

هر آنجه از اصول راه اندازی و اداره
همه چیز درباره

راه اندازی کسب و کار موفق از

صفر تا صد

مجموعه ای از اطلاعات مفید که جهت راه اندازی و اداره موفق تا خروج از یک کسب و کار، نیاز دارد...

با سلام :

کتاب شماره ۲۴ از **مجموعه دانش و زندگی** ، همه چیز درباره راه اندازی کسب و کار موفق از صفر تا صد
تقدیم به شما خواننده محترم. امیدوارم این کتاب برای شما مفید و کاربردی باشد.

"کتابهای الکترونیکی دانش و زندگی را به دوستانتان معرفی کنید "

مشتاقانه منتظر دریافت نظرات ، پیشنهادات و انتقادات سازنده شما عزیزان می باشم.

در وب سایت اختصاصی
دانش و زندگی کتابهای
متنوع را رایگان دانلود کنید



به جمع دوستان دانش و
نظرات و پیشنهادات
زندگی در فیسبوک



کنید

به جمع دوستان دانش
و زندگی در کلوب



بپیوندید

بپیوندید



رضا فریدون نژاد

اندیشه کسب و کار

شروع کسب و کار یکی از جالبترین عملکردهایی است که یک فرد میتواند داشته باشد. بیش از ده میلیون نفر هر ساله کسب و کاری را آغاز میکنند و در نتیجه بیش از سه میلیون کسب و کار کوچک هر ساله ایجاد میشود. کارآفرینی مزایای متعددی دارد و در نتیجه رقابت در این حیطه نیز بسیار است. درک ابعاد این رقابت و طرح کسب و کار دقیق و کارا میتواند منجر به شروع یک کسب و کار موفق شود. آیا عملکرد شما ازین مراحل تبعیت میکند؟ سعی کنید آنچه را که دیگران انجام میدهند، بررسی کنید تا به چگونگی شروع کار پی ببرید.

سنجهش میزان آمادگی برای شروع کسب و کار

با وجود اینکه کارآفرینی میتواند منجر به موفقیتهاش زیادی شود اما شما باید آماده و حاضر باشید. حتما زمانی را صرف تشخیص آمادگی خود برای شروع کسب و کار کنید.

- آیا کارآفرینی برای شما مناسب است؟
- آیا قادرید تشکیلات اقتصادی خود را کنترل کنید؟

در کسب و کار هیچ تضمین و گارانتی وجود ندارد، اما میتوانید با طرح یک نقشه مناسب و بررسی دقیق آن شانس موفقیت خود را افزایش دهید.

در ابتدا نقاط ضعف و قوت خود را به عنوان یک دارنده کسب و کار مورد ارزیابی قرار دهید. با دقت به پرسشهاش زیر توجه کنید:

آیا شما تازه کار هستید؟
البته این به خود شما بستگی دارد که چگونه پروژه های خود را ارتقا دهید، زمان را تنظیم کنید و به جزئیات توجه داشته باشید.

با شخصیتهاش متفاوت چگونه برخورد میکنید؟

صاحبان کسب و کار نیازمند توسعه روابط کاری با افراد زیادی از حمله مصرف کنندگان، کارمندان، بانکداران و افراد حرفه ای مانند وکلا، حسليبداران و مشاوران هستند. آیا شما میتوانید با یک مشتری مصر، یک فروشنده غیر قابل اعتماد و یا یک کارمند بدخلق سر و کار داشته باشید؟

چگونه تصمیم گیری انجام میدهید؟

صاحبان کسب و کار کوچک نیازمند تصمیم گیریهاش سریع و پایدار هستند.

آیا دارای استقامت روحی و جسمی کافی برای شروع و راه اندازی یک کسب و کار هستید؟
داشتن یک کسب و کار جالب و مفید اما در عین حال طاقت فرسا است. آیا میتوانید هفت روز هفته روزی دوازده ساعت فعالیت و کار داشته باشید؟

چگونه برنامه ریزی و سازماندهی میکنید؟

تحقیقات نشان میدهد که طرحهای ضعیف عامل شکست در کار میشوند. سازماندهی موثر مالی و برنامه ریزی دقیق در تولید میتواند از هرگونه ورشکستگی جلوگیری کند.

آیا گامهای شما به میزان کافی مستحکم است؟

ایجتد یک کسب و کار ممکن است شما را از لحاظ روحی خسته کند. بیشتر صاحبان کسب و کار از قبول این همه مسئولیت سنگین به سرعت خسته و دلسرب میشوند. انگیزه قوی در حفظ و بقای کار به شما کمک میکند.

کسب و کار شما چگونه بر روابط کاری شما اثر میگذارد؟

اولین سالهای شروع کسب و کار ممکن است برخانواده فشارهایی را وارد کند. این موضوع حائز اهمیت است که افراد خانواده بدانند چه انتظاری دارند و شما باید کاملا مطئن باشید که آنها در طول این زمان شما را حمایت میکنند. تا زمانیکه کسب و کار شما سود آور شود ممکن است با مشکلات مالی بسیاری مواجه شوید که چند ماه یا سال به طول انجامد. آیا شما قادرید خود را با استاندلردهای پایینتر زندگی تطبیق دهید؟

چند نکته:

- دلایل زیادی وجود دارد که نتوانید کار خود را شروع کنید، اما برای یک فرد توانمند، مزایای امتیازات داشتن یک کسب و کار به خطرات موجود در آن می ارزد :
- مدیر خود هستید.
- کار سخت و طولانی مزایایی برای شما دارد و سود آن به جای آنکه نصیب شخص دیگری شود به شما میرسد.
- بدست آوردن پول و رشد کاری بسیار لذت بخش است.
- اقدام به کار مخاطره آمیز میتواند جذاب و نیازمند جسارت بالائی باشد.
- ایجاد یک کسب و کار همیشه منجر به یادگیری میشود.

- چرا یک کسب و کار با خطر شکست مواجه است؟

موفقیت در کسب و کار هیچگاه بصورت خودبخودی ویا بر اساس شانس نیست و همانطور که گفته شد این موفقیت اصولا به سازمان دهنده و بصیرت فرد راه انداز کسب و کار بستگی دارد و تضمینی برای آن وجود ندارد.

شروع یک کسب و کار همیشه ریسک پذیر است و شانس موفقیت اندک میباشد. بنابر گزارش اداره کسب و کارهای کوچک در آمریکا (SBA) بیش از ۵۰٪ کسب و کارهای کوچک در سالهای اول با شکست مواجه شده و ۹۰٪ آنها در ۵ سال اول از بین میروند.

Michael Ames در کتاب خود به نام "کنترل کسب و کار کوچک" دلایل زیر را برای شکست این نوع کسب و کارها بیان کرده است:

۱. عدم وجود تجربه
۲. نداشتن سرمایه کافی
۳. نداشتن جایگاهی مناسب
۴. عدم وجود کنترل قوی
۵. سرمایه گذاری بیش از اندازه در دارائیهای ثابت
۶. قراردادهای اعتباری ضعیف
۷. استفاده شخصی از سرمایه های تجاری
۸. رشد بدون انتظار

Gustav Berle دو دلیل دیگر در کتاب خود بنام "کسب و کار را خود بر عهده بگیرید" به این دلایل اضافه میکند:

۱. رقابت
۲. فروش پائین

یک عامل دیگر در خصوص شکست کسب و کار:

با بیان این موارد قصد ترساندن شما را نداریم بلکه میخواهیم شما را برای مسیر پر فراز و نشیبی که در بیش دارید آماده کنیم. ناجیز پنداشتن مشکلات شروع یک کسب و کار یکی از بزرگترین موانع کارآفرینی است. در هر صورت اگر صبور باشید و به سختی کار کنید به موفقیت دست می یابید.

یافتن یک راهنمایی

هیچ گاه فکر نکنید که به تنها یکی قادرید کارها را انجام دهید. یکی از بهترین روشها برای به اصطلاح عایف بنای در برابر هر گونه شکست یک راهنمایی است. شخصی که دارای تجربیات مرتبط با کسب و کار است، میتواند شما را در این امر راهنمایی کند.

شروع کسب و کار

هر کسب و کاری نیازمند انواع مختلف امور مالی است، یک تجارت موفق از سرمایه کافی نشات می‌گیرد. در اینجا چالش‌های زیادی وجود دارد، اما منابع زیادی نیز برای کمک شما در دسترس است.

حسابداری و امور مالی کلی

هزینه‌های شروع کار

برای هزینه‌های اولیه کسب و کار خود برنامه‌ریزی کنید.

هر کسب و کار متفاوت است و دارای نقدینگی خاص خود است که در مراحل متفاوت توسعه مورد نیاز می‌شود، بنابراین هیچ روش کلی برای ارزیابی هزینه‌های شروع وجود ندارد. بعضی کسب و کارها با یک بودجه محدود نیز می‌توانند شروع شود، در حالیکه سایرین ممکن است نیازمند سرمایه‌گذاری عظیم باشد. اما نکته مهم این است که آیا شما دارای پول کافی برای شروع کار و به اصطلاح ریسک هستید.

برای شناسایی هزینه‌های شروع، باید همه هزینه‌های تجاری را در مراحل اولیه تخمین زنید. بعضی از این هزینه‌ها یک بار است، مانند هزینه ثبت شرکت و بهای خرید یک مکان. اما بعضی از هزینه‌ها بصورت مستمر است مانند بیمه، مصارف عمومی (برق و تلفن) و غیره.

با برآورد این هزینه‌ها فکر کنید که آیا ضروری هستند. یک بودجه واقعی برای شروع باید شامل عناصر می‌باشد که برای شروع کسب و کار لازم است. این هزینه‌ها به دو بخش مجزا تقسیم می‌شوند: هزینه‌های ثابت (هوایی) و متغیر (مربوط به فروش). هزینه‌های ثابت شامل مشخصه‌هایی مانند اجاره ماهانه، برق و تلفن و بیمه و هزینه‌های امور اجرایی است. هزینه‌های متغیر شامل خرید، بسته‌بندی، کمیون فروش و هزینه‌های مربوط به فروش مستقیم یک محصول است.

کارآفرین روش برای محاسبه هزینه‌های شروع استفاده از یک برگه گزارش کار است که مشخصه‌های هزینه‌های متفاوت را فهرست‌بندی کرده است.

اینکه چه مقدار هزینه لازم است، بستگی به نوع کسب و کارتان دارد. بسیاری از کسب و کارهای خانگی را می‌توان با هزینه‌ای خیلی ناچیز شروع کرد. بالطبع کسب و کارهای بزرگتر هزینه‌های بیشتری در برخواهد داشت. فکر خوبی است که یک لیست جامع از تمام هزینه‌های پیش‌بینی شده داشته باشید و سپس یک گردش وجوده برای ۱۲ ماه تهیه کنید.

مدیریت کسب و کار

موفقیت هر کسب و کار رابطه نزدیکی با چگونگی صحیح کنترل آن امور آن دارد: در واقع مدیریت صحیح کسب و کار موجب رشد آن میشود.

مدیریت کسب و کار را نباید صرفاً یک عمل آکادمیک محسوب کرد. مدیریت واقعی در بر گیرنده هدایت قوی، رفتار مثبت، دانش کسب و کار و مهارت‌های مناسب فردی است. مدیریت در حقیقت هدایت افراد، تاثیر گذاری بر کار و تصمیم‌گیری ت موقع و صحیح است و مهارت‌های مدیریتی را به مرور زمان می‌باشد کسب کرد و به بیان دیگر کسب مهارت‌های مدیریتی در واقع همانند سپرده گذاری در بانک می‌باشد.

هدایت و راهبری کسب و کار

هیچ زن و یا مردی در دنیای کسب و کار تنها نیست. در این حیطه شما نیازمند کمک افراد دیگر هستید و باید بتوانید از آنها کمک بگیرید تا بتوانید کسب و کارتان را هدایت کنید.

- راهنمایی گرفتن (Mentoring)

کارآفرینان موفق و با تجربه اغلب سوالات مشابهی را میپرسند:

چگونه کارآفرینان جدید میتوانند از تجربیات دیگران استفاده کنند؟ با راهنمایی گرفتن

واژه Mentoring میان معلمان و دانش اموزان مصطلح است و زمانی به کار می‌رود که افراد حرفه‌ای و با تجربه اطلاعاتی را به افراد کم تجربه ارنم می‌دهند.

- شبکه ارتباطی

شبکه ارتباطی یک وسیله ساده است که هر کس در دنیای کسب و کار میتواند با آن سرو کار داشته باشد. شبکه ارتباطی میتواند کارآمدترین وجه بازاریابی شما محسوب شود و در نتیجه آن علاوه بر ایجاد بازار برای شما، اطلاعات مناسبی در ارتباط با کسب و کارتان در اختیار شما قرار خواهد گرفت.

- میزگرد

میز گرد یک بحث رسمی غیر گروه میان افراد حرفه‌ای است که داوطلبانه اطلاعات و منابع را در اختیار سایرین قرار میدهند. در طول زمان روابط افراد حرفه‌ای و ماهر با یکدیگر توسعه می‌بندند و شرکت کنندگان با کسب و کارهای یکدیگر آشنای می‌شوند.

- داشتن اطلاعات به روی

عصر اطلاعات جامعه ما را تغییر داده است و اکنون در عصر اطلاعات افراد از طریق پست الکترونیک با یکدیگر ارتباط دارند و می‌توانند اخبار جدید را در دنیای تکنولوژی و بی‌سیم دنبال کنند. حققت امر این است که هر روزه اطلاعات ما را بمباران می‌کنند اما متأسفانه اغلب این اطلاعات نمی‌تواند به خط مشی کسب و کار ما کمک کند و در انجا هدایت صحیح است که ما متدها و راهکارهای خودمان را دنبال کنیم و در کنار آن دانش و اطلاعات خود را در ارتباط با کسب و کار به روز نگه داریم.

تصمیم‌گیری

یکی از بهترین تصمیم‌ها یادگیری این موضوع است که چگونه تصمیم‌گیرنده خوبی باشید. این امر نیازمند تعهد، درک و مهارت می‌باشد که بسیار ارزشمند است. آیا تصمیم‌گیرنده خوبی هستید؟

مراحل مختلف در اجتناب از اشتباهات رایج و ایجاد تصمیم‌گیری کارا را بیاموزید.

تصمیم‌گیری، تصمیم‌گیری، تصمیم‌گیری سؤال این است: آیا شما یک تصمیم‌گیر خوب هستید؟ اگر فکر می‌کنید که این چنین نیست، هیچ جای غصه نیست. تصمیم‌گیری مهارتی است که می‌توانید از دیگران بیاموزید. ارگ چه بعضی از افراد این مهارت را احتیاز از دیگران می‌آموزند، اما فرآیند آن مشابه است. دونوع تصمیم‌گیری اصلی وجود دارد: آنهایی که با استفاده از فرآیند خاص بدست می‌آید. آنهایی که تنها مانند یک رویداد است.

مراحل تصمیم‌گیری نافذ

این فرآیند در هر موقعیتی می‌تواند بکار رود بخصوص در جایی که شما نیازمند یک تصمیم‌گیری مهم هستید. اگر از مراحل اصلی تصمیم‌گیری تعیت کنید، خود را یک تصمیم‌گیرنده کارا در حرفه و زندگی شخصی خود می‌بایبد.

ناحد امکان مفاد تصمیم‌گیری خود را تعریف کنید. آیا آن واقعاً تصمیم خودتان است یا شخص دیگری؟ آیا واقعاً نیازمند به این تصمیم‌گیری هستید؟ (اگر حداقل دو تصمیم اتخاذ نکرده اید، پس هیچ تصمیم‌گیری صورت نگرفته است) چه زمانی این تصمیم‌گیری روی داده است؟ چرا تصمیم‌گیری برای شما مهم است؟ چه کسی در این تصمیم‌گیری ذینفع است؟ ارزش این تصمیم‌گیری برای شما چه میزان است؟

هر راهکاری که به ذهنتان می‌رسد را بنویسید. به تصویر کشیدن راه کارهای متفاوت مهم است. هیچ چیزی را سانسور نکنید و بگذارید که تصورات شما آزادانه ارائه شوند. مطمئن شوید که همه چیز را ذکر می‌کنید.

فکر می‌کنید که از کجا می‌توانید اطلاعات مفید بیشتری را به دست آورید. اگر با انتخابهای زیادی رویرو شوید ممکن است بخواهید اطلاعات زیادی بدست آورید. اطلاعات جدید منجر به راه کارها و انتخابهای بیشتری نیز می‌شود. کسانی که می‌توانید از آنها اطلاعات بدست آورید، دوستان، همکاران، خانواده، نمایندگیهای فدرال و ایالتی، سازمانهای حرفه‌ای، خدمات آن لاین، روزنامه‌ها، مجله‌ها، کتابها و غیره است.

انتخابهای خود را بررسی کنید. از منابع اطلاعاتی مشابه برای کسب ایده‌های خاص استفاده کنید. برای هر انتخاب معیار خاص را مشخص کنید. هر چه اطلاعات بیشتر بدست آورید، ذهنتان برای تصمیم‌گیری فعال تر خواهد شد. مطمئن شوید که همه موارد را یادداشت و بررسی مجدد می‌کنید.

• ذخیره انتخابها. اگرnon شما دارای گزینه های متفاوت هستید و زمان آن رسیده است که آنها را بررسی کنید و ببینید کدام یک از آنها برای شما کارایی دارد . در ابتداء عبارهای این انتخابها را مشخص سازید. ثانیا" به دنبال انتخابهایی باشید که این امکان را برای شما فراهم سازد تا به بیشترین معیار و امتیاز بررسید. ثالثا" انتخابهایی را که با چارچوب و معیار شما سازگاری ندارند را حذف کنید.

• نتایج هر انتخاب را به تصویر بکشید. برای هر انتخاب باقیمانده در لیستتان ، نتایج را به تصویر بکشید، بدین صورت نقاطی شما مشخص می‌گردد.

• یک بررسی واقعی انجام دهید. کدام یک از انتخابهای باقیمانده به واقعیت نزدیکتر است؟ هر چه خلاف آن را ثابت کند را حذف سازید.

• کدام گزینه با شما سازگاری دارد. گزینه ها و انتخابهای باقیمانده را بررسی کنید تا ببینید کدام یک با معیارهای شما سازگاری دارد. اینها تصمیمات کارایی شما هستند. اگر نسبت به تصمیمی که اتخاذ کرده اید خشنود هستید اما احساس می‌کنید که با اهداف شما سازگاری ندارند ، بدانید که تصمیم صحیحی نگرفته اید. به عبارت دیگر از این گزینه و انتخاب راضی نیستید ، اما نسبت به نتیجه آن حساس هستید. این انتخاب برای شما کارساز نخواهد بود.

• شروع کنید. زمانی که تصمیمی را اتخاذ می‌کنید، آن را عملی سازید. اگر بخواهید نسبت به آن احساس خوشایندی نداشته باشید موجب اندوه و ناراحتی می‌شود. بهترین کار را در زمان حال انجام دهید. همیشه این فرصت را دارید که ذهن خود را در آینده تغییر دهید.

اشتباهات متداول در تصمیم گیری

از آنجا که دوست داریم باور کیم که هیچگونه پیش‌داوری نداریم ، اما حقیقت این است که هر کس این مشخصه را دارد. هر چه از خودتان و کارهایتان بیشتر آگاهی داشته باشید ، بهتر می‌توانید عمل کنید. دلیل اصلی اینکه هر کس روش و دیدگاه خاص خود را دارد این است که مغز به سادگی نمی‌تواند متوجه هر چیزی شود ، حداقل سطح کنگناکوی هر کس متفاوت است.

آیا تاکنون سعی کرده‌اید ۱۰ چیز جدید را با هم بیاموزید؟ اگر اینطور است ، می‌دانید که یادگیری خیلی آسان خواهد بود و این به دلیل روش کارکرد مغز است. مغز شما همه اطلاعات را طوری طبقه‌بندی می‌کند که بدون قاطی‌کردن آنها بتوانید جهان اطراف خود را درک کنید. زمانی که نمی‌توانیم بسیاری از فرضیات را تشخیص دهیم به دلیل فقدان آموزش در جامعه است (مانند والدین ، معلمان ، همه مؤسسات و غیره).

در زیر تعدادی از رایج‌ترین اشتباهات تصمیم‌گیری گردآوری شده است ، با یادگیری آنها می‌توانید در آینده ، از آنها اجتناب کنید.

• به اطلاعات تخصصی بسیار نکیه کنید. اغلب افراد بسیار مایلند که به گفته‌های متخصصین تأکید و توجه کنند. به خاطر بسیاری که متخصصین انسانهایی هستند که خود نیز بیش‌داوری‌هایی هستند. با جستجوی اطلاعات از منابع متفاوت ، اطلاعات بهتری را به دست خواهید آورد ، بخصوص زمانی که انرژی خود را بر این منابع متوجه سازید.

• اطلاعاتی را که از دیگران به دست می‌آورید را ارزیابی کنید. افراد تمایل دارند تا معیار اطلاعاتی را که از جامعه بدست می‌آورند را ارزیابی کنند. بعنوان مثال متخصصین ، والدین ، گروههای عالی رتبه ، افرادی که روشی برای بیان عقاید خود دارند ، جزء افرادی هستند که همیشه باور داریم بیشتر از ما می‌دانند. از خود بپرسید : آیا آنها به اندازه من از این مسائل و مشکلات آگاه هستند؟ معیارهای آنها با من مشابه است؟ آیا آنها نسبت به مسائل من دارای تجربه شخصی هستند؟ به عبارت دیگر عقاید آنها را در دورنمایی نگاه دارید.

ارتقای کسب و کار

بعضی مسائل نسبت به توسعه کسب و کار ارجحیت دارد. اگر بخواهید تجارت خود را توسعه بخشید یا حتی در همان اندازه کوچک خود به موفقیت بررسید ، عامل رشد و ترقی یکی از مهمترین هاست.

جرقه این رشد از همان شروع کار در مراحل اولیه روشن میشود. در حقیقت گشودن بالها و جستجوی یک افق تجاری جدید یک دوره محسوب میشود. در هر صورت همانند مراحل اولیه توسعه ، رشد تجاری نیازمند تدارکات اولیه ، تعهدات جدی و تمایل برای محاسبه خطرات موجود است. منابع زیادی در توسعه و رشد تجارت به شما کمک خواهند کرد.

پیش‌بینی

بررسی میزان و مقدار حرکت معنای آینده‌نگری است حتی اگر شما به زبان حال توجه داشته باشید. پیش‌بینی و برنامه‌ریزی در موفقیت مستمر شما حیاتی هستند.

پیش‌بینی رشد : تفکر استراتژیک

برای آنکه یک رهبر نافذ باشید باید مهارتهای خود را از طریق تفکر استراتژیک توسعه دهید. این تفکر فرآیندی است که با آن دید تجاری شما توسعه می‌باید و توانایی‌های خود را در کار تیمی و حل مشکلات تقویت می‌کنید. آن همچنین به شما در مواجهه با تغییرات کمک می‌کند تا برای معاملات خود طرح‌ریزی داشته باشید و فرصتها و احتمالات موجود را در نظر بگیرید.

تفکر استراتژیک شما را مستلزم می‌کند تا به یک پیامد ایده‌آل در خصوص کسب و کار برسید و آنگاه روی نکات عقب‌مانده کار کنید و آن از طریق توجه بر چگونگی توانایی در رسیدن به این دیدگاه بست می‌آید. زمانی که دید استراتژیک را برای عملکردهای تجاری توسعه می‌دهید ، ۵ معیار متفاوت وجود دارد که باید روی آنها تمرکز کرد. این ۵ معیار به تعریف یک پیامد ایده‌آل کمک می‌کند. بعلاوه آنها شما را در توسعه مراحل لازم در ایجاد این بصیرت تجاری هدایت می‌کنند:

۱- سازماندهی: سلازماندهی یک تجارت شامل افرادی است که با آنها کار می‌کنید ، ساختار سازمانی کسب و کار شما و منابع لازم برای انجام همه امور ، سازمان شما چه شکلی است؟ ساختاری که از آن حمایت می‌کند به چه گونه است؟ افراد ، منابع و ساختار را چگونه برای رسیدن به یک پیامد ایده‌آل ترکیب می‌کنید؟

۲- نظرات: زمانی که از هوایپما به دنیای پائین نظری افکنید ، نسبت به زمانی که روی زمین هستید بیشتر می‌بینید. تفکر استراتژیک مشابه آن است و این امکان را فراهم می‌کند تا از بالا نگاه کنید. با افزایش قدرت مشاهده شما از عملکرد افراد و چگونه حل مشکلات به طرز کارا و تشخیص میان آن راه حل‌ها آگاه می‌شوید.

۳- دیدگاه: آن روش دیگری از تفکر است . در تفکر استراتژیک چهار نقطه عطف برای در نظرگرفتن زمان شکل‌گیری استراتژی تجارت وجود دارد: دیدگاه محیطی ، بازار ، پروژه و سنجش. دیدگاهها می‌توانند به عنوان وسیله‌ای برای کمک به تفکر ، شناسایی عناصر اصلی و تطبیق عملکردها برای دستیابی به موقعیت ایده‌آل محسوب شوند :

۴- نیروهای هدایتی: این نیروها که موجب رسیدن شما به یک نتیجه ایده‌آل می‌شود چیست؟ هدف و دیدگاه شما چیست؟ این نیروها در حقیقت اساسی برای تمرکز تجاری شما است (به عنوان مثال از چه چیزی برای تحریک افراد استفاده می‌کنید تا به خوبی عمل کنند). مثالهای آن شامل : مشوقهای فردی و سازمانی ، معیارها و اهداف ، عوامل تولیدی مانند عملکرد ، عوامل کمی مانند نتایج یا تجربه‌ها ، عملکرد منسجم ، کارایی و تولید است.

۵- موقعیت ایده‌آل: بعد از کار روی چهار مرحله اول ، باید قادر باشید تا موقعیت ایده‌آل را تعریف کنید. موقعیت ایده‌آل شامل: شرایط لازم برای بهره‌مند بودن تجارت ، فرصتهاي اصلی و استراتژیها و تاکتیکها برای در هم آمیختن این عوامل

زمانیکه روی این ۵ عامل کاری کنید مهارتهای شما در امور زندگی افزایش می‌باید و می‌توانید به دیگران القا کنید که ایده شما بهترین است. در هنگامی که در جاده کار به موانع و چاله‌هایی برخورد می‌کنید ، اینها کارساز است. آیا این همان چیزی نیست که می‌خواستید؟ یک فرآیند خاص در تصمیم‌گیری مزاایایی وجود دارد. مشخص ترین امتیاز کاهش سطح استرسی است که شما ممکن است آنرا تجربه کنید.

تصمیم‌های نافذ با استفاده از فرآیند مشخص ایجاد می‌شود. آنها بر اساس معیارها و ادراکی است که فرد تصمیم‌گیرنده اتخاذ می‌کند و شامل جایگزین‌ها و انتخابهای صحیحی است که خود در راستای تشخیص به موقع می‌باشد. تصمیم‌گیری نافذ ممکن است از معیارهای اجتماعی و انتظارات مربوط به آن تبعیت نکند، اما بر اساس آنچه که فرد تصمیم‌گیرنده در خصوص انتخابهای خود اتخاذ می‌کند باشد.

آگاهی از اطلاعات روز و قوانین

مطمئن شوید که زمانی که قوانین تاثیرگذار به کسب و کار کوچک پیشنهاد می‌شوند ، صدای شما شنیده می‌شود. معمولاً " در خصوص کسب و کارهای کوچک انتقادهایی از نظر قانونگذاری وجود دارد. با یادگیری چگونگی ایجاد قوانین ، پیگیری قوانین مطرح شده ، مطالعه تحلیل‌های صورت گرفته توسط متخصصین و توضیح قوانین طرح شده ف سعی کنید صدای خود را در زمان انجام فرآیندهای قانونگذاری به گوش افراد ذینفع برسانید.

خروج از کسب و کار

خارج شدن از کسب و کار واقعیتی است که باید از همان مراحل اولیه کار در نظر گرفته شود. چنین پیش‌بینی نیازمند توسعه طرحهای احتمالی برای رویدادهایی است که حتی ممکن است هرگز اتفاق نیافتد.

طراحی برای خارج شدن از یک کسب و کار به اندازه برنامه‌ریزی برای شروع یک کار مهم است. خروج به موقع از یک موقعیت کاری به معنای عدم صرف هزینه، زمان و جلوگیری از نامیدی در آینده است. در زیر به بعضی موارد می‌پردازیم:

با برنامه‌ریزی به کار خود خاتمه دهید.

اگر تاکنون نسبت به این مسئله جدی فکر نکرده اید، زمان آن رسیده است. خارج شدن از یک کسب و کار به راحتی ترک یک شغل است. در خصوص بیشتر ساختارهای تجارت کوچک، این امر بک فرآیند چند مرحله‌ای است که ممکن است با توجه به اندازه سازمان و دلایل خاتمه کار هفته‌ها یا سالها به طول انجامد. در بیشتر موارد، هدف نهایی به حداقل رساندن معیار شرکت و تبدیل آن معیار به نقدینگی است. از افراد خبره کمک بگیرید تا به شما توصیه لازم را کنند. بنا به میزان و زمینه کسب و کار، بعضی از این افراد مشاور شامل: وکلا، حسابداران، ورشکستگان، دلالان حراج، متخصصین مالیاتی، بانکدارها هستند. شما می‌توانید در این زمینه به مشتریان و شرکای تجاری مطمئن مراجعه کنید.

کسب و کارهای کوچک

تعريف کسب و کار کوچک:

به منظور تحلیل آماری و با قاعده در خصوص کسب و کار کوچک ، باید گفت که این مقوله دارای قوانین اجرایی تجاری است. هر صنعتی بر اساس درآمد و میزان استخدام سالانه ، اندازه استانداردی را برای خود تعریف می کند. در بیشتر موارد این تعریف به واسطه نمایندگی های دولتی تعریف می شود تا تحت قوانین تغییرپذیر دولتی تحلیل هایی را صورت دهنند. به علاوه ، این استانداردها برای برنامه هایی که در خصوص کمک بهبود به امور مالی است کارا می باشد. کسب و کار کوچک بصورت مستقل است و هر شرکتی با کمتر از ۵۰۰ پرسنل در این حیطه قرار می گیرد. این اندازه مرسومترین استاندارد تعریف شده است. در آمریکا حدود ۲۲/۵ میلیون کسب و کار مستقل از کشاورزی و زراعت وجود دارد که ۹۹ درصد آن کسب و کار کوچک (Small Business) به حساب می آیند.

راهنمای شروع یک کسب و کار کوچک:

این راهنمای به منظور آن تدوین شده است که بتواند با بیان تمامی نکات و در عین حال حفظ سادگی و قابل فهم بودن، به شما در راه ایجاد یک کسب و کار موفق کمک کند.

گام اول: ارزیابی اولیه

- آما کارآفرینی برای شما ساخته شده است؟

بدیهی است که شروع یک کسب و کار جدید ریسکهای زیادی را به همراه دارد که البته با برنامه ریزی می توان شانس موفقیت را بالا برد. بنابراین بهترین نقطه شروع آن است که نقاط قوت و ضعف خود را بعنوان دارنده یک کسب و کار بشناسیم.

- آما شخصیتی مستقل و خودجوش دارید؟

این را همیشه در نظر داشته باشید که در صورت شروع یک کسب و کار کوچک ، این خود شما هستید و نه شخص دیگر که باید تصمیم بگیرید که چگونه پروژه ها ، برنامه ها و زمان خود را مدیریت کنید.

- تا چه حد با شخصیت های متفاوت و افراد گوناگون می توانند ارتباط برقرار کنید؟

صاحبان کسب و کار ناگزیرند که با افراد و اقشار مختلفی سرو کار داشته باشند. آیا شما می توانید با مشتریان، تامین کنندگان، کارکنان و ... در جهت منافع کسب و کار خود ارتباط برقرار کنید.

- تا چه حد قدرت تصمیم گیری دارید؟

صاحبان کسب و کار کوچک بایستی بطور متداوم ، به سرعت و در شرایط بحرانی بتوانند مستقلان "تصمیم گیری کنند.

- آما شما استقامت فیزیکی و احساسی لازم برای اداره یک کسب و کار را دارید؟

مالکیت یک کسب و کار علاوه بر چالش و هیجان ، مستلزم فشار کاری زیاد ، ساعتهاي کاری زیادی می باشد. آیا شما می توانید ۱۲ ساعت در روز و هفت روز در هفته را کار کنید؟

- تا چه حد می توانند برنامه ریزی و سازماندهی کنند؟

تحقیقات نشان می دهد بسیاری از شکستها در صورت برنامه ریزی صحیح ، به وجود نمی آمد.

- آما انگیزه لازم را برای تحمل مشفقات را دارید؟

ممکن است شما در حین اداره یک کسب و کار احساس کنید که در برخی مواقع توانایی تحمل تمامی مشفقات و زحمات را به تنها یی ندارید و فقط داشتن انگیزه قوی است که می تواند در این مواقع سختی ، دلگرم و امیدوار سازد.

- این کسب و کار چگونه خانواده شما را متاثر می سازد؟

سالهای اولیه شروع یک کسب و کار نیاز دارد سختی هایی را برای خانواده و زندگی شخصی شما ایجاد کند. در عین حال ممکن است خانواده شما تا به سوددهی رسیدن کسب و کار ، دچار مشکلات و فشارهای مالی شوند. بنابراین حمایت و یا عدم حمایت خانواده نقش مهمی در شروع و ایجاد یک کسب و کار دارد.

این حقیقت دارد که دلایل زیادی برای عدم شروع یک کسب و کار کوچک و مستقل وجود دارد ، اما برای افرادی که واحد شرایط فوق هستند ، مزایای زیادی وجود دارد که قطعاً از ریسکهای آن بیشتر است.

اینکه شما خادم و مخدوم خود می شوید!

زحمت و تلاش و ساعتهاي کاری زیاد مستقیماً به نفع شماست و نه شخص دیگر!

امکان کسب درآمد و رشد ، محدودیت کمتری دارد.

چالش و هیجان کار برای شما افزایش می باید.

اداره یک کسب و کار مستقل امکان فراغیری زیادی را برای شما فراهم می آورد.

گام دوم: برنامه ریزی کسب و کار

شروع یک کسب و کار نیاز به انگیزه ، علاوه و استعداد دارد. همچنین نیاز به تحقیقات وسیع و برنامه ریزی صحیح دارد. اطلاعات زیر برای تهیه طرح کسب و کار (Business Plan) می تواند بسیار مؤثر واقع شود:

- قیل از شروع به کار لستی از تمامی دلایلی که می خواهید رخاطر آنها وارد دنیای تجارت شوید ، تهیه کنید. مثلًا:

شما می خواهید رئیس خود باشید.

شما می خواهید استقلال مالی داشته باشید.

شما می خواهید آزاد باشید.

شما می خواهید آزادانه تمامی تواناییها و دانسته های خود را به کار ببرید.

- سپس باستی تعین کنید که اصولاً "چه کسب و کاری برای شما مناسب است. لذا این سؤالات را از خود پرسید:
- من دوست دارم با وقت خود چه کاری انجام دهم؟
چه مهارت‌های تکنیکی من تا به حال آموخته‌ام؟
به نظر دیگران من در چه کارهایی مهارت دارم؟
من چقدر وقت آزاد برای اداره یک کسب و کار موفق دارم؟
آیا من هیچ سرگرمی یا علاوه‌ای که قابل تبدیل شدن به کسب و کار شدن را داشته باشند، دارم؟
- بس از تعین کسب و کار مناسب تحقیقات لازم را جهت باسخ به سؤالات زیر به عمل آورید:
آیا ایده من کاربردی است و آیا نیازی را برآورده خواهد کرد؟
رقبی من چه کسانی خواهند بود؟
مزیت رقابتی شرکت من نسبت به شرکتهاي موجود چیست؟
آیا من می‌توانم خدمت بهتری ارائه دهم؟
آیا من می‌توانم برای کسب و کار جدید خود تقاضا ایجاد کنم؟
- آخرین مرحله قبل از تهیه طرح کسب و کار این است که چک لیست زیر را تهیه کنند و باسخ دهند:
من علاقه به شروع چه کسب و کاری دارم؟
چه خدمتی یا کالایی قرار است ارائه دهم؟ در کجا قرار است این کار را انجام دهم؟
چه مهارت و تجربه‌ای برای این کار دارم؟
ساختمان قانونی شرکت من چگونه خواهد بود؟ (سهامی عام، خاص و ...)
اسم کسب و کار چه چیزی باشد؟
چه امکانات و تجهیزاتی نیاز خواهم داشت؟
به چه تسهیلات و امکانات بیمه‌ای نیاز خواهم داشت؟
باسخ شما به تمامی سؤالات بالا شما را در طراحی یک کسب و کار کامل جامع یاری می‌کند.

گام سوم: تامین منابع مالی

- یکی از کلیدهای اساسی موقیت و پیشرفت در شروع کار، جذب و تامین منابع مالی کافی برای راه‌اندازی یک کسب و کار کوچک است. اطلاعات زیر تکیه بر روشهای جمع‌آوری پول برای شرکتهاي کوچک دارد. همچنین شما را در تهیه درخواست وام (Loan Prposal) یاری می‌دهد. منابع زیادی برای جمع‌آوری سرمایه وجود دارد. باید توجه داشته باشیم که قبل از تصمیم‌گیری، تمامی منابع ممکن را جستجو کنیم:
- پس‌اندازهای شخصی
 - دوستان و افراد خانواده
 - بانکها و مؤسسات اعتباری
 - شرکتهاي سرمایه گذاری مخاطره آمیز

چگونه یک درخواست وام (Loan Prposal) تهیه کنیم؟

- موردن قبول واقع شدن درخواست شما بستگی به نحوه تنظیم درخواست شما دارد. بخاطر داشته باشید که وام دهنده‌گان در کاری سرمایه‌گذاری می‌کنند که نسبت به بازگشت سرمایه خود مطمئن باشند. بنابراین یک درخواست وام خوب شامل اطلاعات زیر باید باشد:

- اطلاعات کلی راجع به شرکت:
- نام و آدرس شرکت، نام مدیر، اعضای هیئت مدیره و ...
 - دلیل نیاز به وام، مورد مصرف وام و ضرورت آن.
 - مبلغ دقیق موردنیاز برای رسیدن به اهداف مربوطه.

تاریخچه کسب و کار:

- تاریخچه و طبیعت کار، توضیح کامل در مورد نوع کار، قدمت و کارکنان و دارایی‌های آن.
- اطلاعات کامل راجع به نحوه مالکیت و ساختار قانونی شرکت.

اطلاعات راجع به مدیریت:

- نوشته کوتاهی راجع به مدیران، سوابق، تحصیلات، تجربیات و مهارت‌های آنان تهیه کنید.

اطلاعات بازار:

- به وضوح محصول و یا خدمت شرکت خود و بازار آن را تشریح کنید.
- بازار رقابت و رقبای خود را شناسایی کرده و مزیت رقابتی خود را بیان کنید.
- اطلاعاتی راجع به مشتریان و اینکه چگونه کسب و کار شما نیازهای آنها را برطرف می‌کند، تهیه کنید.

اطلاعات مالی:

- صورتهای مالی و سود و زیان ۳ سال گذشته خود را ارائه کنید. در صورت شروع یک کسب و کار جدید درآمدهای پیش‌بینی شده را ارائه کنید.
- اطلاعات مالی راجع به خود و سایر سهامداران عمدۀ شرکت را بیان کنید.
- و در آخر سوگندی مبنی بر تعهد نسبت به وام یاد کنید و امضاء نمائید.

وام دهنده‌گان برای اساسی شما را می‌سنجند؟

- وقتی وام دهنده‌گان درخواست شما را بررسی می‌کنند شش فاکتور را مدنظر قرار می‌دهند که به شرح زیر می‌باشند:

۱. **Character :** شخصیت وام گیرنده و میزان تعهد و جوانی و اخلاقی وی مبنی بر بازگشت وام در زمان مقرر.
۲. **pay Capacity to :** ظرفیت بازپرداخت وام گیرنده که بر اساس تجزی تحلیل و بررسی درخواست وام ، صورتهای مالی و سایر مدارک مالی وی تعیین می شود.
۳. **Capital :** شامل مجموع کل بدهی ها و دارایی ها می باشد که وام دهنده که نسبت بدهی به دارایی شرکتها حتی المقدور کمتر باشد چرا که نشانگر پایداری مالی شرکت است.
۴. **Collateral :** میزان وثیقه که هر چه بیشتر باشد و اختلاف آن با مبلغ ، وام داده شده کمتر ، اطمینان خاطر وام دهنده از بازپرداخت وام بیشتر خواهد بود.
۵. **Conditions :** شرایط کلی اقتصادی ، جغرافیایی وسعتی شرکت ...
۶. **Confidence :** یک وام گیرنده موفق سعی می کند که اطمینان وام دهنده را از ۵ مورد قبلی جلب کند و وی را به وام دادن ترغیب نماید. و در آخر برای جمع بندی چک لیست زیر را ارائه می کنیم که البته برخی از بندها بنابر نوع و ماهیت کسب و کار قابلیت تغییر و یا حذف دارند.
 - چک لیست کلی شروع یک کسب و کار کوچک :
 - انتخاب کسب و کار بر اساس علاقه و توانایی ها
 - انجام تحقیقات و بررسی های لازم در مورد ایده کسب و کار
 - تهیه طرح کسب و کار و طرح بازاریابی
 - انتخاب یک نام برای کسب و کار
 - چک کردن حق استفاده از نام انتخاب شده و کسب اجازه برای استفاده از آن نام
 - ثبت کسب و کار با نام انتخاب شده
 - تعیین مکان مطلوب برای شروع کسب و کار
 - چک کردن و بررسی قوانین منطقه ای (منطقه انتخاب شده برای احداث کسب و کار)
 - تعیین نوع ساختار قانونی شرکت و مستندسازی
 - اخذ اجازه ها و لیسانس های مورد نیاز
 - ثبت حقوق ا版权归 (Copy right)
 - در صورت کارآفرینی و یا خلق مخصوص جدید ، ثبت Patent
 - انجان تبلیغات و نشر اعلامیه های لازم مبنی بر شروع کسب و کار جدید
 - تهیه خطوط تلفن کاری و سایر تجهیزات موردنیاز
 - انجام کارهای مربوط به بیمه
 - اخذ اطلاعات مربوط به مالیات شرکت
 - بیمه کردن کارکنان و جمع آوری اطلاعات راجع به قوانین کار
 - تعیین سیستم دستمزد حقوق و نحوه جبران خدمات کارکنان (در صورت وجود)
 - افتتاح یک حساب بانکی برای کسب و کار
 - چاپ کارت های تجاری برای شرکت و ایجاد آرم برای شرکت
 - خرید تمامی لوازم تجهیزات موردنیاز
 - ایجاد E-mail و Website برای شرکت
 - انجام تبلیغات وسیع تر در نشریات و تلویزیون و ...
 - تماس با تمامی افراد ممکن اعم از خانواده و غیر هم ، مبنی بر شروع کسب و کار جدید
 - سایر موارد

کسب و کارهای خانگی

تعريف: به هر نوع فعالیت اقتصادی در محل سکونت شخصی که با استفاده از امکانات و وسایل منزل راه اندازی شود کسب و کار خانگی میگویند.

اهمیت کسب و کار خانگی: امروزه کسب و کارهای خانگی از بخش‌های حیاتی و ضروری فعالیتهای اقتصادی کشورهای پیشرفته محسوب میشوند. کسب و کار خانگی از نظر ایجاد شغل، نواحی در عرضه محصول یا خدمات، موجب تنوع و دگرگونی زیادی در اجتماع و اقتصاد هر کشور میشوند. همچنین برای جوانان، کسب و کارهای خانگی نقطه شروع مناسبی برای راه اندازی است، زیرا راه اندازی آن در مقایسه با دیگر انواع کسب و کار ساده و آسان است. به عنوان نمونه شما میتوانید با یک دستگاه رایانه و یک خط تلفن، یک کسب و کار اینترنتی راه بیندازید و کارها و خدمات مختلفی را به مردم عرضه و از این راه برای خود درآمد کسب کنید.

سابقه کسب و کارهای خانگی: کسب و کارهای خانگی در ایران سابقه دیرینه دارند. بسیاری از صنایع دستی که امروزه هم وجود دارند، در منازل و محل سکونت افراد تولید میشده اند. بطور کلی کسب و کار خانگی پدیده جدیدی نیست، بلکه در نتیجه تغییرات و تحولاتی که در فعالیتهای اقتصادی اجتماعی امروز به وجود آمده به آن توجه بیشتری شده است و این نوع کسب و کارها روز به روز گسترش و توسعه می‌یابند.

دلایل انتخاب کسب و کار خانگی:

بالا بردن کیفیت زندگی: امروزه اکثر صاحبان کسب و کارهای خانگی بر این باورند که کار کردن در خانه، کیفیت زندگی آنان را بهبود میبخشد. کارکردن در خانه باعث میشود که وقت بیشتری به خانواده و خانه اختصاص یابد و به دیگر مسائل و موضوعات خانواده، از قبیل تربیت و پرورش فرزندان توجه بیشتری شود. به طور کلی امروزه کار و زندگی بیش از پیش در همدیگر ادغام شده اند. توسعه فن آوری: امروزه با پیشرفت‌های زیادی که در زمینه علوم رایانه و دیگر وسایل ارتباطی به وجود آمده، محیط خانه محل مناسب و کاربری برای کسب و کار شده است.

مزایای کسب و کار خانگی:

- ۱- آزادی و استقلال عمل بیشتر
- ۲- ساعات کاری انعطاف‌پذیر
- ۳- ایجاد تعادل و موازنۀ بیشتر بین کار و زندگی
- ۴- پایین بودن هزینه راه اندازی
- ۵- پایین بودن میزان ریسک
- ۶- امکان کارکردن پاره وقت
- ۷- راحت تر بودن تربیت بچه‌ها
- ۸- داشتن فرصت و زمان بیشتر
- ۹- تناسب با ویژگیهای جسمی افراد معلول و کم توان
- ۱۰- احتمال موفقیت بیشتر
- ۱۱- تناسب با اقسام مختلف
- ۱۲- احساس راحتی بیشتر
- ۱۳- عدم نیاز به مجوز

برای راه اندازی کسب و کار خانگی موارد زیر را باید در نظر بگیرید:

- ۱- درباره ایده کسب و کارتان تحقیق کنید.
- ۲- درباره محصول یا خدماتتان نیز اطلاعات کسب کنید.
- ۳- محل کار خود را تعیین کنید.
- ۴- مشارکت دیگر اعضای خانواده را جلب کنید.
- ۵- اسم مناسبی برای کسب و کارتان انتخاب کنید.
- ۶- اسیاب و تجهیزات مناسبی برای کسب و کارتان تهیه کنید.
- ۷- پوشش مناسب و درخور برای کسب و کارتان فراهم کنید.
- ۸- یک صندوق پستی به کسب و کارتان اختصاص دهید.
- ۹- با دوستان و همسایگانتان رک و صادق باشید.
- ۱۰- حساب بانکی برای کسب و کارتان باز کنید.
- ۱۱- ارتباطات بیشتری با دیگران برقرار کنید.
- ۱۲- از داشتن کسب کار خانگی واهمه و خجالتی نداشته باشید، بلکه به آن افتخار کنید.

طرح کسب و کار (Business Plan)

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

طرح هم برای صاحب آن و هم برای حمایت کنندگان مالی آن، به دلایل زیر لازم است:

- ۱- مهم آن است که مالک درباره هدف خود از کسب و کار و منابعی که برای آن نیاز دارد به دقت فکر کند. این موضوع در برآورد میزان سرمایه مورد نیاز، به وی کمک خواهد کرد.
- ۲- بعید به نظر میرسد که مالک کسب و کار، برای راه اندازی آن سرمایه کافی داشته باشد. حمایت کنندگان مالی-بانکها یا سرمایه گذاران ریسکی-باید متفاوت شوند که سرمایه گذاری در کسب و کار جدید، منطقی و درست است.
- ۳- فرض بر این است که اگر کسب و کار ایده خوبی نداشته باشد، هم برای صاحب آن و هم برای حمایت کنندگان مالی آن، باید این موضوع را در مرحله برنامه ریزی و قبل از هدر رفتن مقدار زیادی از زمان و هزینه، شناسایی کند.

اجزای یک طرح کسب و کار:

- ۱- اهداف کلی
- ۲- مشخصات مجری طرح و همکاران
- ۳- تعریف و توصیف کسب و کار
- ۴- تحلیل استراتژی بازار
- ۵- تحلیل مالی
- ۶- خلاصه

طرح کسب و کار نشان دهنده چیست؟

آماده کردن یک طرح کسب و کار نتیجه نهایی روند طرح ریزی نیست ، بلکه تحقق طرح ، هدف نهایی است. با این وجود نوشتن طرح یک مرحله میانی مهم است. طرح نشان می دهد که بمنظور یک کسب و کار محرز ، بررسیهای دقیق در ایجاد کسب و کار انجام شده است و برای راه اندازی آن کارآفرین ، وظیفه اش را انجام داده است.

هدف طرح

وجود یک طرح کسب و کار رسمی ، صرفنظر از اندازه کسب و کار آن ، به همان اندازه که برای راه اندازی مهم است برای یک کسب و کار برقرار (محرز) نیز مهم است.

این طرح چهار عمل اصلی را بصورت زیر انجام می دهد:

- ۱- به مدیر یا کارآفرین کمک می کند که جوانب و پیشرفت پروژه یا کسب و کارش را مشخص ، متمرکز و بررسی کند.
- ۲- یک چهارچوب منطقی و حساب شده ایجاد می کند تا در آن یک حرفه بتواند توسعه یابد و تدبیر مربوط به آن حرفه را در چند سال آینده دنبال می کند.
- ۳- بعنوان مأخذ و مبنایی برای مذاکره با اشخاص ثالث مانند سهامداران ، دفاتر نمایندگی ، بانکها ، سرمایه گذاران و ... بکار می رود.
- ۴- معیاری را برای سنجش وضعیت واقعی کسب و کار در برابر آنچه که باید باشد، ارائه می دهد.

بهمنظور که دو شغل مثل هم وجود ندارد و بنابراین طرحهای کسب و کار مانند هم نیز وجود ندارد. از آنجاییکه ، برخی موضوعات در طرح به یک طیفی از کسب و کارها مرتبط هستند بنابراین این امر مهم است که مفاد و مندرجات طرح ها با امور فردی مناسب باشد. با این حال ، بهبیشتر طرح ها از یک ساختار آزموده شده و نظر عمومی بر روی (در مورد) آماده سازی طرحی ک بطور وسیعی قابل اجراست متابعت می کنند.

طرح کسب و کار می بایست نگرشی واقع بین از پیش بینی ها و مقاصد بلندمدت داشته باشد. این دید و نگرش چهارچوبی را به وجود می آورد که طرح باید در آن "فعالیت کند و نهایتا" یا موفق می شود یا شکست می خورد. برای مدیران و یا کارآفرینانی که به دنبال حمایت خارجی هستند ، آماده کردن یک طرح جامع ، موقعیت را در افزایش بودجه ها یا تجهیز پشتیبان ضمانت نخواهد کرد. عدم وجود یک طرح منطقی ، یقیناً شکست را حتمی خواهد کرد.

اهمیت پروسه

ایجاد یک طرح کسب و کار رضایت بخش امری پردردسر ، اما ضروری است ، روند برنامه ریزی ، مدیران یا کارآفرینان را وادار می کند که کاملاً دریابند آنچه را که می خواهند بدست بیاورند و اینکه چطور و کی آنرا انجام دهند. حتی اگر هیچ حمایت خارجی هم نیاز نباشد ، طرح کسب و کار می تواند برای دوری گزیدن از اشتباهات یا تشخیص فرصتهای پنهانی نقش حیاتی را بازی کند.

برای عده بسیار زیادی از کارآفرینان و طراحان ، روند طرح ریزی (فکر ، مذاکره ، تحقیق ، تجزیه و تحلیل) به اندازه طرح نهایی و یا حتی بیشتر از آن مفید است.

بنابراین حتی اگر به یک طرح رسمی نیاز ندارید ، درباره روند طرح ریزی بطور دقیقی فکر کند. این کار می تواند سود زیادی برای طرح کسب و کار شما داشته باشد.

فروش و هرگونه تغییر در محتوای این کتاب ممنوع است

www.dzbook.ir
هفته های بسیار زیاد کار سخت و پیش نویسهای متعدد را از زمان بروز طرح تا گرفتن حق کار پیش بینی کنید. یک طرح مکتوب واضح باسته بندی جذاب سبب خواهد شد تا حامیان ، سرمایه گذاران و ... آسانتر به آن گرایش پیدا کنند . یک طرح کسب و کار کاملا آماده نشان خواهد داد که مدیران یا کارآفرینان، کار را می شناسند و آنها را برای پیشرفت طرح بر حسب فراوریها ، مدیریت ، سرمایه ها و مهمتر از همه بازارهای اقتصادی و رقابت اندیشیده اند.

پنج مهارت کسب و کار آینده ساز

امروزه در جوامع اطلاعاتی یک شهروند به عنوان انسان عصر اطلاعات، نیازمند یکسری توانایهای می باشد که با کمک آنها بتواند یک کسب و کار را شروع کرده و ضمن هدایت درست آن، موجبات پیشرفت کسب و کار را نیز فراهم کند. این مهارت‌ها عبارتند از:

۱- زبان انگلیسی

۲- IT: توانایی کار با کامپیوتر + توانایی استفاده از اینترنت + آشنایی با روشها و قوانین تجارت الکترونیکی

۳- مدیریت: توان سربرستی و راهبری

۴- بازاریابی: آشنایی با خرید، فروش، تبلیغات و e-marketing

۵- مالی و اقتصادی: حسابداری، مفاهیم هزینه و درآمد، آشنایی با مسائل اقتصادی

با این تفاسیر هر فردی میتواند با نمره دادن به میزان آشنایی‌ش با هریک از مباحث فوق، توان خود را در کسب و کارهای عصر حاضر مورد سنجش قرار دهد. از یک دیدگاه نیز، این ۵ فاکتور عنوان شده در اصل بیش از اینکه مهارت و توانایی به شمار بیایند، نیازهای ضروری انسان امروز به نظر می‌رسند.

دلایل شکست کسب و کار

چرا یک کسب و کار با خطر شکست مواجه است؟

موفقیت در کسب و کار هیچگاه بصورت خودبخودی و یا بر اساس شانس نیست و همانطور که گفته شد این موفقیت اصولاً به سازمان دهنده و بصیرت فرد راه انداز کسب و کار بستگی دارد و تضمینی برای آن وجود ندارد.

شروع یک کسب و کار همیشه رسیک پذیر است و شانس موفقیت اندک می باشد. بنابر گزارش اداره کسب و کارهای کوچک در آمریکا (SBA) بیش از ۵۰٪ کسب و کارهای کوچک در سالهای اول با شکست مواجه شده و ۹۰٪ آنها در ۵ سال اول از بین میروند.

Michael Ames در کتاب خود به نام "کنترل کسب و کار کوچک" دلایل زیر را برای شکست این نوع کسب و کارها بیان کرده است:

۱. عدم وجود تجربه

۲. نداشتن سرمایه کافی

۳. نداشتن جایگاهی مناسب

۴. عدم وجود کنترل قوی

۵. سرمایه گذاری بیش از اندازه در دارائیهای ثابت

۶. قراردادهای اعتباری ضعیف

۷. استفاده شخصی از سرمایه های تجاری

۸. رشد بدون انتظار

Gustav Berle دو دلیل دیگر در کتاب خود بنام "کسب و کار را خود بر عهده بگیرید" به این دلایل اضافه میکند:

۱. رقابت

۲. فروش پائین

یک عامل دیگر در خصوص شکست کسب و کار:

با بیان این موارد قصد ترساندن شما را نداریم بلکه می خواهیم شما را برای مسیر پر فراز و نشیبی که در پیش دارید آماده کنیم. **ناچیز پنداشتن مشکلات**

شروع یک کسب و کار یکی از بزرگترین موانع کارآفرینی است. در هر صورت اگر صبور باشید و به سختی کار کنید به موفقیت دست می یابید.

