



دانشکده موفقیت

Telegram Address: <https://telegram.me/movafaghiyat7>

Weblog Address: www.successcollege.blog.ir

هر آنچه از اصول راه اندازی و اداره کسب و کار باید بدانید

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 دارید...

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



نظرات و پیشنهادات
خود را برای من ارسال
کنید



به جمع دوستان دانش و
زندگی در فیسبوک
بپیوندید



به جمع دوستان دانش
و زندگی در کلوب
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.

سنجش میزان آمادگی برای شروع کسب و کار

با وجود اینکه کارآفرینی میتواند منجر به موفقیت‌های 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 پرسشهای 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 شخصیتهای متفاوت چگونه برخورد میکنید؟

صاحبان کسب و کار نیازمند توسعه روابط کاری با افراد زیادی از جمله مصرف کنندگان، فروشندگان، کارمندان، بانکداران و افراد حرفه ای مانند وکلا، حسلبداران 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 گیریهای 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 میدهید 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؟

ایجاد 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 دلسرد 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 بر خانواده فشارهایی را وارد کند. این موضوع حائز اهمیت است که افراد خانواده بدانند چه انتظاری دارند و شما باید کاملاً مطمئن باشید که آنها در طول این زمان شما را حمایت میکنند. تا زمانی که 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 بالایی باشد.
- ایجاد یک کسب و کار همیشه منجر به یادگیری میشود.

دلایل شکست يك کسب و کار

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

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

شروع يك کسب و کار همیشه ریسك پذیر است و شانس موفقیت اندك میباشد. بنابر گزارش اداره کسب و کارهای كوچك در آمریکا (SBA) بیش از ۵۰% کسب و کارهای كوچك 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 كوچك" 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 دارائیهایی 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

يك 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 پیش دارید آماده کنیم. ناچیز پنداشتن مشکلات شروع يك 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 يك راهنما

هیچ گاه فکر نکنید که به تنهایی قادرید کارها را انجام دهید. یکی از بهترین روشها برای به اصطلاح عایف بنای در برابر هر گونه شکست يك راهنما 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 نشأت 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 می‌تواند 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 هزینه ای خیلی ناچیز شروع کرد. بالطبع کسب و کارهای بزرگتر هزینه های بیشتری در بر خواهد داشت. فکر خوبی است که یک لیست جامع از تمام هزینه های پیش بینی شده داشته باشید و سپس یک گردش وجوه برای ۱۲ ماه تهیه کنید.

مدیریت کسب و کار

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

مدیریت کسب و کار را نباید صرفا يك عمل آكادميك محسوب كرد. مدیریت واقعی در بر گیرنده هدایت قوي، رفتار مثبت، دانش کسب و کار و مهارتهای مناسب فردی است.

مدیریت در حقیقت هدایت افراد، تاثیر گذاري بر کار و تصمیم گیری تموقع و صحیح است و مهارتهای مدیریتی را به مرور زمان میبایست کسب کرد و به بیان دیگر کسب مهارتهای مدیریتی در واقع همانند سپرده گذاری در بانک می باشد.

هدایت و راهبري 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.

- راهنمائي گرفتن (Mentoring)

کارآفرینان موفق و با تجربه اغلب سئوالات مشابهی را میپرسند:

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

واژه Mentoring میان معلمان و دانش آموزان مصطلح است و زمانی به کار می رود که افراد حرفه ای و با تجربه اطلاعاتی را به افراد کم تجربه ارئه می دهند.

- شبکه ارتباطی

شبکه ارتباطی يك وسیله ساده است که هرکس 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 يك بحث رسمی غیر گروه میان افراد حرفه ای است که داوطلبانه اطلاعات و منابع را در اختیار سایرین قرار میدهند. در طول زمان روابط افراد حرفه ای و ماهر با یکدیگر توسعه میابد و شرکت کنندگان با کسب و کارهای یکدیگر آشنا می شوند.

- داشتن اطلاعات به روز

عصر اطلاعات جامعه ما را تغییر داده است و اکنون در عصر اطلاعات افراد از طریق پست الکترونیك با یکدیگر ارتباط دارند و می توانند اخبار جدید را در دنیای تکنولوژی و بی سیم دنبال کنند. حقیقت امر این است که هر روزه اطلاعات ما را بمباران می کنند اما متأسفانه اغلب این اطلاعات نمی تواند به خط مشی کسب و کار ما کمک کند و در انجا هدایت صحیح آنست 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.

