای خرید خانه و خودرو و همچنین سر و سامان دادن بچه هایم گذشته است. به هر حال با مبلغی که به عنوان پاداش بازنشستگی به من داده اند مانده ام چکار کنم. از طرفی از این که هر روز با تورمی که وجود دارد ارزش ذاتی پول در حال کمتر شدن است، از این که بخواهم این پول را مانند سرمایه ای در بانک نگهداری کنم، نیز نگران هستم. قبلا در روزنامه تان مطالبی درباره شیوه های سرمایه گذاری نوشته بودید؛ آیا امکانش هست دوباره پرونده هایی با همین مضمون و البته کاربردی تر و با بیان درصد ریسک سرمایه گذاری کار کنید؟

چگونگی جلب مشتری برای محصولات کسب و کارهای کوچک

چگونه تخفیف خود را داد بزنید؟

میلاد قارونی
روزنامه نگار

تخفیف خیلی هم خوب است. مشتری از آن جا که جنس یا خدمات ارزان‌تر می گیرد و هم فروشگاه و مراکز عرضه کننده خدمات که بتوانند این مشتریان را به سمت خود جلب کنند، به خوبی از این مسئله استقبال می کنند. برای مشتریان تخفیف گرفتن خیلی مهم نیست. آن‌ها به دنبال مکانی هستند که قیمت کمتری برای خرید بپردازند؛ اما تخفیف دادن خیلی مهم است. این که از چه استراتژی باید کمک بگیرید. همین طوری نمی‌توان روی هر کالایی با هر درصد دلخواهی تخفیف داد. حالا فرض کنید که قیمتی را کاهش دادید، چگونه می‌خواهید آن را به درستی اجرا کنید؟در شرکت‌های بزرگ برای مسئله تخفیف و کاهش قیمت‌ها در روزهای خاص، تیم‌های بزرگ و خاصی وجود دارد؛ اما کسب‌وکارهای کوچک که در بیشتر آن فقط خود فروشنده است، به کار بردن این استراتژی بیشتر اهمیت پیدا می کند. مسلماً چنین واحدهای صنفی کوچکی نمی‌توانند برای اجرای برنامه‌های تخفیفی دست‌به‌کارهای بزرگی بزنند. پس بهتر است از روش‌های ارزان‌تر و مؤثرتری استفاده کنند.

روش‌های زیادی وجود دارد. برخی صاحبان کسب‌وکارهای کوچک سعی می کنند تا با شرکت در دورهمی ها یا مطالعه کتاب‌های مرتبط کمی با حوزه مدیریت آشنا شوند. برخی هم فیلم آموزشی در این خصوص می‌بینند. به هرحال برای آشنا شدن با شیوه‌های تخفیف در بسته‌ای وجود ندارد و روش‌های زیادی می‌توان به کار برد؛ اما مسئله تخفیف دادن خیلی مهم‌تر از این حرف‌هاست. یک اقدام اشتباه می‌تواند نتیجه عکس در این زمینه برای شما داشته باشد. این بار برای این که بتوانیم با نکات اصلی تخفیف دادن آشنا شویم، به سراغ یکی از قوی‌ترین پلتفرم ها یا سایت‌های تخفیفی به نام تخفیفان رفتیم. احتمالاً نام خانم دانشور را به عنوان مؤسس این مجموعه موفق شنیده‌اید. همان سایتی که شما در آن می‌توانید چیزی شبیه به بن تخفیفی دریافت کنید و از فروشگاه و مراکز قرارداد کالا یا خدمات با قیمت کمتری از حد معمول تعریف آن‌ها را دریافت کنید.استفاده از این سایت هم یک نوع استراتژی است که شما می‌توانید از آن برای عرضه کردن محصولات خود با تخفیف استفاده کنید. البته ما با آقای رفائی، یکی از مدیران واحدهای این مجموعه مصاحبه کردیم. تخفیفان در بیشتر شهرها از جمله مشهد به اصطلاح فعال بوده و به مردم حداقل شهرهای بزرگ در حوزه تخفیف کمک زیادی می‌کند.

تخفیف می‌تواند مخرب باشد

تخفیف با توجه به نوع کسب‌وکار و استراتژی به کار بردن آن می‌تواند تضمین کننده رشد یا تخریب کننده باشد. تخفیف باید با شناخت درست از مشتری، جامعه هدف مشتریان و شناخت درست از محصول باشد. تخفیف چیزی نیست که آن را در یک مدت کوتاه به صورت قالب پیشنهادی عرضه کرد و بعد گفت تمام. تخفیف چیزی نیست که بتوان آن را فقط با هدف افزایش فروش به کار برد. این نوع تخفیف‌ها بدون شناخت بوده و شما صرفاً برای کسب درآمد در مدت زمان کمی اقدام به انجام این کار کرده‌اید که این می‌تواند مخرب و ضرررسان باشد.