زمینه های تحقیقاتی مناسب در کارآفرینی

کارآفرینی به عنوان یک پدیده نوین در اقتصاد نقش مؤثری را در توسعه و پیشرفت اقتصادی کشورها یافته است. کارآفرینی در اقتصاد روابطی و مبتنی بر بازار امروزه دارای نقش کلیدی است. به عبارت دیگر در یک اقتصاد یوبا، ایده ها، محصولات، خدمات همواره در حال تغییر می باشند و در این میان کارآفرین است که الگویی برای مقابله و سازگاری با شرایط جدید را به ارمغان می آورد. از این رو در یک گستره وسیع تمام عناصر فعال در صحنه اقتصاد (مصرف کنندگان، تولید کنندگان، سرمایه گذاران) باید به کارآفرینی پردازنده و به سهم خود کارآفرین باشند.

آنچه در این رابطه اهمیت دارد این است که علیرغم اهمیت روزافزون این پدیده و نقش فزاینده آن در اقتصاد جهانی کمتر به این موضوع پرداخته میشود. وضعیت اقتصادی کشور و ترکیب جمعیتی امروزه بیش از پیش مارا نیازمند یافتن زمینه های پیشرو در صحنه اقتصادی می کند و در این راستا ضرورت داشتن مدل، الگوها و راهکارهای مناسب جهت آموزش، تربیت و استفاده بهینه از نیروی فعال و کارآفرین بیشتر می شود.

در این رابطه با استفاده از منابع موجود و تجربیات حاصله فهرستی از موضوعات قابل تحقیق در سطح کارشناسی ارشد) و بعضاً " در سطح دکتری) بصورت پژوهه تحقیقاتی یا پایان نامه یا هر گونه تحقیق دیگری بطور خاص و در سطح مشخصی باید مورد توجه قرار گیرد.

اهم موضوعات قابل تحقیق در کارآفرینی:

- جنبه های اقتصادی کسب و کار
- ویژگی های روانشناسی و فردی
- عوامل اجتماعی و نقش دولت
- آموزش کارآفرینی
- نقش شرکتهای کوچک
- نقش استراتژی و عوامل سازمانی
- تکنولوژی اطلاعات

۱- جنبه های اقتصادی کسب و کار:

بررسی علل و عوامل عدم موفقیت کارآفرینان در ایجاد کسب و کارهای جدید
مطالعه و بررسی فرآیند ایجاد کسب و کار توسط کارآفرینان و ارائه الگوی رفتاری آنان در رضایت مخالف
بررسی و تجزیه و تحلیل اقدامات کارآفرینانه شرکتها بر اساس الگوی شومبیتر
بررسی انواع کارآفرینان در ساختار اقتصادی (ارتباط نوع فرصت‌های اقتصادی و نوع کارآفرینان)
بررسی شیوه های تأمین مالی برای حمایت از کارآفرینان
نقش کارآفرینان در رشد و توسعه اقتصادی از دیدگاه تئوریهای اقتصاد
رویه ها و روش های مالی در موسسات کارآفرینی
نقش کارآفرینی در احیای صنایع رو به زوال
نقش کارآفرینی و اشتغال زایی (بوزه جوانان)
بررسی رابطه بین ارزشها و قوانین اسلامی و اشاعه فرهنگ کارآفرینی و موسسات خیریه
جهانی شدن (Globalization) و کارآفرینی
جاپیگاه کارآفرینی در نظریات توسعه اقتصادی کشورهای جهان سوم
کارآفرینی در بخش کشاورزی

۲- ویژگی های روانشناسی و فردی:

بررسی علل خروج نیروهای کلیدی شرکت ها و تجزیه روند ادامه آینده شغلی آنها در بخش های صنعت و خدمات
شناسایی کارآفرینان موفق و ارائه الگوی موفقیت آنها در بخش صنعت و خدمات
بررسی ویژگی های شخصیتی (Traits) و روانشناسی کارآفرینان فردی (Entrepreneurs)
بررسی ویژگی های شخصیتی - روانشناسی کارآفرینان سازمانی (Intrapreneurs)
بررسی متغیر های تسهیل کننده و نیازهای مختلف کارآفرینان در صنایع مختلف
مطالعه مقایسه ای و تطبیقی بین ویژگی های کارآفرینان فردی و سازمانی بین ایران و امریکا
مطالعه در خصوص ویژگی ها و انگیزه های کارآفرینان زن
نقش والدین در تربیت و ایجاد خلاقیت و ویژگی های شخصیتی در کارآفرینان
اخلاق کارآفرینی (Entrepreneurship ethics)
تفاوت بین مدیران و کارآفرینان در بخش صنعت و خدمات ایران
عوامل موثر بر تصمیم گیری توسط کارآفرینان
مطالعه مقایسه ای و تطبیقی بین ویژگی های کارآفرینان فردی و سازمانی در صنایع مختلف ایران
بررسی و تطبیق ویژگی های کارآفرینان در صنعت و خدمات

۳- عوامل اجتماعی و نقش دولت:

بررسی و مطالعه متغیرهای جمعیت شناختی کارآفرینان در صنایع مختلف
بررسی نقش ساختارهای حقوقی و قانونی در توسعه کارآفرینی
بررسی ویژگی های جمعیت شناختی کارآفرینان
بررسی نقش سیاست های حمایتی دولت در توسعه صنعتی و ایجاد شرکت های جدید
نقش دولت در ایجاد مراکز آموزش و ترویج کارآفرینی
بررسی جنبه های قانونی و حقوقی ایجاد یک فعالیت جدید در قالب یک شرکت
نقش رسانه های گروهی در ترویج کارآفرینی در جامعه
ارائه الگوی شیکه کارآفرینی و ارائه آن
موانع کارآفرینی در کشورهای جهان سوم
ارتباط قانون کار و مقررات مربوطه با فرهنگ کارآفرینی در ایران
بررسی عوامل جامعه شناختی در کارآفرینی
تأثیر هنر بر استعداد کارآفرینی

۴- آموزش کارآفرینی:

طراحی دوره های آموزشی در سطوح استان، راهنمایی و دیبرستان در خصوص کارآفرینی
 طراحی دوره های آموزشی در سطوح دانشگاه
 مدل ارزیابی بازده سرمایه گذاری در آموزش کارآفرینی
 ارتباط صنعت و دانشگاه و نقش آن در کارآفرینی
 ارائه راهکارهای اجرایی آموزش کارآفرینی و ایجاد پرورشگاههای اجرایی و آموزشی

۵- نقش شرکتهای کوچک:

بررسی و تجزیه و تحلیل علل عدم شکل گیری زنجیره های خدماتی - توزیعی فرانشیز (Franchise) در ایران
 نقش شرکتهای کوچک در توسعه اقتصاد
 بررسی و ارزیابی پروژه ها و فرصت‌های کارآفرینی
 نقش فرانشیز در توسعه کارآفرینی
 ساختار سرمایه در مؤسسات کوچک و کارآفرین
 مدیریت استراتژیک در مؤسسات کوچک و نقش کارآفرین در تدوین استراتژی
 بررسی زمینه های کارآفرینی در صنایع کوچک ایران
 نقش فرانشیز در اشتغال زائی و توسعه اقتصادی

۶- نقش استراتژی و عوامل سازمانی:

ساختارهای تأمین مالی پروژه های کارآفرینانه و Capital Venture
 بررسی استراتژی های کارآفرینی سازمانی در رشد و بقای شرکتها رابطه مدیریت، رهبری و فرهنگ در مؤسسات کارآفرین
 نقش تیم مدیریت در کارآفرینی (سازمانی)
 ارتباط چرخه عمر سازمان با کارآفرینی
 اثربخشی در مؤسسات کارآفرین و مقایسه با مؤسسات غیر کارآفرین
 ارتباط بین بازاریابی و کارآفرینی
 دورنمای کارآفرینی در قرن ۲۱ و پیامدهای آن برای ایران
 توسعه ساختارهای زیربنایی کارآفرینی در کشور
 نقش ساختار و استراتژی در مؤسسات کارآفرینی
 ایجاد تیمهای کارآفرینی جهت رشد مؤسسه
 چالش‌های مؤسسات دارای رشد سریع و کارآفرینانه
 انحلال مؤسسات و شرکتها در بخش‌های مختلف صنایع
 تبیین مدل مدیریت منابع انسانی مبتنی بر پرورش کارآفرین

۷- تکنولوژی اطلاعات :

نقش تکنولوژی اطلاعات و اینترنت در توسعه فرصت‌های کارآفرینی
 فرایند انتقال تکنولوژی و فرایند نوآوری در شرکتهای کارآفرین
 بررسی استفاده از تکنولوژی اطلاعات در کارآفرینی در ایران
 طراحی سیستم اطلاعات کارآفرینی در صنعت و خدمات
 طراحی سیستمهای پاداش و حقوق و دستمزد مبتنی بر الزامات کارآفرینی

کارآفرینی چیست؟

کارآفرینی : واژه کارآفرینی از کلمه فرانسوی *Entreprendre* به معنای " متعهد شدن " نشأت گرفته است. بنابر تعریف وازنامه دانشگاهی ویستر : کارآفرین کسی است که متعهد می شود مخاطره های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی ، اداره و تقلیل کند.

اقتصاد دانان نخستین کسانی بودند که در نظریه های اقتصادی خود به تشریح کارآفرین و کارآفرینی پرداختند. ژوزف شومپیتر کارآفرین را نیروی محركه اصلی در توسعه اقتصادی می داند و می گوید: نقش کارآفرین نوآوری است . از دیدگاه وی ارائه کالایی جدید ، ارائه روشی جدید در فرآیند تولید ، گشایش بازاری تازه ، یافتن منابع جدید و ایجاد هرگونه تشکیلات جدید در صنعت ... از فعالیت های کارآفرینان است. کرزنر نیز که از استادان اقتصاد دانشگاه نیویورک می باشد کارآفرینی را این گونه تشریح می کند : کارآفرینی یعنی ایجاد سازگاری و هماهنگی متقابل بیشتر در عملیات بازارها.

کارآفرینی سازمانی : فرآیندی است که در ان محصولات یا فرآیند های نوآوری شده از طریق القاء و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان از قبل تأسیس شده ، به ظهور می رسد. به تعریفی دیگر : فعالیتهای کارآفرینانه فعالیت هایی است که از منابع و حمایت سازمانی به منظور دستیابی به نتایج نوآورانه برخوردار می باشد.

کارآفرین سازمانی: کسی که تحت حمایت یک شرکت ، محصولات ، فعالیتها و تکنولوژی جدید را کشف و به بهره داری می رساند.

کارآفرینی : فرآیندی است که منجر به ایجاد رضایتمندی و یا تقاضای جدید می گردد. کارآفرینی عبارتست از فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به منظور بهره گیری از فرستها.

کارآفرین (مستقل) : فردی که مسؤولیت اولیه وی جمع آوری منابع لازم برای شروع کسب و کار است و یا کسی که منابع لازم برای شروع و یا رشد کسب و کاری را بسیج می نماید و تمرکز او بر نوآوری و توسعه فرآیند ، محصول یا خدمات جدید می باشد. به عبارت دیگر ، کارآفرین فردی است که یک شرکت را ایجاد و اداره می کند و هدف اصلی اش سود آوری و رشد است . مشخصه اصلی یک کارآفرین ، نوآوری می باشد.

کارآفرین شرکتی : کارآفرینی شرکتی به مفهوم تعهد شرکت به ایجاد و معرفی محصولات جدید و نظام های سازمانی نوین است.

ویژگیهای شخصیتی کارآفرینان : دیوید مک کللن از استادان روانشناسی دانشگاه هاروارد آمریکا که اولین بار "نظریه روانشناسی توسعه اقتصادی" را مطرح نمود ، معتقد است که عامل عقب ماندگی اقتصادی در کشور های در حال توسعه مربوط به عدم درک خلاقیت فردی است بنابر عقیده ایشان با یک برنامه صحیح تعلیم و تربیت می توان روحیه کاری لازم را در جوامع تقویت نمود ، به گونه ای که شرایط لازم برای صنعتی شدن جوامع فراهم آید.

کارلن و همکارانش اهم ویژگیهایی را که در مورد کارآفرینان مورد بررسی واقع و تأیید شده بودند ، جمع آوری نمودند که اهم آنها عبارتند از:

- نیاز به توفیق

- تمایل به مخاطره پذیری

- نیاز به استقلال

- کارآفرینان دارای مرکز کنترل درونی هستند.

- خلاقیت

کارآفرینی و ICT (فناوری ارتباطات و اطلاعات)

نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) در کارآفرینی

عبارت اقتصاد جدید به تدریج رواج یافته و چشم انداز تازه ای را را گسترش فناوری اطلاعات همراه است. در چنین اقتصادی، فناوری اطلاعات و ارتباطات گسترش و اهمیت فزاینده ای پیدا میکند. جامعه انسانی طی قرون گذشته، تاثیرات قابل توجهی از تغییرات فناوری پذیرفته است. ICT به ارضی نیازهای ارتباطی و اطلاعاتی که به ایجاد دانایی کمک میکند، مبادر و امکانات جدیدی برای تبادل اطلاعات ایجاد میکند. ICT توان بالقوه ای دارد تا به قابلیت انسان برای ایجاد دانش جدید بیافزاید.

فرانک ویستر در کتاب نظریه های جامعه اطلاعاتی بیان میدارد که نخستین تعریف از اطلاعات که به ذهن خطور میکند، تعریف معناشناختی است. اطلاعات معنی دار دارای یک موضوع بوده و محتوای آن، آگاهی یا دستوری درباره چیزی یا کسی است. اما کنت ارو معتقد است که معنای اطلاعات بطور مختصر و کوتاه عبارتست از کاهش در عدم قطعیت. اطلاعات کاربر را قادر میسازدتا در مورد چیزی شناخت پیدا کند و از آن دانایی برای برقراری ارتباط، یادگیری، تفکر، تصمیم گیری و نوآوری در موقع نیاز استفاده کند.

نظریه شبکه های اجتماعی در رابطه با کارآفرینی

طبق نظریه شبکه های اجتماعی، کارآفرینی فراینده است که در شبکه متغیری از روابط اجتماعی واقع شده است و این ارتباط اجتماعی میتواند رابط کارآفرین را با منابع و فرستها ، محدود یا تسهیل کند. توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات باعث ایجاد شبکه ای عظیم با مقیاسی جهانی (اینترنت) شده است. در کشورهای بیشرفتنه، اینترنت یکی از مهمترین ابزارهای کارآفرینان است. این افراد از طریق این شبکه بر قابلیت های خود افزوده و از مزایای آن بهره میگیرند.

کارآفرینی، موتور توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات

با کارآفرینی است که نیازها شناخته میشود و با رفع نیازها، پیشرفت حاصل میشود. کشورهای صنعتی به این دلیل پیشرفتنه اند که در فناوری اطلاعات پیشرفت کرده اند و توسط آن هم اقتصاد جهان را در اختیار گرفته و هم تبدیل به قدرت نظامی شده اند و حال فرهنگ جهان را به سوی خواسته های خود هدایت میکنند. کارآفرینی اطلاعات در سطوح مختلف سخت افزار، نرم افزار، اطلاعات و ارتباطات قابل انجام است. در هریک از این سطوح، فرست های بسیاری برای کارآفرینی وجود دارد که نیازمند حمایت مرکز سرمایه گذاری و تلاش های کارآفرینانه است و حالب اینکه کارآفرینی در حوزه اطلاعات، بسیار راحت تر و عملی تر از کارآفرینی در سایر حوزه ها است. به عنوان مثال، در حوزه نیروگاه هسته ای به دلیل کاربرد محدود، ایده های کمتری وجود دارد. به علاوه سرمایه گذاری فوق العاده زیاد و در حد امکان پذیری کم، مانع هر فعالیت کارآفرینانه است، در حالیکه در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات با گستردگی بسیار زیاد، ایده های بسیاری خلق می شود و میزان سرمایه گذاری مورد نیاز که ایده ها را به نتیجه برسانند، چندان زیاد نیست.

نتیجه گیری

ملحوظه شد که فناوری اطلاعات و ارتباطات، تحولات زیادی در کلیه فعالیتهای اجتماعی از جمله کارآفرینی به وجود آورده و به عنوان مهم ترین ابزار کارآفرینی مدرن مورد توجه قرار گرفته است. همچنین کارآفرینی در فناوری اطلاعات پنهان وسیعی برای ایجاد فعالیت دارد. کارآفرینی لازمه توسعه فناوری و توسعه فناوری بستر کارآفرینی است. بر این اساس اهمیت نقش بستر سازی کارآفرینی و وظیفه دولت مشخص میشود. دولت باید بستر کارآفرینی در حوزه فناوری اطلاعات را که همان شبکه های ارتباطی و اطلاعاتی است، توسعه دهد و امکان دسترسی آسان همه به این شبکه را فراهم کند، ضمن اینکه فرهنگ استفاده از شبکه را ایجاد کرده و گسترش دهد و قوانین و مقررات لازم را تدوین و اجرا کند.

پدیده فرار مغزها که خصوصا در فناوری نو بیشتر رایج است از نتایج ضعف کارآفرینی در کشورهای در حال توسعه است. بسیاری از نیروهای تحصیل کرده این کشورها، صرفا عملی بار آمده و تربیت شده اند و باید توسط دیگران مدیریت شوند و از سوی دیگر، افرادی هم که شخصیت کارآفرینی دارند، بستر کارآفرینی را در این کشورها نمی یابند. کارآفرینان می توانند مشاغلی را در زمینه فناوری برای متخصصان داخل کشور ایجاد کنند و در اثر رضایت شغلی که بوجود می آورند، علاوه برکلیه مزایای کارآفرینی، از فرار مغزها نیز جلوگیری کنند.

مفهوم فرانشیز

تعريف لغوی فرانشیز: فرانشیز نوعی از کسب و کار است که بر اساس آن به یک شرکت اختیارداده می‌شود که تولیدات و یا محصولات شرکت دیگر را بفروشد و در قبال آن مبلغی دریافت کند که به این مبلغ، مبلغ فرانشیز می‌گویند.

مفهوم عملی فرانشیز: فرانشیز یک شبکه ارتباطی بین کسب و کارهای مستقل کوچک می‌باشد که به هر یک از این کسب و کارهای کوچک اجرازه می‌دهد که تحت یک نام تجاری مشترک و یک هویت فعالیت کنند و همگی از یک متد موفق (که قبل آزمایش شده) و بازاریابی مشترک استفاده کنند. در عمل فرانشیز دقیقاً یک استراتژی کسب و کار است برای جذب و نگهداری مشتری، نه بیشتر نه کمتر! یک سیستم بازاریابی است که هدف آن ایجاد یک تصویر درباره محصولات و یا خدمات یک شرکت در ذهن مشتری می‌باشد، در حقیقت یک روش است برای تعریف محصولات و یا خدمات به طوری که نیازهای مشتری را ارضاء کند.

از این پس کسب و کارهای کوچکی که تحت شبکه ارتباطی فرانشیز با یکدیگر و مشترکاً به فعالیت خواهند پرداخت را "کسب و کارهای تحت پوشش" می‌نامیم و شرکتی را که وظیفه آن برقراری این شبکه و ارائه متد های موفق از قبل آزمایش شده به کسب و کارهای تحت پوشش می‌باشد، "هماهنگ کننده" می‌نامیم.

مزایای فرانشیز:

۱-امنیت: برای کسب و کارهای تحت پوشش، فرانشیز نوعی کاهش ریسک و امنیت را به همراه دارد. شما آزادی ای را که به عنوان صاحب یک کسب و کار مستقل دارید، کنار می‌گذارید تا تبدیل به یک جزء از یک گروه شوید که به همراه یکدیگر یک کسب و کار را پیش می‌برید، و دیگر نیازی نیست که خودتان نگران روش های موثر برای کسب و کار خود باشید چرا که یک سیستم از قبل مطالعه شده و آزمایش شده از سوی هماهنگ کننده در اختیار شما قرار خواهد گرفت.

۲-سیستم اثبات شده: مواردی که یک هماهنگ برای انجام کسب و کار تعیین می‌کند: یک روش (سیستم عامل) برای انجام کسب و کار، یک نام تجاری که در نظر مشتری ارزش داشته باشد و یک پشتیبانی اولیه و پشتیبانی مستمر می‌باشد که در نتیجه دیگر نیازی نیست که شما چرخ را مجددًا اختراحت کنید تا بتوانید از آن استفاده کنید . بلکه از نتایج تحقیقات از قبل انجام شده ی هماهنگ کننده استفاده خواهد کرد.

۳-نتایج قابل پیش بینی: یک سیستم فرانشیز (الف) قدرت خرید گروهی برای از بین بردن هرینه های عملیاتی ب) پیشرفت سریع تر به علت برنامه ی بازاریابی از پیش آزمایش شده پ) نتایج قابل پیش بینی (وابسته به اینکه تا چه حد پای بند سیستم عامل بوده اید) را مزده می‌دهد.

۴-بازار یابی: وقتی کسب و کار شما از حالت مستقل خارج شد و به صورت جزئی از مجموعه بزرگتری در آمد هزینه های بازاریابی میان کسب و کارهای تحت پوشش تقسیم خواهد شد و همین تعدد شعبات خود نوعی بازاریابی بوده و در نتیجه کسب و کار شما در ذهن مشتری جای خود را باز خواهد کرد

اشتباهات رایج کارآفرینان نویا در هنگام راه اندازی و توسعه یک کسب و کار جدید

۱. اهداف غیر واقعی و سنجش ناپذیر

کارآفرینان ممکن است در ارزیابی اهداف مالی و غیرمالی در چند سال اول شروع کسب و کارشان به دلایل مختلف از جمله فقدان آموزش و تجربه لازم دچار اشتباہ شوند. چنین اشتباہی میتواند مشکلات مهمی از جمله عدم توانایی در بازپرداخت بدهیها و تعهدات مالی برای ایشان به وجود آورد.

کسی که قصد دارد یک کسب و کار جدید راه اندازی کند، میبایستی بداند که چه شاخصهایی را برای هدف‌گذاری خود انتخاب کند و این هدف‌گذاری را چگونه انجام دهد. در صورتی که شاخص مناسی برای هدف‌گذاری انتخاب نشود، سنجش و ارزیابی عملکرد با توجه به این شاخص‌ها به دلایلی همچون ابهام و سنجش ناپذیری شاخص‌ها میسر نخواهد شد.

در صورت انتخاب شاخص‌های مناسب برای هدف‌گذاری، تعیین اهداف نیز اهمیت قابل ملاحظه‌ای خواهد داشت. هدف‌گذاری بیش از حد پایین و یا بالا هر دو میتوانند به یک اندازه مانعی برای موفقیت یک کسب و کار جدید باشند. استفاده از تجربه کسانی که سابقه فعالیت در زمینه کسب و کار مورد نظر را داشته‌اند در این مرحله میتواند بسیار موثر و یاری‌رسان باشد.

۲. پیش‌بینی غیرواقعی هزینه‌ها

از آن جایی که بسیاری از هزینه‌ها در راه‌اندازی و اداره یک کسب و کار اصطلاحاً پنهان هستند و فردی که قادر تجربه لازم در این زمینه است از آنها اطلاعی ندارد، بسیار محتمل است که کارآفرینان نویا در تخمین میزان هزینه‌های راه‌اندازی کسب و کار و ادامه فعالیت خود دچار اشتباہ شوند. بدینهی است که چنین اشتباہی به سادگی میتواند سبب شود به دلیل عدم پیش‌بینی منابع مالی کافی، ادامه فعالیت برای کارآفرینان در میانه راه ناممکن شود.

در این زمینه کسی که قصد راه‌اندازی یک کسب و کار جدید دارد در صورتی که قادر تجربه انجام چنین کاری است، باید از راهنمایی کسانی که تخصص و تجربه لازم در این زمینه را دارند استفاده کند. فهرست‌هایی که از موارد مختلف هزینه‌های راه‌اندازی و اداره یک کسب و کار وجود دارد در این مرحله میتواند برای کارآفرینان یاری‌کننده باشد.

۳. عدم پیش‌بینی موانع

موانع مختلفی پیش روی یک کارآفرین یا فردی که قصد راه‌اندازی یک کسب و کار جدید را دارد قرار دارد. عدم شناخت کافی از این موانع و عدم پیش‌بینی راه حل مناسب در برخورد با این مشکلات میتواند منجر به شکست یک کسب و کار شود. از همین رو فرد قبل از راه‌اندازی کسب و کار خود میبایستی شناخت کافی از موانع و مشکلات پیش روی خود در زمینه‌های مختلف مانند موانع قانونی، موانع در اعطای وام و کسب اعتبار و ... داشته باشد.

۴. عدم تعهد کافی

بسیاری کارآفرینان ممکن است که کسب و کار جدید خود را به صورت پاره وقت یا فعالیتی صرفاً تفمنی در کنار شغل اصلی خود دنبال کنند و به همین دلیل یا سایر دلایل تعهد و تقید کافی نسبت به کسب و کار جدید خود نداشته باشند. چنین اشتباہی سبب میشود که فرد زمان و هزینه‌های مورد نیاز برای دستیابی به عملکرد مطلوب را صرف نکند و در مراحل اولیه کار خود با شکست مواجه شود. این افراد باید بدانند که راه‌اندازی یک کسب و کار جدید یک فعالیت جدی است که بدون صرف وقت و انجام تلاش کافی هیچ‌گاه به موفقیت نخواهد انجامید. کسی که تصمیم به راه‌اندازی یک کسب و کار جدید را دارد باید پیش از شروع فعالیت‌هاییش قاطعاً نه تصمیم بگیرد که از هیچ تلاش و کوششی برای دستیابی به موفقیت اجتناب نکند.

۵. فقدان ارزیابی مناسب از مشتری و بازار

بسیاری کارآفرینان بدون این که مشتری و بازار هدف خود را مشخص کنند شروع به کار می‌کنند. این افراد عملی کردن ایده‌ای که در ذهن دارند و از نظرشان ایده‌ای بکر است هستند. این که کارآفرینی به محصول یا خدمتی علاقه شخصی داشته باشد بدان معنا نیست که دیگران آن را خواهند خرید. بسیاری از اختراعات ارائه شده به سازمان ثبت اختراقات امریکا هرگز راهی به بازار نمی‌پاند زیرا هیچ مشتری‌ای برای خرید آنها وجود ندارد و در واقع هیچ بازاری برای آنها ایجاد نشده است. عامل اصلی که سبب می‌شود کارآفرینان مرتكب چنین اشتباہی شوند عدم توجه به چند سوال ساده اما اساسی در مورد مشتری و بازار محصول یا خدمت است. سوالاتی مانند این که چه کسی و با چه مشخصاتی این محصول را خواهد خرید؟ مشتری بالقوه چگونه از وجود این محصول یا خدمت آگاهی خواهد یافت؟ مشتری مورد نظر چه میزان حاضر است برای این محصول یا خدمت هزینه کند؟ و سوالات دیگری از این دست.

۶. میزان رسکپذیری یا رسکگریزی نامناسب

دو اشتباہ رایجی که سبب شکست بسیاری از کارآفرینان می‌شود عدم اتخاذ روش مناسب در رویارویی با انواع مخاطرات پیش روی یک کارآفرین است. برخی کارآفرینان جسارت لازم در پذیرفتن مخاطرات را ندارند. به همین دلیل ممکن است در جایی که صرف برخی هزینه‌ها برای دستیابی به موفقیت اجتناب‌نایابیز است به علت ترس از پذیرش تعهدات مالی و یا از دست رفتن سرمایه‌شان از دریافت وام یا صرف منابع شخص خود بپرهیزنند و سبب عدم موفقیت کسب و کارشان شوند.

همچنین رسکپذیری بالا و نامعقول نیز ممکن است سبب شکست و وارد آمدن خسارات جبران نایابیز به یک کارآفرین شود. فرد ممکن است به صرف داشتن یک ایده نو و قبل از انجام ارزیابی‌های لازم پیش از راه‌اندازی کسب و کار خود شغل فعلی خود را رها کرده و تمام منابع مالی و غیرمالی خود را درگیر کسب و کار جدید خود کند. در چنین حالتی در صورت شکست جبران آن بسیار مشکل و غیرممکن خواهد بود. از خصوصیات اصلی یک کارآفرین موفق آن است که رسکپذیری معقولی داشته باشد.

۷. عدم اقدام به موقع و از دست دادن فرصت مناسب

همان گونه که تعجیل در شروع یک کسب و کار پیش از انجام بررسی‌ها و برنامه‌ریزی‌های لازم میتواند منجر به شکست و عدم موفقیت گردآوری و تنظیم : رضا فریدون نژاد فروش و هرگونه تغییر در محتوای این کتاب ممنوع است

همه چیز درباره راه اندازی کسب و کار از صفر تا صد شود، تاخیر در راه اندازی کسب و کار و صرف هزینه و زمان بیش از اندازه برای بررسی و ارزیابی طرح مورد نظر برای راه اندازی کسب و کار نیز می‌تواند زیان‌آور باشد. کسی که در فکر راه اندازی یک کسب و کار جدید است باید درک مناسبی از شرایط محیط در زمان‌های مختلف داشته باشد تا بتواند احتمال موفقیت کسب و کار خود را بیشینه کند. این موضوع در فضای کسب و کار امروز که عمر محصولات و تکنولوژی‌ها بسیار کوتاه است اهمیت دوچندانی یافته است.

۸. عدم بهره‌گیری از مشاوره

ممکن است یک کارآفرین تمام توجه و تمرکز خود را متوجه ایده جدید خود برای راه اندازی کسب و کار کند و از موارد دیگری که در موفقیت کسب و کار جدید نقش مهمی دارند غفلت کند. مهارت در زمینه‌هایی همچون برنامه‌ریزی، سازماندهی، بازاریابی، حسابداری و ... از جمله مواردی هستند که برای موفقیت یک کسب و کار جدید ضروری هستند. استفاده از تجربه و مشاوره افراد متخصص در هر یک از این زمینه‌ها برای دستیابی به موفقیت الزامی است. در صورتی که یک کارآفرین تمام توجه خود را به ایده و جنبه‌های فنی کسب و کار خود معطوف کند و از توجه به سایر موارد غفلت ورزد به احتمال قوی با شکست مواجه خواهد شد.

۹. تمایل به اجرای همه امور و ترس از سپردن کارها به دیگران

یک کارآفرین ممکن است به علت تعلق خاطر شدید به ایده خود برای راه اندازی کسب و کار و همچنین تصور دستیابی به سود فراوان بخواهد تمام فعالیت‌های مرتبط با راه اندازی و اداره یک کسب و کار را خود به تنها یی بر عهده بگیرد. فردی که قصد راه اندازی یک کسب و کار جدید دارد بایستی درک درستی از توانایی‌ها و نقاط ضعف خود داشته باشد و همچنین روحیه انجام کار گروهی را در خود تقویت کند تا بتواند با بهره‌گیری از تخصص سایرین در زمینه‌های مختلف موجبات موفقیت کسب و کار خود را فراهم آورد. یک کارآفرین هر قدر هم که فردی تواند با محدودیت‌هایی مواجه است و دست آخر ناگزیر از سپردن برخی وظایف به دیگران است، عدم درک چنین مساله‌ای از سوی بسیاری از کارآفرینان موجه عدم موفقیت کسب و کار در مراحل اولیه و یا به ویژه در مراحل رشد خواهد شد.

۱۰. اتخاذ تصمیمات بدون توجه کافی به نقاط قوت و ضعف خود

کسی که قصد راه اندازی یک کسب و کار جدید دارد بایستی ارزیابی مناسبی از ضعف‌ها و قوت‌ها درونی خود و گروه همکارش داشته باشد. در صورتی که به درستی تشخیص ندهد در چه زمینه‌هایی دارای قوت است و می‌تواند نسبت به رقبای احتمالی خود مزیت رقابتی کسب کند احتمال موفقیت خود را به شدت کاهش می‌دهد. وی همچنین باید متوجه نقاط ضعف خود باشد تا پیش‌بینی‌های لازم برای جلوگیری از مشکلات احتمالی را بنماید. به عنوان مثال میزان منابع مالی که فرد در آغاز فعالیت خود در دسترس دارد نقش مهمی در تصمیم‌گیری در مورد اندازه سازمانی دارد که برای عملی نمودن طرح کسب و کار خود تشکیل خواهد داد. عدم توجه به چنین مسائلی به سادگی می‌تواند موجبات شکست فرد را فراهم آورد.

۱۱. اتخاذ تصمیمات بدون توجه کافی به فرصت‌ها و تهدیدهای بیش رو

فرصت‌ها و تهدیدهایی که از جانب محیط بیرونی متوجه هر کسب و کاری است از جمله مواردی است که در هر تصمیم‌گیری مهم باید حتماً مورد توجه قرار گیرند. ارزیابی درست از محیط بیرونی باید قبل از اقدام به هر عملی انجام شود و نتایج این ارزیابی در اتخاذ تصمیمات مورد توجه قرار گیرد. توجه به مشتریان، رقبا، توزیع‌کنندگان، تامین‌کنندگان، قوانین و سایر موارد در اتخاذ تصمیمات باید مد نظر قرار گیرند و عدم توجه به آن‌ها موجبات شکست و عدم موفقیت کسب و کار را فراهم خواهد آورد.

۱۲. مدیریت نامناسب جریان وحوه نقد

یکی از مهمترین موارد در راه اندازی و اداره یک کسب و کار، فعالیت‌های مربوط به حسابداری و مدیریت جریان وجوه نقد است. آمار حکایت از آن دارد که بسیاری از کسب و کارهای بزرگ به دلیل مدیریت نامناسب جریان وجود نقد خود با مشکلات اساسی مواجه می‌شوند که در نهایت منجر به ورشکستگی آنها می‌شود. کسی که قصد راه اندازی یک کسب و کار جدید دارد بایستی توجه کند که حتی در صورت پیش‌بینی مناسب منابع مالی به دلیل عدم دسترسی به این منابع در زمان مناسب و در اختیار نبودن نقدينگی مورد نیاز ممکن است کسب و کار وی با موانع و مشکلات جدی مواجه شود. استفاده از تجربه و مهارت افراد متخصص در زمینه حسابداری و مدیریت جریان وجوه نقد عامل مهمی است که در هنگام راه اندازی یک کسب و کار جدید بایستی حتماً مورد توجه قرار گیرد.

۱۳. عدم توجه کافی به کدهای اخلاقی در کسب و کار

از مواردی که منجر به موفقیت کسب و کارها در دراز مدت می‌شود، توجه به کدهای اخلاقی و رعایت آنها در کسب و کار است. گردانندگان یک کسب و کار برای ایجاد ارتقابی برد-برد و دراز مدت با کلیه ذینفعانشان (سهامداران، مشتریان، تامین‌کنندگان، توزیع‌کنندگان، دولت و ...) و کسب اعتماد ایشان می‌بایست اخلاق حرفة‌ای را در کسب و کار خود رعایت کند. زیرا گذاشت اصول اخلاقی برای کسب سود در کوتاه مدت، اشتباهی است که هزینه‌های بعض‌جا بران تاپذیری را در بلند مدت برای کسب و کارهای نویا به دنبال خواهد داشت

باید ها و نباید های تصمیمگیری در مورد کسب و کار

نایابیها:

1. صبر کنید و به دنبال کسب و کاری باشید که کاملا برای شما مناسب باشد. شما برای از دست دادن فرصت‌ها جریمه نخواهید شد اما در صورت انتخاب نامناسب یا شکست می‌خورید و یا سالها زجر خواهید کشید. فرآیند انتخاب که نیاز به برنامه‌ریزی فراوان و تجربه و دانش کافی دارد برای موفقیت شما حیاتی است.
2. در عین حال فرصت‌طلب باید باشید. یک اشتباه بزرگ غفلت است. یعنی نتوانید فرصتی را که درست در مقابل شما است ببینید.
3. برای تبدیل شدن به یک کارآفرین موفق باید اراده قوی و از خودگذشتگی لازم برای دستیابی به هدفان را داشته باشید.
4. باید پیش از شروع به کار در مورد کسب و کاری که قصد راه‌اندازی آن را دارید، دانش فنی لازم را داشته باشید.
5. سعی کنید کسب و کاری را بباید که دارای پتانسیل اقتصادی بلندمدت باشد. این نصیحت را به خاطر داشته باشید: «به جایی بروید که گوی در حال رفتن به آن جا است، نه جایی که الان هست».
6. به دنبال کسب و کاری باشید که در بازار امروز و فردا رشد کند. سیاری فروشگاه‌های کوچک خردمندی دیگر از دور خارج شده‌اند زیرا فروشگاه‌های عظیمی چون شهروند، رفاه و سایرین احناس را با امکانات بیشتر و قیمت کمتر ارائه می‌کنند. حداقل به لحاظ مکانی دنبال جایی باشید که رقبای بزرگ شما را قورت ندهند.
7. در اکثر کسب و کارهای خدماتی شما قدرت قیمت‌گذاری دارید و می‌توانند مناسب باشند.
8. اگر قصد تولید و فروش یک محصول را دارید، معایب و مزایای سپردن تولید به یک تولیدکننده ارزان قیمت را مورد توجه قرار دهید.
9. واقع‌بین باشید. فریب سودهای کلان را نخورید. سود کلان در صورتی به دست می‌آید که کسب و کار درست را انتخاب کنید و پیش از شروع آن همه موارد را به دقت مورد بررسی قرار داده باشید.
10. برای ارزیابی ایده محصول یا خدمت خود سعی حتما از دیدگاه مشتریان آئی به آن بینگرد و بفهمید چه چیزی محصول یا خدمت شما را برای ایشان جذاب می‌کند.

نایابیها:

1. کارآفرینی فعالیتی حدی است که با مخاطراتی نیز همراه است، در صورتی که هنوز در تصمیم خود برای راه‌اندازی یک کسب و کار تردید دارید، نباید دست به کار شوید.
2. به کسب و کارهایی که ممکن است سیار چالش‌برانگیز باشند نپردازید. بهتر است یک مانع یک متري را انتخاب کنید تا این که سعی کنید از روی یک مانع هفت متري بپرید.
3. فعالیت کارآفرینانه نیاز به سرمایه دارد. پیش از تخمین درست هزینه‌ها و پیش‌بینی منابع تامین مالی شروع به کار نکنید.
4. اجازه ندهید اعتماد به نفس بیجا سبب عدم تحلیل دقیق برای انتخاب کسب و کارتان شود. شما نباید از شنیدن موارد منفي بترسید؛ بسیار بهتر است که از آنها آگاهی داشته باشید و هر چه سریع‌تر با آنها مواجه شوید.
5. کسب و کارهایی که باید از آنها پرهیز کرد، عرضه کالاهای مصرفی معمولی است. جایی که شما باید تماما روی قیمت رقابت و کنید و باید پایین‌ترین قیمت را داشته باشید تا باقی بمانید.
6. وجود شرایط و اطلاعات مبهم، ناقص، غیرقطعی، سازمان‌نیافته و غیرشفاف در شروع فعالیت هر کسب و کار طبیعی است. این شرایط نایاب موجب هراس و دلسزدی شما از ادامه کار شود.
7. یک ایده برای شروع یک کسب و کار را تنها به این دلیل که تکراری است کنار نگذارید. بسیاری موارد ایده‌ها تکراری در عمل موفق‌تر از ایده‌ها نواورانه هستند.
8. اگر از نحوه انجام برخی فعالیت‌ها همچون حسابداری اطلاعات کافی ندارید، به تنها یک عمل نکنید و حتما از کسانی که آن زمینه تخصص دارند مشاوره بخواهید.
9. اجازه ندهید صرف خلاقانه بودن یک ایده شما را بفریبد و چشم شما را به روی سایر واقعیات بیندد. پیش از سنجیدن همه جواب) مواردی که در درس اول به آنها اشاره شده است) کار خود را شروع نکنید.
10. هنگام برآورد هزینه‌های راه‌اندازی خوش‌بین نباشید، معمولاً اقلام هزینه‌ای وجود دارند که تا پیش از شروع کار نادیده گرفته می‌شوند و سبب غیرواقعي شدن تخمین‌های شما خواهند شد.

باید ها و نباید های طرح کسب و کار

باید ها

1. در صورتی که برای اولین بار می خواهید یک طرح کسب و کار بنویسید بایستی از تجربه افراد متخصص در این زمینه استفاده کنید.
2. برای دریافت تسهیلات مالی در اکثر موارد باید طرح کسب و کار مناسبی تهیه کنید.
3. در هنگام نوشتن طرح کسب و کار باید همواره هدف از نوشتن و همچنین مخاطب آن (تشريح شده در متن درس ۱) را در نظر داشته باشید.
4. بی شک مهم ترین جزء در موفقیت شما خودتان هستید. در هنگام تدوین طرح کسب و کار بر این تمرکز کنید که چگونه تجارب قیلیتان در کسب و کار جدید قابل استفاده هستند.
5. برای اطلاع از چارچوب یک طرح کسب و کار می توانید از الگوهای از پیش طراحی شده و آماده استفاده کنید.
6. در طرح کسب و کار سعی فعالیت خود را به دقت شرح دهید و بیان کنید دقیقاً چگونه قصد دارید به انجام آن بپردازید.
7. ارزیابی کاملی از محیط اقتصادی ای که کسب و کارتان جزئی از آن خواهد شد، انجام دهید. شرح دهید که کسب و کارتان چه منطقه و افرادی را پوشش می دهد و چگونه خود را با قانون سازگار می کنند.
8. جریان نقدینگی یکساله و میزان سرمایه گذاری مورد نیاز برای یک سال را تخمين بزنید و در طرحتان لحاظ کنید. این یکی از مهمترین بخش های طرح کسب و کار شمام است. بنابراین در انجام آن بسیار دقت کنید.
9. در برنامه بازاریابی طرح خود، بازار هدف، خصوصیات، و نحوه دسترسی به آن را شرح دهید.
10. تدوین یک طرح کسب و کار فعالیت نسبتاً دشواری به حساب می آید. لذا با صبر و حوصله و گام به گام برای انجام آن اقدام نمایید.

نباید ها

1. نوشتن طرح کسب و کار یک گام اساسی برای شروع هر فعالیت کارآفرینانه به حساب می آید. نباید به دلیل برخی دشواری ها یا غیرضروری دانستن، از نوشتن آن سر باز نماید. معمولاً کارآفرینان نویا به نوشتن طرح کسب و کار بی میل هستند و همین سبب بروز مشکلات آتی برای ایشان می شود.
2. در تدوین طرح کسب و کارتان بلندپروازی نکنید؛ برخی محدودیت های معقول را در هدف گذاری بلند مدت در نظر بگیرید (منظور از بلند مدت پیش از یک سال است). بهتر است که به اهداف کوتاه مدت پرداخته و در حین توسعه کسب و کار طرح خود را مورد بازبینی قرار دهید.
3. در انجام تخمین های مالی از خوش بینی پرهیز کنید. در واقع، به جای خوش بینی، در پیش بینی نیازمندی های سرمایه ای، برآوردهای زمانی، فروش و سود حاصل از آن بسیار محافظه کار باشید.
4. در بیان دقیق استراتژی های تبلیغاتی خود کوتاهی نکنید.
5. از بیان مطالب به صورت پیچیده پرهیز کنید. کاری کنید که خواندن و فهمیدن طرح آسان باشد.
6. خودتان را به منحصر به فرد بودن و یا یک اختراع ثبت شده متنکی و محدود نسازید. موفقیت به سمت کسانی می آید که با پشتونه اقتصادی کافی و برنامه مناسب شروع می کنند و نه لزوماً با اختراعات خاص و انحصارات.
7. در یک طرح کسب و کار نباید تنها به نقاط قوت خود توجه داشته باشید. نقاط ضعف احتمالی و روش های رفع آنها را نیز در نظر داشته باشید.
8. اگر از نرم افزارهای کمکی برای نوشتن طرح کسب و کار خود استفاده می کنید، انتظار نداشته باشید که نرم افزار طرح کسب و کار شما را به صورت خودکار تولید کند. نرم افزارها تنها به شما برای نوشتن طرح کسب و کار در یک قالب مشخص کمک می کنند. این شما هستند که باید محتوای اصلی طرح را آماده کنید.
9. اگر توانایی شما در مدیریت نقدینگی و انجام امور مالی کافی نیست، خود به تنها یکی انجام این امور را به عهده نگیرید.
10. اگر از کمک مشاور در تدوین طرح کسب و کار خود استفاده می کنید، نباید خود را از روند تدوین این طرح کنار بکشید. به یاد داشته باشید یک طرح کسب و کار خوب به شما در موفقیت کسب و کارتان بسیار کمک خواهد کرد و باید در تمام مراحل شکل گیری آن حضور فعال داشته باشید.

بایدها و نبایدهای ابزارهای ارتباطی

بایدها

1. شما باید بتوانید با مشتریان و همچنین تمام اشخاص و سازمانهایی که به نوعی به شما مربوط می‌شوند ارتباط مستمر برقرار کنید.
2. نامه‌های شما حتماً باید دارای سربرگ باشد و در آن اطلاعاتی از قبیل نام شرکت، نوع فعالیت، آدرس و شماره تماس، شماره نامه و... درج شده باشد.
3. فهرستی از افراد و سازمانهایی که می‌خواهید ارتباط پیشتر و دوستانه‌تری با ایشان داشته باشید تهیه کنید، اطلاعات تماس آنها را استخراج کنید و به صورت دوره‌ای و بهانه‌های مختلف با آنها تماس بگیرید.
4. همواره سعی در بزرگتر نمودن دامنه ارتباط خود کنید. از هیچ فرصتی برای آشنایی با افراد جدید دریغ نکنید، آشنایان امروز می‌توانند مشتریان فردای شما باشند.
5. جلسات غیررسمی دوره‌ای که در آن کارکنان بتوانند آزادانه با شما در مورد هر موضوعی که فکر می‌کنند لازم است، صحبت کنند؛ بهترین راه برای ایجاد ارتباطاتی دوستانه و صمیمانه در داخل سازمانتان است.
6. سعی کنید اهداف، برنامه‌ها و ارزش‌های سازمان خود را به کمک همکارانتان تدوین کنید و آن را در اختیار کلیه کارکنان قرار دهید.
7. انجام فعالیت‌های مشترک خارج از کسب و کار مانند مهمانی‌های سالانه، مسافت‌هایی دسته جمعی، تغريبات مشترک و ... می‌تواند جوی دوستانه و پر انرژی را بر سازمانتان حاکم کنند.
8. حتماً و به سرعت یک سایت اینترنتی راه‌اندازی کنید. حتی اگر از طریق این سایت محصول یا خدمت خود را به فروش نرسانید می‌توانید از طریق آن خود را به دیگران معرفی کنید.
9. صندوق پست الکترونیک خود را هر روز مشاهده کرده و پست‌های الکترونیک دریافت شده را بلافضله جواب دهید.
10. وبسایت و پست الکترونیک یکی از سریع‌ترین و کم‌هزینه‌ترین راه‌های ارتباط با شماست. پس حتماً در سر برگ نامه‌هایتان و در کارت ویزیتان آدرس آنها را قید کنید.

نبایدها

1. در برقراری ارتباطات شرکت، نباید تنها مشتریان هدف باشند. شرکت باید تمام ذی‌نفعان ارتباطات مناسبی برقرار نماید.
2. نگذارید در افراد این تصور ایجاد شود که شما تنها موقعی که به آنها نیاز دارید با آنها تماس می‌گیرید.
3. باید بسیار دقیق کنید که جلساتی با کارکنان به منظور اطلاع از نظراتشان تشکیل می‌دهید، به جلسات غر زدن و دادن انرژی منفی به یکدیگر تبدیل نشود که در این صورت نتیجه منفی به بار خواهد آورد.
4. از خط تلفنی که برای امور شخص و خانوادگی استفاده می‌کنید برای انجام امور مربوط به کسب و کارتان استفاده ننمایید.
5. شماره تلفن همراهتان را در کارت ویزیت خود چاپ نکنید و آن را به کسانی بدھید که به آنها اجازه می‌دهید در هر لحظه که لازم بود با شما تماس بگیرند. البته اگر کسب و کار شما به گونه‌ای است که مشتریانتان در اکثر مواقع می‌باشند با شماره همراهتان تماس بگیرند این امر مستثنی خواهد بود.
6. اگر نوع کسب و کار شما به گونه‌ای است که به ندرت نیاز پیدا می‌کنید با افراد و سازمانهای تشکیل‌دهنده محیط کسب و کارتان از طریق فکس ارتباط برقرار کنید و یا فکسی را از ایشان دریافت کنید، نیازی به این دستگاه ندارید.
7. به هنگام خرید کامپیوتر به کارکردي که از آن انتظار دارید فکر کنید. لزومی ندارد برای کامپیوتری که از آن فقط برای تایپ متون استفاده خواهید کرد، هزینه بالایی پرداخت کنید.
8. از اهمیت‌گرفتن نسخه‌های پشتیبان (backup) چشم‌بیوشی نکنید. نسخه‌های پشتیبان شما را در مقابل فاجعه از دست دادن بخشی حیاتی از دارایی‌تان (اطلاعات کسب و کارتان) محافظت می‌کنند.
9. در جلسات کاری تلفن همراه خود را خاموش و یا در حالت Silent قرار دهید و تلفن خود را در حین جلسه پاسخ ندهید و حتی SMS هم نزنید. پاسخ به تلفن در حین جلسات علاوه بر آن که به نظم جلسه شما آسیب می‌رساند تصویر حرفه‌ای شما را نیز مخدوش می‌کند.
10. اگر در خانه کار می‌کنید، به اعضای خانواده خود اجازه ندهید تلفن کاری شما را جواب دهند یا از آن استفاده کنند.

بایدها و نباید های سازمان کسب و کار

بایدها

1. فعالیت‌های مختلف کسب و کارتان را به صورت بخش‌های جدا از هم تقسیم کنید.
2. در مورد این که کدام بخش یا بخش‌ها نیاز به استخدام کسی برای انجام کارها دارد، تصمیم بگیرید.
3. معیارهای مناسب برای تقسیم‌بندی وظایف میان افراد و سازمان‌دهی کسب و کار خود پیدا کنید.
4. فهرستی از معایب و مزایای داشتن شریک و فعالیت، به صورت گروهی برای اتخاذ تصمیم در مورد آن، تهیه کنید.
5. برای جایگاه شغلی در کسب و کار خود یک شرح شغل شامل فهرستی از وظایف آن شغل، تحصیلات، توانایی‌ها و مهارت‌های لازم برای آن شغل تهیه کنید.
6. برای استخدام افراد جدید رویه مشخص و معیارهای عینی داشته باشید.
7. نظام حقوق و پاداشی مناسب با وظایف هر فرد و با در نظر گرفتن روش‌ها مورد استفاده از سوی رقبای موفق خود داشته باشید.
8. هنگام تصمیم‌گیری در مورد نیاز برای استخدام، به روند رشد فعالیت‌های کسب و کار خود و نیازهای آنی آن توجه داشته باشید.
9. از روش‌های مختلف و متنوع برای تشویق و انگیزش کارکنان خود استفاده کنید.
10. هنگام استخدام افرادی که قرار است با مشتری‌های کسب و کار شما بیشتر تماس داشته باشند، بیش از همیشه دقت کنید. جلب و حفظ رضایت مشتری مهم‌ترین عامل موفقیت شما است.

نبایدها

1. وظایف مختلفی که برای هر فرد در کسب و کار شما مشخص می‌شود نباید بیش از حد متنوع و نامناسب باشد.
2. هنگام تقسیم کار میان افراد وظایف را بیش از حد جزئی و دقیق مشخص ننمایید.
3. طوری برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری نکنید که در عمل موفق به اجرای آن نشود. به عبارت دیگر وظایف را آنقدر سنگین تعریف نکنید که فرد نتواند از عهده آن برآید و عمل روحیه خود را از دست بدهد.
4. مسائل مربوط به سازمان کسب و کار و روابط‌های انجام کارها را به صورت مقطعی و کوتاه‌مدت ننگیرید.
5. نباید به تمام کارها و مسائل خود به تنهایی رسیدگی نمایید. یادبگیرید بتوانید وظایف را به دیگران بسپارید.
6. برای استخدام با عجله عمل نکنید. سعی کنید از همه امکانات و ابزار موجود برای ارزیابی افراد استفاده کنید تا بتوانید تصمیم درستی بگیرید.
7. تنها یک معیار برای تصمیم‌گیری در مورد استخدام مانند آشنایی قبلی، میزان تخصص و ... در نظر نگیرید. تا آن جا که ممکن است به همه موارد توجه کنید.
8. از آموزش و به روزرسانی توانایی‌های کارمندان خود غافل نباشید.
9. نظام پرداخت حقوق و پاداش شما نباید به گونه‌ای باشد که افراد بتوانند به سادگی میان شما و رقیتان مقایسه نمایند.
10. تشویق کارکنان خود را به صورتی انجام ندهید که احساس کنند مورد تبعیض واقع شده‌اند.

بایدها و نباید های تجارت الکترونیک

بایدها

- 1.** وبسایت شما باید دارای طراحی ساده باشد که به راحتی به بازدیدکنندگان اطلاعات مورد نیازشان را در مورد کسب و کار شما ارائه دهد.
2. حتماً از نامی برای وبسایت خود استفاده کنید که به سادگی در خاطر باقی بماند.
3. با در نظر گرفتن همه مزایا و معایب داشتن یک سرور یا استفاده از خدمات هاست در مورد آن تصمیم‌گیری کنید.
4. در مواردی که فکر می‌کنید دانش فنی لازم برای تصمیم‌گیری را ندارید، حتماً از کمک و مشاوره متخصصان استفاده کنید.
5. تعداد بازدید کنندگان، زمان‌هایی اوج مراجعه، قسمت‌های جذاب سایت شما از نظر ایشان و سایر موارد این چنینی را مد نظر داشته باشید.
6. برای طراحی وبسایت، استفاده از خدمات هاستینگ یا خرید سرور، از چند شرکت قیمت بخواهید و پس از مقایسه از بین آنها انتخاب کنید.
7. فراموش نکنید که مخاطب شما چندان صبور نیست. پس صفحات خود را سیک طراحی کنید تا سریع بالا بیاید.
8. اگر از یک طراح حرفه‌ای برای طراحی وبسایت خود استفاده می‌کنید، حتماً با وی قراردادی مكتوب که به صورتی واضح تنظیم شده است، امضا کنید.
9. جذابیت و سادگی در استفاده از وبسایت خود را از دید مشتریان ارزیابی کنید. تنها مجذوب فنی طراحی وبسایت نشوید.
10. به نکاتی که برای بهبود رتبه وبسایت شما در موتورهای جستجو لازم است، توجه داشته باشید.

نبایدها

- 1.** برای تصمیم‌گیری در مورد نیاز به راه اندازی یک وبسایت برای کسب و کارتان عجله به خرج ندهید. تنها هنگامی چنین کاری انجام دهید که واقعاً به وبسایت نیاز داشته باشید و از طریق آن بتوانید به موفقیت کسب و کار خود کمک کنید.
2. استفاده از ابزارهای تجارت الکترونیک تنها به داشتن یک وبسایت محدود نمی‌شود. سعی کنید ابزارها و امکانات مختلف آن را بشناسید.
3. صفحه وب یک فروشگاه ۲۴ ساعته است. هیچ گاه نباید به دلیل مشکلات فنی یا مشکلات دیگر امکان بازدید از وبسایت شما برای مشتریان وجود نداشته باشد.
4. اگر بار ترافیکی وبسایت شما چندان زیاد نیست، نباید بی‌جهت هزینه‌های خرید یک سرور را به کسب و کار خود تحمیل نمایید.
5. از فیلم‌ها و تصاویر گرافیکی که وبسایت شما را سنگین می‌کند و ظاهر آن را نازیبا می‌کند استفاده نکنید.
6. در صورتی که می‌خواهید از یک طراح حرفه‌ای برای طراحی وبسایت خود استفاده کنید، پیش از اطمینان از صلاحیت وی با او قرارداد نبندید و تا پیش از تحويل کامل کار تمام پرداخت‌های خود را به وی انجام ندهید.
7. در وبسایت خود از فونت‌های غیرمعمول و خاص استفاده نکنید چون ممکن است در بسیاری مرورگرها قابل مشاهده نباشد.
8. اگر طراحی وبسایت وقت زیادی از شما می‌گیرد آن را به دیگران بسپارید. داشتن یک وبسایت احتمالاً مهم‌ترین مساله برای کسب و کار شما نیست.
9. برای تبلیغ محصول خود از ارسال ایمیل‌های بسیار زیاد و بدون هدف خودداری نمایید.
10. افراد را مجبور نکنید مدام ایمیل‌های شما را ببینند. به آنها این امکان را بدھید که در صورت تمایل از فهرست ایمیل‌های شما خارج شوند.