تصمیم گیری

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

آیا تصمیم گیرنده خوبی هستید؟

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

تصمیم‌گیری ، تصمیم‌گیری ، تصمیم‌گیری سؤال این است : آیا شما يك 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 احتراز از دیگران می‌آموزند ، اما فرایند آن مشابه است. دونهوع تصمیم‌گیری اصلی وجود دارد :آنهايي که با استفاده از فرایند خاص بدست می‌آید . آنهايي که تنها مانند يك رویداد است.

مراحل تصمیم گیری نافذ

این فرایند در هر موقعیتی می‌تواند بکار رود بخصوص در جانی که شما نیازمند يك تصمیم‌گیری مهم هستید. اگر از مراحل اصلی تصمیم‌گیری تبعیت کنید ، خود را يك

تصمیم‌گیرنده کارا در حرفه و زندگی شخصی خود می یابید.

• **تا حد امکان مفاد تصمیم گیری خود را تعریف کنید.** آیا آن واقعا" تصمیم خودتان است یا شخص دیگری ؟ آیا واقعا" نیازمند به این تصمیم گیری هستید ؟ (اگر حداقل دو تصمیم اتخاذ نکرده اید ، پس هیچ تصمیم گیری صورت نگرفته است) چه زمانی این تصمیم‌گیری روی داده است ؟چرا تصمیم گیری برای شما مهم است ؟ چه کسی در این تصمیم‌گیری ذینفع است ؟ ارزش این تصمیم گیری 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 روبرو 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 ، نمایندگان فدرال و ایالتی ، سازمانهای حرفه‌ای ، خدمات آن لاین ، روزنامه ها ، مجله ها ، کتابها و غیره است.

• **انتخابهای خود را بررسی کنید.** از منابع اطلاعاتی مشابه برای کسب ایده های 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.** اکنون شما داراي گزینه هاي متفاوت هستيد و زمان آن رسیده است که آنها را بررسی کنید و ببینید کدام يك از آنها براي شما کارايي دارد . در ابتدا معيارهاي این انتخابها را مشخص سازید. ثانيا" به دنبال انتخابهايي باشید که این امکان را براي شما فراهم سازد تا به بیشترین معیار و امتیاز برسید. ثالثاً" انتخابهايي را که با چارچوب و معیار شما سازگاري ندارند را حذف کنید.

• **نتایج هر انتخاب را به تصویر بکشید.** براي هر انتخاب باقيمانده در لیستتان ، نتایج را به تصویر بکشید، بدین صورت نقایص شما مشخص مي‌گردد.

• **يك بررسی واقعي انجام دهید.** کدام يك از انتخابهاي باقيمانده به واقعیت نزدیکتر است؟ هر چه خلاف آن را ثابت کند را حذف سازید.

• **کدام گزینه با شما سازگاري دارد.** گزینه ها و انتخابهاي باقیمانده را بررسی کنید تا ببینید کدام يك با معيارهاي شما سازگاري دارد. اینها تصمیمات کارايي شما هستند. اگر نسبت به تصمیمي که اتخاذ کرده اید خشنود هستید اما احساس مي‌کنید که با اهداف شما سازگاري ندارند ، بدانید که تصمیم صحيحي نگرفته اید. به عبارت دیگر از این گزینه و انتخاب راضي نیستید ، اما نسبت به نتیجه آن حساس هستید. این انتخاب براي شما کارساز نخواهد بود.

• **شروع کنید.** زماني که تصمیمي را اتخاذ مي‌کنید، آن را عملي سازید. اگر بخواهید نسبت به آن احساس خوشایندی نداشته باشید موجب اندوه و ناراحتي مي‌شود. 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 گيري

از آنجا که دوست داریم باور کنیم که هیچگونه پیش‌داوري نداریم ، اما حقیقت این است که هر کس این مشخصه را دارد. هر چه از خودتان وکارهایتان بیشتر آگاهی داشته باشید ، بهتر مي‌توانید عمل کنید. دلیل اصلي اینکه هر کس روش و دیدگاه خاص خود را دارد این است که مغز به سادگي نمی‌تواند متوجه هر چيزي شود ، حداقل سطح کنجکاوي هر کس متفاوت است.