چگونه می‌توان تخفیف خوب را شناخت؟

شناخت تخفیف خوب در قدم اول برای فروشنده اهمیت دارد تا مشتریان. این که بدانند در چه زمانی باید کاهش قیمت داشته و در چه زمانی طبق روال معمول خود پیش برود. برای صاحب یک کسب‌وکار، تخفیف خوب باید متناسب با زمان استفاده مشتری و زمان نیاز او باشد. این که بدانید چه زمانی مشتریان بیشترین خرید را داشته تا در آن موقع بتوانید با ارائه پیشنهاد تخفیف بازار به سمت خود بچرخانید. این برای آن‌هایی که با دیگران دریک نقطه رقابت دارند، یک مزیت عالی به حساب خواهد آمد. زمان تخفیف دادن را باید شناخت؛ زمانی است که مشتری بیشترین نیاز را به قیمت مناسب برای خرید دارد؛ مانند شب عید. در دیگر زمان‌ها بهتر است که روی خود مشتری و کیفیت محصولات خود تمرکز داشته باشید.

فروش را ۱۰۰ درصد بالا می‌برد؟ خیر

تخفیف به خودی خود تضمین کننده افزایش فروش نیست. حالا به غیر از شناخت زمان درست که در بالا گفته شد، این نکته را باید بدانید که تخفیف خوب می‌تواند نقش مؤثری در جذب مشتری داشته باشد و شما از طریق کاهش قیمت می‌توانید باعث افزایش آگهی مشتریان خود شوید؛ اما باید بدانید که این شیوه‌های کاهش قیمت تضمین کننده رشد کسب‌وکار نخواهد شد.

تخفیفی که فقط در جهت افزایش فروش و آن هم در کوتاه مدت باشد، می‌تواند کسب‌وکارتان را تا لبه پرتگاه پیش ببرد. باید به کیفیت خدمات یا کالا هم توجه شود تا از حد استاندارد پایین‌تر نباشد. در حقیقت باید بدانید که تخفیف خوب با ارزش خوب شناخته می‌شود. برای نمونه می‌توان یک رستوران را در نظر گرفت. یک رستوران حالا به هر دلیلی، جدید بودن یا رکود بازار، شروع به تبلیغ تخفیف گسترده می کند؛ اما از آن جا که قیمت کمتری از دید خودش می‌گیرد، کیفیت کار خود را کاهش می‌دهد. در قدم اول مشتریان وقتی تخفیفی را مشاهده می‌کنند، وارد رستوران می‌شوند؛ اما وقتی باکیفیت بد مواجه می شوند، دیگر برای میل غذا وارد آن جا نمی‌شوند. شاید در یک دوره بسیار کوتاه فروش شما را افزایش داده؛ اما نتوانسته در طولانی تضمین‌کننده افزایش فروش باشد و حتی باعث تخریب چهره برندتان هم شده است. در واقع به دنبال این باشید که با پیشنهاد تخفیف، ارزشی برای کسب‌وکار خود به وجود بیاورید.

> تخفیفی که فقط در جهت افزایش فروش و آن هم در کوتاه مدت باشد، می‌تواند کسب‌وکارتان را تا لبه پرتگاه پیش ببرد. باید به کیفیت خدمات یا کالا هم توجه شود تا از حد استاندارد پایین‌تر نباشد

فریب ندهید

تخفیف زمانی واقعی است که روی نرخ واقعی کالا باشد، نه قیمت خیالی. تخفیف ۳۰ درصدی واقعی خیلی بهتر است یک تخفیف تقلبی ۷۰ درصدی است.

مدت زمان داشته باشید

تخفیف باید طولانی مدت باشد؛ اما نه این که شما به طور مداوم روی کالا یا خدمات خاص خود قیمتی را کاهش دهید. به طور طولانی مدت یعنی این که در زمان‌هایی از سال و بر حسب نیاز مشتریان خود و شناخت بازار باید تخفیف ارائه شود؛ اما اگر به صورت دایمی روی کالایی باشد و هیچ تغییری نکند، اثر معکوسی خواهد داشت. به این صورت مشتری فکر می‌کند که قیمت واقعی آن، همان قیمت باتخفیف است. گاهی تخفیف ۱۵ روزه روی یک محصول ارزش خیلی بیشتری نسبت به تخفیف دایمی دارد.

آگاهی ایجاد کنید

تخفیف کالایی از ۱۰۰ به ۶۰ خیلی خوب است؛ اما اگر آگاهی درست به مشتری صورت نگیرد، می‌تواند اثر منفی داشته باشد. آگاهی درست یعنی این که مشتری بفهمد هدف این تخفیف چیست، نه این که صرفاً آگهی‌های کاهش قیمت را ببیند. این مسئله تا زمانی که شما شناخت درست نداشته باشید، اتفاق نخواهد افتاد.

سخن آخر

تخفیف باید به صورتی باشد که برای کسب‌وکار شما ارزش ایجاد کند. اگر به فکر ایجاد کسب‌وکار کوچک هستید، برای پیشنهاد بلند مدت نه دایمی برنامه‌ریزی کنید. به دنبال اقدامات هیجان‌انگیز موقتی نباشید. بلکه پیشنهاد شما باید در طول سال و بر حسب نیاز بازار و مشتریانتان چند بار تکرار شود.