بایدها و نباید های حسابداری و حریان وجوه نقد

بایدها

1. در ابتدای راه اندازی یک کسب و کار شما شخصا باید در فعالیت های مربوط به حسابداری وارد شوید و آنها را فراگیرید.
2. داشت حسابداری را باید تا حدی یاد بگیرید که بتوانید صورت های مالی مانند ترازنامه و حساب سود و زبان را بخوانید و متوجه شوید.
3. نسبت های مالی مربوط به کسب و کار خود را محاسبه کنید و آنها را با کسب و کارهای رقیب مورد مقایسه قرار دهید.
4. هنگام راه اندازی یک کسب و کار در صورتی که تجربه انجام امور حسابداری را ندارید، حتما از مشورت و کمک یک حسابدار استفاده نمایید.
5. صورت های مالی خود را مرتب و برای دوره های تا حد امکان کوتاه تهیه کنید.
6. برای همه اجنبایی که می خرید یا هر مورد هزینه دیگر، از فروشنده فاکتور یا رسید بخواهید.
7. با اعمال برخی کنترل های داخلی روی فعالیت های کارکنان خود، مانع از هدر رفت منابع به دلایل مختلف در کسب و کار خود شوید.
8. روال های مشخصی برای انجام فعالیت های مختلف از جمله تحويل و ترجیح کالا، اقدام به خرید و ... ایجاد نمایید. برای این کار فرم های مخصوص طراحی کنید.
9. حساب های بانکی خود و کسب و کارتان را دست کم ماهی یک بار مورد بازرسی و تسویه قرار دهید.
10. باید متوجه تفاوت های هر یک از اقلام در صورت های مالی باشید. وجه نقد و اسناد دریافتی هر دو جزء دارایی های جاری به حساب می آیند، اما مطالبات تامین کنندگان را نمی توانید با اسناد دریافتی که ممکن است محقق نشوند، بپردازید.

نبایدها

1. تنظیم صورت های مالی برای کسب و کار خود را تا پایان سال به تعویق نیاندازید. این کار باید جزء وظایف مستمر خود یا حسابدارتان باشد.
2. رسیدهای فاکتورها و سایر اسناد مربوط به دریافت ها و پرداخت های خود را دور نریزید. آنها را به صورتی منظم نگهداری کنید.
3. ثبت هزینه ها و درآمدهای خود در دفاتر را به بعد از موکول نکنید. سعی کنید این کار را با کمترین تأخیر انجام دهید.
4. تسلیم اظهارنامه مالیاتی مربوط به هر سال را به بعد از پایان تیرماه سال آینده موکول نکنید. تحويل به موقع اظهارنامه حتی در صورتی که اطلاعات آن ناقص باشد، موجب معافیت شما از جریمه های مربوط به عدم تحويل به موقع خواهد شد.
5. هیچ گاه نباید حساب های شخصی و حساب های مربوط به کسب و کار خود را با هم مخلوط کنید.
6. در به خاطر سپردن ارقام، زیاد به حافظه تان اعتماد نداشته باشید. سعی کنید در اسرع وقت و با دقت حساب ها را روی کاغذ بیاورید.
7. هیچ گاه از موجودی فعلی و نیازهای آتی خود به وجه نقد غافل نشوید. باید برای تامین نیاز خود از قبل برنامه ریزی کنید.
8. نسبت های مختلف مالی برای کسب و کار خود را زیر نظر داشته باشید و تنها به یک شاخص اعتماد نکنید. کسب و کار شما ممکن است در حالی که بسیار بیش از بدھی، دارایی دارد به دلیل کمبود وجه نقد با خطر ورشکستگی روبرو شود.
9. چک هایی که امضا کرده اید اما هنوز موعد آنها فرا نرسیده را فراموش نکنید. موعد پرداخت ها را در جای معینی یادداشت کنید و همواره به آن توجه داشته باشید.
10. برای همه فعالیت های حسابداری تنها به حسابدار خود متکی نباشید. به گونه ای عمل کنید که بتوانید در صورت لزوم کارها را تحويل گرفته و به حسابدار دیگری بسپارید.

باید ها و نباید های گسترش کسب و کار و رویارویی با مشکلات مربوط

باید ها

1. در سالهای اولیه راه اندازی یک کسب و کار خودتان باید در تمام زمینه ها به صورت جدی فعال باشید و تجربه کسب کنید.
2. اگر می خواهید کسب و کار خود را گسترش دهید، باید یاد بگیرید کارها را به دیگران نسپارید.
3. برای ارزیابی نحوه انجام شدن فعالیت هایی که به دیگران واگذار می کنید، شاخص های عینی در نظر بگیرید و برنامه ریزی کنید تا بتوانید عملکرد واقعی آنها را با برنامه مقایسه و ارزیابی کنید.
4. در یک کسب و کار گزارش های عملکرد می تواند شما را در این راه یاری کند.
5. برای مدیران خود مشوق هایی قرار دهید که تنها شیوه عملکرد آنها در دریافت یا عدم دریافت مشوق ها موثر باشد.
6. سپردن اختیار به هر یک از کارکنان تان باید همراه با خواستن مسؤولیت از ایشان باشد.
7. دوره های تنظیم و بررسی صورت های مالی را کوتاه درنظر بگیرید.
8. برای تشویق مدیران خود روش هایی که توسط رقبای موفق شما استفاده می شوند، را مورد توجه قرار دهید.
9. فعالیت خود را تنها در زمینه هایی گسترش دهید که به آن علاقه دارید.
10. گسترش فعالیت کسب و کار شما حتما باید بدون افت کیفیت محصولاتتان صورت گیرد.

نباید ها

1. وقتی کسب و کار شما هنوز با مشکلات جدی روبرو است نباید برای گسترش آن اقدام کنید.
2. اختیار برخی تصمیم های کلیدی، مثل امضا کردن چک ها را به دیگران نسپارید.
3. به دلیل ترس انجام نشدن درست کارها از واگذاری آن به دیگران خودداری نکنید.
4. چون کسب و کار فعلی شما سودآور است نمی توان نتیجه گرفت در طی فرایند رشد نیز سودآوری حفظ خواهد شد. برای گسترش کسب و کار خود با عجله عمل نکنید. هرگز چند شعبه را با هم راه اندازی نکنید.
5. تجربه موفق کارآفرینی در یک زمینه نامرتبط با کسب و کاری که حالا قصد راه اندازی آن را دارید، نباید سبب اعتماد به نفس و اطمینان بی جای شما به موفقیت گردد.
6. برنامه تقسیم سود خود را زیاد از حد پیچیده نکنید، طوری هیچ کس از آن سر در نیاورد. آن را به صورت مكتوب درآورده و به اطلاع مدیران خود برسانید.
7. نباید بدھی های کسب و کار شما هیچ گاه از یک سقف مشخص فراتر رود. گزارش های مالی خود را به صورت مرتبا تهیه کنید و مورد بررسی قرار دهید.
8. کسب و کار خود را روی عرضه کالاهای معمولی که در آن امکان قیمت گذاری ندارید گسترش ندهید.
9. وارد عرصه هایی از کسب و کار نشود که در آنها قدرت رقابت ندارید. مزیت های خود را بر رقبا شناسایی کنید و آنها را توسعه دهید.
10. برای گسترش کسب و کار خود از این شاخه با آن شاخه نپرید. به فعالیت هایی بپردازید که در آنها تجربه لازم را کسب کرده اید.

باید ها و نباید های ثبت شرکت

باید ها

1. پیش از شروع به فعالیت و راه اندازی یک کسب و کار باید در مورد این که آیا نیاز به ثبت یک شرکت برای کسب و کار خود دارد یا خیر تصمیم بگیرید.
2. پیش از اقدام برای ثبت شرکت خوب در مورد انواع شرکت ها، تفاوت آنها و ویژگی های هر یک تحقیق کنید. در صورت نیاز از مشاوره و راهنمایی افراد مطلع بھرہ گیرید.
3. پیش از ثبت شرکت به صورت رسمی، ترکیب شرکا و سهامداران، حقوق و مسولیت های هر یک را به صورت روشن و واضح مشخص و مکتوب نمایید.
4. پیش از مراجعته به اداره ثبت شرکت ها، چند نام (حتمًا پیش از یک نام) برای شرکت خود در نظر بگیرید.
5. پیش از مراجعته برای ثبت شرکت، فهرستی از مدارک و اقداماتی که باید انجام دهید تهیه کنید.
6. عنوان شرکت سهامی یا شرکت با مسئولیت محدود باید در نام هر یک از این دو نوع شرکت قید شود.
7. تصمیماتی که در جلسات هیات مدیره، شرکا و سهامداران اتخاذ می شود در قالب صورت جلسه های مکتوب که به امضای حاضرین در جلسه رسیده است، نگه دارید.
8. در انتخاب نام برای شرکت خود خوب دقت کنید. نامی که خوب انتخاب شده است سبب ماندگاری شما و کسب و کارتان در ذهن مشتری خواهد شد.
9. برای دریافت و پلمپ دفاتر روزنامه و کل باید به صورت سالانه به اداره ثبت شرکت ها مراجعت نمایید.
10. در صورتی که در نام شرکت تان می خواهید از کلماتی استفاده کنید که چندان متداول نیستند، حتماً مدارکی در اختیار داشته باشید که نشان دهند آن کلمات فارسی هستند.

نباید ها

1. برای ثبت شرکت عجله به خرج ندهید.
2. پیش از ثبت شرکت اقدام به انتخاب نام، طراحی سربرگ و آرم و ... ننمایید.
3. آگاه باشید و در دام افراد و موسساتی که در قالب ارائه مشاوره برای ثبت شرکت به شما مراجعته می کنند، نیافتدید. پیش از هر اقدامی باید از صلاحیت حرفه ای این افراد اطمینان داشته باشید.
4. محتواهای تمام اوراقی که امضا می کنید خوب و با دقت بخوانید. هیچ گاه چیزی را قبل مطالعه دقیق امضا نکنید.
5. دقت کنید، درج نام یک فرد در نام یک شرکت با مسئولیت محدود، مسؤولیت هایی قانونی برای وی به همراه دارد. پیش از اطلاع کافی و درست از این مساله چنین کاری نکنید.
6. در نامی که برای شرکت خود انتخاب می کنید، از کلمات کلی همچون ایران، ملي و ... استفاده نکنید.
7. در نام شرکت خود از کلمات خارجی استفاده نکنید.
8. تکمیل دفاتر کل و روزنامه را برای روزهای پایانی سال نگذارید. عادت کنید این کار به صورت دوره ای و مرتب انجام دهید.
9. پذیرش ثبت شرکت شما با یک نام به این معنی نیست که شرکت دیگری با نام مشابه وجود ندارد. سعی کنید از راههای مختلف از جمله جستجو در اینترنت اطمینان یابید که نام منحصر به فردی انتخاب کرده اید.
10. پلمپ دفاتر روزنامه و کل را به روزهای پایانی سال موقول نکنید. چنین کاری ممکن است باعث اتلاف وقت فراوان شما شود.

۱۰ راهکار برای مذاکرات و انجام معاملات تجاري

داد و ستد در کل به معنای دریافت چیزی در قبال دادن چیز دیگری است. اگر این کار به درستی انجام شود، هر دو طرف معامله راضی خواهد بود. اما اگر نادرست انجام شود، حال هر دو طرف معامله گرفته خواهد شد.

در اینجا برای شما چند راهکار در معامله را ذکر می کنیم. به این نکته ها خوب دقت کنید و آن ها را در مغزتان حک کنید.

۱- هیچگاه اولین پیشنهاد را شما ندهید

بسیار ساده است، اینطور نیست؟ تا آنجا که می توانید، در هر موقعیتی هم که برای معامله قرار دارید، اولین پیشنهاد را شما ندهید. ببینید که طرف مقابلتان اهل کجاست و با این کار تا حدودی می توانید بفهمید که مایل است چقدر جنس را معامله کند. اگر طرف شما با یک پیشنهاد بزرگ جلو آمد، نشان می دهد که ممکن است معامله انجام نشود و آنها راهشان را بکشند و بروند چون سنگ بزرگ همیشه نشانه نزدن است. با رعایت این نکته می توانید از قصد و نیت طرفتان باخبر شوید.

۲- همیشه دو خریدار را در کنار هم قرار دهید

کاری که به شما خیلی قدرت عمل می دهد این است که همیشه برای یک جنس مشخص دو خریدار را کنار هم قرار دهید. چه در کار باشد و چه در زندگی یا عشق، اینکه دو نفر خواستار شما باشند همیشه باعث افزایش قدرت شما می شود.

۳- همیشه قیمت بالاتری بدھید

همیشه قیمتی بالاتر از قیمت واقعی خودتان اعلام کنید، اما نه اینقدر بالا که کسی حتی برای نگاه کردن هم جلو نیاید چون با اینکار فقط یک طمعکار جلوه خواهید کرد.

۴- هیچوقت خود را مشتاق نشان ندهید

هر چقدر هم که به نظرتان معامله عالی باشد و کلی با آن سود کرده باشید و بسیار خوشحال باشید، هیچوقت چهره خود را شاد و مشتاق به طرف مقابل نشان ندهید. چون با اینکار درونتان را به آنها نشان خواهید داد و این اصلاً خوب نیست. همیشه خونسرد و آرام باشید.

۵- همیشه برای ترک معامله آماده باشید

اصلًا مهم نیست که چقدر دوست دارید آن معامله انجام شود، باید همیشه خود را برای سر نگرفتن معامله هم آماده نشان دهید. ممکن است این سخت ترین کار در طی یک معامله باشد، اما گاهی بسیار به نفع شما خواهد بود. اگر می بینید که معامله ای درست نیست و ممکن است سرتان کلاه گذاشته شود، می توانید سریعاً کناره گیری کنید.

۶. فکر کنید که طرف معامله به شما نیاز دارد

بکی از سخت ترین قسمت های معامله این است که شما فکر کنید طرف شدیداً به شما نیاز دارد. اگر اینطور فکر نکنید، اعتمد به نفستان پایین خواهد آمد. همیشه در ذهنتان مجسم کنید که طرف معامله عمیقاً خواستار کالای شماست.

۷- یاد بگیرید که ساكت بمانید

گاهی اوقات وقتی پیشنهادی به شما ارائه می شود، خیلی مهم است که جوابی نداده و چیزی نگویید. برای ۳۰ دقیقه، یک ساعت، برای هر چقدر که شده دهانتان را باز نکنید. سکوتی ناراحت کننده ایجاد کنید و طرف مقابل برای شکستن این سکوت جزئیات بیشتری بیان خواهد کرد. شما ساكت بمانید، کناره گیری نکنید اما فقط به آنجه که طرف مقابل بازگو می کند گوش فرا دهید.

۸- در مورد همه چیز تحقیق کنید.

چه با دانستن در مورد گذشته طرف معامله تان باشد، چه اتفاقاتی که در مغازه می افتد یا تحقیق در مورد کالای مورد نظر باشد، همیشه بدانید که در چه مورد می خواهید صحبت کنید.

۹- هیچوقت در وسط کار معامله را بر هم نزنید

در معاملات همیشه تخفیف و امتیاز دهی صورت می گیرد. مهم نیست که از چقدر می گذرد تا معامله را تمام کنید، اما مهم این است که معامله نباید بر هم بخورد. هر چند که ممکن است آخر کار اصلاً رضایت زیادی از آن معامله نداشته باشید.

۱۰- همیشه مodb باشید

مهم نیست که طرف مقابلتان با شما بد حرف می زند یا کالایتان را تحریر می کند، شما هیچگاه **خونسردیتان** را از دست ندهید و به طرف مقابل فحش و بد و ببراه نکشید. با بدرفتاری چیزی جز شرمندگی نصیتان نخواهد شد.

کار را به نماینده تان بسپارید!

ممکن است هر چند بار هم که این مقاله را بخوانید باز احساس کنید که هنوز در معامله استاد نشده اید. بنابراین در اینجا به آخرین توصیه اشاره می کنم که از تمام این نکات با ارزش تر است: اگر شک دارید، یا حوصله این کارها را ندارید، نماینده ای برای خود پیدا کنید که این گردآوری و تنظیم : رضا فربدون نژاد فروش و هرگونه تغییر در محتوای این کتاب منوع است

همه چیز درباره راه اندازی کسب و کار از صفر تا صد

کارهایتان را انجام دهد. این نماینده هر کسی می تواند باشد، یک وکیل حقوقی یا یکی از همکاران با تجربه، ولی به هر حال مسئله مهم این است که اگر حوصله ندارید به هیچ وجه این کار را خودتان انجام ندهید.

۲۰ قانون طلایی موفقیت در کار و تجارت

برای کامیابی در کار باید با مشکلات و فراز و نشیب های زندگی مبارزه نمود؛ پس هیچگاه بر اثر بروز سختی ها و شکست ها نامید نشوید؛ روند زندگی و کار به بازی فوتbal می ماند که تا آخرین دقیقه ممکن است سرنوشتیش تغییر کند.

در این جا ۲۰ قانون طلایی که شما را در طی مسیر یاری می رساند، بیان شده است.

-1- حتی رئیس هم باید آستین هایش را برای کار کمی بالا بزند.

زیرستان خود را وادار به انجام کاری نکنید که خودتان تاکنون انجامش نداده اید یا رغبتی به انجام دادنش ندارید. اگر رئیس یا سردسته گروهی هستید باید خودتان سرمشق و الگوی دیگران قرار بگیرید، آنگاه دیگر کسی در انجام کار با شما بحث نخواهد کرد.

-2- اندکی شانس و اقبال، بهتر از کوهی از دانش و خردمندی است.

شما هر قدر هم که زیرک و باهوش باشید لحظاتی در زندگی وجود دارند که باید خودتان را آماده رویارویی با آنها کنید. حتی یک مرد خردمند و دانا نیز پاهایش روی یخ لیز می خورد. هیچگاه اهمیت زمان و مکان مناسب انجام کارهایتان را دست کم نگیرید.

-3- در ازای هر سخنی که می گویید، اجازه دهید دشمنتان (یا رقیبات) ۱۰ سخن بگوید.

هر قدر که شما با سخنان خود اطلاعاتی را برای رقیب یا دشمنتان آشکار و افشا کنید، وی قدرت بیشتری برای ضربه وارد کردن و صدمه زدن به شما در اختیار خواهد داشت. بگذارید رقیبات سخن بگوید چون داشتن «اطلاعات» قدرت است و آن که اطلاعات دارد می تواند ویرانگر باشد.

-4- پول نقد است حتی اگر از شکم فیل بیرون بیاید.

زمانی که شما اسکناس در دست دارید هیچ «اما» و «اگر»ی وجود نخواهد داشت؛ تنها پول نقد است که وجود دارد. چک همیشه در معرض برگشت خوردن است و کارت اعتباری هم مختص آدم های زودبازر؛ اما پول نقد همواره پول نقد است.

-5- هیچگاه ۱۰۰٪ هیچ چیز را برای هیچکس برملا نکنید.

اگر خیال دارید میلیونر شوید بهتر است هیچگاه تمام جزئیات برنامه و نقشه خود را به کسی نگویید. همواره چیزی را نزد خودتان نگاه دارید. اگر مجبور به افسای آن شدید تنها ۹۰ تا ۷۵ درصد آن را برملا سازید. همان ۱۰٪ از شما حفاظت خواهد کرد (و همچنین ضمانت می کند که آن ایده متعلق به شماست).

-6- هنگام خشم و عصبانیت، تصمیم نگیرید.

آدم های باهوش و محتاط نیک می دانند که برای درست اندیشیدن به آرامش ذهن نیاز دارند. هنگامی که عصبانی هستید، از روی خشم و غضب، و نه از روی منطق صحبت خواهید کرد. احساسات و هیجانات خود را کنترل کنید. این یکی از مهمترین قوانین است. زمانی که عصبانی هستید تهدیدهایی می کنید که قادر به عملی کردن آنها نیستید یا تصمیماتی اتخاذ می کنید که در آینده پشیمانی به بار خواهند آورد.

-7- مرد است و قولش.

هیچگاه نباید زیر قولتان بزنید. همواره سر قول و حرفتان بمانید (البته بهتر که هیچگاه قولی به کسی ندهید ولی معلوم است که بعضی ها نمی توانند جلوی خودشان را بگیرند). درست زمانی که طرف مقابل دیگر به شما اعتماد نداشته باشد همان لحظه است که او را از دست داده اید.

8-دهانتان را بسته نگاه دارید و اگر مجبور به گفتن دروغ هستید، ساده و مختصر بگویید!

اگر حرف و سخن خوشایند و جالبی برای گفتن ندارید بهتر است که اصلاً هیچ چیز نگویید. حتی اگر حرفی برای گفتن دارید آن را بازگو نکنید چرا که سرانجام سبب افسای موضوعی می گردد که فردی که از آن مطلع می گردد، قادر است از آن برای ضربه وارد کردن به شما استفاده کند. اگر دهانتان بسته باقی بماند، اشتباهات همان جایی خواهند رفت که دایناسورها رفتند.



9-بهترین روش برای جا حالی دادن از تیرهای رقبا آن است که هیچگاه در تیررس آنان قرار نگیرید.

هرگز خود را در موقعیت های دردسر ساز قرار ندهید. (هیچگاه با رقیب سرسخت خود در یک محل قرار نگیرید تا او نتواند مستقیماً سر شما را نشانه بگیرد).

10-حوالستان را جمع کنید: گاهی اوقات رقبای شما وقتی می بینند که توان مقابله منصفانه با شما را ندارند ، قوانین بازی را به نفع خود تغییر می دهند یا کلاً آنها را نقض می کنند.

اشخاصی که همواره خواهان پیروزی هستند گاه به جای رعایت قوانین بازی ، از قوانین جانبی و میان بر استفاده می کنند.

11-هرگز خیانت و خائن را به آسانی نبخشید.

برخی عادت دارند از گناه و تقصیر گناهکار به راحتی بگذرند و او را مورد بخشش قرار دهند، که این عمل باعث ترغیب فرد خاطی به تکرار عمل خویش خواهد شد.

12-هرگاه مردد بودید که آیا بهتر است دشمنتان از شما هراس داشته باشد یا آنکه مورد احترامش باشید همیشه گزینه ترس را برگزینید.

محترم بودن فوق العاده عالی است اما عنصر ترس بهتر از آن است. ترس بازدارنده بهتری نسبت به مورد احترام بودن است چون دشمن را در مسیر خود متوقف می کند .

13-کنار هر مرد موفقی یک زن موفق وجود دارد.

هر مردی برای کسب موفقیت به پایداری و استقامت یک زن بزرگوار نیاز دارد. یک مرد بدون خانواده، یک مرد کامل نخواهد بود. در مقابل، یک همسر بد و نامناسب شما را از شکوفایی استعدادها و قابلیت هایتان باز می دارد .

14-هیچ چیز پایدار و همیشگی نیست.

به خاطر بسپارید : از عشق گرفته تا ثروت، موفقیت در تجارت، زیارویی و حتی موهای پریشت سرتان ، هیچ یک پایدار نخواهد ماند.

15-هرگاه به نبرد کسی می روید، همیشه ضربه اول را شما بزنید ، و چنان محکم و با قدرت هم بزنید که به ضربه دیگری نیاز نداشته باشید.

هنگامی که منازعه و درگیری اجتناب ناپذیر است ، همیشه اولین ضریبه را شما وارد کنید. با این عمل دشمن و حریف را غافلگیر می کنید و اگر ضریبه شما به اندازه کافی محکم و کاری باشد، می توانید دشمنان را کاملاً کله پا کنید.

-16- هرگاه خواستید اقدام به انجام کاری کنید، همواره مدت زمان محقق گشتن آن را بیشتر، و پاداش و ثمره آن را کمتر برآورد کنید.

حتی بهترین طرح ها و نقشه ها ممکن است بی ثمر و نافرجام گردد. اغلب اوقات ما به منظور دستیابی به خواسته هایمان ملزم به تلاش و کوشش هستیم و این بدان مفهوم است که همواره باید صبور و شکیبا باشیم. دست بالا گرفتن کار و دست کم گرفتن پاداش آن سبب می گردد شما هیچگاه مایوس و نامید نشوید.

-17- دوستانتان را نزدیک خود نگاه دارید، دشمنانتان را نزدیکتر.

مردم همیشه در درک این گفته دچار سوء تفاهم می شوند، یعنی می پندارند باید رفاقت صمیمانه ای با دشمنانشان داشته باشند. اما واقعیت آنست که شما باید منتهای تلاش خود را بکنید تا اعمال و حرکات دشمنان را تحت نظر خویش داشته باشید. مثلًاً ترتیبی بدھید که از اقدامات وی آگاهی داشته باشید، افکارش را پیش بینی کنید و از نقاط ضعفیش کمال استفاده را ببرید.

-18- برای «پول درآوردن» باید پول خرج کرد.

اگر پولی را خرج می کنید و بعد هرینه آن پول ، سود بیشتری را عایدتان خواهد کرد، پس نگران پول خرج کردن نباشید. اگر ایده ای برای تجارت و کسب و کار دارید ، از بانک وام بگیرید. به کارمندان خود حقوق و دستمزد شایان توجه بدھید، برای مشاوره با متخصصین و جویا شدن از رهنمودهایشان پول پرداخت کنید. به این ترتیب اگر شما کاسب یا تاجر باهوشی باشید همیشه در اوج خواهید بود.

-19- متمرکز بودن و «پشتکار» دو عنصر حیاتی موققیت هستند.

اگر شما به خودتان ایمان داشته باشید هیچ چیز نمی تواند سد راهتان شود. حتی جملات دلسوز کننده نزدیکترین کسانتان نیز نخواهد توانست شما را از حرکت باز دارد.

-20- هیچکس شکست ناپذیر نیست.

ثروت نمی تواند ضامن شکست ناپذیری و وفاداری باشد. کافی است کمی مغروف و از خود راضی شوید آنگاه خواهید دید که نزدیکترین دوستانتان نیز از شما روی برمی گردانند.

ثروت، یکی از کلیدهای خوشبختی

همه ما می‌دانیم که امروزه پول و ثروت نقش بسیار مهمی در زندگی انسان‌ها دارد. به طوری که اغلب انسان‌ها، خوشبختی را در رسیدن به ثروت می‌دانند و وقتی تعریف از خوشبختی می‌شود، می‌گویند: خوشبختی یعنی خوب زندگی کردن، خوب خوردن، خوب پوشیدن، خوب گشتن و... بنابراین همه ما انسان‌ها، برای رسیدن به یک زندگی ایده‌آل که توأم با شادی و نشاط باشد، باید درآمدی داشته باشیم که مبلغ آن فراتر از حد نیازهایمان باشد تا بتوانیم با توجه به مقتضیات زمان و مکان زندگی خود را اداره کنیم. دستیابی به ثروت به عوامل مختلفی از قبیل، شغل مناسب، هدف، برنامه‌ریزی، تلاش، زمان و مهارت و... نیاز دارد.

در ابتدا باید به این نکته توجه داشته باشیم که سعادت یا عدم سعادت ما، نتیجه تفکر ماست. ذهن انسان و نظام باورهای او، تعیین کننده کیفیت زندگی او هستند و ذهن ما بسته به شیوه‌ای که برای تربیت آن اتخاذ می‌کنیم، ما را ثروتمند یا فقیر نگه می‌دارد. اگر ثروت می‌خواهید نوع تفکر خود را عوض کنید، زیرا وضعیت هر فرد ساخته و پرداخته خود اوضاع و اگر او واقعاً تصمیم به تغییرگیرد، می‌تواند به این هدف دست پیدا کند. در مرحله اول باید خیال کنید که ثروتمند هستید، زیرا اولین کلید ثروتمند شدن، احساس دارا بودن است. باید به این نکته توجه داشته باشید که ثروت فقط پول نیست، ثروتمند بودن یعنی در اختیار داشتن نعمت‌های فراوان که خداوند آنها را در اختیار ما قرار داده است و هر چه خود را دارا تبدیل و شکر گزار باشید، نعمت‌های بیشتری به دست خواهید آورد و در مرحله دوم باید به این باور برسید که هر زمان در زندگیان قادرید با کسب ثروت بیشتر، کارهای خوب بیشتری انجام دهید.

بزرگی گفته است: «بهترین کاری که می‌توانیم برای فقرا انجام دهیم آن است که یکی از آنها بباشیم»

برای رسیدن به ثروت چه می‌توان کرد؟

- (1) برای کسب ثروت، نیاز به تصمیم‌گیری وجود دارد. باید خود را متعهد به انجام تلاش‌های لازم در این زمینه کنید. ذکر این نکته ضروریست که گرچه تلاش از اهمیت بسیاری برخوردار است، اما این تلاش باید با نگرش مناسب و باورهای صحیح همراه و همزمان باشد. هزاران نفر هستند که ساعت‌های طولانی در شباهنگی در روز کار می‌کنند و باز هم فقیر می‌مانند و همچنین کسانی که به میزان متعارف کار می‌کنند و ثروتمند هم می‌شوند، بنابراین بعضی وقت‌های باید، استراتژی را تغییر داد.
- (2) نقشه بریزید و هدف‌های خود را مشخص کنید و سپس آن را دنبال کنید.
- (3) اول پس انداز کنید و بعد خرج کنید، پول خرج کردن باید با تدبیر و مدیریت صحیح همراه باشد.
- (4) به مشاهده افراد ثروتمند پردازید و نسبت به آنها احساس خوب و مثبت داشته باشید، مدتی از وقت خود را با ثروتمندان بگذرانید و بینید که چه فرقی بین شما و آنها وجود دارد، نکات جالب و مثبت آنها را جذب کنید و واقع بین باشید. از نزدیک به آنها دقیق شوید، نگرش‌های آنها را بررسی کرده و مورد استفاده قرار دهید.
- (5) از دیگران کمک بخواهید و خود را لایق کمک دیگران احساس کنید زیرا توانایی شما برای پذیرش کمک دیگران، تعیین کننده توانایی شما برای کسب ثروت است.
- (6) به طور مرتباً برای خود خاطر نشان کنید که شایسته ثروت هستید و پول زیاد را در زندگی خود یک ضرورت تلقی کنید.
- (7) گاه و بیگاه برای خود پول خرج کنید. بخشی از فرآیند رسیدن به استقلال مالی، فهمیدن این نکته است که شما استطاعت خرج کردن پول برای خود را دارید به علاوه وقتی که شما از پولی که دارید لذت می‌برید، انگیزه‌ای برای پولسازی بیشتر پیدا می‌کنید.
- (8) به سه دلیل زیر همواره مقداری پول همراه خود داشته باشید:
 - الف) احساس ثروت بیشتری می‌کنید.
 - ب) به پول داشتن عادت می‌کنید.
- (ج) اعتماد به نفس بیشتر پیدا می‌کنید، همچنین به این ترتیب ترس خرج کردن پول را از دست می‌دهید که این برای ثروتمند شدن حائز اهمیت است.
- (9) پدر و مادر، اوضاع جوی، اقتصاد، دولت، شغل، تحصیلات و... را به خاطر حال و روزتان سرزنش نکنید.
- (10) با هر مشکلی باشور و شوق مبارزه کنید. ثروتمندان می‌دانند که پولسازی واقعی تنها وقتي شروع می‌شود که کارکردن به خاطر پول کنار گذاشته شود. آنها پول دارند، چون وابسته به آن نبوده‌اند.
- (11) پول خود را به گردش بیندازید. می‌توانید در بانک سرمایه گذاری کنید و یا زمین و خانه بخرید و یا تجارت کنید. کسانی که درآمدهای سرشار دارند، آنها بی‌پول نمی‌باشند، از آنجه که دارند استفاده می‌کنند. هیچ کسی با جمع کردن پول خردمندی خود در قلکی زیر تختش میلیونر نمی‌شود. فروش و هرگونه تغییر در محتوای این کتاب من نوع است

(12) برای سرمایه دار شدن لازم نیست یک شیه پول زیادی به دست آورید با مبالغ کم هم می‌توان سرمایه گذاری کرد. هر ماه مبلغ کمی کنار بگذارید و اجازه دهید این مبلغ فقط صرف سرمایه گذاری گردد. اگر این کار را ادامه دهید پس از چند سال مبلغ قابل ملاحظه‌ای خواهد داشت. این روشی است که هر کسی با هر شرایط مالی می‌تواند به آن دسترسی داشته باشد، زیرا آغاز هر سود مالی فراوان، یک سرمایه گذاری هرچند کوچک بوده است.

(13) در زندگی هر فردی، اوقاتی هست که ناگهان همه چیز به هم می‌خورد، برای هر کسی، هر قدر ثروتمند، ممکن است بحران مالی مصیبت‌باری رخ دهد، مهم نیست که چه کسی‌است، چقدر معتبر و شناخته شده‌اید، هر کس باید بداند، هر مشکل، هر انداره هم که بزرگ باشد، می‌تواند زمینه‌ای برای کسب یک تجربه ارزشمند باشد، هنگام بحران به جای نشستن و غصه خوردن از جا بلند شوید، تا بحران را پشت سر بگذارد، مشخص کنید چه چیزی مانع پیشرفت شما است، آن را از بین ببرید، محدودش کنید و یا از آن به شکل مثبتی بهره بگیرید، خلاق باشید و برای این کار زمان صرف کنید. برای این کار، تنها نیاز به ایمان است، ایمان قوی به خوبی. شما قادرید، دوباره بر اوضاع مسلط شوید، باید بدانید که ثروت و بینیازی، نشان دهنده توازن‌فرد است. ثروت می‌تواند، خوشحالی، موفقیت و یقای معنوی به همراه داشته باشد.

چند نکته در تنظیم امور مالی:

- 1) پول هایی که به مصرف می‌رسانید را یادداشت کنید، این عمل به ما نشان می‌دهد که پول ما به چه مصارفی می‌رسد، آن وقت می‌توانیم بودجه زندگی خود را متناسب با نیازهایمان تنظیم کنیم.
- 2) صرفه‌جویی کنید و از خرچ‌های اضافی پرهیز نمایید.
- 3) خود را در مقابل بیماری و هزینه‌های ناگهانی بیمه کنید.
- 4) در فرزندان خود یک حس مسئولیت نسبت به پول به وجود آورید.
- 5) اگر بخواهید، می‌توانید با کارهای مختلفی از قبیل خیاطی، آشپزی و... کسب درآمد کنید.

ایجاد احساس بهتر در زندگی

- همیشه از کلمات حاکی از امتنان استفاده کنید، همیشه بگویید متشرکم.
- یکی از آسان‌ترین راه‌ها برای داشتن یک احساس خوب، درباره خود، قدردانی کردن از خوبی دیگران است.
- همیشه از خود به خوبی یاد کنید و وقتی کاردستی انجام می‌دهید به ارزش‌های خود اعتراف کنید.
- رفتارتان را از خود متمایز کنید و توجه‌داشته باشید که رفتار شما ارتباً با ارزش خودشما ندارد.
- اگر کار اشتباهی انجام دادید، خود را سرزنش نکنید و آزار ندهید، بلکه از اشتباه خود درس بگیرید.
- با جسم خود به خوبی رفتار کنید، همیشه یادتان باشد که این تنها جسمی است که به ما داده شده است ورزش کنید و جسم خود را پرورش دهید.
- به دیگران بگویید که انتظار چه رفتاری از آنها دارید، به خصوص می‌توانید یک نمونه از رفتاری که با خود و دیگران دارید به آنها نشان بدهید، هیچ کس نباید سوء استفاده دیگری را از خوبی بپذیرد.
- اطراف مردم خوب بگردید و سعی کنید بدون آنکه احساس گناه داشته باشید، از موافق‌الهی لذت ببرید.
- از بیان مثبت استفاده کنید. زیرا کلمات ما بر نوع احساسات و افکار ما تاثیر می‌گذارند.
- کتاب‌هایی را بخوانید که به شما ایده و شهامت عمل می‌دهند، همیشه در ذهن خود تصویری از آنچه که می‌خواهید باشید ترسیم کنید و نه از آنچه که هستید، آن گاه الزاماً به سوی این اندیشه‌های غالب کشیده خواهد شد.

ده نکته لازم برای کسب و کارهای کوچک و جدید در کارآفرینی

امروزه کارآفرینی بعنوان یک استراتژی کارآمد برای رویارویی با مشکلات فراروی جوامع از جمله بیکاری و آثار و تعیات سهمگین آنها و نیز یکی از مهمترین راهکارهای برونو رفت ازفضای بسیار بزرگ و پیچیده اقتصادی مورداهتمام و عنایت ویژه جوامع و افراد و مجامع علمی-دانشگاهی واقع گردیده است.

مقاله ای که دریش روی دارید به ذکریاره ای از مهمترین مواردی که برای هر فعالیت نوپا وایجاد کسب و کارهای کوچک و زودبازده ضروری است میپردازد.

۱- قبل از شروع تا آنجا که ممکن است پول پس انداز کنید:

در غالب مواردم بدون هیچ پس اندازی وارد کسب و کارمی شوند. بعضی باگرفتن وام از بانکها یا دوستاشان کار را شروع میکنند. اما آنها نمی دانند که ممکن است ماه های اساساً ها طول بکشد تا به سوددهی برسند و هنگامی که وام دهنده بهمده که این کاریه اندازه کافی سودده نیست پولش را پس خواهد گرفت و یا برای دفعه بعد ازدادن وام خوداری می کند. بعضی وقتها مردم مجبور می شوند تا برای بازپرداخت وامها از مسکن یا کارت اعتباری استفاده نمایند که این باعث می شود خانه یا اعتبارشان در خطر بیفتد.

راه درست این است که تا آنجا که ممکن میباشد هرجه بیشتری پول موردنیاز را پس انداز کرد.

۲- از بندکفشن آغاز کنید:

کوچک فکر کنید (با هزینه کم شروع کنید) اگر می توانید کارتان را بدون دفتر کار انجام دهید پس در آغاز سعی کنید حراجه نکنید. تا وقتی که کاری ندارید کارمندی را استخدام نکنید.

کسانی که کارشان را رزان شروع میکنند مثلاً دریک گاراژ از این فرصت برخوردار می گردند که اشتباهات ناشی از تازه کاریومن را در مقیاس کوچک تر انجام دهند.

۳- از دارایی های شخصی خود محافظت کنید:

وقتی وارد کسب و کارمی شوید، این شخص خودتان هست که مسئول قروض بوجود آمده نظیر وام ها، مالیات، پول مالکان وغیره می باشد لذا اگر از خود محافظت نکنید، بستان کاران با حکم دادگاه می توانند به سراغ دارایی های شخصی شمامانند ماشین یا خانه بروند. اگر وام های شماره حال افزایش است سراغ تشکیل یک بنگاه یا شرکت بامسؤولیت محدود بروید.

۴- بینید که چگونه می خواهید پول دریابوید:

شما باید توانید در جمله بیان کنید که چگونه طرح کسب و کار تان سود معقولی دری خواهد داشت. تازه کارها لازم است بدانند که چه هزینه هایی دارند، چقدر صرف خریداری کالامی شود، اجاره، پاداش کارکنان و... چقدر است؟ آنگاه میتوان فهمید که چقدر باید در ماه فروش داشته باشند و چه قیمتی بفروشند تا یکنکه آن هزینه هارا جبران کنند و در کنار آن سود کافی نیز ایجاد کنند.

۵- یک طرح کسب و کار تعییه کنید، هر چند که کوچک باشد:

بیدا کردن مقداری سود و ایجاد یک نقطه سربه سراولین گام در این راه است. در اکثر شرکت های کوچک، بخش های اصلی طرح تجاري، تجزیه و تحلیل نقطه سربه سر، پیش بینی سودوزیان و برآورد گردش جریان نقدینگی هستند. با برآورد گردش نقدینگی و سودوزیان شمامی توانید آیده کسب و کار خود را بهبود ببخشید.

تعییه یک طرح تجاري به شما این اجازه را می دهد که تعیین کنید چه چیزهایی هزینه های شروع کار هستند و استراتژی بازار یابی شما چه هست. اگر محاسبات شما روی کاغذ درست نباشد، در دنیا واقعی نیز درست نخواهد بود.

۶- یک حاشیه رقابتی پیدا کنید و آنرا ادامه دهید:

درست کردن یک حاشیه رقابتی در ساختار کسب و کاربرای موفقیت دراز مدت خیلی اهمیت دارد. بعضی روشهایی که می‌توان این حاشیه هارا بدست آورد عبارتند از: بیشتر از رقبای خود بدانید، محصولی را تولید کنید که تقلید از آن خیلی سخت یا غیرممکن باشد، تولید یا پخش آن را کار ارائه کنید، مکان بهتری را انتخاب نمایید و خدمات بهتری به مشتریان بدهید.

از اسرار کسب و کارتان محافظت کنید. اینها اطلاعات محرمانه ای هستند که برای شمامزیت رقابتی در بازار ایجاد می‌کنند. باید کاری کنید که اطلاعات شمامحرمانه بمانند. مثلاً اسناد را با کلمه "محرمانه" علامت بزنید یا برای رایانه هارمزور و بگذارد.

عکس العمل سریع در برابر خبرهای بدیکی دیگر از این روش هاست. وقتی که می‌بینید کسب و کارتان با مشکل موواجه شده است باید بایک طرح جدید به سراغ آن بروید. مثلاً محل دفتر کارتان را تغییر دهید یا محصول و خدمات جدید معرفی کنید و بایک راه بهتر برای ارتباط با مشتری پیدا کنید.

۷- کلیه توافقنامه هارام مستند و مکتوب سازید:

بعنوان یک قاعده شما باید برخی از قراردادها و توافقنامه هارام مکتوب سازید مانند:

- قراردادهای بیش از ۱ سال

- قراردادهای فروش به ارزش ۵۰۰ دلار یا بیشتر

- قراردادهای مربوط به مالکیت حق کپی رایت

حتی اگر از نظر قانونی لازم نباشد، عاقلانه است که تقریباً همه چیز را که توافقات شفاهی را بین درست می‌توان اثبات کرد.

۸- اشخاص شایسته را استخدام کرده و درستی از آنها گهداری کنید:

الویت شما این باشد که کارکنان شایسته را استخدام کنید. یک کارمندقوی حداقل ۲ یا ۳ برابریک شخص با مهارت معمولی می‌تواند از این داشته باشد.

برای ایجاد یک نیروی کار ثابت و شاد، نه تنها باید با کارمندان بطور عادلانه رفتار کرده باشند که باشد. کارکنان باید کارشان را درست داشته باشند. مشتریان نیزیه احتمال قوی به کسب و کار را به رشد و فواید ارتقا هندمندو آن را بیشتر به دوستانشان توصیه می‌کنند.

۹- به وضعیت حقوقی کارکنان توجه کنید:

هنگامی که کارگری را بصورت قراردادی اجیر می‌کنید مطمئن شوید که از اون باید مانند یک کارمندرسمی مالیات کسر شود.

۱۰- صورتحساب ها و مالیات های خود را سرمهعد بپردازید:

در دنیای واقعی، به قول خود عمل کردن یک شهرت تلقی می‌شود و این دارایی مهم محسوب می‌گردد. لذا یک راهبرد واستراتژی اساسی آن است که صورتحساب های خود را بیش از زودتر از موعده بپردازید این امر بیان این اهمیت را پرداخت بموقع مالیات بردرآمدی تواند داشته باشد. مخصوصاً سهامی را که شما بعنوان مالیات تکلیفی از فیش حقوقی کارکنان تان کسر می‌نمایید.

راز میلیونهای خودساخته

افراد ثروتمند و میلیونر خود ساخته باهوش تر و برتر از شما نیستند. اما آنها از یک سری اسرار ویژه برای ثروتمند شدن بهره گرفته اند که شما نیز میتوانید با پیروی از آنها حداقل کسب و کار خود را رونق بخشد.

۱- رویاهای بزرگی در سر داشته باشید. افکار بزرگ زندگی شما را متحول خواهد ساخت.

۲- یک تصویر خاص از مقصد مسیر خود در ذهن تان ترسیم کنید. هر اندازه این تصویر مشخص تر و خاص تر باشد امکان دستیابی شما به آن بیشتر خواهد بود.

۳- به گونه ای رفتار کنید که گویی شما مالک کسب و کارتان میباشد. ولو آنکه برای شخص و شرکت دیگری کار میکنید. این نگرش شما بذرهای موفقیت و استقلال شغلی را در سرنوشت شما خواهد کاشت.

۴- شغل خود را دوست داشته باشید. چنانچه به آن علاقه مند نمیباشید آن را رها کنید. با "نه" گفتن به شغلی که تنها برای پول انجامش میدهید شغل دلخواه خود را همچون آهن ریا جذب خود خواهید کرد.

۵- یک گروه خوش فکر تشکیل دهید. با افرادی که متعهد به ایجاد یک شغل بزرگ هستند جلسه تشکیل دهید. اندیشه ها و ایده های خود را با یکدیگر در میان بگذارید و از یکدیگر پشتیبانی کنید.

۶- همواره ضوابط اخلاق کاری را رعایت کنید.

۷- پیشرفت و بهبودی دائم و بی وقفه در شغل خود را سر لوحه اعمال خود قرار دهید. همیشه به علم خود بیفزایید.

۸- به شغل خود بعنوان یک خدمت رسانی بنگرید. باری رساندن به دیگران کسب و کار شما را رونق خواهد بخشد.

۹- از تمام جزئیات و ریزه کاریهای شغل خود آگاهی یابید. این پیشه شماست.

۱۰- مترصد فرصتها باشید. هر لحظه ممکن است بر در شما بکوید. آیا شما آماده هستید؟

۱۱- تناسب اندام خود را حفظ کنید. ذهن توانمند جسم نیرومندی پدید می آورد. بدن ضعیف معلوم ذهن ضعیف میباشد. سلامت جسمانی و روانی شما اساس موفقیت شما در زندگی میباشد.

۱۲- زندگی خود را اولویت بندی کنید. ابتدا کارهای مهم تر را به انجام رسانید.

۱۳- پیش از آنچه مشتری انتظار دارد به وی خدمت ارائه دهید. این عمل اعتماد سازی کرده و مشتریان شما را افزایش میدهد.

۱۴- فرد منظبطی باشید. زندگی خود را از فعالیتها و افرادی که موجبات پیشرفت و بالنگی شما را فراهم می آورند، پر کنید. فعالیتهایی که بر زندگی شما اثر منفی می گذارند را از خود دور سازید.

۱۵- نخست به خودتان پرداخت کنید. این نخستین قانون متمولان است. پس انداز را هیچگاه فراموش نکنید.

۱۶- هر از چند گاهی تنهایی را تجربه کنید. در زمان تنهایی به ندای درون و اندیشه های ذهن خود گوش فرا دهید و برنامه ریزیهای خلاقانه کنید.

۱۷- بسوی برتری گام بردارید. بهترین را ارج دهید و به کمتر از آن قانع نباشید.

۱۸- صداقت و درستکاری بهترین سیاست است. خود و خواسته های خود را بشناسید و آنها را همیشه صادقانه بیان دارید.

۱۹- در روند تصمیم گیری سریع عمل کرده و در تغییر آنها کند و آهسته باشید.

۲۰- شکست گزینه شما نخواهد بود. تمام افکار شما باید بر موفقیت متمرکز باشد. شما باید موفق گردید.

۲۱- در دستیابی به اهدافتان مصمم باشید. پاشاری سرسختانه اعتماد بنفس شما را تقویت کرده و شما را به پیروزی نهایی نزدیک میکند.

۲۲- بر خلاف جریان آب شنا کنید. هیچگاه از ایده ها، عقاید و رویکردهای نو نهراسید.

۲۳- بروی فرصتها تمرکز کنید و نه بروی موانع.

فروش و هرگونه تغییر در محتوای این کتاب ممنوع است

۲۵- به خاطر داشته باشید اغلب افرادی که در کنار شما زندگی میکنند از پیشرفت و ثروتمند شدن شما خوشنود نخواهند شد و ممکن است در این مسیر مرتبا شما را از دستیابی به اهدافتان دلسوز سازند. تنها به اهداف خود بیندیشید و آنها را نادیده بگیرید.

۲۶- یاد بگیرید خودخواه باشید. خودخواهی به معنی نادیده گرفتن حقوق دیگران نیست. بلکه به مفهوم ارج نهادن به خواسته ها و آرزوهای خودتان و مقدم دانستن آنها بر خواسته های دیگران است.

۲۷- حال اگر فرد بد شانسی نباشید حتما پولدار می شوید!

قواعد ثابت شده یک کسب و کار

در کسب و کار و تجارت آداب و قواعدی وجود دارند که مینا و پایه و اساس یک کسب و کار موفق را شکل میدهند. هیچ کارشناس و صاحب کسب و کار خبرهای نیست که درستی همه این اصول را تایید نکند. اینها ظاهري بسیار ساده دارند و برای فهمشان به هیچ فن و تخصص ویژه‌ای نیاز نیست. ارتباطات با مردم و دنیای اطراف هنر ارزشمندی است که در پی توجه و رعایت اصول زیر کسب می‌شود. خوب دقت کنید:

۱- خوب گوش دهید

به مراجع و آن مشتری احتمالی و مشتری کنونی به دقت گوش دهید. به حرفهای کارمندانتان هم توجه کنید. کارمندان هستند که از چند و چون کسب و کار خبر دارند و اگر آنها مشکلات، نقاط ضعف و نقاط قوت کسب و کار و بازار را به شما نگویند، نخواهید توانست بازاریابی و کسب و کار موفقی را پیش ببرید. مشتریان کنونی و احتمالی، عوامل رشد و افزایش درآمدتان هستند. نیازها، خواسته‌ها و انتظاراتشان از خرید را درک نخواهید کرد مگر با گوش دادن دقیق و نکته بینانه به حرفهای آنان. اعتراض‌ها و ابراز رضایت‌های این گروه، هر دو راهنمای کار شما بایدند.

۲- پاسخگو باشید.

ابندا گوش دهید و سپس دست به عمل بزنید. هر چه زودتر پاسخ بدید، مشتری کنونی ناراضی و مشتری بالقوه بیشتر به شما اعتماد خواهند کرد. سریع، قوی و موثر، آشکار و برجسته پاسخ دهید.

۳- کار گروهی و استمرار فعالیت‌هایتان را حفظ نمایید.

اگر یک تیم بازاریابی دارید، همواره با آنها مشورت کنید و نظرات و ایده‌هایشان را جویا شده درباره‌شان بحث و تبادل نظر نمایید. پیشنهادات و ایده‌ها و توصیه‌های یکدیگر را بشنوید و در یک کار گروهی، طرحی مناسب برای خلق و تقویت بازاریابی و راهبری و توسعه کسب و کار، تدوین کنید و به اجرا گذارید.

۴- کاملاً بر کارهایتان تمرکز کنید.

ابندا تا جایی که می‌توانید در پی کسب دانش، معلومات و مهارت‌های لازم باشید. سپس درباره ایده بازاریابی و کسب و کارتان، فکر و تعمق کنید. تمامی جوانب مسئله را در نظر گرفته از زوایای گوناگون به آن بنگرید. کارها و فعالیت‌هایتان را در یک مسیر معلوم و اصلی قرار دهید و همیشه سعی کنید در همین مسیر و در راستای نیل به هدف‌هایتان جلو بروید. این مسیر را کانون توجه خود قرار دهید و همیشه برای چالش‌ها و مشکلات آمادگی داشته باشید. کسب معلومات و مهارت‌هایی به روز در یک کسب و کار، هرگز به پایان نمیرسد و راه اصلی آمادگی همیشگی است.

۵- مفهوم "موقفيت" را به تمامی بدانید

این مشتری است که فروش را خلق می‌کند. شما به عنوان یک بازاریاب فقط به او کمک می‌کنید. او برای تکمیل موقفيت‌آمیز فرایند فروش، از شما جایزه می‌گیرد! این همان موقفيت حقیقی است. مشتری را فقط یک عامل کسب درآمد ندانید. خدمت‌رسانی به او و اعطای جایزه به خاطر موقفيت، روند کسب و کارتان را زیباتر و لذت‌بخش‌تر می‌کند.

۶- با مردم آشنا شوید و با آنها ارتباط برقرار کنید.

با هر کسی که لازمست بشناسید، به تمامی آشنا شوید و او را از چگونگی کسب و کارتان آگاه کنید. هر قدر که دایره و شبکه ارتباطات انسانی شما وسیعتر باشد، فرصت‌های بیشتر و بهتری پیش رویتان قرار خواهد گرفت.

۷- منصفانه برای کالاها یا خدمات را خدماتتان قیمت‌گذاری کنید.

بهای هر کالا یا خدمات را عادلانه و منصفانه تعیین نمایید و درباره حقوق کارمندانتان نیز چنین باشید. آن مقداری که لازمست از مشتری پول بگیرید. کاری کنید که قیمت‌های عادلانه ویژگی مشخص کسب و کارتان باشد.

۸- شراکت و همکاری با دیگر کسب و کارها را همواره در نظر داشته باشید.

این شریک‌ها می‌توانند همان مشتریان بالقوه و دائمی شما باشند. در این حال از محصولات یا خدمات آنها استفاده کنید. این روش اعتمادی دو سویه خلق می‌کند.

۹- هر روز که می‌گذرد، سعی کنید با اطرافیان، اعضاي خانواده، کارمندان، مشتریان بالقوه و مشتریان کنونی، ارتباطات موثرتر، گسترشده‌تر و مستحکم‌تر برقرار سازید.

۱۰- فراموش نکنید که "افراد" بهترین منابع رشد و پیشرفت هستند. تلفن موبایل، فکس، اینترنت و ایمیل ابزارهای بسیار قوی و راحت هستند اما روابط و ملاقات‌های رودرزو محاری رشدی هستند که قدرت و ارزششان به مراتب بیش از وسائل فوق است. اشخاص مورد نظر را بیابید، در مکان و زمانی مناسب با آنها ملاقات نمایید. خواهید دید که این دیدارها چقدر تعیین کننده خواهند بود.

۱۱- همواره حساب‌های پولی و مالیتان را نگه دارید و هیچوقت رسیدگی به آنها را بی‌اهمیت و ساده ندانید.

زمانی که صاحب کسب و کاری از شرایط مالی خودش و کاستی‌ها و قوت‌های آن خبر داشته باشد و در ضمن از اوضاع بازار هم غافل نشود، می‌تواند در بحران‌های اقتصادي، کسب و کارش را از خطر سقوط نجات دهد.

۱۲- اجازه دهید که کارمندان، مشتریان احتمالی و مشتریان کنونی بدانند که شما به آنها علاقه‌مندید و مانند خودشان تلاش کرده در جهت پیشرفت کسب و کار قدم برمی‌دارید.

۱۳- مانند افراد موفق و همیشه پیروز فکر کنید.

و هرگز واقع‌گرایی را از یاد نبرید. خوش خیالی و بی‌توجهی و خوش‌بینی غیرواقع بینانه همان‌قدر زیانبار است که بدینانی بیشتر از حد و احتیاط‌های وسوسات گونه.

۱۴- هرگز از یاد نماید که شما تنها کسی نیستید که در بازار حضور دارد.

تجارت و کسب و کار شبکه عظیمی از ارتباطات انسانی را در خود دارد و اگر بخواهید در این شبکه به تداوم حضور داشته باشید و فعل و موثر فعالیت کنید، باید جزیی از آن باشید.

کسب و کار کوچک (Small Business) چیست و چگونه پیاده سازی می شود؟

تعريف کسب و کار کوچک:

به منظور تحلیل آماری و با قاعده در خصوص کسب و کار کوچک ، باید گفت که این مقوله دارای قوانین اجرایی تجاری است. هر صنعتی بر اساس درآمد و میزان استخدام سالانه ، اداره استانداردی را برای خود تعریف می کند. در بیشتر موارد این تعریف به واسطه نمایندگی های دولتی تعریف می شود تا تحت قوانین تغییریزدیر دولتی تحلیل هایی را صورت دهنده. به علاوه ، این استانداردها برای برنامه هایی که در خصوص کمک بهبود به امور مالی است کارا می باشد. کسب و کار کوچک بصورت مستقل است و هر شرکتی با کمتر از ۵۰۰ پرسنل در این حیطه قرار می گیرد. این اندازه مرسومترین استاندارد تعریف شده است. در آمریکا حدود ۲۲/۵ میلیون کسب و کار مستقل از کشاورزی و زراعت وجود دارد که ۹۹ درصد آن کسب و کار کوچک (Small Business) به حساب می آیند.

راهنمای شروع یک کسب و کار کوچک:

این راهنمای زیر به منظور آن تدوین شده است که بتواند با بیان تمامی نکات و در عین حال حفظ سادگی و قابل فهم بودن ، به شما در راه ایجاد یک کسب و کار موفق کمک کند.

ارزیابی اولیه

- آیا کارآفرینی برای شما ساخته شده است ؟

بدیهی است که شروع یک کسب و کار جدید ریسکهای زیادی را به همراه دارد که البته با برنامه ریزی می توان شناسنامه موفقیت را بالا برد. بنابراین بهترین نقطه شروع آن است که نقاط قوت و ضعف خود را بعنوان دارنده یک کسب و کار بشناسید.