آیا تاکنون سعي کرده‌اید ۱۰ چیز جدید را با هم بیاموزید؟ اگر اینطور است ، مي‌دانید که یادگيري خیلی آسان خواهد بود و این به دلیل روش کارکرد مغز است. مغز شما همه اطلاعات را طوري طبقه‌بندی مي‌کند که بدون قاطي‌کردن آنها بتوانید جهان اطراف خود را درک کنید. زماني که نمی‌توانیم بسياري از فرضيات را تشخیص دهیم به دلیل فقدان آموزش در جامعه است (مانند والدین، معلمان، همه مؤسسات و غیره).

در زیر تعدادي از رایج‌ترین اشتباهات تصمیم‌گيري گردآوری شده است ، با یادگيري آنها مي‌توانید در آینده ، از آنها اجتناب کنید.

• به اطلاعات تخصصي بسیار تکیه کنید. اغلب افراد بسیار مایلند که به گفته‌هاي متخصصین تاکید و توجه کنند. به خاطر بسپارید که متخصصین انسانهايي هستند که خود نیز پیش‌داوري‌هايي هستند. با جستجوي اطلاعات از منابع متفاوت ، اطلاعات بهتري را به دست خواهید آورد ، بخصوص زماني که انرژی خود را بر این منابع متوجه سازید.

• اطلاعاتي را که از دیگران به دست مي‌آورید را ارزیابي کنید. افراد تمایل دارند تا معیار اطلاعاتي را که از جامعه بدست مي‌آورند را ارزیابي کنند. بعنوان مثال متخصصین ، والدین ، گروههاي عالي رتبه ، افرادي که روشي براي بیان عقاید خود دارند ، جزء افرادي هستند که همیشه باور داریم بیشتر از ما مي‌دانند. از خود بپرسید : آیا آنها به اندازه من از این مسائل و مشکلات آگاه هستند؟ معيارهاي آنها با من مشابه است؟ آیا آنها نسبت به مسائل من داراي تجربه شخصي هستند؟ به عبارت دیگر عقاید آنها را در دورنمايي نگاه دارید.

ارتقای کسب و کار

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

پیش بینی

بررسی میزان و مقدار حرکت بمعنای 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 می‌یابد 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 بدست 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 هواپیما 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، فرصت‌های تجاری آتی ،مهارت‌های اصلی و استراتژی‌ها و تاکتیک‌ها برای در هم آمیختن این عوامل

زمانیکه روی این ۵ عامل کاری کنید مهارت‌های شما در امور زندگی افزایش می‌یابد 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 مزایایی 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. معمولا" 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 نیافتند. 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 ناامیدی در آینده است. در زیر به بعضی موارد می‌پردازیم :

با برنامه ریزی 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 ترك يك شغل است. در خصوص بیشتر ساختارهای تجارت کوچک ، این امر يك 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 حداکثر 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

تعریف 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 استاندارد را برای خود تعریف می‌کند. در بیشتر موارد این تعریف به واسطه نمایندگی‌های دولتی تعریف می‌شود تا تحت قوانین تغییرپذیر دولتی تحلیل‌هایی را صورت دهند. به علاوه ، این استانداردها برای برنامه‌هایی که در خصوص کمک بهبود به امور مالی است کارا می‌باشد. کسب و کار کوچک بصورت مستقل است و هر شرکتی با کمتر از ۵۰۰ پرسنل در این حیطه قرار می‌گیرد. 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 می‌آیند.

راهنمای شروع يك کسب و کار کوچک:

این راهنما 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 يك کسب و کار موفق کمک کند.

گام اول: ارزیابی اولیه

- آیا کارآفرینی برای شما ساخته شده است ؟

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

- آیا شخصیتی مستقل و خودجوش دارید؟

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

- تا چه حد با شخصیت‌های متفاوت و افراد گوناگون می‌توانید ارتباط برقرار کنید؟

صاحبان کسب و کار ناگزیرند که با افراد و اقشار مختلفی سرو کار داشته باشند. آیا شما می‌توانید با مشتریان، تامین‌کنندگان، 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 مستقلاً تصمیم‌گیری کنند.