- آیا شخصیتی مستقل و خودجوش دارید؟

این را همیشه در نظر داشته باشید که در صورت شروع یک کسب و کار کوچک ، این خود شما هستید و نه شخص دیگر که باید تصمیم بگیرید که چگونه پروژه ها ، برنامه ها و زمان خود را مدیریت کنند.

- تا چه حد با شخصیتهاي متفاوت و افراد گوناگون می توانید ارتباط برقرار کنید؟

صاحبان کسب و کار ناگیرند که با افراد و اقشار مختلفی سرو کار داشته باشند. آیا شما می توانید با مشتریان ، تامین کنندگان ، کارکنان و ... در جهت منافع کسب و کار خود ارتباط برقرار کنید.

- تا چه حد قدرت تصمیمگیری دارید؟

صاحبان کسب و کار کوچک بایستی بطور متداوم ، به سرعت و در شرایط بحرانی بتوانند مستقلان "تصمیمگیری" کنند.

- آیا شما استقامت فیزیکی و احساسی لازم برای اداره یک کسب و کار را دارید؟

مالکیت یک کسب و کار علاوه بر چالش و هیجان ، مستلزم فشار کاری زیاد ، ساعتهاي کاری زیادی می باشد. آیا شما می توانند ۱۲ ساعت در روز و هفت روز در هفته را دارید؟

- تا چه حد می توانید برنامه ریزی و سازماندهی کنید؟

تحقیقات نشان می دهد بسیاری از شکستها در صورت برنامه ریزی صحیح ، اجتناب شود.

- آیا انگیزه لازم را برای تحمل مشقات را دارید؟

ممکن است شما در هین اداره یک کسب و کار احساس کنید که در برخی مواقع توانایی تحمل تمامی مشقات و زحمات را به تنها ی ندارید و این انگیزه قوی است که می تواند در این موقع سختی ، دلگرم و امیدوار سازد.

- این کسب و کار چگونه خانواده شما را متاثر می سازد؟

سالهای اولیه شروع یک کسب و کار می تواند سختی هایی را برای خانواده و زندگی شخصی شما ایجاد کند. در عین حال ممکن است خانواده شما تا به سوددهی رسیدن کسب و کار ، دچار مشکلات و فشارهای مالی شوند. بنابراین حمایت و یا عدم حمایت خانواده نقش مهمی در شروع و ایجاد یک کسب و کار دارد.

این حقیقت دارد که دلایل زیادی برای عدم شروع یک کسب و کار کوچک و مستقل وجود دارد ، اما برای افرادی که واجد شرایط فوق هستند ، مزایای زیادی وجود دارد که قطعاً از ریسکهای آن بیشتر است.

اینکه شما خادم و مخدوم خود می شوید!

رحمت و تلاش و ساعتهاي کاری زیاد مستقیماً به نفع شماست و نه شخص دیگرا

امکان کسب درآمد و رشد ، محدودیت کمتری دارد.

چالش و هیجان کار برای شما افزایش می باید.

اداره یک کسب و کار مستقل امکان فراغیری زیادی را برای شما فراهم می آورد

برنامه ریزی کسب و کار

شروع یک کسب و کار نیاز به انگیزه ، علاقه و استعداد دارد. همچنین نیاز به تحقیقات وسیع و برنامه ریزی صحیح دارد. اطلاعات زیر برای تهیه طرح کسب و کار (Business Plan) می تواند بسیار مؤثر واقع شود:

- قبل از شروع به کار لیستی از تمامی دلایلی که می خواهید بخاطر آنها وارد دنیای تجارت شوید ، تهیه کنید. برخی از این دلایل می توانند بشرح زیر باشد.

شما می خواهید رئیس خود باشید.

شما می خواهید استقلال مالی داشته باشید.

فروش و هرگونه تغییر در محتوای این کتاب ممنوع است

- سپس بایستی تعیین کنید که اصولاً چه کسب و کاری برای شما مناسب است. لذا این سؤالات را از خود بپرسید:

من دوست دارم با وقت خود چه کاری انجام دهم؟
چه مهارت های تکنیکی من تا به حال آموخته ام؟
به نظر دیگران من در چه کارهایی مهارت دارم؟
من چقدر قدرت آزاد برای اداره یک کسب و کار موفق دارم؟
آیا من هیچ سرگرمی یا علاقه ای که قابل تبدیل شدن به کسب و کار شدن را داشته باشند ، دارم؟

- پس از تعیین کسب و کار مناسب تحقیقات لازم را جهت پاسخ به سؤالات زیر به عمل آورید:

آیا ایده من کاربردی است و آیا نیازی را برآورده خواهد کرد؟
رقبی من چه کسانی خواهند بود؟
مزیت رقابتی شرکت من نسبت به شرکتهای موجود چیست؟
آیا من می توانم خدمت بهتری ارائه دهم؟
آیا من می توانم برای کسب و کار جدید خود تقاضا ایجاد کنم؟

- آخرین مرحله قبل از تهیه طرح کسب و کار این است که چک لیست زیر را تهیه کنید و پاسخ دهید:

من علاقه به شروع چه کسب و کاری دارم؟
چه خدمتی یا کالایی قرار است ارائه دهم؟ در کجا قرار است این کار را انجام دهم؟
چه مهارت و تجربه ای برای این کار دارم؟
ساختار قانونی شرکت من چگونه خواهد بود؟ (سهامی عام، خاص و ...)
اسم کسب و کار چه چیزی باشد؟
چه امکانات و تجهیزاتی نیاز خواهم داشت؟
به چه تسهیلات و امکانات بیمه ای نیاز خواهم داشت؟

پاسخ شما به تمامی سؤالات بالا شما را در طراحی یک کسب و کار کامل جامع یاری می کند

تامین منابع مالی

یکی از کلیدهای اساسی موفقیت و پیشرفت در شروع کار ، جذب و تامین منابع مالی کافی برای راه اندازی یک کسب و کار کوچک است. اطلاعات زیر تکیه بر روشهای جمع آوری پول برای شرکتهای کوچک دارد. همچنین شما را در تهیه درخواست وام (Loan Prposal) یاری می دهد. منابع زیادی برای جمع آوری سرمایه وجود دارد. باید توجه داشته باشیم که قبل از تصمیم گیری ، تمامی منابع ممکن را جستجو کنیم :

- پس اندازهای شخصی
- دوستان و افراد خانواده
- بانکها و مؤسسات اعتباری
- شرکتهای سرمایه گذاری مخاطره آمیز

چگونه یک درخواست وام (Loan Prposal) تهیه کنیم؟

مورد قبول واقع شدن درخواست شما بستگی به نحوه تنظیم درخواست شما دارد. بخاطر داشته باشید که وام دهنده‌گان در کاری سرمایه گذاری می کنند که نسبت به بازگشت سرمایه خود مطمئن باشند. بنابراین یک درخواست وام خوب شامل اطلاعات زیر باید باشد: اطلاعات کلی راجع به شرکت :

- نام و آدرس شرکت ، نام مدیر ، اعضای هیئت مدیره و ...
- دلیل نیاز به وام ، مورد مصرف وام و ضرورت آن.
- مبلغ دقیق موردنیاز برای رسیدن به اهداف مربوطه.

تاریخچه کسب و کار :

- تاریخچه و طبیعت کار ، توضیح کامل در مورد نوع کار ، قدمت و کارکنان و دارایی های آن.

- اطلاعات کامل راجع به نحوه مالکیت و ساختار قانونی شرکت.

نوشته کوتاهی راجع به مدیران ، سوابق ، تحصیلات ، تجربیات و مهارت‌های آنان تهیه کنید.

اطلاعات بازار :

- به وضوح محصول و یا خدمت شرکت خود و بازار آن را تشریح کنید.
- بازار رقابت و رقبای خود را شناسایی کرده و مزیت رقابتی خود را بیان کنید.
- اطلاعاتی راجع به مشتریان و اینکه چگونه کسب و کار شما نیازهای آنها را برطرف می‌کند ، تهیه کنید.

اطلاعات مالی :

- صورتهای مالی و سود و زیان ۳ سال گذشته خود را ارائه کنید. در صورت شروع یک کسب و کار جدید درآمدهای پیش‌بینی شده را ارائه کنید.

- اطلاعات مالی راجع به خود و سایر سهامداران عمدۀ شرکت را بیان کنید.
- و در آخر سوگندی مبنی بر تعهد نسبت به وام یاد کنید و امضاء نمائید.

وام دهنگان برچه اساسی شما را می‌سنجند؟ وقتی وام دهنگان درخواست شما را بررسی می‌کنند شش فاکتور را مدنظر قرار می‌دهند که به شرح زیر می‌باشند: ۵۶ مالی:

۱. Character : شخصیت وام گیرنده و میزان تعهد و جوانی و اخلاقی وی مبنی بر بازگشت وام در زمان مقرر.
۲. Capacity to pay ظرفیت بازپرداخت وام گیرنده که بر اساس تجزی تحلیل و بررسی درخواست وام ، صورتهای مالی و سایر مدارک مالی وی تعیین می‌شود.
۳. Capital : شامل مجموع کل بدهی‌ها و دارایی‌ها می‌باشد که وام دهنگان ترجیح می‌دهند که نسبت بدهی به دارایی شرکتها حتی‌المقدور کمتر باشد چرا که نشانگر پایداری مالی شرکت است.
۴. Collateral : میزان وثیقه که هر چه بیشتر باشد و اختلاف آن با مبلغ ، وام داده شده کمتر ، اطمینان خاطر وام دهنده از بازپرداخت وام بیشتر خواهد بود.
۵. Conditions : شرایط کلی اقتصادی ، جغرافیایی و سمعتی شرکت ...
۶. Confidence : یک وام گیرنده موفق سعی می‌کند که اطمینان وام دهنده را از ۵ مورد قبلي جلب کند و وی را به وام دادن ترغیب نماید.

و در آخر برای جمع‌بندی چک لیست زیر را ارائه می‌کنیم که البته برخی از بندها بنابر نوع و ماهیت کسب و کار قابلیت تغییر و یا حذف دارد. چک لیست کلی شروع یک کسب و کار کوچک :

- انتخاب کسب و کار بر اساس علاوه و توانایی‌ها
- انجام تحقیقات و بررسی‌های لازم در مورد ایده کیب و کار
- تهیه طرح کسب و کار و طرح بازاریابی
- انتخاب یک نام برای کسب و کار
- چک کردن حق استفاده از نام انتخاب شده و کسب اجازه برای استفاده از آن نام
- ثبت کسب و کار با نام انتخاب شده
- تعیین مکان مطلوب برای شروع کسب و کار
- چک کردن و بررسی قوانین منطقه‌ای (منطقه انتخاب شده برای احداث کسب و کار)
- تعیین نوع ساختار قانونی شرکت و مستندسازی
- اخذ اجازه‌ها و لیسانس‌های مورد نیاز

فروش و هرگونه تغییر در محتوای این کتاب ممنوع است

- در صورت کارآفرینی و یا خلق مخصوص جدید ، ثبت Patent
- انجان تبلیغات و نشر اعلامیه های لازم مبنی بر شروع کسب و کار جدید
- تهیه خطوط تلفن کاری و سایر تجهیزات موردنیاز
- انجام کارهای مربوط به بیمه
- اخذ اطلاعات مربوط به مالیات شرکت
- بیمه کردن کارکنان و جمع آوری اطلاعات راجع به قوانین کار
- تعیین سیستم دستمزد حقوق و نحوه جبران خدمات کارکنان (در صورت وجود)
- افتتاح یک حساب بانکی برای کسب و کار
- چاپ کارت‌های تجاری برای شرکت و ایجاد آرم برای شرکت
- خرید تمامی لوازم تجهیزات موردنیاز
- ایجاد Website و E-mail برای شرکت
- انجام تبلیغات وسیع‌تر در نشریات و تلویزیون و ...
- تماس با تمامی افراد ممکن اعم از خانواده و غیر هم ، مبنی بر شروع کسب و کار جدید
- سایر موارد

کسب و کار مبتنی بر اینترنت

چندی است که استفاده از اینترنت در کسب و کار بسیار رونق گرفته است. در دنیا نمونه های موفقی از مدیران هستند که با استفاده از مدل های جدید و کاملاً ابتکاری و مدرن توانسته اند، موفقیت بی نظیری را برای خود رقم زنند و به رغم وجود رقابت تنگاتر در بازار کار، جایگاه مطمئنی برای شرکت خود در میان رقبا ایجاد کنند.

از این رو خانه مدیران با حضور آقای مهندس محمود مردان عضو هیأت مدیر شرکت افرانت و خانم دکتر فیروزه قنات آبادی مدرس دانشگاه، نشستی را مبنی بر بررسی مدل های کسب و کار مبتنی بر اینترنت برگزار کرد. این نشست شامل سه بخش مجزا بود. بخش اول شامل بررسی نمونه های موفق در دنیا، بخش دوم جدیدترین تکنولوژی های در ارتباط با MOBILE COMPUTING توسط آقای فرهاد وارت مدیرعامل شرکت رایانه پیوند ارائه شد. و در بخش پایانی این نشست آقای بهزاد توکلی فرد، مدیر فنی شرکت اندیشه ارتباطات فردا جدیدترین TABLET P.C ها را معرفی کردند.

در بخش نخست این نشست خانم دکتر قنات آبادی درباره مدل کسب و کار یا (BUSINESS MODEL) سخنرانی ایجاد کرد و گفت: این مدل، مشخصات محصولاتی است که یک شرکت به یک یا چند بخش از مشتریان ارائه می کند. به علاوه آنچه که در این مدل مطرح است، ساختار بنگاه و شبکه ای که بنگاه با شرکایش در زمینه بازاریابی و تحويل محصولات به منظور جریان درآمد بیشتر و پایدار ایجاد کرده است. وی افزود: مدل کسب و کار حلقه ای است که استراتژی و فرایند کسب و کار را به یکدیگر پیوند می دهد مثلاً در مدل الکترونیکی عناصری وجود دارد که در ارتباط با یکدیگرند و عبارتند از:

- ۱ - نوآوری محصول
- ۲ - نوع رابطه با مشتریان
- ۳ - ساختار مدیریت
- ۴ - شیوه های تامین مالی

وی تأکید کرد، وقتی راجع به مدل کسب و کار صحبت می کنیم، باید بینیم آیا به عناصر بالا که می تواند به صورت چهار پرسش مطرح باشد، پاسخ داده شده است یا خیر؟ علاوه بر اینکه هر کدام از این عناصر، زیرمجموعه هایی دارند که باید آنها نیز موردتوجه قرار گیرد.

مدلهای موفق کسب و کار اینترنتی

این نشست در ادامه به معرفی سه مدل موفق درجهان پرداخت. آقای مهندس مردان در سخنان خود مدل گوگل (GOOGLE) را مطرح کرد و گفت؛ یاهو (YAHOO) و گوگل دو نمونه موفق هستند اگرچه گوگل سهم بازار یاهو را گرفته است. وی افزود، هدف گوگل غالب شدن در موتور جستجو است. این مدل در ابتدا می خواست اطلاعات را در اختیار هر کس، هر زمان و هر جا قرار بدهد. لذا شیوه ای متفاوت را برای تحقق این هدف در پیش گرفت و تلاش کرد در این مسیر نقاط ضعف یاهو را فرصتی مغتنم قرار دهد و آن را برای خود تبدیل به نقطه قوت تبدیل این مشکل را برای موتور جستجوی خود با مرتبی نمودن تبلیغات با کلید واژه هایی که کاربر مدنظر دارد، بطرف کرد و این عمل سرعت بیشتری را برای کاربران فراهم آورد. نقطه ضعف دیگر دریافت مبالغی جهت اولویت بندی در رتبه ها بود که همه ترجیح می دهند جزء اولی ها در لیست باشند که در گوگل این طبقه بندی بر حسب غنای مطالب و بدون دریافت پول انجام می شود.

این سخنان عوامل موفقیت گوگل را در موارد زیر برشمرد:

- ۱ - بر کاربر متمرک شد و بقیه موارد را فدای رضایت مشتری کرد.
- ۲ - نتایج جستجو به کسی فروخته نمی شود.
- ۳ - صفحه اصلی بسیار راحت و سریع می آید.
- ۴ - تبلیغ با کلید واژه موردنظر کاربر، مربوط است.
- ۵ - حضور بینجا نفر دارای دکترای تخصصی که فقط درباره جستجو تحقیق و فعالیت می کند.
- ۶ - نتایج جستجو بسیار سریع ارائه می شود.
- ۷ - دموکراسی در سایت برقرار است (رتبه بندی براساس مسائل مالی انجام نمی شود).
- ۸ - امکان جستجو در گوگل توسط موبایل فراهم است.
- ۹ - لزومی ندارد برای رسیدن به پول، کار خلاقی انجام شود.
- ۱۰ - غیر از فایل های HTML، امکان جستجو برای فایل های تحت WORD، EXE، POWERPOINT و PDF نیز مهیا است.
- ۱۱ - بسیار گسترده است و در دنیا با زبان های مختلف (۸۸ زبان) فعالیت می کند امکان تصحیح لغات اشتباه را نیز دارد.

مهندس مردان در ادامه چنین گفت: گوگل در حال حاضر بیش از ۲۰۰ میلیون جستجو را روزانه انجام می دهد و حجم سه میلیارد صفحه را پاسخگو است. هر ماهه هفتاد و سه میلیون و پانصد هزار کاربر از این موتور جستجو استفاده می کنند که بیش از پنجاه درصد آنها خارج از کشور آمریکا هستند. به لحاظ دارابودن این مشخصات شرکتهای معروفی چون سیسکو، سونی، کانن، در این سایت تبلیغ می کنند.

خانم دکتر قنات آبادی نیز شرکت DELL را به عنوان نمونه موفق مطرح کرد و گفت، این شرکت بزرگترین تولیدکننده PC در دنیا و نمونه موفق فروش مستقیم به مشتری است. حدود سی و پنج هزار نفر پرسنل دارد و فروش سالانه آن حدود سی میلیون دلار است. هدف DELL، فروش مستقیم به مشتری نهایی است. اعم از اینکه فرد، موسسه یا شرکتی بزرگ باشد. این شرکت سفارشات را از مشتری می گیرد و براساس سفارش مشتری تولید می کند. به عبارتی تامین نیاز مشتری براساس سفارش، برتری رقابتی خاص این شرکت است که آن را از دیگر رقیبان در دنیا، موفق تر ساخته است.

وی افزود، تولید براساس سفارش به لحستیک، تدارکات و تولید فوق العاده قوی نیاز دارد. به این منظور آنها فعالیتهای کلیدی و استراتژیک خود انجام می دهند و فعالیتهای غیراستراتژیک را به پیمان سپاری (OUT SOURCING) می سپارند آنها علاوه بر ساخت افزار، نرم افزار موردنیاز مشتری را نیز تهیه و برای این عمل، با تولیدکنندگان نرم افزار و توزیع کننده های متعدد در سراسر دنیا ارتباط برقرار می کنند. این شرکت در ۳۴ کشور، خدمات، تعمیر و حمایت پس از فروش را به مشتریان ارائه می دهد.

خانم دکتر قنات آبادی افزود، شرکت DELL برای فعالیت گسترده خود در ۴ منطقه از جهان دفاتر مرکزی دارد که عبارتند از، آمریکا و تگزاس، ژاپن، هنگ کنگ و انگلستان. قابل ذکر است که فعالیتهای کلیدی و مرکزی در تگزاس انجام می شود و در صورت لزوم، موارد انجام شده از این مرکز به مراکز دیگر منتقل می شود یا به عبارتی توسعه محصول در آمریکا متمرکز است.

سومین نمونه موفق منتخب در دنیا مدل EBAY است. این مطلب توسط آقای مهندس مردان در ادامه این نشست مطرح شد. وی افزود، مؤسس «EBAY» آقای بیسر امیدیار فردی ایرانی الاصل است که سمساری الکترونیکی را راه اندازی کرده است. وی تاکید کرد که در دنیا حراجهای ONLINE بسیاری ایجاد شده است، اما هیچ کدام موفقیت EBAY را به دست نیاورده اند و تبلور این موفقیت هم این است که آقای امیدیار دومنین ثروتمند زیر چهل سال در آمریکا است که با $\frac{82}{3}$ بیلیون دلار ثروت درجهان شناخته شده است و بازار فروش وی در دنیا اولین است. گفتنی است که پس از او، بازار دال مارت قرار دارد.

سخنران ادامه داد، آقای امیدیار شروع کارش را با عرضه محصولات خدمات به کسانی که می خواهند در اینترنت با هم معامله کنند، شروع کرد. به مرور زمان بعضی از افراد به عنوان شغل دوم در این سایت خرید و فروش کردند تا اینکه به مرور یک جامعه ۳۰ میلیون نفری در دنیا شکل گرفت که هم عضو EBAY هستند و همیگر را می شناسند. همه با هم معامله می کنند، اعم از خانه دار، سرمایه گذار، کارمند و... در حال حاضر در EBAY از موارد بسیار کوچک تا مواردی چون شهر خرید و فروش می شود.

مهندس مردان توجه حضار را به این مهم جلب کرد که EBAY دنیای کسب و کار جدیدی را به وجود آورده است اما شاید نتوان از آن به عنوان یک نمونه موفق یاد کرد زیرا شیوه عمل او و رشد بی نظیرش بسیار متفاوت از دیگران است. ماموریت EBAY ایجاد جایگاهی در جهان است که هر کسی بتواند هر چیزی را بخرد و بفروشد. عضویت در این سایت بدون پرداخت پول انجام می شود، اما مقرراتی دارد که باید رعایت شود تا از تقلب و کلاهبرداری های احتمالی جلوگیری شود. گرچه اگر تقلیبی انجام شده است ناجیز بوده و حدود یک درصد معامله بوده است. البته این سایت اصل را بر این قرار داده است که مردم خوب هستند و به آنها اعتماد می کنیم. در مرحله بعد اگر اتفاقی بیفتند آن را بررسی کرده و راهکاری درخور می یابد.

سخنران نکته اصلی موفقیت این مورد را شفافیت درمورد قیمت واقعی و سوابق آنچه خرید و فروش می شود، عنوان کرد و گفت، به همین علت (شفافیت)&، شرکتها بی چون فورد و موتورولا که خود امکانات فروش را در اختیار دارند، ترجیح می دهند به EBAY بپیوندد و این حاصل اطمینانی است که در بین این جمعیت شکل گرفته است. از نکات بر جسته دیگر این که اگر اتفاق ناگواری برای یکی از اعضاء بیفتد بقیه اعضای شرکت با او همدردی می کنند و بعضی وقتها صدرصد درآمد موردي را به خبریه اختصاص می دهند. شرکت معتقد است، عده فروش بسته به این سی میلیون عضوی دارد که با ما در ارتباط هستند و به عبارتی شرکاء منحصر به فرد EBAY هستند.

وحوه تمایز کارآفرینان موفق و ناموفق

کارآفرینان موفق نگاه نو و متفاوتی به کار و زندگی‌شان دارند. تفاوت آنها با کارآفرینان ناموفق طریف اما قابل تمیز است. این تفاوت‌ها فراتر از خواسته‌ها و رویاهای آنهاست. این تفاوت‌ها به عادات یا رموز نهايی برنمي‌گردد. تفاوت آنها به نيريوي قابل سنجشي برمي‌گردد که در دaireه تفکر و تعقل اين افراد نهفته است و موجب مي‌شود تحولاتي در شيوه کار، زندگي و روابط شغلی آنها پيدا آيد.

در اين مقاله قصد داريم "وېژگى هاي" متمایز کننده کارآفرینان موفق را بررسی کنیم نه "عادات" آنان را. زیرا "عادات" پیش از مطالعه کردن به وجود می‌آیند و در اصل نیازی به مطالعه آنها نیست. از سوی ديگر، کسب عادات ديگران موجب مي‌شود از مسیر خود دور افتید، چرا که اينها عادات "شما" نیست.

9 وجه تمایز کارآفرینان موفق در زیر شرح داده شده است که با فراگيری آنها می‌توانید تفاوت قابل ملاحظه‌ای در نوع تفکر، ارزیابی و دیدگاه‌های تووان ایجاد کنید.

1 - اجبار یا تووان :

وقتی می‌خواهید چيزی را به زور کسب کنید، باید از همه طرف متولی به جبر شوید که نیازمند تلاش و تقلاي بسیار است. این در حالیست که تکیه بر آنچه در تووان دارید نیروی خلق می‌کند که از توانایی‌ها فراتر می‌رود. وقتی فرد تمام نیروهای درونی، باورها و عواطفش را هم سو می‌سازد احساس قدرت و توانمندی می‌کند و این امر موجب می‌شود با صرف انرژی کمتر به اهدافش نایل گردد. به عبارتی فرد با هر قدم که بررمی‌دارد چندین گام جلو می‌افتد.

2- تحقق وظایف یا نیل به هدف

تحقیق کارها با به پایان رساندن و تمام کردن آنها همراه است و بیشتر به وظایف برمی‌گردد. وقتی انسان کاری را به پایان می‌رساند آن چیز معنا و اهمیت خود را از دست می‌دهد. آیا تا به حال برای تحقق کاری تلاش و کوشش کرده‌اید؟ اگر چنین بوده است آیا با تحقق آن احساس نکرده‌اید آنقدرها هم مهم نبوده است؟ این تجربه همواره با یاس همراه است. اما نیل به هدف هیچ‌گاه پایان‌پذیر نیست. چرا که با آگاهی معنوی از معنا و اهمیت کار همراه است. این دیدگاه همواره آرامش دهنده و الهام‌بخش است.

3- کسب اطلاعات یا به کار بستن آنها

بدیهی است که کسب اطلاعات تها در صورت به کار بستن آنها ثمربخش خواهد بود. متناسبانه بسیاری از کارآفرینان و کارفرمایان ساعت زیادی را صرف مطالعه و کسب اطلاعات می‌کنند. اما هیچ‌گاه آنها را به کار نمی‌بندند.

4- تفکیک یا تلفیق

کارآفرینان موفق می‌گویند پیش از هر چیز به زندگی‌شان به صورت بخش‌های تفکیک شده نگاه کرده‌اند. این افراد حتی در تجارت‌شان هم چنین نگاهی به خدمات، محصولات و حتی تلاش‌های‌شان دارند. این امر باید به صورتی باشد که کسب موفقیت در هر زمینه به پیشبرد زمینه دیگر منتج شود. برای این کار مولفه‌ها و طرح‌های گوناگون تجارت‌تان را بنویسید. سپس درباره اینکه فعالیت در کدام زمینه به برجسته‌سازی زمینه دیگر می‌انجامد بیان‌دیشید و برنامه‌ریزی کنید.

5- فقط کار یا کار همراه با تغیر

کار جدی و بدون تغیر تحميلي از "باید"ها و "وظایف" است که نتیجه‌ای جز خستگی ندارد. با کار سخت و طاقت‌فرسا انسان می‌خواهد در مقابل چیزی ایستادگی کند. اما کار همراه با تغیر، منبع شادابی، نور، الهام و آرامش است. کارآفرینان موفق پیش از پی بردن به نحوه صحیح انجام کارها، فکر می‌کرند باید فقط تلاش کنند و این امر سلامتی، انرژی و شادابی را از آنان می‌گرفت. آنها پس از کسب نتایج ضعیف تصمیم گرفتند روش خود را تغییر دهند و آن وقت بود که خودشان هم شگفت‌زده شده بودند که "آیا واقعاً اینقدر راحت می‌شود کارها را انجام داد"!

6- حمایت ساختار یا کل فضای کاری

ساختارها در نحوه انجام امور نقش مهمی ایفا می‌کنند و حتی اگر ساختار تشکیل شده بسیار متفاوت از ساختار دیگران باشد باز هم ایرادی بر آن نیست.

ساختارها روی وظایف و نتایج از پیش تعیین شده تکیه می‌کنند اما برخورداری از حمایت کل فضای کاری ساختار وسیعتری فراهم می‌آورد که پیشرفت و ترقی را آسانتر می‌سازد. تفاوت این دو در اینست که محیط برای شما کار می‌کند ولی برای ساختار شما باید کار کنید. حمایت فضای کاری، ساختارهای کوچکتر را از آن شما می‌سازد. کارآفرینان موفق معتقدند این تفاوت بسیار حائز اهمیت است. آنها با سبط ساختارهای حمایتگر به کل فضای کاری موفقیت بیشتری نصیب خود می‌کنند.

7- تغییر رفتار یا تحول

تغییر رفتار سطحی‌تر از تحول است. این امر به ترک یا آغاز یک رفتار اشاره دارد که ممکن است ساده یا گذرا باشد. تحول نیروی قوی‌تری است که در نتیجه یک تجربه به وجود می‌آید و به دگرگونی عمیق و درونی منجر می‌شود که اغلب هویت فرد را هم دستخوش تغییر قرار می‌دهد و برای او دیدگاه متفاوتی به ارمغان می‌آورد.

لحظاتی را به باد بیاورید که به یکباره و ناگهان "چیزی دریافت کرده‌اید". این شروع یک دگرگونی است. البته همیشه امکان برگشت به روش و رویکرد گذشته وجود دارد. اما همیشه صدایی از درون به شما خواهد گفت که با رویکرد نخست به رویکرد نخست نمی‌توانید از توانایی‌های خود نهایت استفاده را بکنید. برای نمونه وقتی متوجه شوید افکار شما نتایج کارتان را تحت الشاعر قرار می‌دهند دیگر نمی‌توانید این امر را منکر شوید و اگر گاهی از این حقیقت غفلت کنید باز هم صدایی از عمق وجودات شما را به آن فرا می‌خواند.

کارآفرینان موفق همواره به دنبال کشف تحولات لازم هستند تا بتوانند زندگی و کارشان را باز هم در جهت بهتری هدایت کنند.

8- بدینی یا خوش‌بینی

بدیهی به نظر می‌رسد که بهتر است خوش‌بین بود تا بدین. اما مسئله اینجاست که مشکل می‌توان تشخیص داد چه زمان بدین هستیم. افرادی که در کشاکش تجارت هستند خود را "واقع‌گرا" توصیف می‌کنند و می‌گویند واقعیات و حقیقت امور را می‌بینند.

اما حقیقت این است که آنها تنها بخشی از واقعیات را می‌بینند و اکثر اوقات شرایط را از آنچه که هست بدتر جلوه می‌دهند. خوش‌بینی تنها یک طرز تفکر یا رویکرد نیست بلکه یک تعهد است که فرد را ملزم می‌دارد نقطه قوت و روش شرایط را ببیند و آنها را بارور سازد. این یک اصل معنوی و علمی است که وقتی انسان قوای خود را بر نقاط سازنده و مثبت متمرکز کند و با شور و بصیرت از آنها برای رسیدن به هدفی استفاده نماید خلاق‌تر و با درایت‌تر می‌شود. کارآفرینان موفق این مهارت را در خود "به حد کمال" رسانده‌اند.

9- ارج نهادن به جایگاه خود یا توجه به کمبودها

خواستار شرایط بهتر بودن و بیشتر خواستن چیز بدی نیست. اما بیشتر مردم وقتی درباره خواسته‌هایشان صحبت می‌کنند بر خلئی که میان خواسته‌ها و داشته‌هایشان وجود دارد تکیه می‌کنند. این کار موجب می‌شود نداشتن‌ها از داشتن‌ها پررنگ‌تر شوند و یک گره کور ایجاد شود. ارج نهادن به جایگاهی که دارید به معنای در لحظه زیستن، عشق ورزیدن به لحظه لحظه زندگی و قدر آن را دانستن است.

ارج نهادن به جایگاهی که دارید آرزوها و رویاهایتان را زیر سوال نمی‌برد بلکه نیروی اعتماد و احساسات منبت را تقویت و راه را برای نیل به خواسته‌ها باز می‌کند.

در آخر باید گفت تفاوت کارآفرینان موفق با دیگران در دیدگاه‌ها، باورها و رفتارهای آنان نهفته است. بنابراین علاوه بر تغییر عملکرد باید ذهنیات درونی را هم متحول ساخت و از آن بهره برد.

شما برای موفق شدن در کارتان چه تحولاتی در خود ایجاد کرده‌اید؟

فروش و هرگونه تغییر در محتواه این کتاب من نوع است

مهارت‌های زندگی

قرن بیستم را به خاطر فزونی جنگ، تورم، انفجار جمعیت، افزایش بیکاری، مهاجرت، از هم گسیختگی خانواده‌ها، قرن اضطراب نامیدند و انسان دنیای امروز هنوز مسایل قرن بیست را حل نکرده بودکه به قرن بیست و یک، عصر فروپاشی مرزهای ارتباطی و اطلاعاتی رسید.

عصری که رشد ماهواره و اینترنت و روپارویی با حجم وسیع اطلاعات درست و نادرست، موقعیت‌ها و بحرانهای بیشماری را برای انسان امروز به ارمغان آورده است، به طوری که علیرغم تغییرات عمیق فرهنگی و تغییر در شیوه‌های زندگی بسیاری از افراد در روپارویی با مسایل روزمره از توانایی‌های لازم و اساسی، خود را بی بهره می‌پندارند و همین امر آنان را در مواجهه با مسایل و مشکلات زندگی روزمره آسیب پذیر کرده است. افزایش آمار خودکشی و طلاق، فرار از خانه و یا پناه بردن به الکل و مواد مخدر بیانگر آن است که مبتلایان به آنها توانایی مقابله‌ی سازگارانه با مشکلات را نداشته‌اند.

آموزش مهارت‌های زندگی برای مقابله و سازگاری صحیح با مسایل و مشکلات روزمره و بهبود زندگی فردی و اجتماعی انسان امروز، بخش مهمی از برنامه درسی اکثر نظامهای آموزشی دنیا می‌باشد که خوشبختانه در چند سال اخیر در کشور ما نیز آغاز گردیده است.

هدف از آموزش "مهارت‌های زندگی" ارتقاء سازگاری فرد، ابتدا با خودش، سپس با دیگران و محیطی است که در آن زندگی می‌کند.

این مهارت‌ها به ما می‌آموزد که در طول زندگی به ویژه در موقعیت‌های پر خطر چگونه عاقلانه و صحیح رفتار کنیم.

از این رو در مجموعه‌ی جدید اشاره به این موضوع مهم و حیاتی خواهیم پرداخت.

تعريف مهارت‌های زندگی

مهارت‌های زندگی توانایی‌هایی هستند که به ما کمک می‌کنند تا در موقعیت‌های مختلف، عاقلانه و صحیح رفتار کنیم، به طوری که با خود و دیگران سازگارانه ارتباط برقرار کرده و بدون توسل به خشونت بتوانیم مسایل پیش آمده را حل نماییم و ضمن کسب موفقیت در زندگی، احساس شادمانی داشته باشیم.

اهداف مهارت‌های زندگی

- بخشی از اهداف مهارت‌های زندگی عبارت است از:
- تقویت اعتماد به نفس
- تقویت روحیه مشارکت و همکاری
- رشد و تقویت عواطف انسانی
- تامین سلامت جسمی و بهداشت روانی
- تقویت مهارت‌های ارتباطی
- ساختن یک شهروند متعادل و مقبول اجتماع
- تقویت روحیه همزیستی مسالمت آمیز

أنواع مهارت‌های زندگی

سازمان بهداشت جهانی مهارت‌های زندگی را با عنوان دهگانه زیر مشخص

نموده است که هر یک از این مهارت‌ها در مقاله‌های جداگانه خواهد آمد. رمز برخورداری از این مهارت‌ها، دانستن، تمرین و به کارگیری هر چه بیشتر در زندگی روزمره است.

۱. مهارت خود آگاهی
۲. مهارت همدلی
۳. مهارت روابط بین فردی
۴. مهارت ارتباط مؤثر
۵. مهارت مقابله با استرس
۶. مهارت مدیریت بر هیجان‌ها
۷. مهارت حل مسئله
۸. مهارت تصمیم‌گیری
۹. مهارت تفکر خلاق
۱۰. مهارت تفکر نقادانه

مهارت خود آگاهی

مهارت خود آگاهی، توانایی شناخت از نقاط ضعف و قوت خواسته‌ها، نیازها، رغبات‌ها و تصویر واقع بینانه از خود است تا حقوق فردی، اجتماعی و مسؤولیت‌های خود را بهتر بشناسیم.

با کسب این مهارت به سؤال اساسی من کیستم؟ پاسخ می‌گوییم.

مهارت همدلی

همدلی یعنی این که فرد بتواند مسایل دیگران را حتی زمانی که در آن شرایط قرار ندارد درک کند و به آن‌ها احترام بگذارد.

این مهارت موجب می‌شودتا به دیگران توجه کرده و آنها را دوست داشته باشیم و خود نیز مورد توجه و دوست داشتن دیگران قرار بگیریم و با ایجاد روابط اجتماعی بهتر به هم نزدیکتر شویم.

مهارت روابط بین فردی

فروش و هرگونه تغییر در محتوای این کتاب ممنوع است

مهارتی است که موجب می شود ضمن تقویت روحیه ی مشارکت، اعتماد واقع بینانه و همکاری با دیگران بتوانیم مزهای روابط بین خود و کسانی که دوستشان داریم را تشخیص داده و در جهت ایجاد روابط صمیمانه و دوستانه قدم برداریم و هر چه زودتر به دوستیهای نامناسب و ناسالم خود خاتمه دهیم، پیش از آنکه مورد آسیب جدی قرار گیریم.

مهارت ارتباط مؤثر

کسب این مهارت به ما می آموزد برای درک موقعیت دیگران چگونه به سخنان آنان فعالانه گوش دهیم و چگونه دیگران را از احساس و نیازهای خود آگاه نماییم تا ضمن بدست آوردن خواسته های خود طرف مقابل نیز احساس رضایت نماید.

مهارت مقابله با استرس

در دنیای امروز، همواره با تغییرات وسیع و پیچیده ای مواجه ایم و هر تغییری با فشارهای روحی و روانی (استرس) همراه است.

میزان استرس اگریش از حد و طولانی باشد، بر زندگی و عملکرد ما تاثیر منفی گذاشته و مشکلات جدی و زیادی را برای ما به وجود خواهد آورد.

فراگیری این مهارت به ما کمک می کند تا استرس های مختلف و اثرات آنرا شناخته و راه های کاهش با مدیریت بر آن ها را کسب نماییم.

مهارت مدیریت بر هیجان ها

اگر بتوانیم مدیریت مطلوبی بر هیجان های خود مانند شادی، غم، خشم، ترس، یاس، اضطراب و ...داشته باشیم، رؤیاها، خاطرات و ادراکات ما جان می گیرد. کسب این مهارت به ما کمک می کند تا ضمن شناسایی هیجان های خود و دیگران و تاثیر آن ها بر تفکرات و رفتارهایمان بتوانیم در مقابله با آن ها واکنش مناسب را از خود بروز دهیم.

مهارت حل مسئله

ما هر روزه با مسایل فراوانی روبرو هستیم که برخی ساده و برخی پیچیده اند. مهارت حل مسئله این توانایی را به ما می دهد که با توجه به تجربه عملی و توانمندی های ذهنی خود بتوانیم در جهت حل مسئله ای مشکل قدم برداشته و به نتیجه ی مطلوب دست یابیم.

مهارت تصمیم گیری

انسان در مسیر زندگی همواره نیاز مند تصمیم گیری های مختلف است و موفقیت در زندگی در گرو تصمیم گیری درست و به جای اوست.

مهارت تصمیم گیری به ما کمک می کند تا با اطلاعات و آگاهی کافی با توجه به اهداف واقع بینانه خود، از بین راه حل های مختلف بهترین راه حل را انتخاب کرده و به کار بگیریم و پذیرایی بیامد های آن نیز باشیم.

مهارت تفکر خلاق

فکر کردن مهارتی است که از کودکی می آموزیم.

مهارت تفکر خلاق، قدرت کشف و تولید اندیشه جدید را برای ما فراهم می آورد.

مهارت تفکر خلاق به ما کمک می کند در مواجهه با حوادث ناگوار چگونه احساسات منفی خود را به احساسات مثبت تبدیل کنیم.

تفکر خلاق نوع دیگر دیدن است، در این تفکر هیچگاه مشکل یک عامل مزاحم به حساب نمی آید بلکه یک فرصت برای کشف راه حل های نو و بدیع تلقی می شود که تا کنون کسی به آن توجه نکرده است.

مهارت تفکر نقادانه

تفکر نقادانه نوعی دیگر از تفکر است.

کسب این مهارت به ما می آموزد تا هر چیزی را به سادگی و درست قبول یا رد نکنیم، ابتدا در مورد آن موضوع سؤال و استدلال کنیم، سپس بپذیریم یا رد کنیم. کسانی که از تفکر نقادانه بر خوردارند، فریب دیگران را نمی خورند و به راحتی جذب گروه ها و افراد و مواد مخدوشوند، چرا که همواره با سؤال کردن به عاقبت کار می اندیشنند.

مسیر شغلی خود را انتخاب کنید

چکیده

شناخت مهارت‌های قابل انتقال یک قدم اساسی در برنامه‌ریزی شغلی است. مقاله حاضر توضیح می‌دهد که این مهارت‌ها چه هستند و کمک‌هایی را برای تشخیص و افزایش میزان مهارت‌ها و استفاده از آنها در به دست آوردن یک موقعیت شغلی مناسب ارائه می‌نماید. انواع مهارت‌ها، شامل مهارت‌های فنی، مهارت‌های اکتسابی و مهارت‌های قابل انتقال، تشخیص مهارت‌های قابل انتقال، موجودی مهارت‌ها، عنوانی شغلی، روش کار را با مهارت‌ها و به روز نگه داشتن مهارت‌ها رئوس مطالب این مقاله را تشکیل می‌دهند.

کلیدواژه‌های (ها) : مسیر شغلی؛ مهارت‌های قابل انتقال؛ برنامه‌ریزی شغلی

۱- مقدمه

بسیاری از افراد تصمیم‌های شغلی خود را از طریق مشاهده دنیای اطراف و تلاش برای تطابق خودشان با این دنیا اتخاذ می‌کنند. این امر مخالف کاری است که واقعاً باید انجام شود.

بهترین مسیر شغلی فرایندی است که از درون آغاز می‌شود (یک نوع تکامل خودآگاهی). شما می‌بایست از مهارت‌ها، استعدادها، توانایی‌ها، امکانات و ویژگی‌های منحصر بفردتان آگاه شوید چون این خودآگاهی چرخه‌ای است که فرد را به سمت یک شغل رضایت‌بخش هدایت می‌کند.

شناخت مهارت‌های قابل انتقال یک قدم اساسی در برنامه‌ریزی شغلی است. مقاله حاضر توضیح می‌دهد که این مهارت‌ها چه هستند و کمک‌هایی را برای تشخیص و افزایش میزان مهارت‌ها و استفاده از آنها در به دست آوردن یک موقعیت شغلی مناسب ارائه می‌نماید.

۲- انواع مهارت‌ها

مهارت‌ها را می‌توان به عنوان سرمایه منحصر به فرد هر شخص تعریف نمود. سه گروه از مهارت‌ها وجود دارد. مهارت‌های فنی، مهارت‌های اکتسابی و مهارت‌های قابل انتقال. مهارت‌های فنی تخصص گرایی درون یک رشته خاص را مطرح می‌کند و فرد را قادر می‌سازد که یک شغل به خصوص را داشته باشد؛ مانند طراحی یک فرایند شیمیابی، عملیات ساخت تجهیزات و مانند آن. مهارت‌های اکتسابی ریشه در ویژگی‌های شخصی یک فرد مانند انعطاف‌پذیری، کنگاوهایی، قدرت تصمیم‌گیری و بهینه سازی دارد. مهارت‌های قابل انتقال مهم ترین نوع مهارت‌ها در توسعه مسیر شغلی است. این مهارت‌ها را می‌توان از حرفة‌ای به حرفة دیگر و از یک حوزه صنعت به حوزه دیگر منتقل کرد. شناخت مهارت‌های قابل انتقال اولین قدم در خودآگاهی و برنامه‌ریزی شغلی است. این مهارت‌ها در هفت مقوله جای می‌گیرند:

۱. ارتباطات: نگارش، گفت و گو، گوش دادن، آموزش، مشورت، متلاعده سازی، مدیریت، تبلیغ و بیان احساسات
۲. خلاقیت: تجسم، ذهنی سازی، ابداع، ایجاد، بداهه پردازی، تعبیر و تفسیر و استفاده از توانایی‌های هنری
۳. تحقیق: جمع آوری، ارزیابی و طبقه بندی اطلاعات
۴. تشریح: استفاده از تحلیل‌های منطقی، توسعه چارچوب‌های کاری، تشخیص ضعف‌ها و شناخت شباهتها
۵. حل مسائل: تعریف یک مسئله، ارزیابی گزینه‌ها، تسلط بر راه حل‌ها و بهبود یک موقعیت
۶. سازماندهی: از طریق دنبال کردن برنامه‌ها و دستور العمل‌ها، توجه به جزئیات، بایگانی، جستجو و طبقه‌بندی
۷. ترکیب: تلفیق قطعات اطلاعات در یک کل به هم پیوسته، بررسی اطلاعات و بیان آنها در یک شکل واضح

آگاهی از مهارت‌های قابل انتقال کمک می‌کند، دریابید چه توانایی‌های ویژه‌ای دارید و ضمناً امکانی برای واضح سازی آن توانایی‌ها به شما می‌دهد.

منبع مهارت‌های قابل انتقال اغلب در زندگی روزانه وجود دارد. در تجربیات زندگی، کارهایی که در هر دوره زندگی انجام داده‌اید و از انجام آن لذت برده‌اید، اعتقاد داشته‌اید که به خوبی از عهده آن برآمده‌اید و باعث غرور و خوشحالی شما شده است. این مهارت‌ها باید خیلی زود در زندگی آشکار شود تا محملي باشد برای معرفی فرد.

مهارت‌های قابل انتقال عموماً در موقعيتها و تجربیات مثبت زندگی پیدا می‌شوند. خاطراتتان را مرور کنید و درباره مواقعي که برایتان خیلی ارزشمند بوده، بنویسید چون از طریق نوشتن درک جامع تری از خودتان خواهید داشت. تمرين دو مرحله‌ای زیر کمک می‌کند که مهارت‌های قابل انتقال را بشناسید:

۱. موقعيت‌های خود را فراخوانی کنید. بک سفر در خاطراتتان (از کودکی تا زمان حاضر) داشته باشید. تا جایی که می‌توانید تجربیاتی را که به شما احساس رضایت می‌دهد به یاد بیاورید. سعی کنید تجربیات را در زمان‌های مختلف زندگی مرور کنید.

این تجربیات رضایت‌بخش می‌تواند طیفی از مسائل مانند کمک به برادر یا خواهرتان در یادگیری خواندن، ساختن یک اسباب بازی مکائیکی، توسعه بک سیستم تجهیزاتی تا سازماندهی یک رخداد سیاسی را در بر گیرد. این طیف باید شامل کارهایی باشد که شما انجام داده‌اید نه رویدادهایی که برایتان اتفاق افتاده است.

اصل لذت یا رضایت بسیار مهم است. ممکن است این قضیه برای بقیه دنیا اهمیتی نداشته باشد، اما در چشمان شما باید ارزشمند جلوه کند و بک رخداد حیاتی و معنادار در زندگیتان قلمداد شود.

۲. خاطراتتان را تحلیل کنید. همان طوری که رویدادهای رضایت‌بخش زندگی را به خاطر می‌آورید، جزئیات آن را مشخص نمایید. به موقعیت‌ها، موضوعات، افراد درگیر و نقشی که بازی کرده‌اند، توجه داشته باشید. جمع آوری جزئیات را کامل کنید تا جایی که می‌توانید درباره فعالیتی که خودتان در این فرآیند انجام داده‌اید و نحوه انجام آن را بنویسید: چگونه کار را سازماندهی کرده‌اید، دیگران را متقاعد کرده‌اید، مسائل را حل کرده‌اید و غیره. این تمرين کمک خواهد کرد که مهارت‌هایتان را با بررسی تجربیات واقعی در زندگی مشخص کنید. بخش عمده‌ای از امور پنهان در تجربیات (چیزی بیش از آنچه که از خودتان انتظار دارید یا قادر به درکش هستید) مهارت‌ها و استعدادهای شما هستند. به عنوان مثال، موضوع خاطرات چه بود؟ آیا درباره مردم بود و یا در مورد مفاهیم کلی، هنر، علوم یا پژوهشی؟ از چه قابلیت‌هایی استفاده کردید؟ نگارش، آموزش، تحقیق، طراحی و یا اقناع؟ چه وضعیتی به طور مکرر رخ داد؟ حل مسئله، نیازهایی که باید برآورده می‌شد و یا یک وضعیت بحرانی؟ چه چیز باعث دستیابی شد؟ چه نیازی آشکار شد؟ سازماندهی اهداف، نیاز برای کمک رسانی، نیاز برای کامل کردن یک فعالیت خاص؟ شرایط انجام کار چگونه بود؟ آیا مجبور به رعایت ضرب‌الاجل‌های تعیین شده بودید و با آزاد و مستقل کار می‌کردید و فرصت کافی برای آموختن و تجربه‌اندوزی نیز داشتید؟

وقتی که شما محدوده وسیعی از تجربیات را مرور می‌کنید به رخدادهای کوچکی که در پس این محدوده قرار می‌گیرد، دقت کنید. آنها علایمی برای راهیابی به معانی عمیق‌تر هستند. به فعالیت‌هایی که در زندگی روزانه به شما انرژی می‌دهد و نشانی از استعدادهایتان است، توجه کنید: گلکاری در باغ، فعالیت‌های مالی، خواندن نقشه‌های پیچیده و یا تمرکز نمودن روی یک مورد کاری خاص.

استعدادها ممکن است به قدری طبیعی در شما پدیدار شوند که آنها را بی‌اهمیت تلقی کنید. اما این ویژگی‌ها شما را از دیگران جدا می‌کنند و دارایی ارزشمندی هستند. به همین لحاظ مهمترین کارکرد پاداش این است که به عنوان یک محرک عمل می‌کند و مجالی به بروز استعدادها می‌دهد. دانستن این که در بسیاری از فعالیتها خوب هستید به شما شاهدی از مجموع مهارت‌ها ارائه می‌دهد و به اصولی که در زندگی اجرا می‌کنید، تأکید می‌نماید. به عنوان مثال مهارت‌های شما مربوط به کدام یک از امور ذیل است: مدیریت، رهبری، تحقیق، طراحی و برنامه‌ریزی، ارتباطات میان فردی و یا تحلیل مسائل؟ بعد از انجام این تمرين شما باید درک بهتری از مهارت‌های قابل انتقال یا به عبارتی مهارت‌های شخصی و میزان مهارت‌ها داشته باشید.

۴- موجودی مهارت‌ها

موجودی مهارت‌ها میزان دارایی شما از مهارت‌ها و روش‌های ترجیحی فعالیت‌های است. همچنین مجموعه منحصر به فردی از استعدادهای است. این موجودی عامل ثبات حرفا‌های شما در دنیای کار است. شناخت این مهارت‌ها باعث امنیت می‌شود. چون آنها وسائل و امکاناتی نیست که در اختیار دارید، بلکه موجودیت شماست. توانایی و قابلیتی است که شما از یک موقعیت به موقعیت دیگر و از یک شغل به شغل دیگر منتقل می‌کنید.

۵- روی عناوین شغلی تأکید نکنید

فروش و هرگونه تغییر در محتوای این کتاب ممنوع است

عنوان شغلی فقط بر جسب هستند و اغلب باعث گمراهی می‌شوند. شرکتها هنوز این عناوین را خیلی جدی می‌گیرند. آنها مشخصه‌ای هستند که شغل‌ها را توصیف می‌کنند. این مهارت‌های مورد نیاز حرفه‌ها را توصیف نمی‌کنند. عنوان شغلی در رشته‌های مختلف معانی متفاوت دارند. بنابراین بسیار مهم است که دریابیم هر عنوان شغلی چه معنایی می‌دهد و چگونه به استعدادها و مهارت‌های قابل انتقال مرتبط می‌شود. به عنوان مثال یک مدیر پروژه در صنایع شیمیایی با یک مدیر پروژه در شرکت بازرگانی متفاوت عمل می‌کند.

در مواجهه با عنایون شغلی باید چند سئوال اساسی را مطرح نمایید. به عنوان نمونه به این موارد توجه کنید: وقتی این عنایون شغلی بر عهده ما گذاشته می‌شود، دقیقاً می‌بایست چه اقدامی انجام دهیم؟ آیا پیدا کردن راهکارها بر عهده ماست یا سازماندهی و تحلیل؟

۶- روش کار را با مهارت‌ها ربط دهید

گاهی اوقات درک این نکته که چگونه مسئولیت را کامل کنید از خود آن مسئولیت مهمتر است. روش شما در به نتیجه رساندن فعالیت‌ها چیست؟ آیا فرآیندمدار هستید و کنگاوارد که بینید چگونه اجزاء و مراحل یک فعالیت به هم مرتبط می‌شوند یا هدف مدار هستید و روی خروجی بیشتر تأکید دارید تا فرآیند؟ آیا شما در چارچوب فرجه‌های زمانی کار می‌کنید یا جلوتر از زمان حرکت می‌کنید؟ آیا پروژه‌ها را مانند یک اکتشاف در نظر می‌گیرید یا برنامه زمان‌بندی شده دارید؟ آیا دوست دارید به تنها یک کار کنید و یا ترجیح می‌دهید در تعامل با دیگران باشید؟ هنگامی که مهارت‌هایتان را با روش‌های مورد علاقه انجام کار ترکیب می‌کنید، امکاناتی دارید که شما را به سوی یک فعالیت کامل‌تر هدایت می‌نماید. در واقع اگر حرفه‌ای را که به آن علاقه دارید، پیشه خود سازید و آن را با روش کاری مورد نظرتان هماهنگ سازید، احساس متعالی بودن خواهد کرد.

۷- مهارت‌هایتان را در سطح مطلوب نگه دارید

هدف شما می‌بایست به روز نگه داشتن مهارتها و بالا بردن توانایی کاری در سطحی انعطاف‌پذیر باشد. اگر می‌خواهید انتقال شغلی داشته باشید و یا در حوزه‌ای که هستید پیشرفت کنید، مشخص کردن شکافها در مهارتها و معلومات یک قدم اساسی است. بالا بردن توانایی کاری به معنای بارور ساختن قابلیتها و درک این نکته است که کجا می‌توان این شکاف‌ها را از بین برد. در این میان توسعه مهارتها ی چندگانه نیز ضروري است. اگر شما بتوانید از مرزهای قراردادی بگذرید و بین وظایف کاری روزمره و پروژه‌های خاص هماهنگی و توازن ایجاد نمایید، پس می‌توانید پیشرفت کنید. آموزش مستمر بدین معناست که خودتان را مطابق با تکنولوژی‌ها، صنایع و ساختارهای کاری جدید روزآمد نگه دارید و از روش‌هایی بازار و تغییرات نیازهای کاری مطلع شوید.

٨- تعریف موفقیت

موفقیت برای افراد مختلف معانی متفاوتی دارد. برای برخی از افراد به دست اوردن قدرت مالی و برای برخی صرف وقت برای خانواده و یا داشتن یک شغل مستقل و مکفی موفقیت محسوب می‌شود. اما یک نکته بین همگان مشترک است و آن این که استفاده از استعدادها و توانایی‌ها و ابراز وجود، یکی از راضی کننده‌ترین تلاش‌های انسانی است. در این میان کار یک چرخه طبیعی برای ابراز وجود است.

شناخت مهارت‌ها و استعدادها انسان را به خودآگاهی بیشتر میرساند. خودآگاهی و توانایی باعث ایجاد اطمینان و اعتماد به نفس می‌شود و اعتماد به نفس باعث موفقیت می‌گردد.

کسب و کار اینترنتی؛ مقدمات و راه اندازی

ممکن است تصور کنید که مفهوم کسب و کار آن لاین (بدون تاخیرزنی) تنها فروش اجناس است اما مباحث دیگری در راه اندازی کسب و کارهای اینترنتی وجود دارد که در زیر به آن می‌پردازیم:

۱. اهمیت راه اندازی

با حضور کسب و کار آن لاین در سال ۲۰۰۴ درآمد جهانی کسب و کار اینترنتی به سقف ۷/۲ تریلیون دلار رسید. مهم این نیست که کار تجاری شما چیست، بلکه نادیده گرفتن ۷/۲ تریلیون دلار ممکن است؟ برای اینکه نشان دهید بخشی از این مجموعه هستید و مایلید که به آن خدمت کنید، لازم است در حیطه [WWW](#) باشید. آنگاه خواهید دانست که رقیبان شما چه می‌کنند.

۲. شبکه‌ای‌کردن

کسب و کار در حقیقت چیزی جز برقراری ارتباط با افراد نیست. همه تاجران موفق می‌دانند که ملاک شناخت چیزی نیست بجز آشنایی با افراد. ارائه کارت ویزیت بخشی از هر ملاقات است، هر شخص مطمئناً در این ملاقاتها، این شناس را داشته است که معاملات بزرگ انجام دهد. شما با ارائه کارت ویزیت خود به هزاران فرد و شاید میلیونها مشتری‌با شریک تجاری، باید نشان دهید که همیشه در صورت نیاز آنها در خدمت هستید و می‌توانند به شما دستیابی داشته باشند. می‌توانید ۲۴ ساعت شبانه‌روز به سادگی بدون صرف هزینه در محیط [WWW](#) باشید. حتی اگر تغییر مکان دهیدیا شماره جدیدی داشته باشید، همچنان در همان مکان مجازی قرار دارید و همگان می‌توانند شما را پیدا کنند.

۳. ایجاد اطلاعات کامپیوتري در دسترس

زمان استفاده شما چند ساعت است؟ به چه کاری مشغول هستید؟ افراد چگونه می‌توانند با شما تماس بگیرند؟ روش‌های پرداخت شما چه است؟ محل استقرار شما کجاست؟ کار خاص امروز شما چیست؟ اطلاعات ترفيعي، تبلیغی هفته آينده چیست؟ اگر بتوانید مشتری را از دليل لزوم کسب و کار با خود آگاه سازید، فکر نمی‌کنید که بتوانید کسب و کار بیشتری داشته باشید؟ مطمئناً در محیط [WWW](#) می‌توانید.

۴. ارائه خدمات به مشتریان

ایجاد اطلاعات کامپیوتري در دسترسیکی از مهمترین روش‌های ارائه خدمات به مشتریان است. اما اگر هدف شما خدمت به مشتری باشد، با استفاده از تکنولوژي [WWW](#) می‌توانید حتی راههای بیشتری را نیز بدست آورید. این امکان را برای آنها فراهم سازید تا بدون گشتن در مغازه ویاري گرفتن از مسئول فروش، رنگ و اندازه و آنچه را که دقیقاً می‌خواهند بیدا کنند، در حقیقت همه چیز باید در دسترس باشد. همه کارها باید به سرعت، ساده و ارزان در محیط [WWW](#) انجام شود.

۵. افزایش توجه عموم

شما هیچگاه از مجله داخلی برای درج تبلیغ افتتاح فروشگاه‌ها مغازه محلی خود استفاده نمی‌کنید، بلکه اگر چیزی جالب و جدید باشد، آدرس شبکه خود را در آن عنوان می‌کنید. حتی اگر کهیک خبرنامه هفتگی نیز در خصوص این افتتاحیه مطلبی نوشته باشد، هیچگاه از شخصی که با مغازه شما فاصله مسافنی طولانی دارد و آن خبر را می‌خواند به شما سودی نمی‌رسد مگر آنکه آن فرد، در همان زمان به آن محل بیاید. اما با اطلاعات شبکه‌ای هر کس در هر مکان می‌تواند به آن دسترسی داشته باشد و مطمئناً یک بازدیدکننده کارآمد از وب سایت وبک مشتری سودرسان برای اطلاعات شما خواهد بود.

۶. فروش اجناس

بسیاری از افراد تصور می‌کنند که فروش در مرحله اول قرار دارد، در صورتیکه در این تقسیم‌بندی رتبه ۶ را دارد، شما باید فروش را در اینترنت [WWW](#) بعد از آنکه همه فرآیندهای بالا را انجام دادید در نظر بگیرید. چرا؟ خوب پاسخ بیچیده است، اما بهترین روش برای کسب و کار می‌باشد، آیا فکر می‌کنید که تلفن بهترین وسیله برای فروش است؟ مطمئناً خیر. تلفن وسیله‌ای است که شما را قادر می‌سازد تا با مشتری در ارتباط باشید و اجناس را به فروش برسانید. به همین دلیل [WWW](#) را بیشنهاد می‌کیم. البته این تکنولوژي متفاوت است، اما قبل از آنکه افراد تصمیم به خرید بگیرند، می‌خواهند که در خصوص شما بیشتر بدانند و اینکه چکار می‌توانید برای آنها انجام دهید چه کاری را به آسانی و ارزان در محیط [WWW](#) می‌توانید انجام دهید. چه زمانی آمادگی فروش دارید، باید مطمئن شوید که بدون پرداخت هزینه ای گزاف و نیز استفاده صحیح از تکنولوژی شبکه می‌توانید سود زیادی را بدست آورید. این همان کسب و کار هوشمند است.

۷ - ارائه اطلاعات در کوتاه‌ترین زمان

چه مواردي مورد نیاز است برای آنکه اطلاعات شما دریک زمان مشخص ارائه شود؟ یک برنده مسابقه، یک تبلیغ خاص، این اطلاعات می‌تواند در نیمه های شبيا هر زمان دیگر که شما تشخيص می‌دهيد با همه موارد مربوط به آن مانند عکس، بيوگرافی و غيره ارائه شود. می‌توانید اين جمله را از قبل تصور کنید " همه موارد در ساعت ۱۲:۰۰ روی وب سایت ما در دسترس است ". اين موقعیت برای اشخاصی مناسب است که انتظار دریافت اطلاعات را دارند.

۸ - ایجاد نمونه های در دسترس

اجناس شما ممکن است فوق العاده باشد، اما مردم تا آن را در عمل نمی‌بینند نه تنها آنها ترجیح می‌دهند که همه چیز را در دسترس داشته باشند. اگریک آلبوم موسیقی هر چقدر هم جالب باشد، اما از رادیو و تلویزیون پخش نشود، هیچ کس ارزش آن را نخواهد دانست. ارزشیک تصویر هزار کلمه است، اما آیا شما فضایی برای هزار کلمه دارید؟ [WWW](#) این امکان را فراهم می‌سازد تا موسیقی، تصاویر و فایلهای فیلمهای کوتاه به اطلاعات شرکت شما اضافه شود و به مشتریان سرویس دهد. هیچ بروشوری چنین نمی‌کند. می‌توانید نمونه های خود را ارسال کنید اما هر چند این کار برایک کسب و کار انکه بسیار است.

فروش و هرگونه تغییر در محتواي این کتاب من نوع است

آمار کاربران WWW احتمالاً بیشترین جمعیت بازار را از آن خود می‌کنند. معمولاً افراد تحصیلکردهایا در حال تحصیل در دانشگاهها، درآمد ماهانه بالایی دارند و این مهم نیست کهیک جمله اینترنتی دارای واژگانیک زبانیایک رشته علمی باشد ویا اینکه از تبلیغات تراز اول بازار استفاده کند. حتی با اضافه کردن محیط آن لاین تجاری، آمار وابسته به جمعیت شناسی نیازمند سالها مطالعه و بررسی برای ارتقاء است.

۱۰ - پاسخگویی به پرسشها

معمولاً پاسخگویی به سوالات مشابه و تکراری تلفنی منجر به تلف شدن وقتیک سازمان می‌شود. این موارد پرسش های ثابتی هستند که مشتریان و خریداران مایلند بیش از مراجعته به شما از آنان مطلع شوند. آن اطلاعات را به صفحه WWW ارسال کنید و آنگاه خواهید دید که موانع موجود از بین میروند و دیگر وقت شما می‌باشد اپراتورتان صرف پاسخگویی به تلفن نخواهد شد و شما وقت آزاد پیدا می‌کنید. شاید برای شما بسیار دشوار باشد تا از طریق، پست، تلفنیا هر گونه سیستم ارتباط دیگر با بازارهای بین‌الملل ارتباط برقرار کنید، اما با استفاده ازیک صفحه وب قادر خواهید بود تا به همان آسانی تماس با یک شرکت نزدیک خود با بازارهای بین‌الملل نیز ارتباط داشته باشید. در حقیقت بیش از آنکه وارد وب شوید، باید تصمیم بگیرید که چگونه می‌خواهید این کسب و کار بین‌المللی را در دست بگیرید. زیرا محل قرارگیری شما مشخص است. مزیت دیگر آن این است که اگر شرکت شما در کشورهای دیگر دفاتری داشته باشد، می‌توانید بدون پرداخت هزینه تلفن به اطلاعات دفتر مرکزی دسترسی داشته باشید. بعلاوه می‌توانید برای محصولات خود با یک قیمت معقول که تاکنون به آن دست نیافرته بودید بازاری را پیدا کنید.

۱۲ - ایجاد خدمات ۲۴ ساعته

ممکن است همیشه زمان دقیق کاریک کشور دیگر را بخاطر نیاورید، آنگاه چهار دردرس می‌شوید. همه ما دارای برنامه زمانی مشابه نیستیم. کسب و کار جهانی است اما ساعتهای کاری این چنین نمی‌باشد. مبادرت به رسیدن به آمریکایا اروپا نیز کاری بس بیهوذه است. اما صفحات وب ۲۴ ساعت در شبانه روز و ۷ روز هفته در خدمت مشتریان است. هیچ اضافه کاری وجود ندارد. اطلاعات مهم برای برآوردن نیازها جمع آوری می‌شود و موجب می‌گردد که قبل از آنکه رقبا به محل کار خود برسند از آنها پیشی بگیرید.

۱۳ - به روز رسانی اطلاعات

گاهی گزارشات و اطلاعات بیش از آنکه از چاپ درآید تغییر می‌کند. اکنون شما انبوهی از کاغذهای بی‌ارزش و پرهزینه دارید. انتشار و چاپ الکترونیکی با نیازهای شما تغییر می‌کند. هیچ هزینه کاغذ، جوهر و پرینتر صرف نمی‌شود. در طول روز می‌توانید در صورت نیاز صفحه وب خود را به پایگاه داده متصل کنید تا اطلاعات خود را تغییر دهید و به روز سازید. هیچ مدل چاپ شده‌ای تا این حد انعطاف پذیر نیست. صفحات سایت شما کاتالوگهای تمام رنگی آن لاین ثابت هستند که در طول زمان به روز می‌شود.

۱۴ - سنجش تولیدات و خدمات جدید بازار

با توجه به دلایل ذکر شده در بالا، همه هزینه های ارائه و عرضهیک محصول جدید را می‌دانیم. تبلیغات، تبلیغات، هزینه بالا، هزینه بالا، هزینه بالا. اگر به وب بروید و بدانید که از کسانی که صفحه شما را بازدید می‌کنند چه انتظاری دارید، آنها ارزان ترین بازار برای شما محسوب می‌شوند. آنها این امکان را برای شما فراهم می‌سازند تا بدانید که نسبت به بازارهای دیگر، کالای شما چگونه می‌تواند سریعتر، آسانتر و ارزانتر عرضه شود در خصوص هزینهیک صفحه‌ها دو برنامه وب، می‌توانید ازیک توپ کریستالی برای نشان دادن محصولاتی خدمات خود در بازار استفاده کنید.

۱۵ - دستیابی بهیک بازار خاص

شما ممکن است تصور کنید که اینترنتیک محیط مناسب برای تولیدات هنریا آموزش پرواز نیست. خوب، دویاره فکر کنید. با وجود میلیونها کاربر WWW، حتی گروههای خاص ذکر شده نیز به تعداد زیاد در اینترنت عرضه می‌شوند. از آنجا که شبکه دارای چندین برنامه جستجوی مناسب است، گروههای علاقه مند می‌توانند شما می‌توانند شما رقیابی شما را پیدا کنند.

۱۶ - سرویس دهی به بازار محلی

ما در خصوص توانایی در ارائه خدمات جهانی از طریق صفحه وب صحبت می‌کنیم. همسایه شما چطور؟ در هر کجا باشید احتمالاً به اندازه کافی مصرف کننده محلی وجود دارد که به وب دسترسی داشته باشد، آنگاه بازاریابی وب شما ارزشمند خواهد شد. بعضی رستورانهای محلی حتی از طریق ویبا اینترنت بدون درنظر گرفتن این موضوع که بازار شما در کجا واقع شده، از شبکه برای ارائه قیمتها خرده فروشی استفاده کنید.

کاریابی اینترنتی و کارآفرینی دیجیتالی

پیدا کردن شغل در دهکده جهانی هزاره سوم، کار آسانی است. البته اگر قبول کنید که کاریابی در این دوران، نیازمند استفاده از قابلیت های ارتباطی و اطلاع رسانی همین عصر است. اگر بخواهید روش های سنتی کاریابی و پیدا کردن یک شغل مناسب را دنبال کنید، شاید چند هفته سرگردان باشید و تنها صفحه نیازمندی های چند نشریه یا مراجعته به شماری آزانس کاریابی شهری، شما را ارضا کند. به هر حال هر کس روش خاصی را پی می گیرد. اما بهترین روش ها کدام است، مسئله ای که در این گزارش به آن خواهیم پرداخت.

• شغل مبتنی بر وب

کارفرمایان اینترنتی، شرکت هایی هستند که با تعریف شغل های خاصی که مبتنی بر وب است، کارمندان مختلفی را براساس موضوع پژوهش جذب، و از آنها در مدت و روش خاص، بهره برداری می کنند. معمولاً این مراکز، روند کاری خود را در شبکه وب و از طریق آن دنبال می کنند به گونه ای که برخی مذاکرات و حتی گردش های مالی و حقوقی پرسنل نیز، از طریق وب با کارت های الکترونیکی و ویدئو کنفرانس های دیجیتالی، پیگیری می شود. روش مدیریتی کارفرمایان اینترنتی، تا حدی شبیه روش مدیریتی خاصی است که از آن به عنوان شیوه مدیریت ماتریسی نام می برند. در روش مدیریت ماتریسی، هر کاری براساس نوع پژوهش و نوع وظیفه افراد تعریف می شود و پس از پایان هر پژوهه، ممکن است، افراد تحت استخدام، یا در حایی دیگر به کار گمارده شوند یا به طور کل، از کار بر کنار شوند و قرارداد آنها پایان یابد. در روش مدیریت ماتریسی، عدم تمرکز و سلسله مراتب مدیریتی به مقیاس روش های سنتی رعایت نمی شود و هدف مداری کامل در آن مورد نظر است. مدیریت بر مبنای هدف یا (Management by Objective) که پیتر دراکر به آن معتقد است، در این نوع مدیریت محسوس است. کارفرمای اینترنتی، به مکان انجام کار، حالت زمانی و مکانی کارمندان خود، کاری ندارد و تنها نتیجه فرآیند کاری هر تیم را، از مدیر آن تیم درخواست می کند. به این نوع کارفرمایان، کارآفرینان دیجیتالی می توان اطلاق کرد. مفهوم Digital Entrepreneurship ، آن نوع کارآفرینی در نظر گرفته می شود که با استفاده از ابزارهای آی تی، شغلی مرتبط با زمینه های آی تی را تعریف و در ظرف سایبریتیکی وب، آن را پوشش و انجام می دهد. مسائلی در زمینه تجارت الکترونیک، طراحی و توسعه صفحات وب، مدیریت الکترونیکی پژوهه، آموزش از راه دور و مسائل مربوط به آن، روابط عمومی الکترونیکی، مسائل مربوط به دولت الکترونیک، بازی های اینترنتی، کنفرانس های اینترنتی و مثال های متعدد دیگر، به عنوان مولفه هایی است که در کارآفرینی دیجیتالی قابل تعریف و کاربرد است.

• کارآفرینان دیجیتال

شرکت های مطرح دنیا در زمینه کارآفرینی دیجیتال، شرکت هایی مانند گوگل، یاهو، ebay و حتی بی سی هستند. شرکت یاهو در پورتال الکترونیکی خود، که هزاران صفحه وب را در اختیار میلیون ها کاربر خود قرار داده است، صدها بخش اطلاعاتی و خدماتی را برای کاربران و مشتریان جهانی خود، فراهم کرده است. این پایگاه کارآفرین دیجیتالی، که به بیش از ۱۰ زبان دنیا بازگذاری شده است، سالانه چند صد میلیون دلار درآمدزایی دارد و بیش از هزار کارمند در اقصی نقاط جهان، آن را مدیریت و هدایت می کنند که برخی از آنها، فقط در استخدام شرکت و در خانه خود مشغول به کار هستند. تجارت های کوچک الکترونیکی که امروزه تحت نام e-Small Business تعریف می شود، در پایگاه کار، رین یاهو، خود زمینه ساز بیزینس های دیگر است. البته امروزه با گسترش الکترونیکی بازارهای سرمایه، بورس بازی الکترونیکی مانند آن چه هم اکنون در بازار فارکس www.forex.com مطرح است، زمینه ساز خوبی برای کسب و کارهای مبتنی بر وب شده است. شما از طریق وب سایت بازارهای بورس، می توانید نمادهای مالی شرکت های مختلف را بررسی و پس از طی یک دوره کلاس آموزشی و توانمندی فنی و تکنیکی در تحلیل بازار سرمایه، به خرید سهام و فروش آن به صورت الکترونیکی اقدام کنید. امروزه بورس بازی الکترونیکی، زمینه ساز پررنگ تر شدن فعالیت های کارگزاران الکترونیکی بورس نیز شده است. کارگزاران که واسطه خرید کاربران بورس هستند، کار خرید و فروش سهام را آسان کرده اند. همین کارگزاران بورس نیز زمینه ساز کارآفرینی جدیدی در دنیای سایبر شده اند که در سال های آینده، نقش ارزنده خود را به طور فراگیرتری در اختیار کاربران وب قرار می دهند. بنابراین می توان نتیجه گرفت که کارفرمایان مبتنی بر وب، در ایجاد و خلق کارآفرینی دیجیتالی، موثر هستند و می توان از طریق آنها، کسب و کارهای مختلفی را در اختیار داشت. البته این فقط برای متخصصان آی تی نیست. شاید شما یک طراح قطعات ماشین باشید و بتوانید براساس نیازمندی شرکت تولید خود را از طریق اینترنت ارسال و به صورت تصویری با مدیر بخش طراحی شرکت مربور در فلان کشور، به صورت مستقیم گفت و گو کنید یا در جلسه تیم طراحی آنها، حضور دیجیتالی داشته باشید. یا آن که به عنوان مهندس سیالات، بتوانید برخی از دروس این رشته را در دانشگاه مجاذی فلان دانشگاه، به تعدادی دانشجو در تالار کنفرانس الکترونیکی دانشکده مجاذی تدریس کنید. یا آن که مشاوری در زمینه تغذیه برای شبکه اینترنتی مدارس فلان شهر باشید. مهم آن است که تخصص شما از طریق قابلیت های الکترونیکی در اختیار کاربران در اقصی نقاط جهان قرار بگیرد. این زمینه را برای گسترش کارآفرینی دیجیتالی و کسب و کارهای الکترونیکی و بالطبع، اشتغال زایی اینترنتی و در نهایت، کاریابی اینترنتی فراهم می کند.

• کاریابی اینترنتی در ایران

کسب و کارهای مبتنی بر وب در کشور، در ۱۵ سال اخیر، آرام آرام در حال گسترش و فراگیری است. گسترش ابزارهای مبتنی بر فناوری اطلاعات و ارتباطات در کشور، در خلق بیزنس های الکترونیکی تاثیرگذار بوده اند. نمونه های کاریابی اینترنتی در ایران، اخیراً رو به افزایش است و این مسئله، نمایانگر نیازمندی جامعه در استفاده از خدمات کاریابی وبی در جامعه اطلاعاتی است. یکی از اقدامات ارزنده ای که در زمینه کاریابی وبی در سال های اخیر صورت گرفته است، برنامه های مربوط به سازمان همیاری اشتغال فارغ التحصیلان دانشگاه ها است که زیر نظر جهاد دانشگاهی، صورت می پذیرد.

در این پایگاه ها، با ارائه فرصت های شغلی در زمینه های مختلف، به کاربران امکان جست و جوی کدهای موضوعی شغلی در نقاط مختلف کشور داده شده است و فرصت های استخدامی مراکز و نهادهای وابسته به دولت نیز در آن درج شده است. این پایگاه های رسمی، ارزش اطلاعاتی شغلی بالایی در اختیار دارند و از این رو، جست و جوکننده، از اعتبار کد شغلی مربوطه تا زمانی خاص که در سایت اعلام شده است، مطمئن است. سایت اینترنتی www.iranjobs.com نیز بر همین منوال پایه گذاری شده است که مشاهده آن خالی از لطف نیست. البته در سایت ایران مانیا نیز می توان به فرصت های شغلی مختلف دست یافت. اما رویکرد این پایگاه بین المللی است. برای کسب اطلاعات بیشتر به نشانی www.iranmania.com/jobs مراجعه کنید. به سادگی پایگاهی متعلق به فارسی زبانان در اینترنت ایجاد شده است که استعدادیابی الکترونیکی را در دستور کار خود قرار داده است و از مقاضیان شغل می خواهد تا CV خود را به این مرکز ارسال تا از فرصت های شغلی داخلی و خارجی آنها استفاده کنند www.irantalent.com. پایگاهی است که فقط به منظور

معرفی این شیوه کاریابی اینترنتی معرفی می شود و به طور کل، این مقاله مسئولیت صحت و سقم مطالب منتشر شده در این پایگاه را به عهده ندارد. سایت های کاریابی محلی اینترنتی بسیاری در کشور ایجاد شده اند که سایت کاریابی استان قم به نشانی : www.qom-market.com نمونه ای از این پایگاه ها به شمار می رود. به خاطر حضور گسترده متخصصان و مهاجران ایرانی در بازار کار کشورهای آمریکای شمالی، پایگاه های کاریابی وبی مختلفی در این کشور ها، مورد استفاده خیل عظیم مهاجران ایران قرار گرفته است که از آنها می توان به سایت www.workopolis.com اشاره کرد. جنبه های مختلف کاریابی اینترنتی، فقط از طریق مراجعه به سایت های کاریابی نیست. بلکه برخی از کاربران با راه اندازی سایت های مشاوره و اطلاع رسانی در زمینه های گوناگون فنی و مهندسی و تجاری، به امور خاصی برای متقاضیان می پردازند و خدمات اینترنتی ارائه می دهند که به نوعی اشتغال زایی اینترنتی است. نمونه آن سایت هایی مثل www.ICCiran.com ... است که با ارائه خدمات و تخصص های خود، بازاریابی و اطلاع رسانی تجاری و فنی را در حوزه وب برای مشتریان خود به ارمغان می آورند. امیدواریم در برنامه چهارم توسعه ۵ ساله کشور، با گسترش مراکز کاریابی الکترونیکی و همت دولت به باروری کسب و کار الکترونیک و خلق کارآفرینان دیجیتالی، بیکاری حدود ۱۵ درصدی کشور، به رقم های تک رقمی مورد انتظار، با توجه به قابلیت های کسب و کار الکترونیکی، کاهش یابد.

کارآفرینی بر روی اینترنت

۱- مقدمه

کمتر از یک دهه از شروع استفاده تجاری از اینترنت می‌گذرد. اما در همین مدت کوتاه تخمین زده می‌شود که بیش از ۴۰۰ هزار کسب و کار کوچه در چهار گوشه دنیا از آن برای مقاصد تجاری استفاده می‌کنند. از منظر کارآفرینان فرستاده‌ها و ارزشمندی که این رسانه عمومی در یک دامنه چگرافیایی وسیع وبا هزینه‌های اندک کاربری ایجاد می‌کند، یکی از موارد استثنائی است. دلایل میل و رغبت کسب و کارهای کوچک به این رسانه چیست؟ کدام فرستاده‌ها و ارزشمندی در این رسانه نهفته است که می‌تواند مورد بهره برداری کارآفرینان قرار گیرد؟ این سوالات وسئوالاتی مرتبط با آنها موضوع فصل حاضر را تشکیل میدهند.

اینترنت بطور خلاصه مجموعه‌ای از بیش از ۱۵۰ میلیون کامپیوتر است که به طرق مختلف و در غالب موارد از طریق خطوط تلفن و ارتباطات ماهواره ای به یکدیگر متصل هستند. این رسانه اطلاعاتی را می‌توان مرکب از چهار سطح زیر دانست:

۲- چهار سطح اینترنت

- سطح سخت افزاری: منظور سخت افزارهای از قبیل گیرنده‌ها و فرستنده‌های ماهواره‌ای، خطوط تلفن و تجهیزات رایانه‌ای است که زیربنای ارتباط و تبادل اطلاعات در اینترنت را فراهم می‌آورد.

- سطح نرم افزاری: منظور نرم افزارها و برنامه‌های کامپیوتری است که امکان ارتباط و تبادل اطلاعات بین کامپیوترهای متصل به اینترنت را فراهم می‌کنند. اگر سطح سخت افزاری به یک اتوبان تشبيه شود، سطح نرم افزاری ماشینها و وسائل نقلیه ای خواهد بود که در این اتوبان امکان حمل و نقل اطلاعات را فراهم می‌کنند.

- سطح اطلاعات: منظور اطلاعات نوشتنی، تصویری، صوتی است که بصورت فایلهای متعدد و متنوعی بر روی اینترنت قرار داده شده و با تسهیلات فراهم آمده از طریق سخت افزارها و نرم افزارهای سطوح اول و دوم بین کامپیوترهای با فاصله چگرافیائی مبادله می‌شوند. تخمین زده می‌شود که بیش از ۴۰۰ میلیون صفحه از اینگونه اطلاعات بر روی اینترنت قرار داشته و مت加وز از صدھا هزار صفحه هر هفته به آنها اضافه می‌شود. منظور از انفجار اطلاعات نیز حجم وسیع اطلاعات در این سطح از اینترنت و سرعت بسیار قابل توجه تکثیر و افزایش آنهاست.

- سطح کاربرد: منظور از این سطح موارد متعدد و متنوع استفاده و کاربرد اطلاعاتی است که به حجم و نرح تکثیر آنها در سطح قبلی اشاره شد. این موارد استفاده از آنچنان تنوعی برخورده است که تقریباً ارائه طبقه بندی قابل قبولی از آنها غیر ممکن است. از منظر کارآفرینی هر چهار سطح مذکور جذابیت‌های خود را دارد. شرکت‌های تولید کننده و توزیع کننده سخت افزارهای ارتباطی (سطح اول) اجماله شرکت‌هایی با نرح رشد بالاتر از سایر صنایع در بسیاری از کشورها بوده اند به گونه‌ای که صنایع تولید کننده این محصولات و قدرت ثروت زا آنها مورد توجه بسیاری از دولتها قرار گرفته و تمدیدات ویژه ای برای گسترش این رشته از صنایع اتخاذ شده است. توسعه این رشته از صنایع یک از اولویت‌های اصلی در استراتژی توسعه صنعتی کشورهای نظری کره جنوبی، ژاپن و سنگاپور است.

سطح دوم نیز جذابیت‌هایی را در عرصه تولید نرم افزارهای ارتباطی موردنیاز در سطح دوم فراروی خود می‌یابند. ساخت افزارها (قابل توجه) قابل توجه است، این محدودیت در سطح دوم وجود نداشته و بسیاری از کارآفرینان که از دستیابی به منابع مالی لازم جهت سرمدگاری محرومند، فرستهای طلایی را در عرصه تولید نرم افزارهای ارتباطی موردنیاز اطلاعات به مردانه جذابیت سطح سوم یا اخذ، پردازش و تبادل اطلاعات بر روی اینترنت از نظر هزینه‌های اندک شروع و تأسیس سازمانهای پردازش اطلاعات به مردانه از سطح قبلی فراتر است. با توجه وفور اطلاعات بر روی اینترنت و امکان دسترسی آزاد به بخش اعظم آن، رقابت بر سر منابع حداقل بوده و نیز انجا که پردازش و بازیوری اطلاعات با هزینه اندک صورت گرفته و ارزش افزوده بالاتر نیز ایجاد می‌کند، سطح سوم از اینترنت را بواقع می‌توان بهشتی برای کارآرینان محسوب نمود. افزایش تضادی اطلاعات بر روی اینترنت یا آنچه تحت عنوان انفجار اطلاعات از آن یاد می‌گردد نتیجه تلاش کوششی که کارآفرینان عرصه اطلاعات (Infopreneurs) در این سطح سوم از اینترنت بروز می‌دهند. اگر کارآفرینان سطوح اول و دوم بستر و محاباد اطلاعات (این محصول گرانقدر و با ارزش افزوده بالا) را فراهم می‌کنند، بدون تردید رانه و نیروی محرك اصلی را بايستی در نتیجه تلاش کارآفرینان سطح سوم جستجو نمود که با بازیابی و نوتوکیبی مستمر و تولید اطلاعات جدید سطح تقاضا را در کلیه سطوح فزونی می‌بخشند.

ترددیدی نیست که در فاصله زمانی نگارش این سطوح صدھا کارآفرین به جمع تولیدکنندگان سطح سوم افزوده شده اند. برای خوانندگان این کتاب که طیف متنوعی از افراد را مخاطب خود می‌داند این سؤال طبیعی است که گذشته از فرستهای بی نظر کارآفرینی در سطوح اول تا سوم، اینترنت چه فرصت یا افراد با تجارت و پیشینه متفاوت فراهم می‌آورد. برای مدیر-مالکان بسیاری از صنایع کوچک و متوسط این سؤال مطرح است که اینترنت برای رشد و توسعه کسب و کار آنها چه مزیت‌های را ایجاد می‌کند؟

جواب این پرسش بدون تردید در گروه باز نویسی ارزشمند اصلی اینترنت است. اینترنت چه ارزشمندی منحصر به فردی را دارد؟ اولین ارزش منحصر به فرد اینترنت ایجاد محتوا(Content) است. درین مورد اینترنت با تمام رسانه‌های دیگر مشترک است. کمتر مدیر-مالکی در ضرورت مطالعه رسانه‌های همچون کتاب و نشریات مرتبط با زمینه فعالیت خود تردید دارد. مدیران و صاحبان موفق کسب و کارها خود را بی نیاز توجه به رسانه‌های همچون رادیو و تلویزیون نمی‌دانند. همه این ضرورت‌ها ناشی از خاصیت ایجاد محتوا در این رسانه هاست. یقیناً هرچه رسانه‌ای در ایجاد محتوا کارآمد تر و کم هزینه تر باشد مورد اقبال و پذیرش بیشتری از سوی عموم خواهد بود. رمز گسترش سریع، فوق العاده و شگفت انگیز اینترنت در مقایسه با سایر رسانه‌های اطلاعاتی را نیز تا حدودی در این واقعیت باید جستجو نمود که اینترنت بسیار کارآمدتر و کم هزینه تر از رسانه‌های دیگر ایجاد محتوا می‌کند. در واقع قدرت محتوا می‌دست. اما اگر همین اطلاعات با مراقبت و دقت به سرعت با کوهی از اطلاعات مواجه شده و توان استفاده مؤثر از آن را از دست می‌دهند. همه این ضرورت در صورت عدم مراقبت و دقت به بازیابی و مورد استفاده قرار گیرند، می‌توانند در افزایش کارآرایی و بهره وری کسب و کارها مؤثر واقع گردند. بنا براین بخشی از امکانات اینترنت برای کارآفرینی توسعه افراد معمولی امکان محتوازایی آن است. برای مدیر-مالکان واحدهای کوچک و متوسط تولیدی و تجاری این قدرت اینترنت امکان بیهود در منابع مورد استفاده به عنوان موادخام، بهبود روشهای تولید، طراحی محصولات جدید و کشف بازارهای جدید فرستی یگانه و تاریخی محسوب می‌گردد. این مسئله مخصوصاً در مورد کارآفرینان کشورهای در حال توسعه یا کم توسعه صادق است که بطور سنتی از اطلاعات فنی،

تجاری و مدیریتی برای بهبود کسب و کار خود محروم بودند. اینترنت با قدرت ایجاد محتوای خود به تولید کنندگان و کارآفرینان ساکن در کشورهای کم توسعه به اندازه همگنان آنها در کشورهای توسعه یافته امکان ارتقای دانش مدیریتی، فنی و تجاری را اعطاء نموده و برای اولین بار تولید کنندگان کشورهای کم توسعه را در جایگاه اطلاعاتی برابر با همگنان آنها در کشورهای توسعه یافته قرارداده است.

دومین ویژگی اینترنت که در رسانه های دیگر وجود نداشته و یا تکامل نیافته است، قدرت این رسانه در ایجاد ارتباط متقابل است. رسانه هائی همچون روزنامه ها و نشریات اصولاً رسانه های یکطرفه می باشند و اگر هو امکان ارتباطی دو سویه ایجاد می کنند، این ارتباط کند و محدود به ارتباط خوانندگان با دفتر نشریه است. امکان ایجاد ارتباط بین خواننده و مؤلف در رسانه ای همچون سینما یا کتاب از این هو محدودتر است.

از این منظر، اینترنت یگانه رسانه ای است که امکان ارتباط دو طرفه را بین همگان و بطور یکسان فراهم می کند و این قدرت در انحصار اینترنت است بخش عمده ای از سرعت گسترش اینترنت در دنیا مربوط به همین قدرت انحصاری آن در ایجاد ارتباط زنده و چند سویه است. از طریق اینترنت می توان در يك زمان معين با افراد متعدد در کشورهای مختلف ارتباط زنده اطلاعات داشت. ارزش سوم اینترنت نیز که انحصاراً در این رسانه در حد افراهم است، امکان تأمین فضای مجاز برای تمرین و شبیه سازی است. ساختار اینترنت و امکانات ارتباطی آن گونه ای است که برای بسیاری از کارآفرینان امکان تمرین و شبیه سازی بسیاری از امور واقعی و مرتبط با کسب و کارها را فراهم می آورد. خواننده می تواند مجموعه ای از ابزارها امکانات شبیه سازی فضای مدیران و کارآفرینان را تصور نماید که امکان مشارکت در بازیهای نظیر مدیریت استراتژیک، سیاستگذاری و اجرای سیاستها، برنامه ریزی و انجام آن را فراهم می کند.

ارزش چهارم اینترنت برای کارآفرینان و صاحبان کسب و کارها تسهیلاتی است که طی آن امکان تبادل اطلاعات و قراردادهای خرید و فروش بصورت ایمن و نیز تبادل پول به شکل الکترونیکی آن را فراهم می آورد. بدین ترتیب ارزش چهارم اینترنت امکان معامله و عقد قراردادهای تجاری و تبادل پول روی این رسانه است.

این ارزشها چهارگانه اصلی در اینترنت مبنای را برای کارآفرینان در سایر عرصه های اقتصادی فراهم می کند تا از طریق آن بتوانند فرصت های اقتصادی را از طریق این رسانه یا بر روی آن تعریف و اقدام به بهره برداری از این فرصت ها نمایند. بطور کلی این کارآفرینان در چهار سطح مختلف می توانند از ارزشها چهارگانه برشمرده شده جهت کارآفرینی و بسط کسب و کار خود بهره بگیرند:

۱- سطح دسترسی: در این سطح کارآفرینان با امکان دسترسی به اینترنت و اخذ اطلاعات مختلف فنی، مدیریتی، مالی و تجاری می توانند اطلاعات کسب شده را مبنای برای نوآوری و بسط کسب و کار خود قرار دهند.

۲- سطح حضور: در این سطح کارآفرین علاوه بر دسترسی به اینترنت و استفاده از منابع اطلاعاتی غنی آن، می تواند کسب و کار خود را نیز از طریق اینترنت معرفی و تبلیغات فروش و بازاریابی محصولات خود را از طریق این رسانه سامان دهد.

۳- سطح خدمات رسانی: در این سطح کارآفرین علاوه بر دسترسی و حضور تبلیغاتی بر روی اینترنت، می تواند با استفاده از ابزارهای تعاملی این رسانه، امکان ارائه خدماتی نظیر انجام معاملات و خدمات پس ازفروش را بر روی این رسانه انجام دهد.

۴- در سطح نهایی کارآفرینان می توانند کسب و کار کامل‌ا بر روی اینترنت تعریف کنند. خواننده می تواند کارآفرینی را تصویر کند که عملیات تولید کسب و کار وی از نظر توزیع جغرافیائی در کشورهای مختلف توزیع شده باشد و وی تنها از طریق اینترنت هماهنگی بین تولید و فروش را سازمان دهد.

در يك جمع بندی می توان گفت که در ابعاد، مؤلفه ها و سطوح مختلفی از اینترنت فرستهای متعددی برای کارآفرینی وجود دارد. اینترنت از چهار سطح سخت افزاری اطلاعاتی و کار برده تشکیل یافته است که سه سطح اول بویژه برای کارآفرینان عرصه اطلاعات کاربردی (Infopreneurs) و سطح کار برده مخصوصاً برای سایر کارآفرینان مناسب است. در سطح فرصت ها با توجه به چهار ارزش اصلی محتوازائی، و تعامل و... ارتباط دو سویه، شبیه سازی و امکان تجارت الکترونیکی تعریف می شوند و شرکتها کار آفرینی در يك فرآیند چهار مرحله ای شامل دسترسی، حضور ارائه خدمات و مهندسی مجدد شرکت بر روی اینترنت می توانند در جستجوی روشهای نوین، منابع نوین، محصولات و خدمات نوین و در نهایت بازارهای نوین باشد و از این طریق رشد شرکتها کار آفرین را در سازمان خود ایجاد نمایند.

از کجا شروع کنیم؟

طرح این سئوال از طرف بسیاری از خوانندگان این فصل طبیعی است. اما پاسخ به آن به سادگی میسر نمی باشد چرا که نوع کسب و کار افراد، خصوصیات یاد گیری آنها، بودجه و امکانات موجود و دانش قبلی آنها در مورد تکنولوژی اطلاعات در ارائه يك پاسخ مناسب مؤثر است. مفروض آن است که برخی از خوانندگان با مسائل فنی کاربرد تکنولوژی اطلاعات در ایجاد کسب و کار های جدید و یا رشد کسب و کارهای موجود آشنا نیستند و بنابراین از اولین قدم ممکن اقدام به ارائه پاسخ می گردد. برای کار آفرینی در اینترنت اولین قدم اتصال به این رسانه است. برای اینکار نیاز به موارد زیر است:

- کامپیوتر رومیزی حداقل با پردازنده ۴۸۶ و بالاتر
- مودم
- خط تلفن
- مجوزی از يك فراهم کننده خدمات اینترنت (ISP)
- نرم افزارهای لازم
- حوصله زیاد!

اگر چه کامپیوتر با پردازنده ۴۸۶ برای اتصال به اینترنت می تواند مورد استفاده قرار گیرد اما برای استفاده حداقل از توانایی صوتی و تصویری اینترنت بهتر است کامپیوتر شما مجهز به پردازندهای نسل پنجم باشد. به هر حال برای خرید و تأمین کامپیوتر می توانید از فروشندهان آن اطلاعات لازم را دریافت کنید.

مودم دستگاهی است که کامپیوتر شما را به شبکه خطوط تلفنی متصل خواهد نمود مودمهای عموماً بصورت داخلی یا خارجی هستند. مودم داخلی در درون کامپیوتر شما قرار گرفته و مودم خارجی با يك سیم به کامپیوتر وصل می گردد مودمهای موجود در بازار با سرعت های مختلفی هستند این سرعت تبادل اطلاعات بر حسب واحد bps سنجیده می شود. مودمهای با سرعت پایین برای تبادل فایلهای کوچکی گردآوری و تنظیم : رضا فردون نژاد فروش و هرگونه تغییر در محتوای این کتاب ممنوع است

نظیر پست الکترونیکی (e-mail) کفایت می کنند اما برای دریافت (Upload) یا ارسال (Download) فامیلیهای بزرگ به مودم های با سرعت بالاتر نیاز خواهد داشت. معمولتین مودمهای موجود در بازار سرعتهای ۲۸/۶ و ۵۶ کیلو بایت در ثانیه (Kbps) را داشته و برای انتخاب مودم علاوه بر مذاکره با فروشنده‌گان حتماً به تأمین کننده خدمات اینترنت (ISP) خود نیز مراجعه کنید.

بطور کلی برای اتصال به اینترنت ۲ طریقه فراوری شما خواهد بود:

- اتصال مستقیم
- اتصال از طریق یک تأمین کننده خدمات اینترنت (ISP)

اتصال مستقیم برای شرکتها و سازمانهای بزرگ مناسب است و برای شرکتها کوچک و متوسط اتصال از طریق کسب و تأمین کننده خدمات اینترنت (ISP) توصیه می‌گردد. این تأمین کننده گان شرکتهای تجاری هستند که در ازای دریافت هزینهای امکان تمام و برقاری ارتباط شما با اینترنت را فراهم می‌کنند. در زمان نگارش این فصل حدود ۴۰ تأمین کننده خدمات اینترنت در ایران فعال می‌باشند که بسیاری از آنها کمتر از یکسال از عمر آنها می‌گذرد و رشته فعالیت جوانی در ایران محسوب می‌گردد که مشکلات فنی و مدیریتی آن بندرج کاهش خواهد یافت. انتخاب تأمین کننده خدمات اینترنت یکی از حساس‌ترین تصمیمات شما در این مرحله ای است برای این منظور حوصله به خرج داده و دقیقاً با تمام آنها وارد مذاکره شوید. در این مذاکرات می‌توانید بهترین ارائه کننده را بر حسب امکانات فنی آن خدماتی که ارائه می‌کند انتخاب نمایید. یقیناً بهترین ارائه کننده خدمات اینترنت خدمات ویژه‌ای برای افزایش اطلاعات شما خواهد داشت. در عصر اطلاعات بهترین ها کسانی هستند که بیشترین اطلاعات صحیح و مورد نیاز را فراهم می‌آورند. علاوه بر موارد مذکور برای اتصال به اینترنت به مجموعه ای از نرم افزارها نیاز خواهد داشت که حداقل بایستی شامل نرم افزار شماره گیری و وصل به سایت ارائه کننده خدمات اینترنت بهاره (Software Connection) ، نرم افزار ارسال و دریافت پست الکترونیکی و نرم افزار مشاهد صفحات وب (Browsing) است یکی از خدمات مورد انتظار از تأمین کنندگان خدمات اینترنت (ISP) ارائه بسته ای از نرم افزارهای مورد نیاز به مشتریان است. بنابراین فراموش نکنید که این بسته را از آنها بخواهید. پست الکترونیکی ساده ترین ابزاری است که می‌توانید برای تبادل اطلاعات در اینترنت مورد استفاده قرار دهید: معمولاً نرم افزاری که برای دریافت و ارسال نامه های الکترونیکی خریداری کرده یا از تأمین کننده خدمات اینترنت دریافت کرده اید توضیحات مفصلی برای آشنا کردن شما با نحوه دریافت و ارسال نامه های الکترونیکی خواهد داشت و مطالعه آن قویاً توصیه می‌شود.

پست الکترونیکی علی رغم سادگی آن ابزار قدرتمندی در بازاریابی و کارآفرینی بر روی اینترنت و در صورت کاربرد هوشمندانه می‌تواند منبع درآمد خوبی برای کارآفرینان باشد.

توصیه می‌شود حتماً از تأمین کننده خدمات اینترنت (ISP) خود بخواهید تا شما را با نحوه استفاده از نرم افزارهایی دریافت ارسال نامه الکترونیکی و نیز مشاهده و تورق صفحات وب آشنا کند. پس از این مرحله مقدماتی، این امکان را خواهد داشت تا عملاً به کارآفرینی بر روی اینترنت اقدام کنید. برای این منظور یک فرایند دو مرحله ای قابل تصور است:

۱- در مرحله اول نیاز خواهد داشت تا به مشاهده سایر کارآفرینان و نحوه فعالیت آنها در اینترنت پردازید. برای این کار طرق مختلفی را می‌توان در پیش گرفت. پیشنهاد می‌کنم ابتدا نامه الکترونیکی به آدرس: com @ hotbot moosavi ارسال کنید تا مشترک اولین مجله الکترونیکی ایرانی در زمینه کارآفرینی بر روی اینترنت شوید. این مجله با عنوان Persian Entrepreneurs به شما این امکان را فراهم می‌کند که بطور مرتب و مداوم با سایتها برگزیننده کارآفرینی آشنا شده و امکان مشاهده آنها و امکان مشاهده آنها را بدست آورید.

۲- در مرحله دوم مشارکت به طرق مختلفی می‌تواند صورت گیرد اما برای تسهیل این فرایند نیز مجله دیگری تحت عنوان- Start Persian Ups بصورت نامه الکترونیکی قابل دریافت داشت که امکان مشارکت شما در اینترنت را فراهم می‌آورد. برای دریافت این مجله با آدرس moosavi @ hotbot مکاتبه نمایید. اما اگر انتخاب دیگری داشتید می‌توانید سایتها ارائه شده در جدول (۱) را نیز مورد مراجعة و مشاهده قرار دهید.

رموز موفقیت در زندگی و کار

به نظرم یکی از مهمترین رموز موفقیت در زندگی و کار «برخورداری از اطلاعات بیشتر» است. وقتی دانش و اطلاعات شما بیشتر باشد، تصمیم درست تری اتخاذ می‌کند که این هم به نفع شماست و هم به نفع سازمان یا شرکت شماست. سی سال پیش، تلفن همراه وجود نداشت، فکس وجود نداشت، اینترنتی در میان نبود و کامپیوترها به این اندازه نبودند که فقط روی یک میز فضای کمی به خود اختصاص دهند یا حتی قابل حمل باشند. اما سی، پنجاه یا حتی یکصد سال پیش میتوانستید افرادی را بیابید که در کار و زندگی‌شان موفق بوده اند: آنها چه می‌کردند که به موفقیت دست می‌یافتند؟ آیا در اتاق پشتی فروشگاه یا شرکت‌شان، یک دستگاه کامپیوتر نوت بوك داشتند که به شبکه‌ای اینترنتی مخفی آن زمان امکان متصل بود؟ نه! چنین چیزی آن زمان امکان پذیر نبود. ما داریم حتی در مورد زمانی صحبت می‌کنیم که روزنامه‌ها آنقدرها هم فراگیر نشده بودند و صنعت چاپ یک صنعت مدرن و مکانیزه مثل امروز نبود. اما اگر در مورد افراد موفق تحقیق کنید خواهید دید که موفق‌ترین آنها دارای شبکه‌ای قوی از ارتباط با افراد موفق دیگر بودند. افراد موفق در کار و زندگی فقط اجازه می‌دادند که افراد موفقی چون خودشان دور و برشان باشند، با آنها معاشرت می‌کردند و از آنها چیز می‌اموختند. این خودش یک راز موفقیت است که نسل به نسل و سینه به سینه این راز را به یکدیگر انتقال می‌دادند.

تحقیق کنید و ببینید که افراد موفق کسانی بودند که اطلاعات و اخبار و دانش و تجربه‌ی دیگران را به سوی خود جذب می‌کردند. چگونه؟ خیلی ساده: آنها جویای علم و دانش و اطلاعات بودند. به راحتی و بدون خجالت و رودرایستی آنچه نمی‌دانستند را از آگاهان و ناظران می‌پرسیدند. پس یک راز موفقیت دیگر همین است که اگر چیزی را نمی‌دانی بپرسید و بعد در باره آنچه به دست می‌آورید، پرس و جو کنید و اطلاعات خودتان را افزایش دهید.

افراد موفق، افراد موفق دیگر را زیر نظر می‌گیرند و منابع خبری و اطلاعات و تجربه‌های آنها را شناسایی می‌کنند و خودشان در صدد این برهمی‌آیند که با آن منابع ارتباط برقرار کنند. در قدیم، زمانی که این تکنولوژی نوین کنونی در اختیار نبود، مثلاً در دوره‌ی کشاورزی، پدران به فرزندان (اکثر آنسران) این دانش و اطلاعات و تجربیات را منتقل می‌ساختند، در دوره‌ی صنعتی، پدران دیگر توانایی این را نداشتند که همه اطلاعات را به فرزندانشان بدهند بنابر این آنها را راهی کارگاهها و دانشگاهها می‌کردند تا مهارت‌های لازم را از استادان فراگیرند. ما اکنون در عصر و دوره‌ای هستیم که به آن عصر اطلاعات و ارتباطات می‌گویند، عصری که من آن را عصر گرداب گستردۀ گیتی می‌دانم (که ماهیت جذب کردن دارد و بی‌چون و چرا همه را در نهایت به سمت و سوی خود جذب می‌کند). در این عصر، افراد موفق، افرادی هستند که خیلی سریع و حرفه‌ای مهارت‌ها را به صورتی خودآموخته فرا می‌گیرند و به کار می‌بندند. پدران و دانشگاهها واقعاً و در عمل نمی‌توانند همه ای آنچه افراد به آن نیاز دارند را بدهند، پدران اگر بتوانند فقط می‌توانند حمایت کنند و تشویق، استادان فقط می‌توانند راه را نشان بدهند و فرزندانی که جویای علم و دانش و موفقیت هستند باید اقدام کنند به جستجو و کاوش در منابع عظیم اطلاعات موجود و فراگرفتن آنچه باید بدانند.

پس یکی از دیگر رموز موفقیت این است جستجو کنیم و خودمان، خودمان را آموزش دهیم با استفاده از منابع علمی و کاربردی موجود (مواد و مطالب و کتب آموزشی و منابع انسانی آموزشی). اینترنت، امروز فضایی است که شما می‌توانید در آن همه‌ی این کارها را انجام دهید. من این را معجزه‌ای موفقیت می‌دانم. بگذارید یک مثال بزنم. در اینترنت در حال حاضر میلیونها سایت موجود است با میلیاردها صفحه اطلاعات، هزاران هزار نفر از بهترین استادان و دانشمندان به آن متصل هستند که هریک منابع خاص و تخصصی خود را یافته‌اند و خود را با استفاده از آن منابع به روز می‌کنند. دقیق که نگاه کنیم، آنها را افراد موفقی خواهیم یافت و طبق آنچه در بالا گفتم کافی است خودمان را به آنها و نیز به منابع آنها نزدیک کنیم و از این ارتباط و اتصال برای دستیابی به موفقیت‌های خود استفاده کنیم.

تکنولوژی RSS یکی از بهترین ابزارها برای موفقیت شماست و این حرف مرا تحقیق کنید و ببینید که موفق ترین شما کسی است که در این روزها بیشترین استفاده را از تکنولوژی RSS دارد. با استفاده از نرم افزارهای جمع‌آوری کننده اخبار و اطلاعات و خبرخوانهای RSS اطلاعات، به محض آنکه از سوی منابع خبری، سایتها یا ویلگها به روز رسانی می‌شوند در اختیار شما قرار می‌گیرند و شما می‌توانید خیلی راحت متوجه شوید که افراد موفق (یا رقبای کاری و تجاری) مورد نظر شما بر روی اینترنت از چه منابعی استفاده می‌کنند، کافی است مسیر موفقیت آنها را دنبال کنید و شما نیز با افرادی یا شرکتها و موسساتی ارتباط برقرار کنید که آنها می‌کنند. اخبار و اطلاعات را دریافت کنید و با آنها به روز باشید و مورد تجزیه و تحلیل قرار دهید. این هم راز دیگری است از موفقیت. به این ترتیب بعد از مدتی می‌توانید با رقبا به روابطی سالم پیردازید چرا که ممکن است تحلیل شما از قضایا درست تر باشد به خاطر تنواع بیشتری که از منابع اطلاعاتی و اخبار خود داشته اید. امروزه با استفاده از روشها و تکنیک‌های بسیار ساده و عملی می‌توان در تامین بهداشت روانی و کسب موفقیت در زندگی گامهای مثبت و سازنده ای برداشت کشفیات جدید روان شناسی معتقد است که رمز موفقیت، برخورداری از هوش و ذکاء و یا شانس نیست بلکه در استفاده از توانایی و مهارت در عمل است. استفاده از توانایی‌های جسمی و روانی که در اعماق وجود هر فرد به صورت دست نخورده باقی مانده است می‌تواند فرد را در راه رسیدن به هدف یاری کند و آنچه که موجب تفاوت میان فرد عادی و فرد موفق می‌شود، نحوه استفاده از این تواناییها است که به صورت ویژگی‌هایی نمایان می‌شود. این ویژگیها به فرد نیرو می‌دهند تا برای رسیدن به موفقیت فعالیت کند.

۱- انگیزه: هر فرد موفق انگیزه نیرومند دارد که پیوسته او را به دنبال خود می‌کشاند و موجب پیشرفت او می‌گردد فرد برای حرکت فعالیت و تلاش خود دلیلی یافته که موجب می‌گردد، از توانایی‌های بالقوه خود استفاده نمود و استعدادهای درونی خود را شکوفا کند. وجود انگیزه افراد موفق را از افراد عادی متمایز می‌کند و سبب می‌شود که زندگی رنگ و روی خاصی بگیرد. هیچ عظمتی بدون انگیزه بزرگ به دست نمی‌آید، خواه در زمینه ورزشی باشد خواه هنری و علمی

۲- ایمان: ایمان نیروی محركه ای است که وجود را به سوی ترقی و تعالی حرکت می‌دهند حضرت علی (ع) در نهج البلاغه آمده است: ((ایمان، عبارت است از معرفت و یقین قلبی و اقرار داشتن به زبان و عمل کردن بر طبق آن)).

ایمان انسان را امیدوار بار می‌ورد و دل را به خداوند و رحمت او مطمئن می‌سازد. قانون زندگی، قانون اعتقاد و ایمان است. در جزر و مد زندگی، نگرانیها و هیجانات روحی، انتکاء به خداوند و ایمان به تعالیم الهی، بهترین پناهگاه است. افراد موفق کسانی هستند که ایمانشان محکم است و توجهات دلشان به ساحت قدس الهی زیاد است.

۳- استراتژی: برای رسیدن به موفقیت تنها داشتن نیروی محركه و منابع کافی نیست بلکه باید از منابع به موثرترین وحه استفاده نمود و مسیرو جهت مخصوصی را نیز تعیین کرد. استراتژی روشی است که با آن امکانات را در جهت هدف تنظیم می‌کند. استراتژی شناخت این واقعیت است که با هوش ترین و نیرومندترین فرد هم برای پیشرفت، نیاز به پیدا کردن راه صحیح دارد. اگر فرد بداند که برای تصمیم‌گیری ها چه قدمهایی را باید بردارد و نحوه برداشتن قدمها چگونه است، هر زمان که دچار بی تصمیمی گردد، می‌تواند خود را به فرد مصممی تبدیل کند. همه انسانها منابع و امکانات یکسانی را در اختیار دارند ام استراتژی یعنی نحوه استفاده از آن منابع و امکانات را نمی‌دانند. برای رسیدن به هدف، کافی است، استراتژی خاص آن را دانست.

۴- درک ارزشها: ارزشها سیستم خاص عقیدتی برای تشخیص درستیها از نادرستیها هاست. شناخت این ارزشها است که زیستن را توجیح می‌کند چیزهایی مانند تقدوا حب وطن، ایمان به خدا عشق به آزادی، نوع دوستی ارزش نامیده می‌شوند. ارزش، قضاوتی گردآوری و تنظیم: رضا فربدون نژاد

اساسی اخلاقی و عملی در مورد چیزهایی است که دارای اهمیت هستند. ارزشها، نوعی داوری است درباره آنچه که زندگی را برای ما ارج دار می‌کند. بسیاری از مردم در مورد این که چه چیزی در زندگی آنها مهم است قضاوت روشنی ندارند و اغلب کارهایی را می‌کنند که بعداً موجب ناخوشی‌ودی آنان می‌گردد و دلیل آن هم این است که به طور ناخود آگاه اموری را برای خود و دیگران صحیح می‌دانند اما مطلب برای خودشان روشن نیست. هنگامی که موقوفیت‌های بزرگ از نظر می‌گذرانیم، تقریباً همیشه به کسانی بر می‌خوریم که به روشنی می‌دانند چه چیزهایی واقعاً مهم هستند، به عبارت دیگر از ارزشها درک روشنی دارند.

۵- انرژی : انرژی به صورتهای مختلفی خود را نشان می‌دهد، گاهی به صورت خروش و هیاهوی شادمانه و زمانی به صورت میل به سازندگی است. حرکت به سوی زندگی بهتر و موفقیت، با حالت سستی و افسردگی تقریباً غیر ممکن و محال است. افراد موفق، همیشه به دنبال فرصتها هستند. آنان معتقدند که انسان هیچ وقت به انداره کافی وقت ندارد. موقوفیت‌های بزرگ را نمی‌توان از شور و انرژی جسمی و معنوی که سبب می‌شوند تا فرد از همه توان خود استفاده کند، جدا نمود. بنابراین هر چه انرژی فرد بیشتر باشد بدن کارایی بیشتر و روحیه بهتری داشته و بهتر می‌تواند، استعدادهای نهفته خود را برای رسیدن به نتایج عالی به کار گیرد.

۶- تسلط به فن ارتباط: قدرت ایجاد رابطه یکی از مهم ترین مهارت‌هایی است که هر فردی می‌تواند داشته باشد. امروزه دانشمندان علوم رفتاری به این نتیجه رسیده اند که ارتباط مایه قدرت است و کسانی که این فن را به نحو موثر به کار می‌گیرند می‌توانند جهان را به گونه‌ای متفاوت درک کنند و جهان نیز آنان را به گونه‌ای متفاوت درک می‌کند. کسانی که بر اندیشه‌ها، احساسات و اعمال اکثر انسانها تاثیر می‌گذارد افرادی هستند که می‌دانند چگونه از ابزار قدرتمند ارتباطات استفاده کنند.

هر فردی از طریق برقراری دو نوع ارتباط، تجربیات زندگی خود را شکل می‌دهند:

الف) ارتباطات درونی یعنی گفتن یا احساس تصورات درونی.

ب) ارتباط بیرونی یعنی استفاده از کلمات، لحن صدا و تغییرات چهره برای برقراری ارتباط با دنیای خارج. مساله مهم و قابل توجه این است که زندگی افراد موفق نشان می‌دهد که اتفاقات روزانه تعیین کننده کیفیت زندگی نیست بلکه عکس العمل های آنان در برابر این اتفاقات تعیین کننده است.

۷- نیروی صمیمیت: افرادی که بتوانند رشته‌های مودت و صمیمیت را با مردمی که دارای عفاید و فرهنگ متفاوت هستند مستحکم کنند، بزرگترین موقوفیت را در زندگی خود به دست آورده اند. تقریباً تمام افراد موفق قدرت فوق العاده در جلب دوستی دیگران دارند و می‌توانند با افرادی که خصوصیات و اعتقادات گوناگون دارند ایجاد صمیمیت کنند. افراد موفق همچنین دارای نرمی، انعطاف پذیری و جاذبه خاصی هستند و بدین ترتیب می‌توانند، توجه افراد کثیری را به خود جلب کنند. چنانچه بتوان با افراد مناسب، رابطه صمیمانه و دوستانه برقرار ساخت می‌توان هم نیاز آنان را برطرف نمود هم آنان احتیاج فرد را بر طرف سازند.

راههای کسب و کار با کامپیوتر

- اگر می خواهید با کامپیوتر شخصی خود پول در بیاورید ، در زیر توصیه در این مورد آورده شده است :
- 1- یک خدمات کامپیوتری مدیریت دفتر کار برای وکلا تهیه کنید .
 - 2- برای پرشکان سیستم پرداخت حق ویزیت تهیه کنید .
 - 3- از بازاریابی از راه دور استفاده کنید .
 - 4- یک گروه از کاربران کامپیوترهای شخصی را به راه بیاندازید .
 - 5- از خانه خود کامپیوتر بفروشید .
 - 6- یک سیستم مدیریت اطلاعات پزشکی بسازید .
 - 7- از طریق کامپیوتر خرید و فروش سهام شرکت کنید .
 - 8- خدماتی برای علم نجوم فراهم کنید .
 - 9- بیامهای اینترنتی دو طرفه بفرستید .
 - 10- ایندکس های کتاب تهیه کنید .
 - 11- یک سیستم خدمات کامپیوتری رزرو جا تدوین کنید .
 - 12- درباره سرمایه گذاری در بورس تصمیم بگیرید .
 - 13- درباره علم نسب شناسی تحقیق کنید .
 - 14- یک برنامه خدمات نگهداری اسب یا حیوانات خانگی بنویسید .
 - 15- به مجموعه داران اطلاعات مربوطه را عرضه کنید و بفروشید .
 - 16- سرمایه گذاری در املاک را بررسی کنید .
 - 17- یک کتاب بنویسید .
 - 18- برنامه مشاوره روانشناسی ارائه کنید .
 - 19- سرویس محاسبه مالیات برآمد تدوین کنید .
 - 20- برنامه مشاوره اقتصادی تدوین کنید .
 - 21- طرحی بنویسید تا مشکلات مالی مشاوران املاک را حل کند .
 - 22- پژوهش هایی انجام دهید که بر مبنای داده های مستند باشند .
 - 23- کتاب نوشته خودتان را چاپ کنید .
 - 24- سیستم کسب و کار کوچکتان را تدوین کنید .
 - 25- برنامه ای درباره مدیریت محصولات کشاورزی تدوین کنید .
 - 26- خدمات کامپیوتری درباره هزینه های یک مزرعه ارائه کنید .
 - 27- هر هفته بر روی سایت نتایج بازی بولینگ را وارد کنید .
 - 28- پرتره هایی با گرافیک کامپیوتری طراحی کنید .
 - 29- برنامه ای کامپیوتری بنویسید که بتواند هزینه یک ساخت و ساز را برآورد کند .
 - 30- محصولات جانبی کامپیوتر بفروشید .
 - 31- برنامه هایی تدوین کنید که بتوانند طرح های پولی و مالی بنویسند .
 - 32- بیمه های عمر بفروشید .
 - 33- از یک انتشارات حمایت کنید .
 - 34- هر هفته در اینترنت آمار نتایج یک لیگ کوچک بسکتبال را قرار دهید .
 - 35- سیستمی برای مدیریت یک داروخانه بسازید .
 - 36- طرحی تدوین کنید که به افرادی که می خواهند وارد خرید و فروش کامپیوتر شوند ، کمک کند .
 - 37- سیستمی بسازید که قادر باشد نتایج حاصل از آزمایشات پزشکی را تفسیر کند .
 - 38- درباره چگونگی مدیریت یک رستوران طرحی تهیه کنید .
 - 39- برای افرادی که می خواهند راهنمای نیازمندی های مختلف تدوین کنند ، برنامه ای ارائه کنید .
 - 40- برای انجام مصاحبه های تلفنی برنامه ای کامپیوتری و کمکی بسازید .
 - 41- سیستمی کامپیوتری که راهنمای خرید ابزار و آلات کشاورزی باشد ، بسازید .
 - 42- طرحی برای مدیریت یک موژه مفید است .
 - 43- برنامه ای کامپیوتری برای آموزش مشتریان کارایی دارد .
 - 44- سیستمی که خدماتی در زمینه نوشتمن متون فنی ارائه کند ، طراحی کنید .
 - 45- از بازاریابی به وسیله پیام های مستقیم استفاده کنید .
 - 46- برای آغاز مشاوره مهندسی راهنمایی عرضه کنید .
 - 47- خدماتی کامپیوتری درباره اطلاعات ورزشی ارائه کنید .
 - 48- خدماتی که بر نرم افزارهای تخصصی تمرکز کنند ، فراهم کنید .
 - 49- برای تولید کنندگان ابزارهای سرگرمی ، نرم افزار راهنمایی بنویسید .
 - 50- از استراتژی فروش مستقیم نیز بهره گیرید .
 - 51- نرم افزاری برای مدیریت شکایات و دادخواست ها تهیه کنید .
 - 52- درباره چگونگی مدیریت یک مزرعه تولید لبندیات ، برنامه ای بنویسید .
 - 53- راهنمایی درباره چگونگی نصب و استفاده از برنامه های کامپیوتری ، تهیه کنید .
 - 54- سیستمی درباره نحوه مدیریت یک سالن زیبایی بسازید .
 - 55- نحوه ارتقای خدمات کسب و کارهای کوچک خیلی مهم است .
 - 56- ارتباطات از راه دور می تواند برای تدوین یک نرم افزار موضوع خوبی باشد .
 - 57- تقویت برنامه های تشخیص و درمان پزشکی نیز مورد توجه است .
 - 58- فراهم کردن ابزارهای تکنیکی نیز خواهان دارد .
 - 59- ثبت نرم افزارها هم کاربرد دارد .
 - 60- آموزش نحوه استفاده از میکرو کامپیوتر ها هم موضوع پر طرفداریست .
 - 61- خودتان کتاب کامپیوتری خود را چاپ کنید .
 - 62- برنامه ای برای آموزش نحوه ایجاد پازل های کامپیوتری و بازی های رایانه ای ، جالب خواهد بود .
 - 63- درباره چگونگی ارائه مشاوره کامپیوتری نیز نرم افزاری بسازید .
 - 64- این که جطور می توان نرم افزارها را برای کودکان مناسب کرد ، ارزشمند است .

راه های مقابله با عدم موفقیت

راه های مقابله با عدم موفقیت

شناخت فرصت ها و محدودیت ها برای تنظیم یک برنامه زمان بندی موثر و کارآمد لازم و ضروری است . در اینجا به برخی موانع اشاره می شود:

الف - برنامه ریزی متراکم

برخی افراد با توجه به عدم آشنایی با حجم کارهایی که درست اقدام دارند و زمان لازم جهت انجام آنها برای کارهای فراوانی دریک محدوده زمانی معین برنامه ریزی می کنند . برای اجتناب از این مساله باید زمان مناسب برای هر کار را با دقت تخمین زد و تقدم و تاخر آنها را سنجید . از صرف وقت در کارهای کم اهمیت باید خودداری کرد و کارهای مهم را شناسایی نمود.

ب - عدم توانایی نه گفتن

بسیاری از افراد با گفتن نه بیگانه هستند و دربرابر خواست دیگران توان نه گفتن ندارند . چنین افرادی به ناچار اولویت های خود را کنار می نهند و همواره دچار اضطراب و استرس می شوند به منظور پیش گیری از گرفتار در چنین حالتی باید هرگز تسلیم کارهای ناخواسته دیگران نشد و برنامه های زمان بندی شده مشخص هفتگی و روزانه و حتی ماهانه داشت . باید به خاطرداشت که همه را همیشه و همه وقت نمی توان راضی نگهداشت.

ج - عدم شناسایی اولویت ها

برخی افراد به دلیل عدم توان تشخیص اولویت ها دچار سردرگمی و بی نظمی می شوند و کارهای غیر ضروری باعث می شود اولویت ها را فراموش کنند باید برای مقابله با این حالت باید فهرستی از کارهای ضروری درست داشت و اولویت ها را مشخص نمود ، انجام همه کارها ممکن است همیشه لازم نباشد.

د- سستی ورزیدن

انسان گاه ممکن است برای انجام یک کار دچار سستی شده و انجام آنها را پشت گوش اندازد باید برای مبارزه با این حالت به کاری که در فهرست اولویت ها قرار دارد ایمان داشت و به خاطرداشت که فرست ها از دست رفته هستند . گاه کارها یا به دلیل عدم اهمیت و یا اینکه از راه کار انجام آنها اطمینان حاصل نشده به عقب می افتد و یا اینکه به امید کامل ترانجام شدن در انجام آنها سستی صورت می گیرد . به هر دلیل باید علل سستی ورزیدن را شناسایی نمند و درفع آن کوشید.

۵- ترس از شکست

برخی در درون با خود مبارزه می کنند و با خودخوری روحیه خود را تضعیف می نمایند . این حالت ترس از شکست را در انسان تشدید می کند . باید از این روحیات منفی دوری کرد و با ایجاد انرژی مثبت با هر روحیه ای که ممکن است به تنش بیانجامد مقابله نمود . برای اینکار توانایی ها و ضعف هارا شناسایی شوند و با واقع بینی ایده آل های دست نیافتنی در ذهن تصویر نشوند.

و- نامیدی و افسردگی

انسان به دلایل مختلف از بیولوژیک ، وقایع روزمره نظری شکست های روحیه خود را تضعیف می نماید . بخش زیادی از این احساسات طبیعی هستند ولی باید گذاشت که به صورت طولانی باقی مانده و دروند معمول زندگی اختلال ایجاد نمایند . برای مقابله با افسردگی ها علل افسردگی را شناسایی کنید ، روحیات منفی با مثبت گرایی ازین ببرید . در تغذیه خود دقت کنید و ورزش را فراموش نکنید ، علائق و سرگرمی های مثبت و مفید برای خودتان انتخاب کنید و نسبت به توانایی ها واقع بین باشید . رهرحال توکل به خدای بزرگ ، دوری از گناه و تقویت روحیات مثبت می تواند شما را در برآبرتمامی ناکامی ها واکسینه کند .

رابطه شغل و شخصیت

تناسب شخصیت فرد با شغل وی تا چه اندازه بر عملکرد و رضایت شغلی وی تاثیرگذارد است؟

اشخاص از بسیاری جهات با یکدیگر متفاوتند. هر یک از افراد دارای صفات ویژگی‌هایی هستند که در مجموع هستی آنها را تشکیل می‌دهد. هرچند بعضی اشخاص شباهت‌هایی با هم دارند ولی هیچ‌گاه دو نفر به طور کامل شبیه هم نیستند. به عبارت دیگر اشخاص منحصر به فرد هستند. مدیران به هنگام استخدام افراد برای یک شغل خاص با توجه به نوع و ماهیت آن شغل، عوامل متعددی را در نظر می‌گیرند از جمله عوامل فیزیکی (چهره، قد و نوع لباس یوشیدن)، توانایی‌های فرد اعم از توانایی‌های فیزیکی و فکری، مدرک تحصیلی، مهارت‌های فرد، تجربه کاری، تفاوت‌های روانی افراد مثل نحوه نگرش وی، ادراک، خلاقیت و... البته دو موضوع را باید در نظر گرفت: یکی اینکه علم و دانش بشری در شناخت انسان بسیار محدود است و دیگر اینکه توانایی ما نیز در سنجش افراد محدود است.

یکی از عواملی که درهنگام انتخاب افراد برای استخدام و یا انتخاب وی برای یک شغل خاص می‌تواند مورد بررسی قرار گیرد شخصیت فرد است.

شخصیت، مجموعه‌ای از ویژگی‌های روانی است که در فرد به صورت پایدار وجود دارد و بر رفتار و تفکر وی اثرگذار است. به عبارت دیگر هر شغل دارای ویژگی‌هایی منحصر به فرد است مثلاً آیا این شغل نیازمند کار فکری است یا جسمی، محیط شلوغ دارد یا خلوت، کار به تنها یک انجام می‌شود یا باگروه، نحوه نظارت چگونه است و بسیاری از مسائل دیگر؛ در مقابل افراد هم دارای ویژگی‌های شخصیتی خود هستند، دوست دارند به تنها یک در گروه کار کنند، برخی به فعالیت‌های ذهنی و برخی به فعالیت‌های جسمی علاقه دارند، برخی مسئولیت‌پذیر و برخی مسئولیت‌ناپذیر هستند.

حال تلاش ما این است که هر فرد را در شغل مناسب خود قرار دهیم به طوری که بین شغل وی (یعنی خصوصیات شغل) و خصوصیات شخصی وی تناسب و سازگاری وجود داشته باشد.

یک گزارش تحقیقی از آژانس استخدامی توکیو حاکی از آن است که شرکت‌های ژاپنی به تناسب شخصیت داوطلبین با شخصیت سازمان و شغل بیشترین توجه و تاکید را دارند. شاید راز موفقیت شرکت‌های ژاپنی در این باشد که شخصیت افراد را مقدم در تخصص و مهارت آنها می‌دانند به اعتقاد بسیاری از نویسندها، وجود تناسب بین شخصیت و ویژگی‌های شغلی وسازمانی باعث ایجاد رضایت بیشتر فرد، ایجاد انگیزه‌های درونزا در فرد، افزایش کارایی، خلاقیت و مسئولیت‌پذیری خواهد شد اما در صورت عدم وجود این تناسب نمی‌توان آن را با انگیزه‌های بیرونی مانند پول، پاداش و... جبران کرد.

هدف این نوشتار این است که نشان دهد تناسب ویژگی‌های شغلی با شخصیت شاغل چگونه بر رضایت شغلی او اثر می‌گذارد. به عبارت دیگر سعی بر این است نشان داده شود وجود تناسب بین ویژگی‌های شغلی و خود وی از سوی دیگر باعث بالا رفتن رضایت او از شغلش خواهد شد همچنین وجود این تناسب تاثیر عمیقی بر عملکرد بهتر فرد در شغلش داشته باشد.

تعريف شخصیت:

همه ما در صحبت‌های روزمره خود کلمه "شخصیت" را به کار می‌بریم. احتمالاً آنچه را که در صحبت از شخصیت مدنظر داریم آمیزه‌ای از خصوصیات مختلف است که امکان دارد خودبینی و تکری، پیشداوری، نوسانهای خلق و خوی و ارزش‌های فرد باشد.

بنابراین به نظر می‌رسد آنچه را که از شخصیت در نظر داریم ترکیبی از اعمال، افکار، هیجانات و انگیزه‌های شخص باشد که در تعادل با موقعیت‌ها و وضعیت‌های مختلف نمایان می‌شود. (راس، ۱۳۷۵، ۱۴)

شخصیت عبارت است از مجموعه ویژگی‌های جسمانی، روانی و رفتاری که هر فرد را از افراد دیگر متمایز می‌کند. (کریمی، ۱۳۷۶، ۷)

شخصیت ترکیبی از اعمال، افکار، هیجانات، انگیزش‌های فرد است.

شخصیت افراد منحصر به فرد است اما شخصیت افراد مختلف دارای جووه اشتراک نیز هست، همچنین شخصیت فرد بالغ نسبتاً ثابت باقی می‌ماند اما دو عامل رشد و تجربه می‌توانند آن را تغییر دهند. (راس، ۱۳۷۶، ۱۳)

عوامل موفعیتی دو تاثیر عمده بر شخصیت دارند:

۱- بر شخصیت فرد تاثیر می‌گذارد

۲- باعث آشکارسازی ویژگی‌های فرد می‌شوند یعنی برخی ویژگی‌های شخصیتی فقط در شرایط خاص خود را نشان می‌دهند. (مورهد و گری芬، ۱۳۸۰، ۷۹)

تئوری صفات شخصیتی:

طبق نظر الپورت هر شخصیتی دارای مجموعه‌ای از صفات مشترک است ولی همان شخص دارای تعدادی صفات متفاوت و منحصر به فرد نیز هست. الپورت شخصیت‌ها را به چهار دسته مشترک اجتماعی، سیاسی مذهبی و زیباشناسی تقسیم می‌کند (مورهد و گری芬، ۱۳۸۰، ۷۰)

به نظر ریموند کاتل هر انسانی رامی‌توان در قالب مجموعه صفات شخصیتی توصیف کرد:

۱- صفات سطحی و ظاهری که معنکس کننده رفتارهای قابل مشاهده و ثابت است (درستی و نادرستی، خونسردی و صمیمت)

۲- صفات درونی یا منشاء که به علت مخفی بودن اغلب قابل پیش‌بینی نیستند (اعتماد و سوءظن، بلوغ و عدم بلوغ، تسلط و عدم تسلط) مورهد و گری芬، ۱۳۸۰، ۷۰

تئوری‌های نیازهای سه گانه افراد:

دیوید مک کلند سه دسته نیاز را در افراد بیان نموده و عنوان می‌کند که در هر فرد یکی از سه نیاز به صورت برجسته‌تر و نمایان‌تر وجود دارد و رفتاری کی از این دسته را راکنترل می‌کند. (رابینز، ۱۳۸۱، ۸۰)

۱- نیازهای کسب موفقیت :

یعنی تلاش در راه درخشیدن و موفق شدن

۲- نیاز به کسب قدرت و اعمال آن :

یعنی به دست آوردن قدرت و اعمال آن به دیگران

۳- نیازهای ایجاد دوستی :

یعنی تمایل به کسب حمایت و ایجاد روابط صمیمی با دیگران

نظریه شخصیتی انتخاب شغل:

از دیدگاه این نظریه انسان با توجه به ویژگی‌های شخصیتی خود شغلی را بر می‌گزیند که برآورنده نیازهایش باشد. افرادی که مشاغل یکسانی را انتخاب می‌کنند تا حدود زیادی ویژگی‌های شخصیتی مشابهی دارند.

به نظر جان الهالند هر کدام از انواع شخصیت نیازمند محیطی است که با آن خصوصیات هماهنگی و سازگاری داشته باشد و بیشترین امکان برای رشد و شکوفایی خود را فراهم آورد. او در این زمینه شخصیت افراد را به ۶ نوع تقسیم می‌کند: ۱- کاوشگر ۲- هنرگر ۳- اجتماعی ۴- واقع‌گرای- سنتگر ۵- سوداگر.

به نظر هالند رضایت شغلی میزان سازش بین نوع شخصیت و محیط شغلی است. هر چه میزان سازش بین این دو بیشتر باشد رضایت شغلی بیشتر است. (شفیع آبادی، ۱۳۷۸، ۱۴۴-۱۵۵)

تناسب بین شغل و حساسیت:

چگونگی شخصیت افراد در سازگاری شغلی اهمیت زیادی دارد. بعضی مشاغل برای افراد سر به زیر وساحت مناسب است در حالی که

فروش و هرگونه تغییر در محتوای این کتاب ممنوع است

تعدادی از مشاغل برای افراد بونگرا و سازگار مناسب به نظر می‌رسد.

توانایی سازگاری اجتماعی سهم بزرگی در موفقیت شغلی دارد در بعضی از مشاغل روی انواع خاصی از مهارت‌های اجتماعی تاکید می‌شود در مقابل برخی از شغل‌ها افراد آرام و درونگرا مناسب هستند. (حسینی، ۱۳۷۹، ۸۰)

سازش و هماهنگی بین نوع شخصیت و نوع محیط باعث سازگاری بیشتر با شغل و حرفه می‌گردد که به نوبه خود به رضایت منجر می‌شود. (شفیع‌آبادی، ۱۳۷۶، ۸۰)

بدیهی است که افراد دارای شخصیت‌های متفاوتی هستند مشاغل هم از همین ویژگی‌ها برخوردارند.

بر اساس این شیوه تلاش‌های زیادی انجام گرفته تا افراد در مشاغل مناسب گمارده شوند. (رابینز، ۱۳۸۱، ۵۸)

رضایت شغلی :

رضایت شغلی یکی از عوامل بسیار مهم در موفقیت شغلی است. رضایت شغلی عاملی است که باعث افزایش کارایی و نیز احساس رضایت فردی می‌گردد.

رضایت شغلی بر اثر عوامل متعددی حاصل می‌شود. رضایت شغلی نوعی احساس مثبت فرد به شغلش می‌باشد که زاییده عواملی چون محیط کار، نظام سازمانی شغل، روابط حاکم برمحیط کار، عوامل فرهنگی و از همه مهمتر ماهیت و چگونگی خود شغل می‌باشد. (شفیع‌آبادی، ۱۳۷۶، ۹۸)

تناسبات کاری در کسب و کار اینترنتی

آیا کسب و کار اینترنتی برای کسب و کارهای کوچک شما مناسب است؟

برای آنکه در وسط کار نامید نشود و کار را نیمه تمام رها نکنید باید نکاتی را در خصوص کسب و کار اینترنتی بدانید :

کسب و کار اینترنتی چیست و افراد مخاطب چه کسانی هستند. تنها بعد از درنظر گرفتن این اصول می‌توانید استراتژی کسب و کار اینترنتی و کارایی آن را برای خود تشخیص دهید. در اینجا سعی کردم تا موضوعات بالا را به ۵ دسته طبقه بندی کنم تا خط مشی برای شما باشند.

۱ - در کسب و کار شما ، کسب و کار اینترنتی محتواهی است که در راستای حضور شما در اینترنت می‌باشد. زمانی که اینترنت تازه پا بود ، هر کس برای حس رقابت مجبور بود آنرا تهیه کند و در حقیقت دروازه های آنرا بگشاید، درست زمانی که به جامعه عمومی راه پیدا کرد ، اما جهان علم و آکادمیک همچنان با آن مخالف بودند. موارد مشابهی مانند اینترنت بسیار وجود داشته است ، اما هیچکدام کارایی آنرا نداشته اند. در این عصر جدید با تاجران نگران و آشفته بسیاری مشاوره کردم که بسیار در کارشان مضطرب بودند. در آنمان اینترنت تنها یک وسیله بازاریابی بود نه کمتر و نه بیشتر. بنابراین تنها به آنها گفتم که : " اینترنت تنها روشی دیگر برای سهیم شدن در اطلاعات است ، آن وسیله ای دیگر است. " پیام من امروز و آینده این است که اینترنت شما را قادر می سازد تا محصولات را به مصرف کننده خود بفروشید و یا منتقل سازید. اگر یک وسیله مناسب باشد ، پس از آن استفاده کنید ، در غیر اینصورت آن را رها سازید.

۲ - کسب و کار اینترنتی این امکان را برای شما فراهم می‌سازد تا اطلاعات را از مشتریان جمع‌آوری کنید و از طریق وب سایت ، بازاریابی و فروش را انجام دهید. اگرچه این اطلاعات در مورد سفارشات است ، اما شما همچنین می‌توانید از مشتریان خود درخصوص اینکه چه کسانی هستند ، محصولات را به کجا منتقل می‌کنند ، روش نقل و انتقال آنها چیست و سوالهای دیگر که مایل هستید بدانید اطلاعات بدست آورید. بعلاوه کسب و کار اینترنتی شما را قادر می‌سازد تا به اطلاعات کارت اعتباری در اینترنت دست یابید. زمانی که اطلاعات جمع‌آوری شد کسب و کار اینترنتی موجب می‌شود تا در هر ثانیه کسب و کاری را انجام دهید. شما در آن نه تنها به تبلیغ ، بازاریابی و فروش می‌پردازید بلکه می‌توانید حسابهای دریافتی و پرداختی خود را نیز کنترل کنید و از نظر فنی شما را حمایت می‌کند تا به ایده هایی دست یابید و همه آنها از منبع منفردی است که همان وب سایت می‌باشد.

۳ - کسب و کار اینترنتی می‌تواند یک راه حل کامل تلفیقی در خصوص کسب و کار باشد. زمانی که به یک راه حل کسب و کار اینترنتی نظر بیفکنید ، باید جریان اطلاعات را از وب سایت خود به عملکردهای اداره و دفتر در نظر بگیرید. آیا شما مایلید تا مصرف کننده با فشار یک دکمه اطلاعات را وارد پایگاه داده کنند ، دستور العملهای حمل و نقل را به اینبار بفرستد ، کارت اعتباری را فعال سازد ، داده ها را وارد سیستم حساب شما بکند ، و زمانیکه در حال خواندن روزنامه صبح هستید فنجانی از قهوه جلوی شما قرار گیرد؟ این امر به شما بستگی دارد که تا چه اندازه بخواهید روند کار شما الکترونیکی باشد. بدون توجه به تلفیق کلی ، باید فرآیند را از شروع تا پایان قبل از آنکه عملی را صورت دهید درک کنید. اگر این فرآیند را درک نکنید ، باید دوباره طرح ریزی و کار را از ابتدا شروع کنید که این عمل بسیار گران است. این هزینه برای مدت یکماه از ۲۰۰ تا هزاران دلار است که همه اینها با تفاوت میان استفاده از Quicken و به مخاطره انداختن سرمایه در کاسبی قابل مقایسه است.

۴ - دنیای آن لاین راه حلهای کسب و کار اینترنتی بسیاری دارد که با یک نیاز خاص سازگار است مانند یک مغازه آرایش که دارای محصولاتی برای بدن است. اگر احساس می‌کنید که به اندازه کافی اطلاعات در خصوص بهترین راه حل ندارید ، در نتیجه واقعاً تنها هستید. می‌توانید به راحتی این مشکل را حل کنید. با یک فرد با تجربه کار کنید ، او به شما کمک می‌کند که نه تنها موضوعات فنی راه حل کسب و کار اینترنتی را دریابید ، بلکه به موضوعات تجاری نیز دست یابید. آن افراد خبره می‌توانند مشاوران اینترنتی ، تنظیم‌کنندگان سیستم و افراد دانا در امور بازاریابی فنی باشند.

۵ - کسب و کار اینترنتی بخشی از چگونگی عملکرد تجاری شماست. البته اجرای آن گران است ، اما بعنوان یک سرمایه‌گذاری باید به آن نظر افکند. در عوض شما دارای ۴۰۱ تهیه کننده ، فضای مناسب کار ، پرسنل اصلی ، یا حساب تجاری گسترشده هستید. در حقیقت کسب و کار اینترنتی انتخاب در کسب و کار است. آیا شما قصد دارید که کسب و کار روزانه آن لاین داشته باشید؟ اگر پاسخ شما مثبت است ، باید با بخشها فروش ، بازاریابی ، امور مالی ، خدمات مشتری ، سیستم های اطلاعاتی ، عملکرد شبکه ارتباطی ، کارکنان پشتیبانی و متخصصان پذیرش سروکار داشته باشید تا مطمئن شوید که به همه بخشها یک راه حل تسلط دارید و در خصوص آن به افراد آگاهی می‌دهید.

آشنایی با اصطلاحات آماری بازارکار

شاخصهای درآمد و دستمزد حرفه‌ای Occupational Wage and Earning Indices

عمدتاً ثابت شده است که در نظر داشتن دستمزدهای مربوط به تک تک حرف برای انجام تحقیقات، اطلاعات بسیار جالبتری نسبت به میانگین‌های محلی که در برگیرنده بیشتر حرفه‌های موجود در صنعت می‌باشد را فراهم می‌کند.

درآمد در برگیرنده چند جزء از جمله پاداش، اضافه‌کاری و انعام می‌شود که به عنوان قسمتی از نرخ دستمزد محاسبه نمی‌شود. بهترین و مناسب‌ترین تعریف درآمد برای استفاده در بررسی‌های مربوط به یک سری سوالات دقیق و مناسبی که در این زمینه پرسیده می‌شود بستگی دارد.

بررسی‌های ILO در زمینه نرخ دستمزد، درآمد، ساعت کاری مربوط به ۱۵۹ حرفه که به ۴۹ گروه صنعتی تقسیم شده است (با مراجعه در ماه اکتبر هر سال) تنظیم شده است.

مأخذ: ترجمه شاخصهای کلیدی بازارکار، خلاصه شاخص شماره ۱۶، اداره کل آمار نیروی انسانی، سال ۱۳۸۲.

شاخصهای دستمزد صنعت (ساخت) Manufacturing Wage Indices

این شاخص روند میانگین دستمزدهای واقعی را در بخش صنعت نشان می‌دهد، انتخاب این شاخص با در نظر گرفتن ملاحظات مختلفی انجام می‌شود.

اطلاعات مربوط به سطوح درآمد برای ارزیابی استانداردها و شرایط شغلی و معیشتی این دسته از کارگران در کشورهای صنعتی و کشورهای در حال توسعه ضروری است.

اهمیت اطلاعات میانگین درآمد به خصوص در برنامه‌ریزی اقتصادی و توسعه اجتماعی، برقراری سیاست‌های درآمدی و پولی و مالی)، قانونمند کردن حداقل دستمزد و بعلاوه، استانداردهای جهانی برای مفاهیم روش‌های جمع‌آوری دسته‌بندی و گردآوری آمارهای دستمزد و درآمد) صورت گرفته است.

لازم به ذکر است که این شاخص‌ها بر مبنای آمارهای میانگین دستمزدهای تولید است که عموماً بخش‌های رسمی یا مدرن یک اقتصاد را در بر می‌گیرد این شاخص درآمد خوداستغالی یا فعالیت‌های بخش غیررسمی را آشکار نمی‌سازد.

سومین عامل در انتخاب شاخصهای دستمزدهای تولیدی به نوع و طبیعت آن که همان انتخاب شاخصهای واقعی دستمزد می‌باشد بستگی دارد.

مأخذ: ترجمه شاخصهای کلیدی بازارکار، خلاصه شاخص شماره ۱۵، اداره کل آمار نیروی انسانی، سال ۱۳۸۲

شرکت Company

بر اساس قانون مدنی ایران، شرکت عبارت است از «اجماع حقوقی مالکین متعدد در شی واحد»

- تشکیل شرکت معمولاً این گونه توجیه می‌شود که از طریق آن، می‌توان منابع و امکانات مختلف و پراکنده را به نحوه متمرکز و گسترشده به کار گرفت. برخی از شرکت‌های تجاری حقوقی ایران عبارتند از: سهامی، با مسؤولیت محدود، تضامنی، مختلط غیرسهامی، مختلط سهامی، نسبی و تعاضوی.

مأخذ: فرهنگ اصطلاحات کارآفرینی، مرکز انتشارات سازمان سنجش آموزش کشور، مرداد ۱۳۸۴

شغل Job

۱- مجموعه وظایف، کارها و تکالیفی که یک مستخدم به خاطر آن استخدام می‌شود. شغلی یا کاری که فرد بیشتر طول مدت زندگی خود را به آن می‌پردازد به ویژه شغلی که به آن وابستگی عمیق دارد.

مأخذ: فرهنگ اصطلاحات کارآفرینی، مرکز انتشارات سازمان سنجش آموزش کشور، مرداد ۱۳۸۴

۲- شغل، نوع کاری است (مطابق تعریف کار) که توسط شخص در طول هفته مرجع انجام می‌شود یا انجام آن را بر عهده دارد. بدون توجه به وضع شغلی و رشته فعالیت وی.

به عبارت دیگر منظور از شغل مجموعه وظایفی است که توسط فرد شاغل انجام می‌شود و یا به او منتبه شده است.

مأخذ: مرکز آمار ایران، طرح آمارگیری نیروی کار، سال ۱۳۸۱

منبع:

اصطلاحنامه آماری بازارکار، مرکز آمار و اطلاعات بازارکار، وزارت کار و امور اجتماعی

بیکاری اصطکاکی Frictional Unemployment

این نوع بیکاری نتیجه تغییرات کوتاه مدت در بازارکار است که به طور معمول در اقتصاد پویا اتفاق می‌افتد. کسانی که شغل خود را ترک

می‌کنند تا شغل دیگری بدست آورند، بدلیل کامل نبودن بازارکار(عدم اطلاع کافی از مشاغل ممکن) زمانی را بدون شغل خواهند گذراند.

بنابراین طبیعی است که افراد مدت زمانی را صرف آشنا شدن با بازار شغل نمایند. اگرچه این آشنا شدن مستلزم صرف هزینه، از داشت

دادن درآمد اسمی و انجام برخی هاست. این هزینه‌ها که هزینه‌های «جستجو» خوانده می‌شوند، می‌توانند از نگاه جوینده کار نوعی

فروش و هرگونه تغییر در محتوای این کتاب ممنوع است

گردآوری و تنظیم : رضا فربودون نژاد

سرمایه‌گذاری تلقی شود. اقتصاد نیز از این جستجو بهره می‌برد زیرا فرد با انتخاب بهترین شغل که بیشترین تناسب را با مهارت او دارد، با بهره‌وری بیشتری در فعالیت‌های اقتصادی شرکت می‌کند.

ماخذ: Economics Browne.M.N. and Hass P.F.(1987) Modern Principles,: Goats and Trade-offsUSA.P 48)

بیکاری پنهان Unemployment Disguised

۱- بیکاری پنهان بیکاری واقعی نیست، بلکه بیکاری نامطلوب است. در بیکاری پنهان، قطع کار به چشم نمی‌خورد، بلکه کارگرانی بسیار در زمینه‌هایی به کارگرفته می‌شوند که در آن، شمار کارگران نسبت به کار فزونی دارد و از این رو، هرکس خود را در حال کم کاری می‌بیند.

ماخذ: فرهنگ اصطلاحات کارآفرینی، مرکز انتشارات سازمان سنجش آموزش کشور، مرداد ۱۳۸۴

۲- اگر اضافه کردن یک کارگر باعث افزایش تولید نگردد، بیکاری پنهان وجود دارد. این مورد برای افرادی که دارای تحصیلات بالا می‌باشد بسیار صادق است. اگر به دلیل عدم امکان احراز شغل مناسب با تخصص، افراد از کارایی پایین برخوردار باشند، بیکاری پنهان وجود خواهد داشت.

ماخذ: احمد احدي، «اقتصاد کلان کاربردي»، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، سال ۱۳۷۱

کم کاری پنهان Disguised Underemployment

شامل افرادی می‌شود که ظاهرآ به صورت تمام وقت مشغول می‌باشد ولی خدمات ارائه شده توسط آنها را می‌توان با همان تعداد نفر و در مدت زمان کوتاه‌تری تولید نمود. در این مورد اگر کار موجود آشکار بین شاغلین تقسیم شود، کم کاری پنهان به کم کاری آشکار تبدیل می‌شود.

ماخذ: احمد احدي، «اقتصاد کلان کاربردي»، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، سال ۱۳۷۱

کم کاری پنهان Unemployment Youth

اصطلاح جوانان در مورد افرادی به کار می‌رود که سن آنها از ۱۵ تا ۲۴ سال است.

به عبارت دیگر بیکاری جوانان عبارتست از افرادی که دارای ۳ شرط بیکاری (جوابی کار- فاقد کار- آماده برای کار) باشند و گروه سنی ۱۵ تا ۲۴ سال قرار دارند.

ماخذ: مرکز آمار ایران، طرح آمارگیری نیروی کار، سال ۱۳۸۴

بیکاری داوطلبانه Voluntary Unemployment

شامل بیکارانی است که شغل قابل دستیابی برای آنها وجود دارد. یعنی فرصت شغلی برای آنها فراهم است ولی به امید آن که در آینده بتوانند شغل بهتر و مناسب‌تری بیاند شغل‌های موجود را انتخاب نمی‌کنند. علت و انگیزه افرادی که با میل و اراده خود بیکار می‌شوند این است که نرخ دستمزد برای سطح مهارتی و برای منطقه جغرافیایی آنها کمتر از مقدار دستمزد آستانه‌ای آنهاست.

ماخذ: تئوری و سیاست‌های اقتصاد کلان، نوشه‌های ویلیام- برتسون ۱۳۷۸، ترجمه عباس شاکری، نشرنی

بیکاری دوره‌ای Cyclical Unemployment

به دلایل مختلفی ممکن است خرید مصرف‌کنندگان و سطح هزینه بنگاه‌های اقتصادی برای ایجاد کارخانه‌ها و نصب تجهیزات جدید کاهش یابد. در نتیجه فروش کلیه انواع محصولات کاهش می‌پذیرد، موجودی‌ها افزایش می‌یابد و نصب تجهیزات جدید کاهش می‌یابد، بنابراین یکی از متداول‌ترین علت‌های بیکاری، سطح فعالیت‌های اقتصادی است. بیکاری درجه‌ای آن است که در نتیجه کاهش سطح کل تولید در اقتصاد در دوره‌های رکود به وجود می‌آید و با توجه به نرخ‌های مزد موجود، تقاضا برای کارگر کاهش می‌یابد و به کمتر از عرضه نیروی کار می‌رسد.

بیکاری دوره‌ای مشکلی جدی‌تر از بیکار اصطکاکی است زیرا غیرارادی است و برای مدت طولانی‌تری ادامه می‌یابد.

در نتیجه این نوع بیکاری باعث مشکلات اجتماعی زیادی در خانواده‌ها می‌شود و تاثیر منفی قابل ملاحظه‌ای بر سطح تولید در کل اقتصاد دارد.

ماخذ:وحیدی- پریدخت، «بررسی مقایسه ای سیاست‌های بازارکار ایران در برنامه سوم»، فصلنامه پژوهش، شماره ۹۶

بیکاری ساختاری Structural Unemployment

این بیکاری ناشی از تغییرات بلندمدت در ساختار اقتصاد است. ممکن است که موقعیت مقایسه‌ای هزینه نیروی کار تغییر کند و بیکاری ساختاری به وجود آید. بنابراین بیکاران ساختاری کسانی هستند که آماده کارند اما مهارت یا محل مستقر آنها با فرصت‌های شغلی موجود (اشغال نشده) سازگار نیست.

بیکاری ساختاری زمانی به حداقل خود می‌رسد که تولیدات سنتی کشور به شدت کاهش می‌یابد و بازارکار خود را به کندی با آن سازگار می‌کند، در حقیقت کند بودن سازگاری بازارکار با تغییرات به علت پرهزینه بودن فرایند سازگاری است. برای سازگار شدن کارگران، بازآموزی و به دست آوردن مهارت‌های جدید یا جابجایی ضروری است و برای سازگاری شرکت‌ها نیز سرمایه‌گذاری در تولیدات جدید و اغلب تجربه نشده لازم است.

ماخذ:وحیدی- پریدخت، «بررسی مقایسه ای سیاست‌های بازارکار ایران در برنامه سوم»، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، فصلنامه پژوهش شماره ۹۶ ص ۱۸۷-۱۸۶

بیکاری غیرداوطلبانه Involuntary Unemployment

شامل بیکاری است که افراد حاضرند در سطح دستمزدهای رایج و مناسب با سطح تخصصی خود مشغول کار شوند ولی کاری نمی‌یابند.

فروش و هرگونه تغییر در محتوای این کتاب ممنوع است

شرایط فوق گاهی چنان حاد می‌شود که جویندگان کار حاضرند در سطح دستمزدهای کمتری و یا با ساعت بیشتری در مقابل مزد ثابت، کار خود را ارائه نمایند ولی موفق نمی‌شوند، عوارض و خیم اجتماعی- اقتصادی بیشتر داوطلبانه می‌تواند شامل بیکاری اصطکاکی، بیکاری ادواری و بیکاری ساختاری باشد.

مأخذ: «تئوری و سیاست‌های اقتصاد کلان»، نوشته ویلیام- ح براتسون (۱۳۷۸) ترجمه عباس شاکری- نشر نی ص ۱۶۲

بیکاری مطلق Absolute Unemployment

وضعیتی است که تمام عوامل تولید، از عرضه تولید و فعالیت‌ها خارج باشند و از آنها استفاده نشود.

مأخذ: احمد احدی، «اقتصاد کلان کاربردی»، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، سال ۱۳۷۱، ص ۱۷۱-۱۷۲

جمعیت شاغل Population Employed

تمام افراد ۱۰ ساله و بیشتر که در طول هفته مرجع، طبق تعریف کار، حداقل یک ساعت کارکرده و یا بنا به دلایلی به طور موقت کار را ترک کرده باشند، شاغل محسوب می‌شوند.

شاغلان به طور عمده شامل دو گروه مزد و حقوق بگیران و خوداشتغالان می‌شوند. ترک موقت کار در هفته مرجع با داشتن پیوند رسمی شغلی، برای مزد و حقوق بگیران و تداوم کسب و کار برای خود اشتغالان به عنوان اشتغال محسوب می‌شود. افراد زیر نیز به لحاظ اهمیتی که در فعالیت اقتصادی کشور دارند، شاغل محسوب می‌شوند:

- افرادی هستند که بدون دریافت مزد برای یکی از اعضای خانوار خود که با وی نسبت خویشاوندی دارند کار می‌کنند(کارکنان فامیلی بدون مزد).

- کارآموزانی که در دوره کارآموزی فعالیتی در ارتباط با فعالیت موسسه محل کارآموزی انجام می‌دهند یعنی مستقیماً در تولید کالا یا خدمات سهیم هستند و فعالیت آنها «کار» محسوب می‌شود.

- محصلانی که در هفته مرجع دارای کار بوده‌اند.

- تمام افرادی که در نیروهای مسلح به صورت کادر دائم یا موقت خدمت می‌کنند(نیروهای مسلح پرسنل کادر و سربازان، درجه داران، افسران وظیفه نیروهای نظامی و انتظامی).

مأخذ: مرکز آمار ایران، نتایج آمارگیری از نیروی کار، سال ۱۳۸۴

جمعیت غیرفعال اقتصادی Non-active Population

تمام افراد ۱۰ ساله و بیشتر که در طول هفته مرجع طبق تعریف، در هیچ یک از دو گروه شاغلان و بیکاران قرار نمی‌گیرند، جمعیت غیرفعال اقتصادی محسوب می‌شوند.

مأخذ: مرکز آمار ایران، نتایج آمارگیری از نیروی کار، سال ۱۳۸۴

جمعیت فعال اقتصادی Active Population

تمام افراد ۱۰ ساله و بیشتر (حداقل سن تعیین شده) که در هفته تقویمی قبل از هفته‌ی آمارگیری (هفته مرجع) طبق تعریف کار، در تولید کالا و خدمات مشارکت داشته (شاغل) و یا از قابلیت مشارکت برخوردار بوده‌اند (بیکار) جمعیت فعال اقتصادی محسوب می‌شوند.

مأخذ: مرکز آمار ایران، نتایج آمارگیری از نیروی کار، سال ۱۳۸۴

چرخه عمر بنگاه Business Life cycle

در این مفهوم، یک شرکت یا بنگاه به انسان تشبیه می‌شود که روزی به دنیا می‌آید، رشد می‌کند و زندگی سالمی را می‌گذراند، به سن بلوغ و پختگی میرسد و سپس رو به افول می‌گذارد و می‌میرد. این چرخه به ویژه برای شرکت‌های کوچک مصدق دارد.

مأخذ: فرهنگ اصطلاحات کارآفرینی، مرکز انتشارات سازمان سنجش آموزش کشور، مرداد ۱۳۸۴

خط فقر line Poverty

به عقیده مارتین راولیون (۱۹۹۸) خط فقر عبارت است از مخارجی که یک فرد در یک زمان و مکان معین برای دسترسی به یک سطح حداقل رفاه متتحمل می‌شود. افرادی که به این سطح رفاه دسترسی ندارند فقیر و کسانی که به این سطح حداقل رفاه دسترسی دارند غیرفقیر نامیده می‌شوند.

بسته به این که فقر به مفهوم مطلق یا نسبی در نظر گرفته شود، آستانه‌ای تعریف می‌شود که مرز بین فقیران و سایر افراد جامعه را مشخص می‌نماید. این آستانه خط فقر نامیده می‌شود. به این ترتیب خط فقر نیز دارای دو مفهوم مطلق و نسبی است. بر اساس تعریف، خط فقر مطلق عبارت است از مقدار درآمدی که با توجه به زمینه‌های اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و... جامعه مورد بررسی برای تأمین حداقل نیازهای افراد (مانند غذا، پوشش، مسکن...) لازم است و یا حداقل شرایطی (مانند حداقل میزان درآمد، تحصیلات، مسکن...) است که عدم تأمین آن موجب می‌شود که فرد مورد بررسی فقیر در نظر گرفته شود. خط فقر نسبی یا به صورت درصد معینی (یا میانگین) درآمد جامعه و یا به شکل یک مرز درآمدی که درصد معینی از افراد جامعه پایین‌تر از آن قرار می‌گیرند تعریف می‌شود.

مأخذ: پژوهشکده آمار ایران، اندازه‌گیری شاخص‌های فقر در ایران، سال ۱۳۸۱

خوداشتغال Self Employment

۱- «حاضر در کار»: به اشخاصی که طی دوره مرجع، مقداری کار برای کسب درآمد یا عایدی برای خانواده به صورت نقدی یا جنسی انجام داده‌اند.

خوداستغالی Employed Self

در خوداستغالی یا کار برای خود، افراد شاغل با اتکای به توان شخصی، ابتكار و خلاقیت خود، به کارهای تولیدی یا خدماتی و در نتیجه به کسب درآمد میپردازند. این گونه اشتغال، فرد را به تدریج آماده کسب تواناییهای لازم برای ورود به فعالیتهای بزرگتر مینمایند. فرد خوداستغال، از آزادی و استقلال عمل بیشتری برخوردار است و در تصمیمگیریها، اختیارات وسیعی دارد.

مأخذ: فرهنگ اصطلاحات کارآفرینی، مرکز انتشارات سازمان سنجش آموزش کشور، مرداد ۱۳۸۴

منبع:

اصطلاحات آماری بازارکار، مرکز آمار و اطلاعات بازارکار، وزارت کار و امور اجتماعی
کار و جامعه ص ۸۵ به تاریخ دی و بهمن ۹۴۰۶۹۱۶۹۲۶۹۳۶۹۴

درآمد Income

عبارت است از حقالسعی نقدی و غیرنقدی، که طبق مقررات در فواصل منظم، برای مدتی که کار انجام شده یا کار انجام شده همراه با مزد زمانی که کار انجام نشده، مثلًا برای مرخصی سالانه، سایر مرخصیهای با حقوق یا تعطیلات با شاغلین پرداخت میگردد. درآمدها از مبالغ سهم کارفرمایان که بابت بیمه کارکنان خود به تأمین اجتماعی و بابت مستمری و همچنین مزایای دریافتی شاغلین تحت شرایط تأمین اجتماعی میپردازند مستثنی است. درآمد از پرداختهایی که بابت غرامت اخراج و خاتمه کار میپردازند نیز مستثنی میباشد. درآمدها باید شامل دستمزدها و حقوقهای مستقیم، مزد مدت کار انجام نشده (به استثنای غرامت اخراج و مزایای خاتمه کار)، پاداشها و جوازی، مزایای حق مسکن و عائله‌مندی که مستقیماً توسط کارفرما به شاغلین تعلق میگیرد باشد.

دستمزدها و حقوقهای مستقیم برای کار انجام شده این موارد را در بر میگیرد:

(الف) پرداخت زمانی مستقیم کارگران مدت- معین

(ب) پرداخت تشویقی کارگران مدت- معین

(ج) درآمد کارگران قطعه کار (به استثنای مزد اضافه کاری)

(د) پرداخت بابت اضافه کاری، نوبت کاری، شبکاری، و کار در روز تعطیل

(ه) کمیسیونهای پرداختی بابت فروش و سایر پرسنل که شامل موارد زیر است:

- مزایای ارشدیت و مهارت‌های ویژه مابه التفاوت منطقه گرافیایی (بدي آب و هوا)، مزایای قول مسوولیت، بدی شرایط کار، کار خطناک و

مزایای سختی کار، پرداخت طبق نظامهای دستمزد و تضمین شده، مزایای کمک معاش و سایرا مزايا و فوق العاده‌های منظم

- مزد زمان کار انجام نشده شامل پرداختهای مستقیم به شاغلین بابت تعطیلات عمومی، مرخصیهای سالانه و سایر ایام غیرکار میباشد که مزد آن توسط کارفرما پرداخت میگردد.

- پاداشها و جواز شامل پاداش‌های فصلی و آخر سال، پرداختهای اضافی بابت دوره مرخصی (مازاد بر پرداخت عادی) و پاداش‌های افزایش تولید میگردد.

مأخذ: «آمارگیری‌های جمعیت فعال اقتصادی، بیکاری، اشتغال و اشتغال ناقص»، قطعنامه راجع به نظام واحدهای دستمزد، مصوب دوازدهمین کنفرانس بین‌المللی آماردانان کار (ILO)، تأليف: هوکانز، فرهاد مهران، ووي جي.

درآمد Income

عبارت است از عایدی نقدی و غیرنقدی که بر اساس قاعده در فواصل منظم، برای مدتی که کار انجام نشده، همراه با مزد زمانی که کار انجام نشده، نظری مرخصی سالانه یا سایر مرخصیها یا تعطیلات با حقوق، با شاغلین پرداخت میگردد. این درآمدها از سهم کارفرمایان به تأمین اجتماعی در مقابل کارکنانشان و طرحهای مستمری و همچنین مزایایی که شاغلین طبق این طرحها دریافت میکنند مستثنی میباشد. درآمدها از مبالغ سالوات خدمت (بازخریدی) و فاقد کار (اخراج) نیز مستثنی است.

درآمد موارد زیر را در بر میگیرد.

- دستمزدها و حقوق مستقیم (نقدی)

(الف) پرداخت در ازای مدت عادی کار

(ب) پرداخت بابت اضافه کاری و کار در روز تعطیل

(ج) پرداخت اضافی بابت نوبت کاری و غیره که جزو اضافه کاری محسوب نمیشوند.

(د) پرداخت پاداش (پاداش افزایش تولید و غیره)

(ه) سایر پاداش‌هایی که بطور منظم پرداخت میشود.

(و) کمکهای عایله‌مندی که مستقیماً به وسیله کارفرما پرداخت میشود.

(ز) فوق العاده هزینه زندگی یا کمک هزینه (dearness)

(ح) کمک هزینه مسکن یا اجاره که مستقیماً به وسیله کارفرما پرداخت میشود.

همه چیز درباره راه اندازی کسب و کار از صفر تا صد

- مزد در قبال زمانی که کار انجام نشده (نقدی)

(الف) مرخصی سالانه و دیگر مرخصی‌هایی با حقوق، شامل مرخصی خدمت طولانی

(ب) تعطیلات عمومی و دیگر تعطیلات رسمی

(ج) سایر مرخصی‌ها با حقوق

- پاداش‌ها و تشویقی (نقدی)

(الف) پاداش آخر سال، پاداش فصلی و سایر پاداش‌های یک بار در سال (time- one)

(ب) پاداش سهیم شدن در سود

(ج) پرداخت اضافه بابت مرخصی، مازاد بر پرداخت مرخصی عادی و سایر پاداش‌ها و تشویقی‌ها

- پرداخت‌های غیر نقدی

(الف) پرداخت‌های غیرنقدی بابت غذا و نوشابه

(ب) پرداخت‌های غیر نقدی بابت سوخت (رغال سنگ، کک، برق، گاز و غیره)

(ج) ارزش جاری مسکن رایگان یا ارزان

(د) سایر پرداخت‌های غیرنقدی (نظیر کفشه و لباس)

مأخذ: «نظام واحد آماری دستمزد، سازمان بین‌المللی کار (ILO)، تأليف: ک.م بشیر، ک. م همپسند، ک. جی پنی منت، ترجمه صندوق

حمایت از فرصت‌های شغلی، سال ۱۳۷۳

* این درآمد مربوط به مزد و حقوق بگیران از شغلی که به آن اشتغال دارند، می‌باشد.

درآمد

تمامی وجوده و ارزش کالاهایی است که در برابر کار انجام شده یا سرمایه به کار افتاده و یا از طریق منابع دیگر (حقوق بازنیستگی، درآمدهای انتقالی و نظایر آن) در زمان آماری مورد نظر به خانوار تعلق گرفته باشد.

مأخذ: نتایج آمارگیری از هزینه درآمد خانوارهای شهری کشور، مرکز آمار ایران، سال ۱۳۸۲

درآمد خانوار

Household Income

۱- دریافتی‌های کلیه اعضاي خانوار (پولی و غیرپولی) چه در ازاء فعالیت‌های اقتصادی و یا به صورت دریافتی‌های انتقالی درآمد خانوار نامیده می‌شود.

۲- کلیه دریافتی‌های نقدی و غیرنقدی از مزد و حقوق، بهره، سود، اجاره.

(از هر نوع) و سایر منابع به عنوان پاداش، نفقة، اعانه و حقوق بازنیستگی طی ماه و سال درآمد خانوار محسوب می‌گردد.

مأخذ: فرهنگ تعاریف و مفاهیم استاندارد بکار رفته در طرح‌ها و گزارش‌های آماری، مرکز آمار ایران، جلد ۴، سال ۱۳۷۴.

درآمد مزد و حقوق بگیران

Wage- workers/ Employee Income

درآمد مزد و حقوق بگیران عموماً به اشکال مختلف است. بدین معنی که ممکن است کلیه دریافتی‌های آنها از بابت انجام کار نقدی و یا قسمتی نقدی و قسمتی جنسی و یا پاداش به صورت:

(الف) دستمزد نقدی

(ب) دستمزد جنسی

(ج) سایر درآمدها

باشد.

مأخذ: مرکز آمار ایران، فرهنگ تعاریف و مفاهیم استاندارد بکار رفته در طرح‌ها و گزارش‌های آماری، جلد ۴، سال ۱۳۷۴

درآمد مزد و حقوق بکیر دولتی

Public wage- worker Income

درآمد خالص کلیه اعضاي شاغل مزد و حقوق بکیر خانوار در بخش دولتی است که شامل کلیه دریافتی‌های مستمر و غیرمستمر پولی و غیرپولی آنها می‌باشد.

مأخذ: مرکز آمار ایران، فرهنگ تعاریف و مفاهیم استاندارد بکار رفته در طرح‌ها و گزارش‌های آماری، جلد ۴، سال ۱۳۷۴

درآمد مزد و حقوق بکیر خصوصی

Private wage- worker Income

درآمد کلیه اعضاي شاغل مزد و حقوق بکیر خانوار در بخش خصوصی است که شامل مزد و حقوق و مزایای مستمر و غیرمستمر پولی و غیرپولی آنها پس از کسر مالیات و بازنیستگی است.

مأخذ: مرکز آمار ایران، فرهنگ تعاریف و مفاهیم استاندارد بکار رفته در طرح‌ها و گزارش‌های آماری، جلد ۴، سال ۱۳۷۴

فروش و هرگونه تغییر در محتواي اين كتاب ممنوع است

منظور از درآمدهای مستمر، آن دسته از دریافت‌های مزد و حقوق‌بگیران است که به طور مرتبط همه ماهه در دوره‌های زمانی مشخص دریافت می‌شود. مانند حقوق و مزایای ماهانه، حقوق عیال و اولاد، کمک‌های مستمر غیریولی و هرگونه نقدی یا جنسی در دوره‌های زمانی منظم و پیش‌بینی شده‌ای که دریافت شود.

مأخذ: مرکز آمار ایران، فرهنگ تعاریف و مفاهیم استاندارد بکار رفته در طرح‌ها و گزارش‌های آماری، جلسه ۴. سال ۱۳۷۴.

درآمد مزد و حقوق‌بگیری بخش عمومی / بخش خصوصی

Wag- workers in Private sector/ Public sector

درآمد کلیه اعضاي شاغل مزد و حقوق بگیر خانوار در بخش عمومی / بخش خصوصی است که شامل دریافتی‌های مستمر و غیرمستمر یولی و غیریولی آنها پس از کسر مالیات و بازنشستگی می‌باشد.

مأخذ: مرکز آمار ایران، فرهنگ تعاریف و مفاهیم استاندارد بکار رفته در طرح‌ها و گزارش‌های آماری. جلد ۴. سال ۱۳۷۴.

درآمد مشاغل آزاد غیرکشاورزی

Free Jobs Income in Non- agriculture Sector

۱- درآمد کلیه افرادی که به صورت کارفرما یا کارکن مستقل در مشاغل آزاد غیرکشاورزی بکار اشتغال دارند. به عنوان درآمد مشاغل غیرکشاورزی منظور شده است.

۲- درآمد افرادی از خانوار که به صورت کارفرما یا کارکن مستقل، در مشاغل آزاد غیرکشاورزی به کار اشتغال دارند پس از کسر هزینه‌های شغلی به عنوان درآمد مشاغل نیز کشاورزی منظور شده است.

مأخذ: مرکز آمار ایران، فرهنگ تعاریف و مفاهیم استاندارد به کار رفته در طرح‌ها و گزارش‌های آماری، جلد ۴. سال ۱۳۷۴.

روش درصدی از میانه (میانگین) درآمد

Percentage of Income Median (Mean) Approach

یکی از روش‌های تعیین خط فقر است. در این روش یک شاخص درآمدی مثل میانه یا نمای توزیع درآمد مشخص می‌شود سپس ۵۰ تا ۶۰ درصد اندازه میانه (نما) به عنوان خط فقر لحاظ می‌شود.

مأخذ: پژوهشکده آمار ایران، اندازه‌گیری شاخص‌های فقر در ایران، سال ۱۳۸۱

روش صدک

Percentile Approach

یکی از روش‌های تعیین خط فقر است، در این روش افراد بر حسب درآمد رتبه‌بندی می‌شوند و بر حسب کمترین صدک توزیع، افراد فقیر شناسایی می‌شوند.

مأخذ: پژوهشکده آمار ایران، اندازه‌گیری شاخص‌های فقر در ایران، سال ۱۳۸۱.

روش نسبت غذا

Food- Ratio Approach

یکی از روش‌های تعیین خط فقر است، که بر اساس آن همواره نسبت ثابتی بین مخارج خوراکی و درآمد (سایر هزینه‌ها) برقرار است. این روش از الگوی هزینه‌های واقعی برای تعیین خط فقر و اجتناب از مشکلات تعیین حداقل نیازهای غذایی استفاده می‌کند.

مأخذ: پژوهشکده آمار ایران، اندازه‌گیری شاخص‌های فقر در ایران، سال ۱۳۸۱.

روش نیازهای اساسی

Basic- Needs Approach

یکی از روش‌های تعیین خط فقر است، که در آن فرض می‌شود باید حداقلی از نیازهای خوراکی و غیرخوراکی تأمین گردد. این سبد حداقل، حداقل سطح درآمد یا مصرف مورد نیاز را تأمین می‌کند.

مأخذ: پژوهشکده آمار ایران، اندازه‌گیری شاخص‌های فقر در ایران، سال ۱۳۸۱

ساعت کار

Hours/ Hours of Work Work

ساعات کار مدت زمانی است که کارگر نیرو یا وقت خود را به منظور انجام دادن کار در اختیار کارفرما قرار می‌دهد.

مأخذ: قانون کار جمهوری اسلامی ایران، ماده ۵۱، سال ۱۳۸۳.

ساعت کار متعارف

Normal work Hours/ Hours of Work

ساعات کار متعارف از طریق تعیین ساعت کار بر حسب قوانین و مقررات، قراردادهای دسته‌جمعی و یا «حکم داوری» معین می‌شود. در مواقعي که ساعات کار عادي از طریق قوانین و مقررات، قراردادهای دسته‌جمعی یا حکم داوری تعیین نگریده است، ساعات کار عادي به

معنای ساعات کار هفتگی یا روزانه‌ای است که کار بیشتر از آن، مشمول نرخ اضافه‌کاری می‌شود و یا خلاف عرف و قاعده تشکیلات کارگری مربوطه است (سازمان بین‌المللی کار ۱۹۷۶)

ساعت کار معمول

Actual work hours/ Hours of Work

ساعت کار معمول به مفهوم ساعات کار معمول هفتگی یا روزانه یک کارگر و معمولاً در یک دوره طولانی‌تری از یک دوره مرجع آمارگیری سنجش می‌شود. ساعت معمول کار به دوره زمانی مشخص اشاره دارد.

ساعت کار واقعی

Actual work hours/ Hours of Work

قطعنامه مربوط به مار ساعات کار که به وسیله دهمین کنفرانس بین‌المللی آمار شناسان کار در ۱۹۶۲ تنظیم شده است به مزدگیران و کارکنان حقوق‌بگیر اشاره دارد. در قطعنامه مذکور آمار مربوط به ساعات کار واقعی شامل موارد زیر می‌گردد.

(۱) ساعات کار واقعی در طول مدت کار (۲) کار اضافی علاوه بر ساعات کار انجام شده در طول مدت کار، با دریافت مزدی بالاتر از نرخ معمول (اضافه‌کاری)، (۳) وقت صرف شده در محل کار برای انجام فعالیت‌های مانند آماده‌سازی محل کار، تعمیر و نگهداری، آماده‌سازی و نظارت ابزار و وسایل کار (۴) زمان سپری شده به صورت آماده خدمت در محل کار به علیه از قبیل کمبود ملزمومات کار، از کار افتادن ماشین‌آلات، وقوع حوادث یا وقت صرف شده در محل کاری که فعالیتی برای انجام دادن وجود نداشته لیکن بر حسب قرارداد که منعقده، پرداخت مزد مربوطه تضمین شده است و (۵) زمان استراحت‌های کوتاه مدت در محل کار مانند وقت نوشیدن چای و...

قطعنامه فوق‌الذکر متعاقباً مقرر می‌دارد موارد زیر مشمول ساعات کار واقعی قرار نمی‌گیرد:

(۱) ساعاتی که در قبال آن مزد دریافت شده لیکن کار انجام نمی‌گیرد مانند مخصوصیت‌های سالیانه با حقوق، تعطیلات عمومی با حقوق، یا مخصوصی استعلامی با حقوق، (۲) وقت صرف غذا (۳) زمان رفت و آمد به محل کار و بالعکس، مفهوم ساعات واقعی کار با ساعاتی که در قبال آن مزد پرداخت می‌شود و به صورت مکرر در آمارگیری از کارگاه‌های مورد استفاده قرار می‌گیرد، متفاوت است.

از آنجاییکه که آمارگیری‌های نیروی کار کلیه گروه‌های شاغلین اعم از شاغلین در مشاغل مزدگیری یا خوداستغالی را پوشش می‌دهد. لذا ساعات کار واقعی باید در رابطه با انواع اشکال اشتغال بکار گرفته شود. مفاده قطعنامه فوق‌الذکر می‌تواند مبنایی برای چنین تعریف فرآگیری باشد. در مورد افرادی که در دوره مرجع دارای دو شغل یا بیشتر بوده‌اند (افراد چند پیشه) ساعات کار واقعی آنها مجموع ساعات کار انجام شده در مشاغل مختلف است. بدین ترتیب ساعات کار واقعی افراد شاغلی که در طول دوره مرجع در محل کار حضور ندارند عملاً به صفر خواهد رسید.

مأخذ: کتاب آمارگیری‌های جمعیت فعال اقتصادی، بیکاری، اشتغال و اشتغال ناقص، سازمان بین‌المللی کار ILO تأليف: ر. هوسمانز، فرهادمهران، ووي جي ورما (۲)

ساعت کار واقعی

ساعت کار واقعی برای افرادی که در طول هفته مرجع در سرکار خود حاضر بوده‌اند عبارت است از تعداد ساعاتی که در طول هفته مذکور کار کرده‌اند (شامل ساعات اضافه‌کاری منهای ساعت غیبت از کار). ساعت کار برای افرادی که در طول هفته مرجع غایب موقت از کار بوده‌اند صفر می‌باشد.

ساعت کار معمول

ساعت کار معمول متوسط ساعت کار فرد در یک هفته از فصل آمارگیری است. ساعت کار معمول اعم در مورد افراد حاضر در سرکار طی هفته مرجع و هم در مورد افراد غایب موقت از طی این مدت معنی‌دار است.

ساعت کار متعارف

ساعت کار متعارف، ساعت کار تعیین شده در هفته در قوانین استخدامی، قانون کار، ... است که برابر ۴۴ ساعت در هفته می‌باشد. مأخذ: مرکز آمار ایران، طرح آمارگیری نیروی کار، ۱۳۸۱

سطوح تحصیلی

Educational Attainment

- سطوح تحصیلی در نظر گرفته شده برای شاخص‌ها در منابع مختلف، متفاوت است. در شاخص‌های کلیدی بازارکار، پنج سطح تحصیلی در نظر گرفته شده است:
- اشخاص با تحصیلات کمتر از یک سال
- کمتر از تحصیلات مقدماتی
- مقدماتی
- سطح متوسطه

- بالاتر از متوسطه

مأخذ: ترجمه شاخص‌های کلیدی بازارکار، خلاصه شاخص شماره ۱۲، اداره کل آمار نیروی انسانی، سال ۱۳۸۳

منبع:

اصطلاحنامه آماری بازارکار، مرکز آمار و اطلاعات بازارکار، وزارت کار و امور اجتماعی. (کار و حاممه)

۱۶۰ نکته در مدیریت

یکی از ویژگی‌های دوران معاصر، سرعت و شتابی است که زندگی و کار به خود گرفته است. براساس ویژگی‌های این دوره، حتی ادبیات، روزنامه‌نگاری و اطلاع‌رسانی نیز تغییراتی کرده است. به عبارت دیگر در حوزه داستان‌نویسی، پس از رمان‌های چند جلدی دهه‌های نخست قرن بیستم، شاهد ظهور داستان‌های مینی مالیستی و کوتاه هستیم، در حوزه روزنامه‌نگاری و اطلاع‌رسانی هم، خبرنوسی و ارائه اطلاعات با کمترین حجم و بیشترین اطلاعات از پیامدهای روزگار معاصر است. در این ارتباط، ۱۶۰ نکته کاربردی و اجرایی در مدیریت را برای مطالعه مدیران، سپریستان و کلیه افرادی که به طور مستقیم با انسانها سروکار دارند، ارائه کرده‌ایم که می‌تواند چکیده دهها کتاب و اثر علمی مدیریتی در این خصوص باشد.

- ۱- در انجام کارها روی شیوه‌ای خاص تأکید نکنید. شاید کسی بتواند از مسیر کوتاه‌تر و بهتری شما را به مقصد برساند.
- ۲- توجه داشته باشید دانش و تجربه، هیچ کدام به تنها یک رهگشا نیستند، مثل اکسیژن و هیدروژن که از ترکیب معینی از آنها هوا تنفس می‌نمایند.
- ۳- از هر فرضیه برای استخدام و به کارگیری افراد برخسته استفاده کنید.
- ۴- به خاطر داشته باشید رعایت استانداردهای محیط کار در کارایی کارمندان مؤثر است.
- ۵- با فرق گذاشتن بین افراد گروه، انگیزه کاری آنها را از بین نبرید.
- ۶- از مشourt و نظرخواهی با نیروی جوان ابایی نداشته باشید.
- ۷- با رفتارهای ضد و نقیض، اعتماد زیرستان را از خود سلب نکنید.
- ۸- در به وجود آوردن فضای رقابتی سالم، کوشباشید.
- ۹- برای ارتقای سطح دانش کارمندان و افزایش بهره‌وری آنان، کلاسهای آموزشی ترتیب دهید و از لوازم کمک آموزشی بهره گیرید.
- ۱۰- دقت کنید که توضیخ کارمند خطاکار، باید مناسب با اشتیاهاتش تعیین شود.
- ۱۱- مطمئن شوید مأمور خردی که برای سازمان در نظر گرفته‌اید، علاوه بر کاردانی و رعایت اصول درست بازاریابی، مورد اعتماد، زرنگ و خوش‌سلیقه نیز هست و همان‌گونه که بر قیمت کالاها توجه دارد، بر زیبایی و کیفیت آنها نیز اهمیت می‌دهد.
- ۱۲- در صورت لزوم با قاطعیت نه بگویید.
- ۱۳- سعی کنید با اصول ساده روانشناسی آشنا شوید.
- ۱۴- طوری رفتار کنید که دیگران شما را به عنوان الگو انتخاب کنند و آینده کاری دلخواه خود را در قالب شخصیت شما مجسم کنند.
- ۱۵- هرگز در حضور کارمندان با دیگر معاشرین خود، پشت سر افراد بدگویی نکنید.
- ۱۶- رعایت سلسله مراتب کاری را به مسئولین و سپریستان گوشزد کنید.
- ۱۷- برای آزمودن کارمندانان با آزمایش‌های فاقد ارزش و بی‌اساس، شخصیت آنان را زیر سؤال نبرید.
- ۱۸- با شروع به موقع جلسات، وقت‌شناختی را عملاً به حاضرین بیاموزید.
- ۱۹- برای گیراتر شدن سخنان خود، همیشه چند عبارت کلیدی از بزرگان و افراد برخسته در ذهن داشته باشید و در موقع لزوم آنها را به کار ببرید.
- ۲۰- در انجام کارها به سه نکته بیش از بقیه نکات توجه کنید: اعتماد به نفس، اعتماد به نفس، اعتماد به نفس.
- ۲۱- انتقاد پذیر باشید.
- ۲۲- با بی‌توجهی، تلاش و رزمات زیرستان را بی‌ارزش نکنید.
- ۲۳- با وسواس بیهوده در انتخاب، زمان را از دست ندهید و به خاطر داشته باشید زمان برای شما متوقف نمی‌شود.
- ۲۴- برای حل مشکلات احتمالی، دوراندیش باشید و مطمئن باشید با در نظر داشتن چند راهکار تخصصی، هرگز در موارد اضطراری غافلگیر نخواهید شد.
- ۲۵- نقش تبلیغات را در سودآوری سازمان نادیده نگیرید.
- ۲۶- خواسته‌های خود را واضح و روشن بیان کنید و اطمینان حاصل کنید که کارمندان به خوبی از جزئیات وظیفه‌ای که به عهد آنان است، مطلع هستند.
- ۲۷- از هر کس، مطابق دانش و تجربه‌اش توقع داشته باشید تا بهترین نتیجه را بدست آورید.
- ۲۸- وظایف کارمندان را متناسب با توانایی‌های فیزیکی و حرفة‌ای آنان تعیین کنید.
- ۲۹- اگر از موضوعی علمی اطلاعی ندارید، یا احتیاج به توضیحات بیشتری دارید، بدون هیچ تردیدی سؤال کنید.
- ۳۰- در موارد بحرانی، خونسردی خود را حفظ کنید و چند استراتژی بحران‌زدایی مناسب با فعالیت سازمانی خود را پیش‌بینی و طراحی کنید تا در موارد لزوم از آنها استفاده کنید.
- ۳۱- از رفتارهایی که شما را در سازمان عصبی معرفی می‌کند، پرهیز کنید.
- ۳۲- انتقامجو نباشید.
- ۳۳- زمان پیاده‌سازی تصمیم‌گیری‌ها، به اندازه اخذ تصمیمات، مهم است. چون ممکن است اجرای یک نقشه خوب تجاری در زمان نامناسب با شکست روبرو شود.
- ۳۴- در مورد چیزی که نمی‌دانید، به کسی اطلاعات اشتباه ندهید و از گفتن نمی‌دانم، هراسی نداشته باشید.
- ۳۵- با محول کردن مسئولیت به کارمندان مستعد و خلاق، زمینه رشد و خلاقیت آنان را فراهم کنید.
- ۳۶- بدون تفکر و درنگ پاسخ ندهید.
- ۳۷- نحوه چیدمان میز کارمندان و محل استقرار آنها را طوری انتخاب کنید که افراد فراموش نکنند در محل کارشان هستند و نباید بیش از حد مجاز باز هم به گفتگو بپردازنند.
- ۳۸- حرفة‌ای‌ترین و بهترین حسابدار و مشاور حقوقی را استخدام کنید.
- ۳۹- به مشکلات مالی افراد توجه کنید و درخواستهای موجه اخذ وام آنان را به تعویق نیندازید.
- ۴۰- همیشه به خاطر داشته باشید تواضع و ملتانت بر شکوه شما می‌افزاید.
- ۴۱- اگر قاطعیت مدیر با مهربانی تأمین باشد، تأثیر شگفت‌انگیزی بر اطرافیان خواهد داشت و فرمانبری با ترس جای خود را به انجام وظیفه با حس مسئولیت‌پذیری می‌دهد.
- ۴۲- سامانه‌ای را جهت اخذ پیشنهاد اختصاص دهید و به کارمندان اطمینان دهید که در کمال رازداری به پیشنهادهای مطرح شده رسیدگی می‌کنید.
- ۴۳- مطمئن شوید که حق و حقوق دیگران توسط مسئولین و سپریستان سازمان رعایت می‌شود.
- ۴۴- چند ساعت از یک روز مشخص در ماه را به بازید از سطوح مختلف سازمان و گفت‌وگویی رودررو با کارمندان اختصاص دهید.
- ۴۵- در سمینارهای مرتبط با فعالیت خود شرکت کنید.
- ۴۶- در کمک رسانی‌های مراسم خیریه پیشقدم باشید.
- ۴۷- با درایت و زیرکی همیشه در کمین شکار فرستهای طلایی باشید.

همه چیز درباره راه اندازی کسب و کار از صفر تا صد
۴۸- صبر و حوصله را از مهمترین ارکان موفقیت تلقی کنید.
۴۹- مسئولیت‌پذیر باشید.

۵۰- به منظور اطلاع حاصل کردن از مطالب جدید علمی، در چند سایت اینترنتی مرتبط عضو شوید.

۵۱- چند نکه کلام اختصاصی و جالب برای خود انتخاب کنید.

۵۲- تفکر و تعمق قبل از پاسخگویی راحت‌تر از پیدا کردن چاره‌ای برای تغییر آنچه عنوان شده می‌باشد.

۵۳- وقتی می‌خواهید کاری را به کسی محول کنید، روشی را برای عنوان کردنش انتخاب کنید تا حس مسئولیت افراد برانگیخته شود.

۵۴- علت شکست‌های کارهای کارمندان، زحمات آنان را بی‌ارزش نکنید.

۵۵- با بی‌اهمیت جلوه دادن کارهای کارمندان، زحمات آنان را بی‌ارزش نکنید.

۵۶- با انجام ورزشهای فکری، قابلیت‌های ذهنی خود را تقویت کنید.

۵۷- به هر کس فراخور فعالیت و بازده کاری اش پاداش دهید و با در نظر گرفتن پادشاهی مساوی، حرکت افراد شایسته گروه را کند نکنید.

۵۸- با به کارگیری مشاورین کارآزموده و متعهد، موقعیت بازار کار را تحلیل کنید و استراتژی به کار بگیرید که همیشه یک گام از رقبا جلوتر باشید.

۵۹- اجازه ندهید بار مسئولیت کارمندان بی‌کفايت و کند بر دوش کارمندان خبره و ساعی تحمیل شود زیرا افراد با درک این بی‌عدالتی انگیزه خود را از دست می‌دهند.

۶۰- دانش حرفه‌ای خود را تا حدی بالا ببرید که در موارد لزوم در مقابل کلیه سؤالات حرفه‌ای حاضر جواب باشید.

۶۱- زمان استخدام، افراد علاوه بر تست‌های مقرر شده، تست‌هایی انجام دهید که مطمئن شوید کسی را که به کار می‌گمارید، تبل نیست!

۶۲- هنگام دست دادن، دست افراد را محکم و صمیمانه بفسارید.

۶۳- وقتی عصبانی هستید، درباره دیگران تصمیم‌گیری نکنید.

۶۴- همیشه وقت‌سنجی باشید. برای حضور به موقع، می‌توانید از ترفند قدیمی ۵ دقیقه جلو کشیدن ساعت استفاده کنید.

۶۵- هرگز امید ارتقا را از زیردستان نگیرید، زیرا به طور یقین، انگیزه آنها برای تلاش از بین می‌رود.

۶۶- سعی کنید در صورت لزوم در دسترس باشید و شناسن حرف زدن را به همه سطوح سازمان بدھید. در این صورت شاید با ایده‌های درخشانی روی‌رو شوید.

۶۷- به کارمندان ساعی و متعهد بگویید که چقدر برای سازمان مفید هستند و شما به آنها علاقه و اعتماد دارید.

۶۸- هیچگاه اجازه ندهید کسی حالت افسردگی و نامیدی شما را ببیند.

۶۹- به شایعات بی‌اساس بی‌توجه باشید و در مورد زیردستان از روی دهن‌بینی قضاوت نکنید.

۷۰- خشکی جلسات طولانی را با شوخ‌طبعی قابل تحمل کنید.

۷۱- از سرزنش کردن دیگران در جمع خودداری نکنید.

۷۲- برای همه سطوح سازمان حتی خدمه و نامه‌رسانها احترام قائل شوید.

۷۳- از منشی خود بخواهید روز تولد کارمندان، کارت تبریکی را که توسط شما امضا شده است، برایشان ارسال کند.

۷۴- در موقع امضا کردن نامه‌ها و مکتوبات آنها را به دقت مطالعه کنید و از امضا کردن آنها، زمانی که حوصله و تمرکز ندارید پرهیز نکنید.

۷۵- خوش‌بخت و خوش‌بینی را با شوخ‌طبعی قابل تحمل کنید.

۷۶- با قدردانی به موقع از کارمندان، انرژی کاری آنان را افزایش دهید و حسن خلاقیت را در آنان تقویت کنید.

۷۷- موقع حرف زدن با اعتماد به نفس به چشمانت افراد نگاه کنید و همیشه متبعش باشید.

۷۸- هرگز برای پیشبرد اهداف کاری خود، دیگران را با وعده‌های بی‌اساس فربیض ندهید.

۷۹- سعی کنید اسامی کارمندان را به خاطر بسیارید و در حین صحبت کردن با آنان، اسمشان را به زبان بیاورید.

۸۰- همواره به خاطر داشته باشید به کار بردن الفاظ مؤدبانه از اقتدار شما نمی‌کاهد.

۸۱- اشتباهات زیردستان را بیش از حد لازم به آنها گوشزد نکنید.

۸۲- امین و رازدار افراد باشید.

۸۳- روی اشتباهات خود پاچاره‌ای نکنید و بی‌تعصب خطاهای خود را بپذیرید.

۸۴- با عبارات کنایه‌آمیز و نیشدار به دیگران درس عبرت ندهید.

۸۵- با آرامش و خونسردی به حرفهای دیگران گوش کنید و برای صرفه‌جویی در زمان مرتباً حرف آنان را قطع نکنید.

۸۶- روش محاسبات مالی را تا حدی یاد بگیرید تا قادر به تجزیه و تحلیل‌های گزارشات مالی سازمان باشید.

۸۷- در جلسات دائماً به ساعت خود نگاه نکنید.

۸۸- به نحوه پوشش و ظاهر خود توجه کنید.

۸۹- تا صحت و سقم مسأله‌ای روش نشده، کسی را موّاخذه نکنید.

۹۰- معاشرین چاپلوس خود را جدی نگیرید.

۹۱- نکات جالب و پنداموز کتابهایی را که می‌خوانید، در دفتری یادداشت کنید و در موارد مناسب آنها را به کار ببرید.

۹۲- اعطاف‌پذیر باشید.

۹۳- بدون توهین به عقاید دیگران، با آنها مخالفت کنید.

۹۴- نسبت به قول خود پاییند باشید.

۹۵- در موقعیت‌های بحرانی بر خود مسلط باشید و نگذارید زیردستان از اضطراب شما آگاه شوند.

۹۶- برای حرف زدن زیباترین و خوش‌آهنگ‌ترین الفاظ را انتخاب کنید.

۹۷- ریسک‌پذیر باشید.

۹۸- نحوه استفاده از نرم‌افزارهای مرتبط با کار خود را بیاموزید.

۹۹- برای ثبت ایده‌های درخشانی که ناگهان به ذهن می‌رسند، همیشه یک قلم و کاغذ به همراه داشته باشید.

۱۰۰- کتابخانه سازمان را به روز نماید و اسامی کتابهایی را که اضافه می‌شود به صورت لیست منتشر شده در اختیار کارمندان قرار دهید.

۱۰۱- مطمئن شوید ابراز رضایت شغلی افراد به سبب ترس از توبیخ مسئولین و سرپرستان نیست.

۱۰۲- به واسطه مدیر بودن خود، از دیگران توقع بیجا نداشته باشید.

۱۰۳- در اولین فرصت در خاتمه دادن به مشاجرات و کدورت‌هایی که بین کارمندان پیش می‌آید، حکمیت کنید و برقرار کننده صلح و آشتی باشید.

۱۰۴- در مصاحبه استخدمی افراد به سوابق کاری آنان توجه و به خاطر داشته باشید کارمند موفق کارنامه‌ای پریار به همراه دارد.

۱۰۵- از انحصاری کردن خدمات رفاهی سازمان پرهیز کنید و اجازه دهید همه سطوح از این خدمات بهره‌مند شوند.

۱۰۶- زمان دقیق پیاده‌سازی تصمیمات اخذ شده را پیدا کنید، چون ممکن است اجرای یک نقشه خوب، در زمان نامناسب با شکست رویه رود.

۱۰۷- برای حفظ اطلاعات سازمانی، از بهترین و پیشرفته‌ترین سیستم حفاظتی استفاده کنید.

۱۰۸- زیبدۀ ترین کادر بازاریابی را گردآوری کنید و حتی زمانی که سوددهی سازمان در وضع مناسبی قرار دارد، از آنان بخواهید ریتم

فروش و هرگونه تغییر در محتوای این کتاب من نوع است

گردآوری و تنظیم : رضا فریدون نژاد

فعالیت‌های خود را کند نکرده و همچنان به صورت جدی ادامه دهند.

۱۰۹- به منظور جلوگیری از تک روی و رقابت‌های ناسالم، روحیه انجام کار گروهی در سازمان را تقویت کنید.

۱۱۰- از عنوان کردن فرامین غیرمنطقی احتراز جویید، زیرا جز خشیده‌دار کردن شخصیت حرفه‌ای شما پیامدی ندارد.

۱۱۱- عملکرد افراد را در زمان اضافه کاری کنترل کنید تا بینویسیله از سوی استفاده افراد ناشایست که به عنوان اضافه کاری در سازمان به انجام کارهای شخصی با اتفاق وقت می‌پردازند، جلوگیری شود.

۱۱۲- از نگارش واژه‌ای که از صحبت املای آن اطمینان ندارید، پرهیز کنید و برای حصول اطمینان از نگارش صحیح لغاتی که فراموش کرده‌اید، همیشه یک فرهنگ لغت در دسترس داشته باشید.

۱۱۳- وقتی در مورد موضوعی محروم‌انه صحبت می‌کنید، مراقب استراق سمع دیگران باشید.

۱۱۴- اموال مهم سازمان را بیمه کنید.

۱۱۵- در سلام کردن و ایجاد ارتباط دوستانه پیشقدم باشید.

۱۱۶- مراقب سلامتی خود باشید و هرگز از باد مبربد عقل سالم در بدنه سالم است.

۱۱۷- مطمئن شوید کادر مالی شما به موقع در پرداخت صورت حساب‌ها اقدام می‌کنند و پرداختها بنا به دلایل غیرموجه، به تعویق نمی‌افتد.

چون تأخیر در پرداختها به اعتبار مالی شما لطمه جبران‌ناپذیری وارد می‌کند.

۱۱۸- عیب‌جو و بهانه‌گیر نباشید و اجازه ندهید این دو خصلت در شما به عادت مبدل شود.

۱۱۹- هرگز از خاطر نبرید انسان، اشرف مخلوقات است و با درایت و پشتکار می‌تواند برای هر مشکلی، راه حل مناسبی پیدا کند.

۱۲۰- برخی از بازنیستگان پس از بازنیستگی تمایل به ادامه کار دارند، اگر می‌خواهید این افراد را به کار بگیرید توجه داشته باشید توانایی و انرژی و یا انگیزه کافی جهت نیل به اهداف سازمانی در این افراد وجود داشته باشد و درخواست کار آنها صرفاً به دلیل رفع نیاز مالی نباشد.

۱۲۱- همواره هوشیار باشید کسی در سازمان جهت حفظ عنوان شغلی و موقعیت خود به عنوان ترمز برای نیروهای فعال و پر انرژی عمل نکند.

۱۲۲- از اشتباهات خود درس بگیرید و آن را به دیگران نیز درس بدھید.

۱۲۳- حتی وقتی موردی پیش آمده که به شدت ترسیده‌اید، اجازه ندهید اطرافیان از این حس شما مطلع شوند.

۱۲۴- افراد متخصص سازمان را برای اخذ نشریه‌های تخصصی آbone کنید.

۱۲۵- هیچکس را دست کم نگیرید.

۱۲۶- حامی ضعیفان باشید و اجازه ندهید حق کسی ضایع شود.

۱۲۷- اگر در جمیعی هستید که موضوع مورد بحث را نمی‌دانید و روشن شدن این امر به اعتبار علمی شما لطمه خواهد زد، لازم نیست با

اظهار نظر در مورد آن، عدم آگاهی خود را عیان سازید. می‌توانید سکوت کنید تا در اولین فرصت به تکمیل اطلاعات خود بپردازید.

۱۲۸- آرام و شمرده صحبت کنید.

۱۲۹- زمانی که از کسی اشتباهی سر می‌زند، با رفتار صحیح و منطقی او را شرمنده کنید، نه با توهین و ناسزا.

۱۳۰- به اندازه کافی استراحت کنید و اجازه ندهید خستگی و استرس به سلامت روحی شما لطمه وارد کند.

۱۳۱- هر از چند گاهی جلسه‌ای به منظور پرسیش و پاسخ با حضور سرپرستان ترتیب دهید تا از صحبت عملکرد و برنامه‌های آنان مطمئن شوید.

۱۳۲- سرپرستان و مسئولین، پل ارتباطی مدیریت و کارمندان هستند، تا از استحکام این پل مطمئن نشده‌اید بی‌محابا گام برندارید، چون در

غیر این صورت ممکن است سقوط کنید.

۱۳۳- کارمندان را تشویق کنید تا با ابتكار در انجام کارهای ایشان راههایی برای صرفه‌جویی و پایین آوردن هزینه‌ها پیدا کنند.

۱۳۴- کتاب قانون تجارت را در دسترس داشته باشید.

۱۳۵- با توجه بیش از حد به افراد خاص، حسابات دیگران را برانگیخته نکنید.

۱۳۶- به دیگران فرصت جبران اشتباهاتشان را بدھید.

۱۳۷- نقاط ضعف و قوت خود را کشف کنید.

۱۳۸- مطمئن شوید هیچ منبع انرژی، بیهوده به هدر نمی‌رود. برای مثال کسی را موظف کنید تا از خاموش بودن چراغها و بسته بودن

شیرهای آب پس از انمام ساعت اداری و خروج نیروها اطمینان حاصل کند.

۱۳۹- با اولین برخورد، در مورد کسی قضاوت نکنید.

۱۴۰- حس ششم خود را نادیده نگیرید.

۱۴۱- هر کسی را فقط با خودش مقایسه کنید، نه دیگران.

۱۴۲- برای هر بخش، یک جعبه کمک‌های اولیه تجهیز کنید.

۱۴۳- اعجاز عبارات تأکیدی و مثبت را نادیده نگیرید.

۱۴۴- راحت‌ترین مبلمان و چشم‌نوازترین وسایل را برای اتاق خود تجهیز کنید و برای استفاده بهینه از فضا و زیبایی محیط از طراحان داخلی کمک بگیرید.

۱۴۵- پنجره‌ها را مسدود نکنید، اجازه ندهید همگان از نور و هوای تازه که ارزانترین موهبت‌های الهی هستند، بهره‌مند شوند. گاهی وزش یک

نسیم می‌تواند آرامش چشمگیری برای محیط به ارمغان بیاورد.

۱۴۶- از انجام هر جایه‌جایی برای نیروی انسانی در محیط کار، نمی‌توان نتیجه مطلوب گردش شغلی را حاصل نمود. اگر جایه‌جایی کارمندان

اصلی و حساب شده نباشد، باعث افت راندمان کاری و دلزدگی آنان از کارشان می‌شود.

۱۴۷- مراقب باشید و اجازه ندهید سرپرستان و مسئولان برای پیاده‌سازی نظرات شخصی و اجرای فرامین خود، خودسرانه دستوری را به

اسم شما اعلام کنند، زیرا در این صورت اگر این دستورات صحیح و قابل اجرا نباشد، از حسن شهرت و محبویت شما کاسته خواهد شد.

۱۴۸- سرمایه‌های مالی، وقت و انرژی نیروی انسانی را با آموزش‌های غیرضروری به هدر ندهید. برای هر کسی آموزشی را تدارک ببینید تا

بتواند از آن در بهبود بخشیدن کارهایش استفاده کند. در غیر این صورت وقتی فرصتی برای استفاده از این آموخته‌ها دست ندهد، خیلی زود

به ورطه فراموشی سپرده می‌شود و هرگز تبدیل به یک مهارت نمی‌شود.

۱۴۹- بی‌طرفانه راجع به مسائل تصمیم‌گیری کنید تا زاویه دید شما وسعت پیدا کند.

۱۵۰- با هر نوع بی‌انضباطی مبارزه کنید.

۱۵۱- روز خود را با خوردن صبحانه‌ای مقوی آغاز کنید.

۱۵۲- از این‌م بودن آسانسورها و سایر وسایل مهم اطمینان حاصل کنید و اگر احتیاج به تغییر دارند، بدون فوت وقت اقدام کنید.

۱۵۳- حتی اگر سن شما از کارمندان کمتر است، آنچنان دلسویزه با مسائلشان برخورد کنید تا لقب "پدر سازمان" را کسب کنید.

۱۵۴- جهت حفظ سلامتی و چالاکی هر روز حداقل ۱۵ دقیقه نرمی‌شود.

۱۵۵- در برخی از برنامه‌های ریزی‌ها و اخذ تصمیمات از کارکنان نیز نظرخواهی کنید تا با این مشارکت صمیمیت بیشتری بین مدیریت و کارکنان برقرار گردد و حس مسئولیت‌پذیری افراد افزایش یابد.

۱۵۶- از کارکنان بخواهید اگر با مشکلی رویه‌رو می‌شوند ضمن اعلام آن مشکل چند راه حل مناسب نیز ارائه دهند.

۱۵۷- گاهی اوقات بدون اطلاع قبلی وارد اتاق کارکنان شوید و شخصاً با آنان به گفت‌وگو بپردازید.

فروش و هرگونه تغییر در محتواه این کتاب ممنوع است

۱۵۸- با برقراری امنیت شغلی در محیط روحیه کاری افراد را بهبود ببخشید.

۱۵۹- اگر به افراد شخصیت بدھید و با برخوردهای نادرست عزت نفس آنان را پایمال نکنید آنان به متابه اهرم عمل می‌کنند و قادر خواهند بود

مسئولیت‌هایی که به عهده آنان است بدون استرس و فشار روحی و با کیفیت بهتری به انجام برسانند.

۱۶۰- مشوق و ترویج‌دهنده کار تیمی باشد تا هماهنگی و همسویی کارکنان جایگزین رقابت‌های ناسالم شود.

۱۰۰ ایده بازاریابی برای تجارت سودآور

هرچقدر استراتژی جامعی برای بازاریابی داشته باشید، باز از دانستن نکاتی جهت هدف گیری دقیق مشتریان محصولات و خدمات تان بی نیاز نخواهید بود. در ذیل یکصد نکته بازاریابی برای کلیه کسب و کارهای خرد و کلان ارائه می‌گردد.

ایده های کلی

- ۱- نگذارید روزتان بدون پرداختن به حداقل یک فعالیت بازاریابی شب شود.
- ۲- درصدی از درآمد ناخالص خود را به عنوان بودجه سالیانه بازاریابی تعیین کنید.
- ۳- هر سال اهداف خاص بازاریابی را تعیین و هر سه ماه یک بار آنها را ارزیابی و تنظیم نمایید.
- ۴- یک پوشه برای نگهداری ایده های بازاریابی اختصاص دهید.
- ۵- هر روز و هر ساعت کارت ویزیت را همراه تان داشته باشید.
- ۶- یک سنجاق سینه شخصی با آرم شرکت تان طراحی کنید و در جلسات به کت خود بزنید.

بازار هدف

- ۷- نسبت به تحولاتی که شاید روی بازار هدف، محصول یا استراتژی بازاریابی شما تاثیر بگذارد، هوشیار باشید.
- ۸- مطالعات تحقیق، بازاریابی درباره حرفه، صنعت، محصول و گروه های بازار هدف خود را بخوانید.
- ۹- آگهی های رقبای خود را گردآوری کنید و با مطالعه آنها، اطلاعاتی درباره استراتژی، ویژگی ها و مزایای محصولات آنها به دست آورید.
- ۱۰- از مشتریان پیشید چرا شما را انتخاب کردند و خواستار توصیه هایی برای بهبود کیفیت شوید.
- ۱۱- از مشتریان سابق پرسید چرا شما را رها کردند.
- ۱۲- بازار جدیدی شناسایی کنید.
- ۱۳- به یک فهرست پستی مربوط به حرفه تان بپیوندید.

توسعه محصول

- ۱۴- یک خدمت، تکنیک یا محصول جدید ارائه دهید.
- ۱۵- نسخه ای ساده تر، ارزان تر یا کوچک تر از محصول یا خدمت خود پدید آورید.
- ۱۶- نسخه ای شکیل تر، گران تر، سریع تر یا بزرگتر از محصول یا خدمت خود ارائه دهید.
- ۱۷- خدمات خود را بهنگام کنید.

آموزش، منابع و اطلاعات

- ۱۸- یک تیم مشاوره در زمینه بازاریابی و روابط عمومی مرکب از همکاران و صاحبان کسب و کارهای مشابه را گردhem آورید و به تبادل اندیشه و مسائل صنفی پردازید.
- ۱۹- برای کارکنان خود یک صندوق پیشنهادات بگذارید.
- ۲۰- در سمینارهای بازاریابی حضور یابید.
- ۲۱- کتاب های بازاریابی را بخوانید.
- ۲۲- مشترک نشریات مکتوب و اینترنتی بازاریابی شوید.
- ۲۳- هرماه یک جلسه بازاریابی با کارکنان یا میباشران خود بگذارید تا درباره استراتژی و وضعیت بازار بحث کنید و ایده های تازه بگیرید.
- ۲۴- به انجمن یا سازمان های مرتبط با حرفه تان ملحق شوید.
- ۲۵- یک پوشه را برای یافتن طراح، نویسنده و سایر حرفه ای های بازاریابی کنار بگذارید.
- ۲۶- یک مشاور بازاریابی جهت همفکری استخدام کنید.
- ۲۷- «سفری خلاق» به شهر یا کشوری مترقبی داشته باشید تا تکنیک های بازاریابی آنجا را یاد بگیرید.

قیمت گذاری و پرداخت

- ۲۸- ساختار قیمت گذاری تان را تجزیه و تحلیل کنید و بینید کجای آن نیاز به اصلاح و تنظیم دارد.
- ۲۹- به مشتریان امکان دهید با کارت اعتباری پرداخت کنند.
- ۳۰- به مشتریان ثابت، تخفیف دهید.
- ۳۱- شگردهای معامله پایاپای را بیاموزید. به اعضای برخی باشگاه ها، گروه های حرفه ای و سازمان ها در مقابل تبلیغ محصولات و خدمات شما در نشریات شان تخفیف بدهید.
- ۳۲- برای «پرداخت های سریع» و نقد، تخفیف قائل شوید و از مشتریان ثابت به صورت قسطی پول بگیرید.

ارتباطات بازاریابی

- ۳۳- برای مشتریان کنونی و بالقوه تان یک خبرنامه منتشر کنید.
- ۳۴- بروشوری از محصولات و خدمات تان را چاپ کنید.
- ۳۵- هرماه بروشورهای خود یک برگه نظرسنجی بگنجانید که پول تمیزش را شما پرداخته اید. بدین ترتیب می توانید بازخورد ارزشمندی از مشتریان دریافت کنید.
- ۳۶- یادتان باشد کارت ویزیت درون جعبه کارایی ندارد، حتما آن را پخش کنید. به هر مشتری بالقوه دو کارت ویزیت و بروشور بدھید تا یکی را نگه دارد و دیگری را به دوستانش بدهد.

- ۳۷- برای هر کدام از بخش های بازار هدف تان یک کارت ویزیت و بروشور خاص طراحی کنید، (مثلاً یکی برای سازمان ها و نهادهای دولتی و یکی برای کارها و مصرف کنندگان)
- ۳۸- یک پوستر یا تقویم با آرم شرکت تان چاپ کنید و به مشتریان هدیه بدهید.
- ۳۹- روی سریرگ، برگه های فاکس یا صور تحساب، شعار یا جمله ای در وصف فعالیت خود به چاپ برسانید.
- ۴۰- در بروشورهای خود نظرات مثبت مشتریان درباره کالا و خدمات خود را به چاپ برسانید.
- ۴۱- یک فهرست پستی جدید را امتحان کنید. اگر به ثمر ننشست، آن را به فهرست های کنونی پست مستقیم خود بیافزایید یا به فکر کنار گذاشتن فهرستی بیافتدید که توقعات شما را برآورده نمی کند.
- ۴۲- برای بازاریابی به شیوه پست مستقیم از پاکت های رنگی یا بزرگ استفاده کنید یا نامه هایی را روی کاغذ سفید بدون خط بفرستید تا کنجکاوی گیرنده را برانگیزد.

رابطه با رسانه ها

- ۴۳- از انتشار نشریات جدید متوجه شوید تا اخبار خود را به رسانه و فرد مناسب بفرستید.
- ۴۴- در روزنامه های عادی یا اقتصادی و نشریات تخصصی مطلب بنویسید.
- ۴۵- مقاله ای به قلم خود چاپ کنید و نسخه های آن را برای همکاران تان بفرستید.
- ۴۶- در تنظیم اخبار فعالیت شرکت خود کوشای بشید و آنها را به موقع و چندین بار برای مطبوعات ارسال کنید.
- ۴۷- یکصدمین، پانصدمین یا یکصد هزارمین مشتری خود را در مطبوعات معرفی کنید.
- ۴۸- یک جایزه سالیانه به راه اندازید و آن را در بوق و کرنا کنید. مثلاً می توانید به بهترین کارمند سال شرکت یا سازمان خود جایزه بدهید.
- ۴۹- در زمینه رسانه و روابط عمومی آموزش ببینید یا مطالibi درباره آن بخوانید.
- ۵۰- در برنامه های رادیویی و تلویزیونی حضور باید.
- ۵۱- در مورد صنعت یا تخصص خود سفارش یک برنامه تلویزیونی بدهید و آن را به شبکه محلی خود بدهید تا به عنوان یک برنامه عادی پخش کند.
- ۵۲- نامه ای به سردبیر روزنامه یا مجله محلی تان بنویسید و او را به ناهار دعوت کنید.
- ۵۳- اخبار خود را همراه عکس مربوطه به مطبوعات بفرستید.
- ۵۴- مرتب روزنامه ها و مجلات را برای یافتن فرصت های روابط عمومی بخوانید.
- ۵۵- برای مطبوعات مقالات «راهنما» درباره حوزه تخصصی کسب و کارتان بفرستید.
- ۵۶- در صنعت خود تحقیق کنید و پس از کشف یافته ای مهم، آن را در اختیار مطبوعات بگذارید.

خدمات مشتری و رابطه با مشتری

- ۵۷- از مشتریان تان بخواهید که بازگرددن.
- ۵۸- تماس های تلفنی مشتریان را بدون فوت وقت پاسخ دهید.
- ۵۹- روی دستگاه پیامگیر تلفن، اطلاعات مهم مانند ساعت کار شرکت، مکان و فرد پاسخگو را ضبط کنید.
- ۶۰- روی دستگاه پیامگیر تلفن، پیامی بیادماندنی یا «نکته روز» را ضبط نمایید.
- ۶۱- برای مشتریان تان نمایش یا هر رویداد جالب دیگر را سازماندهی کنید یا بلیت تئاتر و سینما و... برایشان بفرستید.
- ۶۲- در دفترتان با حضور مشتریان یک سمینار برگزار کنید.
- ۶۳- تشکرname های دستنویس خوش خط برای مشتریان بفرستید. می توانید برای جشن تولدشان یا سایر مناسبات های سال، کارت تبریک ارسال کنید.
- ۶۴- مقالات جالب را کپی کنید و همراه کارت ویزیت و بروشور تان برای مشتریان کنونی یا بالقوه بفرستید.
- ۶۵- بخشی از وب سایت خود را به مشتریان اختصاص دهید.
- ۶۶- هزارگاهی دکور محل ملاقات خود با مشتریان را از نو طراحی کنید.

شبکه رابط ها و تبلیغ دهان به دهان

- ۶۷- به یک اتاق بازرگانی یا سایر سازمان های مرتبط بپیوندید.
- ۶۸- بروشور خود را برای اعضای سازمان هایی که عضویت شان را دارید، بفرستید.
- ۶۹- در ایام تعطیل، میهمانی تجاری بگیرید.
- ۷۰- پس از شرکت در یک همایش، برای شرکت کنندگان آن نامه بفرستید.

تبلیغات

- ۷۱- در فصل های اوج فعالیت تجاری برای کسب و کارتان تبلیغ کنید.
- ۷۲- یک شماره تلفن راحت و بیاد ماندنی بگیرید.
- ۷۳- برای سایت اینترنتی خود، آدرس بیادماندنی انتخاب کنید و آن را در کلیه ارتباطات بازرگانی قید نمایید.
- ۷۴- از طریق پست مستقیم، کسب و کار خود را مشترکاً با سایر حرفه ای ها تبلیغ کنید.
- ۷۵- در یک دایرکتوری ویژه یا کتاب زرد تبلیغ نمایید.
- ۷۶- به منظور دستیابی به بازارهای خارجی، آگهی دو یا چند زبانه چاپ کنید. این آگهی را در نشریه ای پر مخاطب قرار دهید.
- ۷۷- به مشتریان خود هدایای تبلیغاتی نظری خودکار، پدماؤس یا ماگ بدهید.
- ۷۸- درون پاکت نامه یا مرسولات پستی، چیزی برجسته بگذارید تا کنجکاوی گیرنده تحریک شود.
- ۷۹- مقابله پیاده روی دفترتان به کمک لیزر یک پیام تبلیغاتی بتابانید.
- ۸۰- برچسب های جالبی برای نصب روی شیشه اتومبیل طراحی و بین مشتریان توزیع کنید.
- ۸۱- آگهی های خود را کدگذاری و نتایج شان را دنبال کنید.
- فروش و هرگونه تغییر در محتوا این کتاب منوع است

- همه چیز درباره راه اندازی کسب و کار از صفر تا صد
-۸۲- تابلو ساختمان تان و تابلوهای راهنمای داخلی و خارجی آن را بهبود ببخشید.
-۸۳- اگر فکر می کنید آرم شرکت شما منسخ شده، آن را از نو رنگ آمیزی کنید.
-۸۴- حامی مالی یک مسابقه ورزشی یا برنامه رادیویی و تلویزیونی شوید.

رویدادهای ویژه

- ۸۵- در نمایشگاه های مربوط به حرفه تان، حتما یک غرفه بگیرید.
-۸۶- همراه سازمان های غیرانتفاعی، مانند موسسات حمایت از کودکان معلول، اسپانسر یک برنامه یا ضیافت شوید.
-۸۷- در دبیرستان ها سخنرانی کنید و به دانشجویان درباره حرفه آینده شان توصیه کنید.
-۸۸- خیابانی در منطقه جغرافیایی تان انتخاب و اعلام کنید که نظافت آن را سازمان یا شرکت شما بر عهده می گیرد. رهگذران با دیدن نام و آرم شما، متوجه اقدام پسندیده تان خواهند شد.
-۸۹- بخشی از وقت و بول خود را به سازمان های خیریه یا غیرانتفاعی اختصاص دهید و نتایج آن را در مطبوعات به چاپ برسانید.
-۹۰- یک سی دی یا فیلم آموزشی درباره خدمات خود تهیه کنید.
-۹۱- کتاب تالیف کنید.

ایده های فروش

- ۹۲- روزنامه ها و نشریات تخصصی را برای به دست آوردن فرصت های تازه تجاری و آگاهی یافتن از عزل و نصب های شرکت ها بخوانید.
-۹۳- شعارها و استراتژی های بازاریابی تان را به اطلاع وکیل، حسابدار، بانکدار، تعمیرکار و کانون تبلیغاتی تان برسانید و بدین ترتیب نیروی فروش خود را به رایگان گسترش دهید.
-۹۴- ساعات فعالیت خود را افزایش دهید.
-۹۵- حتی در ایام تعطیل گروهی را جهت ارائه خدمات به مشتریان اختصاص دهید.
-۹۶- نمونه های محصولات خود را در دفترتان به نمایش بگذارید.
-۹۷- به مشتریان سابق تلفن بزنید یا برایشان نامه بفرستید تا آنها را دوباره جذب کنید.
-۹۸- از طریق اینترنت سفارش بگیرید.
-۹۹- به مشتریان اینترنتی خود اطمینان دهید که سیستم امنیتی سایت شما قابل اعتماد است.
-۱۰۰- از زمان پاسخگویی به سفارش ها بکاهید و روند سفارش مجدد را تسهیل کنید.

٧٠ نکته برای موفقیت در بازاریابی الکترونیکی

بازاریابی الکترونیکی مهمترین بخش کسب و کارهای اینترنتی است و برای موفقیت در اینگونه کسب و کارها باید توجه زیادی به آن داشت. در این مقاله بصورت خلاصه ٧٠ نکته مهم برای موفقیت در بازاریابی الکترونیکی بیان شده است. پس از خواندن هر یک از این نکات کمی تأمل کنید! چه ایده هایی به ذهن شما می رسد؟

- ١- یک موقعیت منحصر به فرد و بی همتا در کسب و کار خود ایجاد کنید.
- ٢- داشتن موقعیت بی همتا در اینترنت مهمتر از محتوای تبلیغاتی شما است.
- ٣- تنها به کاهش قیمت کالاها در سایت اکتفا نکنید.
- ٤- قبل از ایجاد و توسعه محصول بازار آن را پیدا نمایید.
- ٥- به دنبال جماعت حرص و مشتاق به محصول یا خدمات باشید.
- ٦- سعی نکنید یک بازار جدید ایجاد نمایید.
- ٧- آزمودن، کلید موفقیت در بازاریابی است.
- ٨- هدف تمام تبلیغات شما باید افزایش فروش باشد.
- ٩- حتی تبلیغات مجاني برای شما هزینه بر است.
- ١٠- هر جزء از سایت و یا بازاریابی شما باید بر روی موقعیت بی همتای شما در کار اینترنتی تمرکز داشته باشد.
- ١١- تمامی فعالیتهای خود را در قالب یک استراتژی اصلی قرار دهید.
- ١٢- برای ایجاد جریانهای چندگانه درآمد برنامه ریزی کنید.
- ١٣- کالاهای گرانبهاتر را نیز به کالاهای ارائه شده اضافه نمایید.
- ١٤- بازاری را انتخاب کنید که نسبت به آن مشتاق هستید.
- ١٥- به محیط خارجی خود نیز فکر کنید!
- ١٦- هیچ تکنیک بازاریابی واقعاً جدید نیست.
- ١٧- به دنبال فرصت‌های ساده باشید.
- ١٨- هنگام انتخاب یک کسب و کار از مبارزه طلبی کناره گیری کنید.
- ١٩- سعی نکنید با شرکتهای بزرگ و اصلی رقابت کنید.
- ٢٠- به دنبال کمبودها بگردید.
- ٢١- طرح خود را بر اساس واقعیت استوار سازید.
- ٢٢- مطمئن شوید تمامی صفحات سایت شما برای بازگشت به صفحه اصلی لینک دارند.
- ٢٣- گرافیک سایت خود را کاهش دهید.
- ٢٤- همواره به تکنولوژیهای جدید جوش نکنید.
- ٢٥- برای داشتن Domain خوب هزینه بیشتری بپردازید.

۲۶- امکان خرید توسط کارتھای اعتباری را در سایت خود قرار دهید.

۲۷- برای سفارش دهی گزینه های مختلفی را به کاربر پیشنهاد دهید.

۲۸- فراموش نکنید ارائه کالاهاي رايگان كليد فروش است.

۲۹- کالاهاي خوب و با ارزش را بصورت رايگان هديه دهيد.

۳۰- هر چizi را بصورت رايگان ارائه ندهيد!

۳۱- جمع آوري نشاني ايميل افراد يكي از بهترین راههاي بازاريابي است.

۳۲- فرصت ارائه بازخورد برای کاربران سایتتان را فراهم کنيد.

۳۳- هر وب سایت باید یک عنوان درشت (سر صفحه) داشته باشد.

۳۴- نداشتن نامه های فروش تمامی بازاریابی ها را کند می سازد.

۳۵- سعی کنید از هر بازدید کننده حداقل ۱۰۰۰ تومان درآمد ایجاد کنید.

۳۶- بر روی مشتریان همیشگی تمرکز کنید.

۳۷- سایت شما باید بر روی مزايا تمركز داشته باشد.

۳۸- ۸۰ درصد از وقت خود را بر روی تهیه عناوین سایت صرف کنید.

۳۹- سایت شما باید اعتبار را ایجاد کند.

۴۰- گواهينame ها و تأيide ها كليدهاي اعتبار شما هستند.

۴۱- يك گارانتي بي قيد و شرط را پیشنهاد دهيد.

۴۲- برای افزایش ارزش کالاهاي خود انعام نیز در نظر بگیرید.

۴۳- در فرم سفارش پیشنهادات دیگری را نیز ارائه کنید.

۴۴- يك دايركتوري از کالاهاي پر طرفدار در هارد ديسك خود ایجاد کنید.

۴۵- هر نکته اي که در مورد نوشتن نامه های فروش به دستستان می رسد را مطالعه کنید.

۴۶- يك سیستمی را برای تهیه نامه های فروش ایجاد کنید.

۴۷- به ايميلهاي خود جنبه شخصي ببخشيد.

۴۸- اطلاعات مناسبی را در نامه های الکترونیکی خود قرار دهید.

۴۹- همواره يك بانک اطلاعات شخصی از مشتریان خود داشته باشید.

۵۰- از تبلیغات رايگان برای آزمایش سیستم خود استفاده کنید.

۵۱- در گروههای مختلف مباحثه شرکت نمایید.

۵۲- مقالاتی را به سایت خود بیفزایید.

۵۳- کتاب الکترونیکی(ebook) اختصاصی خود را حتماً تهیه کنید.

۵۴- به دنبال مبادله لینک باشید.

۵۵- به موتورهای جستجوی اصلی به طور دستی سایت خود را submit نمایید.

۵۶- نشانی سایت خود را در تمامی کالاها قرار دهید.

۵۷- نشانی سایت خود را در سربرگ نامه ها و کارت ویزیت خود قرار دهید.

۵۸- مطبوعات بهترین تبلیغات رایگان برای شما هستند.

۵۹- پس از گسترش سیستم، برای تبلیغات پول بپردازید.

۶۰- بنرهای تبلیغاتی خود را بصورت محاوره ای بسازید.

۶۱- هر تبلیغاتی را کدبندی و آزمایش کنید.

۶۲- از عنوانین مشابه سایت در بنرهای تبلیغاتی استفاده کنید.

۶۳- تبلیغات offline نتایج بهتری را ممکن است به همراه داشته باشد.

۶۴- کارت پستال شما را بهتر در معرض دید قرار می دهد.

۶۵- تبلیغات در مجله بسیار مؤثر است.

۶۶- مقالاتی را به روزنامه ها و مجلات ارسال کنید.

۶۷- به اطراف خود برای دستیابی به ایده های محصولات نظر داشته باشید.

۶۸- اطلاعات ویدئویی درباره کالاهای خود تهیه کنید.

۶۹- در سایت خود بخش عضویت نیز قرار دهید.

۷۰- به دنبال پروژه های سریع و راحت باشید.

۳۰ نکته برای راه اندازی یک کسب و کار

چه چیزی تا کنون شما را از راه اندازی یک کسب و کار مستقل باز داشته است؟ این ۳۰ نکته به شما کمک می کند در برابر ترس خود قرار بگیرید و در نهایت قدرت آن را پیدا کنید تا بنوایند رئیس خود باشید.

۱- به آرزوهای خود پاسخ مثبت دهید. لازم نیست در این لحظه دقیقاً بدانید که شما چه یا چگونه انجام خواهید داد. فقط کافیست ندای درونی خود را برای کارآفرینی تصدیق کنید. روی کاغذ بزرگی بنویسید «من آرزوهای خود قبول دارم!» و آن را بر روی دیوار نصب کنید؛ تنها به این دلیل که به شما یادآوری کند که به سمت جلو دارید حرکت می کنید. دو سال زمان برد تا من این پنج کلمه را نوشت، اما به محضی که این کار را انجام دادم احتمال اینکه رئیس خود باشم برای من بسیار ملموس تر شد!

۲- شروع به نوشتن یک دفتر واقعی روزانه کنید. از آن برای نوشتن روزانه ایده ها، هدفها، احساسات و هر چیزی که به زندگی شما مربوط است، استفاده کنید. داشتن چنین دفتری به شما کمک می کند تا خود را بهتر بشناسید و هنگامی که به گذشته می نگردید، روند پیشرفت خود را مشاهده می کنید. این کار به خصوص در زمان گرفتاریها بسیار مفید خواهد بود.

۳- اهداف خود را همواره یادداشت کنید. مطالعات نشان داده افرادی که اهداف خود را یادداشت می کنند پنج برابر بیشتر از سایرین به اهدافشان دست یافته اند! چه زمانی می خواهید کسب و کار خود را شروع کنید؟ کار فعلی خود را ترک خواهید کرد؟ دوست دارید چقدر پول پس انداز کنید؟ اهداف خود را تنظیم کنید و در راستای رسیدن به آنها تلاش کنید.

۴- موفقیت خود را در نظرتان مجسم کنید. تصویری از آرزویتان که دوست دارید یک کارآفرین باشید در ذهن خود بسازید و آن را بنویسید. در بیشتر تجربیات مشاوره ای در زمینه کسب و کار، افرادی که این تصور را در ذهن خود ساخته بودند، بیشتر از سایر افراد آن را تجربه می کردند. سؤالاتی مانند: «من دوست دارم در چه نوع فضای اداری کار کنم؟» یا «چه نوع مشتریانی خواهمن داشت؟»

۵- جملات تأکیدی بنویسید و آنها را بخوانید. این گونه تأکید ها جملاتی شامل عبارت «من ... هستم» می باشند که درباره آن چیزی که دوست دارید به وقوع بپیوندد دلالت دارد. آنها را به زمان حال بنویسید گویی که اتفاق افتاده اند. «من یک کارآفرین موفق هستم» شروع خوبی است! حدود ۱۰ تا ۲۰ جمله تأکیدی بر روی کارتهای کوچک بنویسید و آنها را همراه خود داشته باشید. روزانه آنها را بخوانید و به آنها تکیه کنید. انجام این کار به من کمک کرد تا خودم را باور کنم و کسب و کارم را شروع کرده و رشد دهم.

۶- باورها و عقاید خود را ارزیابی کنید. باورها و عقاید خود در مورد خود، پول، کسب و کارتان و آینده مورد نظرتان را بر روی کاغذ بنویسید. ببینید آیا این باورها و اعتقادات دقیقاً آن چیزی هست که به آن ایمان دارید؟ اگر اینگونه نیست آنها را اصلاح کنید و به جملات تأکیدی خود اضافه کنید. یکی از مشتریان من دریافت که اعتقادش نسبت به پول همان اعتقادات پدر و مادرش نسبت به پول است؛ آنگاه اعتقاد جدیدی در این مورد ساخت که به اهدافش بیشتر نزدیک بود.

۷- آن چیزی را انجام دهید که عاشق آن هستید. این کار به شما کمک می کند تا بدانید چه کاری را به عنوان یک کارآفرین باید انجام دهید. اگر نمی دانید عاشق چه کاری هستید به گذشته و زمانی که بچه بودید برگردید. در عالم کودکی عاشق چه کاری بودید؟ خود من در زمان کودکی عاشق آموزش ریاضیات به بچه های دیگر بودم. وقتی من کسب و کارم را آغاز کردم در ابتدا سeminarهای کوچک محلی برپا می کردم؛ اکنون پس از گذشت سالها، کنفرانسها ی ملی و بین المللی ارائه می دهم.

۸- هر روز کار متفاوتی را انجام دهید. روزمرگی را کنار بگذارید و به انجام تغییرات عادت کنید. یکی از مشتریان من خانمی بود که در ابتدا فکر می کرد که این کار بسیار ساده است اما بعدها به من گفت ۲ روز طول کشید تا توانست تغییر کوچکی مانند برخواستن از سمت دیگر تختخواب در خود ایجاد کند! اما تغییرات کوچک او، به او کمک کرد تا بر ترس هایش از شروع یک کسب و کار غلبه کند.

۹- به گونه ای عمل کنید که می خواهید باشید. به گونه ای شروع به کار کنید که اگر رئیس خود بودید عمل می کردید. با انجام این کار شما به صورت ملموس تری احساس خواهید کرد که برنامه زمانبندی را خودتان را تنظیم و درآمد خود را ایجاد می کنید. تعدادی از ارباب رجوع های من هنگامی که این کار را انجام دادند دریافتند که این کار اطمینان بیشتری در آنها ایجاد کرده است.

۱۰- خود را بترسانید! آیا شما از انجام کاری، گفتن چیزی یا رفتن به جایی ترس دارید؟ پس با انجام چنین کارهایی خود را بترسانید تا شجاعت و اطمینان شما افزایش یابد. یکی از افرادی که به او مشاوره می دادم، این کار را به صورت یک قاعده کلی برای مقابله با مشکلات و چیزهایی که نسبت به آنها ترس داشت درآورده بود.

۱۱- زمانی را در طبیعت بگذرانید. زمانی را صرف باعیانی، قدم زدن کنار ساحل یا رفتن به جنگل اختصاص دهید. محیط طبیعت به شما آرامش درونی می دهد و به خصوص می تواند شما را در خلال تغییر فصلها و تغییرات اتفاق افتاده پروش دهد.

۱۲- تمام احساسات خود را بپذیرید. شما می توانید انتظار تمامی احساسات خود را در هنگام شروع کسب و کار یا حتی زمان فکر به شروع کسب و کار، بکشید. احساساتی مانند آسیب پذیری، ابهام، ترس، بدھکاری، نا امنی و سایر احساسات طبیعی. یک مکالمه مثبت با خودتان برقرار سازید و در مورد احساسات خود با یک دوست قابل اعتماد صحبت کنید. به خودتان یادآوری کنید که شما درست عمل می کنید.

۱۲- **کارهای ناتمام قبلی را تمام کنید.** لیستی از کارهایی که باید تمام می کردید و شما را آزار می دهد تهیه کنید. با اتمام کارهای عقب افتاده و انجام نشده، فضای مناسبی برای کسب و کار جدیدتان تهیه کنید. این لیست می تواند شامل «تعمیر یخچال خراب شده»، «چیدن علفهای هرز باگچه» و مانند آنها باشد.

۱۴- **خود را آموزش دهید.** دانایی توانایی است. در کلاسها، سeminارها و دوره های آموزشی شرکت کنید تا مهارت‌های لازم برای شروع بازاریابی و ارتقای کسب و کار مورد نظر خود را بیاموزید. مهارت‌های جدید کسب و کارتان را حتی می توانید از طریق روزنامه ها، مجلات و به خصوص اینترنت یاد بگیرید.

۱۵- **تعارف را پذیرید و باور کنید.** در ابتدا وقتی مردم به من می گفتند که کنفرانس خوبی ارائه داده ام و از آن لذت برده اند، زیاد باور نمی کردم. اما بعدها متوجه شدم که پذیرش این تعارفات، باعث می شود که در هنگام سخن گفتن در من اطمینان بیشتری حاصل شود.

۱۶- **قدر خود و استعدادهایتان را بدانید.** استعدادها و توانایی های خود را کشف کنید و قدر آنها را بدانید. وقتی چیز با ارزشی دارید که برای آن هزینه ای پرداخت نکرده اید چه کار می کنید؟ من قبلاً یک مطلب برای کاندیداتوری یکی از دوستانم نوشتیم و او برنده شد. پس کشف کردم که از قبل یک نویسنده خوب بوده ام! عاقبت از همین استعداد نویسنده‌گی ام درآمد کسب کردم!

۱۷- **بهانه ها را کنار بگذارید.** اگر احساس کردید دارید بهانه می گیرید، سریع آن را در دفتر خود یادداشت کنید و مراقب آن باشید. یکی از بهانه های من این بود که «من از زمرة کارآفرینان نیستم». من این بهانه را اینگونه عوض کردم. «من هرگاه که بخواهم توانایی آن را در این که در ذهنم بگیرم، انجام دهم.»

۱۸- **«من نمی توانم» را کنار بگذارید.** بینید چرا و در چه زمانی از جمله «من نمی توانم» استفاده می کنید و آن را به این سؤال تبدیل کنید که «من چگونه می توانم...؟». یکی از مشتریان من جمله «من نمی توانم وام بگیرم چون اعتبار کافی ندارم» را به جمله «من چگونه می توانم وام بگیرم؟» تغییر داد. پس از مدتی با شرکتی آشنا شد که به اینگونه افراد سرویس می داد و از همین طریق توانست وام مورد خود را دریافت و کسب و کارش را راه اندازی کند.

۱۹- **آشتفتگی طبیعی است؛ آن را پذیرید.** آشفته شدن و گیجی بخشی از پروسه آغاز یک کسب و کار جدید است. در مورد آن با دوستانتان صحبت کنید و در دفتر وقایع روزانه تان بنویسید و بدانید که به زودی پایان خواهد یافت. من در تجربیات خودم و تجربیات مشتریانم دریافته ام که اگر این گیجی و آشتفتگی را پذیریم، سریعتر تمام خواهد شد.

۲۰- **بدانید که یک زمان شروع ایده آل وجود ندارد.** کارآفرینان کسب و کارشان را در بدھکاری، با پول کم، تجربه اندک و بسیاری از مضیقه های دیگر هم راه اندازی کرده اند. یکی از مشتریان من زنی بود که ۳۰ هزار دلار بدھکاری داشت. اما با پشتکارش سال گذشته به عنوان کارآفرین سال انتخاب شد.

۲۱- **کوچک شروع کنید.** نیازی نیست در ابتدا کسب و کار بزرگی را راه اندازی کنید. واقع بین باشید و از خود بپرسید «من چرا به راه اندازی یک کسب و کار نیاز دارم؟» بعد شروع کنید. یکی از مشتریانم فکر می کرد برای راه اندازی کسب و کارش به ۲۵ هزار دلار وام نیاز دارد اما کمی بعد او کسب و کارش را بدون هیچگونه وامی راه اندازی کرد.

۲۲- **حرف و دلتان یکی باشد.** به عنوان مثال اگر منظورتان «نه» است بگویید «نه» و اگر منظورتان «بله» است بگویید «بله»! اما اگر هنوز تصمیم نگرفته اید بگویید «من باید مجدداً نزد شما ببایم». تجربه یکی از مشتریان من در این زمینه به او کمک کرد تا به ارزش واقعی خود پی ببرد و حق الزحمه مشاوره های خود به دیگران را افزایش دهد.

۲۳- **در مقابل خود داوری تان بایستید.** اگر از خودتان چیزی شبیه جمله «این یک ایده احمقانه است» شنیدید، به آرامی به خودتان یادآوری کنید که شما قرار است یک کسب و کار را شروع و ارتقاء دهید. بسیاری از مشتریان من اغلب در می یافتند که پذیرش ایده های جدید و خلاق که به ذهن آنها می رسید باعث کمک به آنها در ارتقای کسب و کارشان می شود.

۲۴- **مغلوب فشارهای سخت نشوید.** هرگاه احساس درماندگی کردید، بنویسید چه موقعیتی، اندیشه ای یا احساسی به شما این حس را القاء کرد. هرگاه چنین حسی به شما دست داد، همین کار را انجام دهید تا زمانی که راهی پیدا کنید که در هنگام ایجاد چنین حسی بتوانید به درستی تصمیم بگیرید، عمل کنید و از این حالت بیرون بیایید. یکی از مشتریان من دریافته بود که پرداخت صورتحسابها و اسناد مالی بسیار کار طاقت فرسایی است و این حس باعث می شد همیشه در پرداخت حسابهایش دیر کند. کاری که او انجام داد این بود که با یک حسابدار ملاقات کند و نتیجتاً حسابهایش را در یک برنامه زمانبندی شده و با استفاده از یک نرم افزار کوچک حسابداری پرداخت و مدیریت کند.

۲۵- **انتظار مقاومت و مخالفت را داشته باشید.** شما حتی می توانید انتظار داشته باشید که خودتان در برابر خود بایستید و مانند کسانی که در اطراف شما هستند، با خود مخالفت کنید. با آگاهی از مخالفتها و مقاومتها، و با وجود آنها یاد بگیرید کارتان را انجام دهید و کاری کنید که در هر صورت باید انجام دهید!

۲۶- **سؤالات «چه می شود اگر...» از خود بپرسید.** «چه می شود اگر من بیرون کار نکنم؟» یا «چه می شود اگر من درآمدی نداشته باشم؟» اینگونه پرسشها را در دفتر وقایع روزانه خود بنویسید و به آنها پاسخ دهید. به عنوان مثال برای سؤال «چه می شود اگر درآمدی کسب نکنم؟» پاسخ دهید "هنگامی که مشغول ایجاد کسب و کار جدیدم هستم می توانم بصورت پاره وقت در بیرون کار کنم." گردآوری و تنظیم : رضا فریدون نژاد

۲۷- صبر و بردباری را تمرین کنید. زمانی که در ترافیک گیر کرده اید یا در یک صف طولانی قرار گرفته اید، بهترین زمان برای این تمرین است. بنابر تجربیات، این کار تمرینی در پروسه کارآفرینی است که می تواند بسیار سودمند باشد.

۲۸- به مرض «به اندازه کافی خوب نیست» غلبه کنید. تا کنون بسیاری از افراد را دیده ام که فرصت‌های خوبی از دست داده اند. آنها پروژه را پیگیری نمی کردند زیرا فکر می کردند مهارت کافی در فروش، بروشور مناسب یا محصول خوبی ندارند. شما هم به جای اینکه موقعیتی را کنار بگذارید، فکر کنید برای پذیرش آن به چه چیزهایی نیاز دارید. همین امروز آن فرصت را از دست ندهید و به خود بگویید که به اندازه کافی توانایی بدهست آوردن آن را دارید.

۲۹- کمک بخواهید. وقتی که به شدت درگیر کار شدید ولی میلی به کمک دیگران نداشتید، از دیگران سؤال کنید. این، زمانی است که بیش از پیش نیاز به آن دارید. بنابر تجربیات، بازخوردهای روش و بسیار خوبی به واسطه پرسش از دیگران بدست می آید؛ حتی اگر خودتان میلی به این کار نداشته باشید.

۳۰- به حس درونی خود اعتماد کنید. ممکن است دیگران به شما بگویند ترک شغل فعلی و شروع یک کسب و کار جدید، کار احتمانه ای است. اما هیچکس شما را مانند خودتان نمی شناسد. به آنچه که می دانید، اعتماد کنید و بر اساس آن عمل نمایید. اعتماد به حس درونی، باعث شد تا من تبدیل به یک کارآفرین موفق شوم.

۲۹ راه برای افزایش فروش و سود

توسیعه تجارت کار دشوار و هزینه بری به نظر نمی‌رسد. این راهها باعث می‌شود که بدون از دست دادن پول، فروش و سودتان را افزایش دهید.

(۱) بیشتر بر روی کمک کردن تاکید داشته باشید تا فروش:

باید کسی را مجبور به خرید محصولات و ارائه خدمات نکنید. باید کسانی که خاستار محصولات و خدمات هستند را انتخاب کرده و راه حل کار مفید را در اختیارشان قرار دهید تا در تصمیم‌گیری راحت‌تر باشند.

(۲) هدف

اگر هدفتان تعیین شده باشد، مثلاً کالای موردنیاز خانه را می‌فروشید، مینا را برای تولید روی آن کالا بگذارید.

(۳) هزینه‌ها را صرف بازاریابی سود نکنید:

هزینه‌هایی را صرف بازاریابی و تبلیغات بی‌جا و بی‌فااید نکنید و راهکارهایی که باعث افزایش درخواست‌ها می‌شوند را فراموش نکنید. اگر به اهدافتان دست پیدا نکنید، باید استراتژی جدیدی بیاندیشید.

(۴) گسترش شبکه

فعالیت از طریق شبکه به شما کمک می‌کند که پیام خود را به تعداد وسیع‌تری انتقال دهید. به عنوان مثال هر کسی ۲۵۰ نفر دیگر را می‌شناسد و شما می‌توانید پیام خود را نسبتاً سریع‌تر انتقال دهید. به اتفاق‌های ملاقات بروید و نسبت به برقراری ارتباط اقدام کنید، کارت‌های گوناگونی را رد و بدل کنید.

(۵) اهداف و خط مشی‌های خود را تعیین کنید.

فکر کنید و اهداف خود را تعیین کنید، زیرا این اعمال برای موفقیت ضروری هستند. به اهدافتان شماره‌ای بدھید. به عنوان مثال شماره ۱۰ را به حساب‌های جدید و ۱۱٪ افزایش در فروش.

(۶) بیشتر به سود بیاندیشید تا به خصوصیت‌ها و شرایط:

به عنوان مثال اگر قطعات دستگاه تهویه را می‌فروشید، بیشتر به کاربردی که به شما سود می‌رساند فکر کنید تا افزایش فروش؟ سود بیشتری که از امنیت و کاربرد آن می‌برید مهم است نه سودی که از فروش یک پوشش برای آن دستگاه به دست می‌آورید.

(۷) از مقالات کوتاه استفاده کنید.

روزنامه‌ها و دیگر تشكیلات به دنبال مقالات مفید هستند که برای خوانندگانشان مفید است.

این مقالات به فروش تولید و ارائه خدمات کمک می‌کنند و بسیاری از مشکلات را برطرف می‌سازند. حتی در پایان مقالات اطلاعات ضروری را به خواننده بدهید. که او بداند که چگونه با شما ارتباط برقرار کرده و درباره خدماتش بیشتر بداند.

(۸) در کارتنات پافشاری کنید.

زمانی که فروش و سود زیادی عایدتان می‌شود به دنبال صرف مدت زمان طولانی برای سوددهی نباشید. بیشتر فروش بعد از هفتمنی و هشتمنی ارتباط حاصل می‌شود.

(۹) پخش آگهی در روزنامه‌ها

پخش آگهی‌های فروش در روزنامه‌ها یکی از راه‌هایی است که اگر توجه و علاقه خواننده را برانگیزد موجب فروش و تبلیغ فراوان می‌شود.

(۱۰) بیشتر به عنوان یک سخنران عمل کنید.

بیشتر سازمان‌های تجاری به دنبال یک سخنران حرفه‌ای می‌گردند که در جلسات صحبت کند، پس در صدد باشید که خود را به یک سخنران حرفه‌ای تبدیل کنید تا درباره فعالیت‌های خود نظر بدھید.

(۱۱) یک توضیح درباره آنچه از جام می‌دهید ارائه دهید.

به علاقمندان شرحی از فعالیت‌های خود ارائه دهید تا فروش خود را مورد تحول قرار دهید.

(۱۲) نمونه‌هایی را پخش کنید.

اگر امکان دارد، نمونه‌هایی را در دسترس مشتریان قرار دهید تا پیش از خرید آن را امتحان کنند.

(۱۳) تاریخچه‌ای را ارائه دهید.

خصوصیات و فواید محصول را ذکر کرده و بگویید که اگر دیگران نمی‌دانند که چه تولید می‌کنند، ما اینگونه به تولید مشغول شده‌ایم.

(۱۴) از تلفن استفاده کنید.

یکی از بهترین راه‌هایی کم‌هزینه و مفید استفاده از تلفن است. به کسانی که می‌خواهید با آنها تجاری را آغاز کنند تماس بگیرید. و بگویید که چگونه خدماتتان به آنها کمک می‌کند، هزینه‌هایتان را کاهش می‌دهد و فروش شما را بیشتر می‌کند.

(۱۵) مراجع بینا

مراجعة یکی از راه‌های تولید یک شغل است، منتظر کسی نمانید. از مشتریانی که دارید سراغ مراجعی را گرفته (دوسنایان، آشنایان، خانواده) و از کسانی که درباره بازار کارتنات تبلیغ می‌کنند قدردانی و تشکر کنید.

(۱۶) روحیه بالایی داشته باشید:

استرس و عصبانیت شما را در راهنمایی خود کنید، اگر در کاری که علاقه زیادی به انجامش دارید تاکید کنید موفقیت از آن شماست.

(۱۷) با مشتریان توانی درباره دیگر نیازهایشان صحبت کنید:

بیشتر روزنامه‌ها آنکه از تصویر و مطالب و تبلیغاتی است که بیشتر به توصیف آنچه موجود است می‌پردازد شما به جای این کار از کلمات دیگری چون نیازهای آنها استفاده کنید و از لغاتی چون من- شما و متعلق به شما... سخن بگویید.

(۱۸) با مشتریان ارتباط برقرار کنید:

در نظریات خود و مشتریان توانی بخوبی به نیازهایشان هدیه نمایید. مقالات مفیدی را برایشان بفرستید تا علاقمند شوند. اگر از روز تولدشان و یا مراسم خاصی مطلع هستید براحتی مطلع حاصل کنید.

(۱۹) نظریات خود را بگویید و به مشتریان توانی بخوبی که چه کاری انجام دهنده:

از آنها بخواهید که چه می‌خواهند به عنوان مثال برای آنها بروشور فرستاده و یا به e-mail آنها کارت‌هایی بفرستید.

(۲۰) از تمجیدات به نحوه مطلوب استفاده کنید:

هر زمان که مشتری از شرکتتان به خوبی یاد می‌کند به آنها بگویید که آنها می‌توانند از خدمات شما بهره‌مند شوند.

(۲۱) راهکاری ساده را جلوی پای دیگران قرار دهید تا با شما فعالیت کنند:

مشتریان برای شما کار نمی‌کند، شما باید برای آنها کار کنید. هر کاری انجام دهید تا کمپانی را از خود راضی و خشنود کنید.

(۲۲) ابتدا محتوا و بعد ساختار صوری:

در پیشرفت فروش و راهکارهای مربوط به آن وقت کمتری را صرف نقش و رنگ‌ها کرده و بیشتر به محتوای توجه کنید. اگر پیام بازاریابی مفید واقع شود، بعد صحبت از رنگ و نقش به میان می‌آید.

(۲۳) از یک دست بدھید و از یک دست پس بگیرید:

یک جمله قدیمه می‌گوید: به هرچه بخواهید دست می‌یابید اگر به کسانی که نیازمند کمک کنید، به دیدگاه و نظریات مشتریان توجه کرده و نیازهایشان را محور توجه خود به حساب بیاورید.

(۲۴) هر روز تکنیکی جدید بیاموزید:

فروش و هرگونه تغییر در محتوای این کتاب ممنوع است

همه چیز درباره راه اندازی کسب و کار از صفر تا صد

بخوانید، به سeminارها بروید، به نوارهای صوتی گوش دهید. فروشان را تقویت کنید و روش‌های بازاریابی به شما کمک می‌کنند که فروش و سود خود را ارتقاء بخشد.

۲۵) با افراد خوشبین و موفق ارتباط برقرار کنید:

با افراد موفقی که تشنۀ رسیدن به اهداف هستند ارتباط برقرار کنید تا تجربیات خود را در اختیار شما قرار دهند.

۲۶) محصول تولیدی و یا خدماتتان را باور داشته باشید:

اگر سود و کیفیت محصول خود را قبول نداشته باشید، دیگران نیز به همین صورت فکر می‌کنند. بنابراین باید نسبت به آن مشتاق و راضی به نظر بیابید.

(۲۷) بر روی ارزش یک مشتری دائم سرمایه‌گذاری کنید.

بازاریابی هنری است که هم به دانش مینگرد و هم به تجربه و بعثتین راه به دست آوردن این تجربه، استفاده از تجربیات دیگران است.

همچنین می‌توان در این باره از کتاب‌ها و منابع و یا شواهدی استفاده کرد.

این موارد عبارتند از نوارهای صوتی، کتاب، روزنامه‌ها، کتاب‌های دستور کار و... و این‌ها به شما اجازه می‌دهند که سیستم‌ها و منابع را به کار گیرید و از آنها به نفع خود استفاده کنید.

۲۹) به کیفیت کمال توجه را داشته باشد:

مشتریان به جنس و کالایی با کیفیت بالا بیشتر بها می‌دهند. سود کمتر را باید به تولید با کیفیت تر خلاصه کرد و بکار گرفت.

۲۳ نکته برای یک ارائه خوب

هنگامی که می خواهید یک موضوع را در جلسه ای (با هر تعداد شرکتکنندگان) توضیح دهید، و یا گزارشی از فعالیتهاي انجام شده در یك پروژه را ارائه کنید و یا حتی در یك جمع دوستانه صحبت کنید مطمئنا کار سختی خواهید داشت تصور کنید چندین جفت چشم کوچکترین حرکات شما را زیرنظر دارند و چندین جفت گوش حرف به حرف شما را می شنوند و براساس این دیده ها و شنیده ها درمورد شما و مطالبی که ارائه می کنند، ازسوی دیگر شما ملزم به اقناع آنها و یا دفاع از عملکردن و یا حتی اثبات خودتان هستید در هر جایگاهی که قرار دارید فرقی نمی کند، شما در موقعیت خطیری قرار گرفته اید. پس سعی کنید بهترین باشید، دو اصل بسیار مهم را فراموش نکنید اول سلط کامل به مطالبی که می خواهید ارائه دهید و دوم حفظ خونسردی و آرامش. شما با رعایت این دو اصل و توجه به نکاتی که درپی خواهدآمد علاوه بر یک ارائه خوب، یک جلسه زیبا را برگزار می کنید.

۱ - مخاطبان را شناسایی کنید.

اگر شما سطح علمی، فرهنگی و حتی شخصیتی مخاطبان را بدانید، ارتباط بهتری با آنان برقرار می کنید و آنچه را که آنها دوست دارند یا می خواهند بشنوند ارائه می دهید و این یعنی اثرگذاری بهتر و بیشتر.

۲ - یک پیام مشخص داشته باشید.

قبل از اینکه کار تهیه مطالب خود را شروع کنید، پیام کلیدی خود را مشخص کنید. درواقع پیام شما باید بتواند مخاطبان را به یک راه مشخص رهنمون و امکان تفکر درمورد راههای دیگر را فراهم سازد.

۳ - برای هر تصویر متن کوتاهی آماده کنید.

هر تصویر (متن یا عکس) که پخش می شود. خلاصه ای از موضوع آن باید ارائه شود. این خلاصه می تواند شفاهی باشد یا به صورت زیرنویس ارائه شود. این باعث خواهد شد تا در وقت صرفه جویی شود.

۴ - مطالب و مفاهیم خاص را برجسته کنید.

مطالبی را که توضیح آنها برای «بذریش» مخاطب «اهمیت» بیشتری دارد را مشخص کنید.

۵ - قبل از جلسه، تمرین کنید.

۶ - ساختار اثربخشی برای ارائه طراحی کنید.

طرح «مسئله» و «حل» آن بهترین روش برای ارائه قدرتمند یک مطلب است. اول «مسئله» را بیان کنید بعد «راه حل» را ارائه دهید و آن را با یک مثال توضیح دهید.

۷ - «همه تیزهوش نیستند» را فراموش نکنید.

همه مخاطبان شما افراد تیزهوش نیستند. پس سعی کنید مطالب را خیلی ساده و غیریجیده ارائه کنید، در هر ساعت صحبت کردن ۳۴ نکته را شرح دهید.

۸ - محکم و خوب شروع کنید.

یک شروع خوب، موقوفیت را تضمین می کند. از روشهای مختلف استفاده کنید گاهی یک حکایت یا قصه با یک خاطره و در بعضی مواقع پرداختن به اصل مطلب می تواند شروع خوبی باشد.

۹ - از نمودار و چارت استفاده کنید.

بسیاری از مخاطبان شما نمی توانند همزممان با شما اعداد و آمار ارائه شده را تجزیه و تحلیل کنند. نمودار کمک می کند تا سریعتر به موضوع دست پیدا کنند و با شما همراه شوند.

۱۰ - پایانی با شکوه داشته باشید.

بسیاری از مخاطبان آخرين مطلبی را که شما می گويد به خاطر می سپارند مطمئن شويد که آخرين مطالبي که می گويد همانهايی هستند که می خواهيد مخاطبان به آن بیشتر توجه کنند.

۱۱ - بر نکات مهم سلط داشته باشید.

اگر شما نکات مهم را بدانید راحت‌تر می توانید مخاطبان را قانع کنید و علاوه بر آن با آرامش و بدون استرس خواهید بود.

۱۲ - خوب تنفس کنید.

۱۳ - از چشمانتان استفاده کنید.

حتما از چشمانتان برای برقراری ارتباط با مخاطب استفاده کنید با اين کار مخاطبان احساس بهتری خواهند داشت و شما می توانید تاثیر صحبت‌هایتان را ببینید.

۱۴ - تجهیزات مناسب را آماده کنید.

هر جلسه ای، نیازمند تمهیدات خاصی است. تجهیزات موردنیاز (نه کم و نه زیاد) از قبیل دستگاه نمایش، وایتبرد، کامپیوتر و... را آماده کنید.

۱۵ - تجهیزات را امتحان کنید.

قبل از شروع جلسه تجهیزاتی را که قرار است استفاده کنید یکبار امتحان کنید خرابی و یا عدم کارایی مناسب هر کدام از دستگاهها (حتی یک مازیک وایت برد) می تواند تاثیر بسیار منفی بر مطالب شما داشته باشد.

۱۶ - بدانید که شما مرکز توجه هستید.

قبل از شروع جلسه فقط صدای شما شنیده می شود هر حرکت شما تاثیر مستقیم بر مخاطب داشته و می تواند جلسه شما را زیباتر یا رشتتر نماید. با تمام وجود عمل کنید.

۱۷ - «لبخند» را فراموش نکنید.

۱۸ - هنگام ارائه خودتان باشید.

سعی نکنید از حرکات مصنوعی استفاده کنید اقدامات تصنیعی کاملاً دیده می شوند، خودتان باشید و بگذارید زبان بدن شما طبیعی باشد.

۱۹ - سعی نکنید از روی نوشته نخوانید.

خواندن مطلب از روی نوشته باعث می شود که ارتباط شما با مخاطبان دچار خدشه گردد، دستانتان نیز از اثرگذاری باز می ماند، می

توانید از یادداشتهای روی چارت یا تصویر استفاده کنید.

۲۰ - مخاطبان را درگیر بحث کنید.

همیشه می توانید مخاطبان را وارد بحث کنید. از آنها سوال کنید و جواب بخواهید اما اصرار نکنید، شما می توانید از سایر روشها نیز برای مشارکت بیشتر و همراهی آنها استفاده کنید. (نوشتن پای تخته، قرائت یک متن یا...)

۲۱ - از شوخی کردن نترسید.

شما می توانید با استفاده از مزاحهای کوچک محیط را جذاب‌تر کنید.

۲۲ - خودتان را حای مخاطب بگذارید.

اگر شما به جای مخاطب نشسته بودید، چه حالی داشتید، آیا گرمای اتاق، نور محیط، و... مناسب است. شما باید به آنها اهمیت ویژه بدھید تا شما را باور کنند.

۲۳ - از کارتان بازخورد داشته باشید.

شما در هر حالی می توانید بازخورد بگیرید، شفاهی یا کتبی، در انتهای جلسه از پرسشنامه‌های ساده استفاده کنید تا بتوانید در آینده کارتان را بهبود بخشید.

23 کد برای موفقیت

- ۱- هرگز به میزان درآمدتان خرج نکنید . مخارج کمتر شما نسبت به درآمدتان باعث ثروتمند شدن سریع شما می شود.
- ۲- دستمزد دادن بهتر از دستمزد گرفتن است . حداقل مفیدتر است.
- ۳- هرگز کاری را که می توانید بدهید تا دیگری برایتان انجام دهد خودتان انجام ندهید . کاری که دیگری برای شما انجام می دهد زمان و انرژی بیشتری به شما برای انجام کارهای دیگر می دهد .
- ۴- هرگز کاری را که می توانی با طفره رفتن به فردا اندازی امروز انجام نده . کارهای زیادی وجود دارد که می توانی امروز انجام دهی . اصولاً بیشتر کارهایی که امروز مجبور نیستی انجام دهی کارهای مهمی نیستند .
- ۵- همیشه خریدار باش نه فروشنده . اگر به انداره کافی هوش برای پول دار شدن داشته باشی می دانی که یک ریسک بهتر از دو ریسک است .
- ۶- هرگز کاری را انجام نده اگر می توانی با شخص دیگری انجام دهی . چرا با یک شخص یا اشخاص دیگر در هر شغل یا خط کاری رقابت می کنی مدامی که برای تو انحصار در ضمینه های دیگر ممکن است ؟
- ۷- اگر مقتضیات تو را مجبور کند تا شغل هایی را پیگیری کنی یا از یک سری خطوط کاری پیروی کنی که مورد تعقیب افراد دیگر است ، بهتر است که کارت را در ضمینه ای که دیگران توان رقابت با تو را ندارند قرار دهی . این همیشه یک راه خوب ، بهتر و بهترین راه است .
- ۸- هر آنچه که تو برای یک بار انجام می دهی ، هر چند راهی که تو برای انجام کاری به عهده می گیری ، کار مشابهی را دوباره انجام نده یا کاری را در مسیر مشابه انجام نده . اگر یک راه انجام کاری را بدانی باید این را هم بدانی که مسلمان راه بهتری برای انجام آن وجود دارد .
- ۹- اگر در کاری موفق شدی ، اجازه نده دیگران از موفقیت تو اطلاع یابند .
- ۱۰- وقتی ثروتمند شدی ، چنانچه اگر نصایح مرا گوش کنی ثروتمند می شوی ، اجازه نده دیگری راز موفقیت تو را بداند .
- ۱۱- یکی از بزرگترین دارایی ها که هر فردی می تواند کسب کند شهرت برای بی قاعدهگی است .
- ۱۲- هرگز از کسی متنفر نباش .
- ۱۳- مرد عاقل رفتارش را با دلیل تنظیم می کند نه با غریزه .
- ۱۴- دانستن کاری که نباید انجام دهی مهمتر از دانستن کاری است که باید انجام دهی .
- ۱۵- آیندگان هرگز کاری را برای تو انجام نمی دهند . بنابر این هیچگونه سرمایه گذاری برای اولادت نکن . البته وارثات پس از مرگ بر سر املاکت نزاع می کنند .
- ۱۶- یک مرد هر کاری را که بخواهد در جهان انجام دهد انجام می دهد .
- ۱۷- باید پول را ذخیره کنی .
- ۱۸- احمق ها می گویند که پول ، پول می آورد ولی من می گویم که پول ، پول نمی آورد . فقط انسان است که پول می آورد .
- ۱۹- دو گناه نابخشودنی در جهان اقتصاد است : یکی دادن چیزی برای هیچی و دیگری گرفتن چیزی برای هیچی .
- ۲۰- اگر شما یکی از ورثه های پدر یا شخص دیگری هستی ، توصیه می کنم که قبول نکنی که فقط یک وارث باشی .
- ۲۱- از کارهای کوچک نفرت نداشته باش بلکه به آن کارها احترم بگذار .
- ۲۲- پول درآوردن آسانتر از خرج کردن آن است .
- ۲۳- سخت ترین کار از کارهایی که انسان انجام می دهد تفکر است .

۱۵ راهکار مطمئن برای فروشناندن عصبانیت در بگومگوهای روزمره

- ۱- به شخصی که از کوره دررفته است بگویید حق با شماماست، مشتاقانه به حرفهایش گوش دهید. چرا که بزرگترین مشکل او نیاز به حس همدمی و درک شدن از جانب دیگران است.
- ۲- او را تشویق کنید که بیانات تند و آتشین خوبیش را بدون مخالفت بر زبان آورد به او یادآور شوید که متوجه گرفتاری اش هستید، یکی از راههای مهار خشم فرد خشمگین، گوش دادن به سخنان اوست.
- ۳- هیچگاه مشاجره نکنید، جزویت هرگز منطقی نیست. شما حتی در عین پیروزی، مغلوب تلقی می‌شوید. از واژگانی استفاده کنید که به غرور طرف آسیب نرسانید.
- ۴- هرگز تحت تاثیر احساسات قرار نگیرید، برای شعله‌ور کردن سایرین سوخت فراهم نسازید.
- ۵- نگذارید موقعیت‌های جدلی پدید آید، دیگران را از دلواهی‌سی، آزده خاطری و پرخاشگری بازدارید، آنان را دلشاد کنید.
- ۶- اگر به شما بی‌حربمی شده دلگیر نشوید، توهین دیگران را با تبسیمی بی‌اثر سازید.
- ۷- اظهارنظرهای طعنه‌آلود و دلسربکننده را کنار بگذارید، به فرد خشمگین اجازه دهید فکر کند حق با اوست تا برنده این نزاع لفظی شود.
- ۸- به سادگی انقادیدزیر باشید. خود را و بزرگ‌بین نباشید.
- ۹- مشتاقانه اندکی وقت برای تشریح موضوع صرف کنید. به او فرصت بدهید بیندیشد که عقیده‌اش تازگی دارد.
- ۱۰- هرگز خرده نگیرید، با فرد غضبناک به نرمی سخن بگویید.
- ۱۱- نمامی پرسش‌ها را با سوالات متعدد دیگر جواب دهید.
- ۱۲- به او نزدیک شوید و به چشمانش نگاه کنید و اجازه دهید فکر کند که بهترین آدم است.
- ۱۳- در لحن صدایتان، خوشبینی، خشنودی و حرکت روبه جلو را حفظ کنید.
- ۱۴- هیچگاه آتش را به طرف آتش افزون سوق ندهید، هرگز مشاجرات خوبیش را خطاب به افراد جنجالی نگویید.
- ۱۵- بگذارید که او نخست بحث خوبیش را مطرح سازد، خود را با عقیده‌اش هماهنگ کنید.

۱۲ کلید برای یک کسب و کار خانوادگی موفق

اعضای خانواده در آمریکا همه ساله شروع و اقدام به بخش مهمی از یک کسب و کار جدید می کنند، که ممکن است شامل برادران، همسر، مادر و پدر یا هر عضو دیگری از یک مجموعه خویشاوندی برای شروع یک کسب و کار جدید گرد هم آیند. هر چقدر اتحاد خانوادگی برای شروع و اداره یک کسب و کار با همسر، پدر و مادر، خواهر یا برادر، بچه ها یا دیگر اعضای خانواده بیشتر باشد بطور بهتری می توانند در برابر مشکلات معمولی که در شروع کسب و کار با آن مواجه هستند رفاقت کنند و بر آن پیروز شوند، که در بین هر سه کسب و کار خانوادگی فقط یک کسب و کار می تواند حفظ شود و به نسل بعد از خود هم منتقل شود. در شروع این مرحله، مخصوصاً خطراتی می توانند بصورت حاد وجود داشته باشند. بعضی مواقع اعضای خانواده برای اقدام به شروع یک کسب و کار بدون داشتن یک ایده واضح و یک هدف مشخص از نقششان شروع و اقدام به یک کسب و کار می کنند و به سوی یک کسب و کار جدید تحریک می شوند. اگر احتمال گرفتار شدن و به خطر افتادن یک خانواده در شروع یک کسب و کار وجود داشته باشد شما باید تمام غرامتها را جبران کرده و از برنامه و سایر جزئیات آن قبل از بوجود آمدن هر مشکلی خارج شوید و اقدام به جبران آن نمائید. ما یک اقدام عالی از یک بازنگار شخصی را ارائه میدهیم و ۱۲ جزء ضروری برای یک کسب و کار برجسته و قابل توجه هنگامی که یک خانواده شروع به یک کسب و کار می کنند را بیان می کنیم:

۱۲ نکته ضروری برای موثر بودن یک کسب و کار خانوادگی:

۱- مشخص کردن برخی از حد و مرزها:

تداخل پیدا کردن روابط خانوادگی با کسب و کار خیلی آسان می باشد و اعضای خانواده به راحتی می توانند گرفتار این تداخلات در محل کسب و کار خود بصورت ۲۴ ساعت شبانه روز یا ۷ روز هفته شوند، ولی این امر باعث نابهنجار شدن کسب و کار و باعث پسروی در کسب و کار می شود، پس باید حد و مرز و وظایف هر یک از کارکنان بطور دقیق مشخص باشد.

۲- بنا نهادن روشهای مشخص و منظم از ارتباطات:

مشکلات و تفاوت‌های ناشی از عقاید اجتناب پذیر نیستند، و ممکن است شما آنها را پیش از این دیده باشید. رسیدگی هفتگی جلسات برای سنجیدن و ارزیابی کردن پیشرفت‌ها، تفاوت‌ها و حل کردن مشاجره‌ها می باشد و می تواند در حل این مشکلات مفید باشد.

۳- تقسیم کردن نقشها و مسئو لیتها:

حال آنکه هر یک از اعضای خانواده می توانند واحد شرایط برای شغل‌های یکسان، حقوق، یا سایر موارد در یک کسب و کار باشند. اما نقشها و مسئو لیتها باید تقسیم شوند چرا که مناقشات فamilی و تصمیم گیریهایی که هر که برای خود می گیرد می تواند کسب و کار را به ته بالاتلاق کشانده و باعث از بین رفتن آن شود.

۴- تلقی کردن آن همانند یک کسب و کار:

دام و تله رایج برای یک کسب و کار خانوادگی در معرض قرار گرفتن آن کسب و کار در برابر تنשها و فشارهای روانی بر روی خانواده می باشد. روابط موجود در کسب و کار ممکن است که همیشه با خانواده هماهنگی و سازگاری نداشته باشد. پس باید کسب و کار خانوادگی را نیز همانند دیگر کسب و کارها بدانند.

۵- مزیتهای مالکیت خانواده را به رسمیت شناختن:

مالکان کسب و کارهای خانوادگی سودهای منحصر به فرد را عرضه می کنند. یکی از آنها دسترسی پیدا کردن و رسیدن به سرمایه های انسانی در شکلی از اعضای خانواده می باشد. این می تواند به عنوان یک کلید برای رهانی از انهدام کسب و کار باشد و همچنین می تواند هزینه های کمتر یا وام های فوری کمتری را در بر داشته باشد که این امر باعث سود آوری بیشتربرای آن کسب و کار می شود. اداره کردن شرکتها به وسیله واگذاری امور به اعضای خانواده می تواند باعث اجتناب کردن از مصرف هزینه های هنگفت یا بسیاری دیگر از امور شود.

۶- با اعضای خانواده منصفانه رفتار کردن:

در حالیکه برخی از مشاوران شما را بر خلاف استخدام کردن اعضای خانواده نصیحت می کنند و می گویند که باعث از دست رفتن یکی از سودهای عالی کسب و کارخانوادگی می باشد، ولی تعداد بیشماری از شرکتهای کوچک هرگز بدون سخت کوشی و انرژی ناشی از اعضای خانواده که واحد شرایط کسب و کار باشند هرگز نمی توانند به موفقتی برسند. اعضای خانواده که دارای این شایستگی باشند می توانند به عنوان یک دارایی عالی و سرمایه خوب برای کسب و کار شما محسوب شوند، ولیکن باید از پارتی بازی کردن بپرهیزید، و میزان پرداخت دستمزد، ترقی و توسعه و پیشرفت، زمان بندی کار، تعریف و انتقاد باید بصورت بیطرفانه بین خانواده و دیگر افرادی که عضو خانواده شما نیستند صورت گیرد، و هرگز برای اعضای خانواده خود نسبت به سایر کارمندان دیگر از مزایایی همانند پاداش، حقوق و سایر موارد دیگر تفاوت قائل نشود.

۷- قرار دادن خویشاوندان در کسب و کار و مشخص کردن همه امور مربوط به آنها:

این خیلی آسان است برای اعضای خانواده که برای شروع کسب و کار بدون داشتن هیچ برنامه مشخصی وارد آن شوند، ولی این امر باعث از دست دادن و بیرون آمدن از رابطه خویشاوندی در کسب و کار می شود. برای جلوگیری کردن از این احساس سخت یا از دست دادن ارتباط باید همه چیز را بصورت دست نوشته قرار دهیم، به عنوان مثال مشخص کردن مزد و حقوق، تقسیم مالکیت یا سایر موارد دیگر بطور کامل مشخص باشد و تعین گردد.

۸- به خاطر دلسوزی از واگذاری شغل به اعضای خانواده اجتناب کنید:

استخدام کردن باید بر مبنای این باشد که اعضای خانواده چه توانائی هایی را دارند یا اینکه دارای چه دانشی هستند که می توانند آنها را برای ورود به کسب و کار ارائه دهند، و دسته بندی کارفرما برای اعضای خانواده همانند بچه ها، عمو، عمه، و... باید بر اساس میزان توانائی های آنها برای ورود به کسب و کار باشد.

۹- واضح بودن خط مدیریت:

اعضای خانواده که اغلب سمت مالکیت را در زمان حال یا آینده در کسب و کار خواهند داشت تمایل زیادی برای سرزنش و توبیخ کردن کارکنانی دارند که گزارش کاری به آنها ارائه نمی دهند. و این امر منجر به خشم و نفرت بوسیله کارکنان از مدیران کسب و کار می شود.

۱۰- مشاوره کردن در بیرون از رابطه خویشاوندی: فروش و هرگونه تغییر در محتوا این کتاب من نوع است

فرآیندهای تصمیم گیری که برای رشد و پیشرفت کسب و کار خانوادگی بکار گرفته می شوند می توانند در بعضی از مواقع باعث بسته شدن کسب و کار شوند. ایده های تازه و فکرهای خلاق می توانند در بین بافت پیچیده و غامض از روابط خانوادگی از بین روند. راهنمائی و مشاوره گرفتن از مشاورانی که مربوط و وابسته به هیچ کدام از اعضای خانواده نیستند می توانند یک راهکار خوب و مناسب برای ارائه یک کسب و کار عالی و شایسته شوند.

۱۱- ایجاد کردن یک برنامه جانشینی :

یک کسب و کار خانوادگی بدون داشتن یک برنامه جانشینی رسمی تقاضایی بیهوده است و دچار آشفتن می شود. این برنامه باید همه جزئیات آن را از چگونگی و زمان رسیدن آن به نسل جوانتر و همچنین کناره گیری اعضا خانواده از کسب و کار را مشخص کند. این نیازمند به یک برنامه ریزی مالی برای کسب و کار می باشد و همچنین مشاوره کردن با مشاوران حرفه ای برای مرتب کردن این برنامه نیز ضروری می باشد.

۱۲- نیاز داشتن اولین تجربه خارجی:

اگر فرزندان شما وارد کسب و کار شوند ، مطمئن باشید که آنها حداقل سه تا پنج سال دارای تجربه کاری به جای یکسال می باشند. این امر به آنها چشم اندازی ارزشمند در رابطه با کسب و کار و حیطه کاری به سبب بودن در رابطه خانوادگی می دهد.

به اندازه کافی اداره کردن یک شرکت بدون توان و انرژی لازم از رابطه خویشاوندی مشکل می باشد.

اما کسب و کارهای خانوادگی سودها و مزیت های عالی بر چیزهای دیگر دارند، چرا که اساساً دارای یک پشتواه قوی می باشید و شامل یک نیروی عظیمی می باشد که شما را در یک کسب و کار حمایت می کند. شما برای پیش برد کسب و کار خود نیازمند به متخصصان کسب و کارهای دیگر در خارج از چرخه خانوادگی خود می باشید و به این ترتیب می توانید یک هماهنگی در کسب و کار خود ایجاد کنید

۱۲ ایده برای بازاریابی در یک اقتصاد ضعیف

- ۱- همواره تفکر بازاریابی داشته باشید. یک پوشه برای نگهداری هر نوع ایده‌خوبی که به ذهنتان می‌رسد، اختصاص دهید و نمونه‌ی نامه‌های مستقیم پستی، آگهی‌های تبلیغاتی چشمگیر و هر نوشته یا کاغذی که مربوط به امور تبلیغات می‌شود را در آن نگهداری کنید تا در آینده بتوانید در نتیجه‌ای در ذهن‌تان (اصطلاحاً طوفان ذهنی Brainstorm) از آنها استفاده کنید.
- ۲- بازار را هدف گذاری کنید. هر نوع تحول، تغییر و توسعه‌ای را در روند صنعت، اقتصاد و صنایع در ارتباط با حرفه خود زیر نظر داشته باشید. رقبای خود را به خوبی بشناسید و پوشه و فایلی را برای بررسی عملکرد‌های هریک از آنان اختصاص دهید.
- ۳- محصولات، خدمات و علایم تجاری خود را گسترش دهید. محصول یا خدمات جدیدی خلق کنید و آنها را به روز نگه دارید. اسمی و عنوانی تجاری خوب برای محصولات یا خدمات جدید بسیار حیاتی هستند. محصولات و خدمات خود را همواره نو و بهنگام کنید تا مشتریان پیشرفت شما را مشاهده کنند.
- ۴- یک تیم تشکیل دهید. یک تیم مشاوران بازاریابی یا روابط عمومی متشكل از کارکنان کلیدی درون سازمان خود و خارج از سازمان تشکیل دهید. در همایش‌های تخصصی شرکت کنید. نشریات تخصصی بازاریابی را مطالعه کنید. به منظور رسیدن به گزینه‌های صحیح، با متخصصان بازاریابی خارج از سازمان‌تان مشاوره کنید.
- ۵- بودجه اختصاص دهید. در حال حاضر چه مقدار پول یا بودجه صرف بازاریابی می‌کنید؟ چه مقدار تمایل دارد که بپردازید؟ درصدی از درآمد ناخالص را که می‌تواند به بازاریابی اختصاص داده شود، تعیین کنید. سعی کنید که با از طریق آگهی و تبلیغ و چه از طریق روابط عمومی به صورت ماهانه در بازار حضور خود را اعلام کنید.
- ۶- خود را در اذهان زنده و حاضر نگه دارید. روزنامه‌ای یا نشریه‌ای منتشر کنید. مقالاتی عرضه کنید. وب سایت راه اندازی کنید. در پایین هر پست الکترونیکی که می‌فرستید، بخش متحدد الشکلی را که شامل اطلاعات تماس، آدرس و شعار باشد را اختصاص دهید. به موكلان یا مشتریان خود، کارت پستی اعم از تبریک، دعوت یا غیره و یا کارت پستی الکترونیکی بفرستید تا ارتباط تان با آنها حفظ شود.
- ۷- با نشریات ارتباط داشته باشید. بخشی را برای ارتباط با نشریات و کارخبری تشکیل دهند. اطمینان حاصل کنید که با نشریه‌ای کار کنید که سرویس خبری online دارد و دارای صفحات تصویری با کیفیت بالاست.
- ۸- به سازمانهای اجتماعی - محلی و همچنین گردهمایی‌ها بپیوندید. با سخنرانان در کنفرانس‌هایی که شرکت می‌کنید، تماس بگیرید.
- ۹- به تماس‌ها و سفارشات به سرعت پاسخ دهید. اگر به هر دلیلی در دسترس نبودید، تماس گیرنده را به شخص دیگری که جانشین شما هستند، ارجاع دهید. بخشی از وب سایت خود را به نیازهای مشتریان اختصاص دهید. اطمینان حاصل کنید که برای مراجعة کنندگان به وب سایت و کلآل مردم، تماس با شما آسان است. همیشه و در همه حال، تماسها و پیامها را پیگیری کنید.
- ۱۰- تبلیغ کنید. یک بروشور جدید از محصولات و خدمات خود تهیه کنید و یا آنها را در صورت موجود بودن به شکل بهتری تغییر دهید. سعی کنید شماره تماسی داشته باشید که به راحتی قابل یادآوری باشد. روی تمام محصولات تبلیغاتی، آدرس و شعار خود را همواره بگنجانید.
- ۱۱- در نمایشگاه‌ها، حامی مالی غرفه‌های معروف شوید. گردهمایی‌هایی را در دفتر خود ترتیب دهید یا در یک سمینار و کنفرانس یا گردهمایی، سخنرانی ایراد کنید.
- ۱۲- برای نشریات یا روزنامه‌های محلی، مجلات بازرگانی محلی و نشریات بازرگانی- تجاری ستون سرمقاله‌ای بنویسید. مقاله‌ای چاپ کنید و آن را برای صنف خود بفرستید.

۱۰ راه جلوگیری از ضررهای مالی

۱- از اعتبار کاری که انجام می‌دهید اطمینان کامل حاصل کنید.

در جایی که کار می‌کنید اگر احساس می‌کنید کاری که انجام می‌دهید با درآمدتان نمی‌خواند از مسئولین راه حلی بخواهد.

۲- بودجه مالیتان را تنظیم کنید.

بودجه خود را تامین کنید اگر نمی‌توانید تعهدات مادی را برطرف سازید تا اینکه بعد از آن خود را به کاری مشغول کنید که از عهده شما خارج است به عنوان مثال می‌توانید با پول نقدتان این کارها را انجام دهید.

۳- به دنبال هیچ کدام از راه‌کارهای مالی نباشید که در آن عجول هستید.

با عجله به خرید ماشین و یا رزرو کردن جایی و استفاده دارابیت‌تان و... نباشید. زیرا پول را تا زمانی که با آن پولی دربیاورید و یا شغل جدیدی مهیا سازید نیاز دارید.

۴- با هدف آغاز کنید.

زماني که از سود و حقوق خود آگاه گشتید و قرارداد و شرایط برایتان تعیین شد، شرایط برای کار و فعالیت‌های دیگر مهیا سازید.

۵- بودجه خود را طبق شرایط تامین کنید.

هزینه‌های خانه و زندگی چقدر برآورد می‌شوند؟ بدھکاری‌هایتان چقدر هستند؟ با برکناری از شغلی می‌توانید به حرفة‌ای مشغول شوید و درآمدی کسب کنید یا خیر؟ سوالاتی هستند که باید در این باره مطرح گردند.

۶- از یک منبع متخصص کمک بگیرید.

شرایط را برآورده کنید، به یک متخصص مالی مراجعه کنید و یا از یک حسابدار کمک بخواهید، از NICRI (مرکز اطلاعات بین‌المللی درباره سرمایه‌گذاری خارجی و) کمک بگیرید. تا کمک‌ها و اطلاعات موثقی را در اختیارتان قرار دهند.

۷- مثبت فکر کنید.

استخدام طولانی مدت امروزه نادر است و باید در از دست دادن شغلتان در بدست آوردن شغلی دوست داشتنی‌تر نکته‌سنجه‌تر عمل کنید و موقعیت‌سنج باشید.

۸- فرم مشخصات خود را به روزتر کنید.

موقعیت‌هایی بیشتر و مهارت‌هایی که کسب کرده‌اید را به آن اضافه کنید و یا مدارکی را که بدست آورده‌اید را به آن ضمیمه کنید.

۹- بدنبال کارهایی باشید که از نظر مالی شما را تامین می‌کنند.

اگر شغلتان شما را از نظر مالی تامین نمی‌کند به دنبال شغلی جدید باشید و با بدست آوردن آن شغل گذشته خود را رها کنید.

۱۰- بدنبال شغل باشید.

در روزنامه‌ها و اینترنت به دنبال کار مناسب باشید و مشخصات خود را به مکان‌های درخواست‌شده بفرستید.

ارتباط با مجموعه کتابهای الکترونیکی دانش و زندگی ...

دانلود رایگان کتابهای متنوع ، مفید و کاربردی

در مجموعه کتابهای الکترونیکی دانش و زندگی



این صفحه محل اطلاع رسانی و تبلیغات کسب و کار شماست

فرصتی مناسب جهت اطلاع رسانی و تبلیغات کسب و کار
شما از طریق مجموعه کتابهای الکترونیکی دانش و زندگی

یک صفحه / نیم صفحه / بنر در کتاب / بنر در سایت

جهت کسب اطلاعات بیشتر **اینجا کلیک کنید**