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

مالکیت يك کسب و کار علاوه بر چالش و هیجان ، مستلزم فشارکاری زیاد ، ساعتهای کاری زیادی می‌باشد. آیا شما می‌توانید ۱۲ ساعت در روز و هفت روز در هفته را کار کنید؟

- تا چه حد می‌توانید برنامه‌ریزی و سازماندهی کنید؟

تحقیقات نشان می‌دهد بسیاری از شکست‌ها در صورت برنامه‌ریزی صحیح ، به وجود نمی‌آید.

- آیا انگیزه لازم را برای تحمل مشقات را دارید؟

ممکن است شما در حین اداره يك کسب و کار احساس کنید که در برخی مواقع توانایی تحمل تمامی مشقات و زحمات را به تنهایی ندارید و فقط داشتن انگیزه قوی است که می‌تواند در این مواقع سختی ، دلگرم و امیدوار سازد.

- این کسب و کار چگونه خانواده شما را متأثر می‌سازد؟

سال‌های اولیه شروع يك کسب و کار می‌تواند سختی‌هایی 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 يك کسب و کار دارد.

این حقیقت دارد که دلایل زیادی برای عدم شروع يك 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 می‌شوید!

زحمت و تلاش و ساعتهای 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 می‌یابد.

اداره يك کسب و کار مستقل امکان فراگیری زیادی را برای شما فراهم می‌آورد.

گام دوم: برنامه ریزی کسب و کار

شروع يك کسب و کار نیاز به انگیزه ، علاقه و استعداد دارد. همچنین نیاز به تحقیقات وسیع و برنامه‌ریزی صحیح دارد. اطلاعات زیر برای تهیه طرح کسب و کار (Business Plan) می‌تواند بسیار مؤثر واقع شود:

- قبل از شروع به کار لیستی از تمامی دلایلی که می‌خواهید بخاطر آنها وارد دنیای تجارت شوید ، تهیه کنید. مثلاً:

شما می‌خواهید رئیس خود باشید.

شما می‌خواهید استقلال مالی داشته باشید.

شما می‌خواهید آزاد باشید.

شما می‌خواهید آزادانه تمامی توانایی‌ها و دانسته‌های خود را به کار ببرید.

- سپس بانستی 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 يك کسب و کار موفق دارم؟

آیا من هیچ سرگرمی یا علاقه‌ای که قابل تبدیل شدن به کسب و کار شدن را داشته باشم ، دارم؟

- پس از تعین 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 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 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 تجربه‌ای 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 بیمه‌ای نیاز خواهم داشت؟

پاسخ شما به تمامی سؤالات بالا شما را در طراحی يك کسب و کار کامل جامع یاری می‌کند.

گام سوم: تامین منابع مالی

یکی از کلیدهای اساسی موفقیت و پیشرفت در شروع کار ، جذب و تامین منابع مالی کافی برای راه‌اندازی يك کسب و کار کوچک است. اطلاعات زیر تکیه بر روشهای جمع‌آوری پول برای شرکتهای کوچک دارد. همچنین شما را در تهیه درخواست وام (Loan Proposal) 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
- شرکتهای سرمایه گذاری مخاطره آمیز

چگونه يك درخواست وام (Loan Proposal) تهیه کنیم؟

مورد قبول واقع شدن درخواست شما بستگی به نحوه تنظیم درخواست شما دارد. بخاطر داشته باشید که وام دهندگان در کاری سرمایه‌گذاری می‌کنند که نسبت به بازگشت سرمایه خود مطمئن باشند. بنابراین يك 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 يك کسب و کار جدید درآمدهای پیش‌بینی شده را ارائه کنید.
- اطلاعات مالی راجع به خود و سایر سهامداران عمده شرکت را بیان کنید.
- و در آخر سوگندی مبنی بر تعهد نسبت به وام یاد کنید و امضاء نمایید.

وام دهندگان بر چه اساسی شما را می‌سنجند؟

وقتی وام دهندگان 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 تجزیه 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 دهندگان 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 وسعتی شرکت ...
۶. **Confidence** : يك وام گیرنده موفق سعی می‌کند که اطمینان وام دهنده را از ۵ مورد قبلی 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 دارند. چک لیست کلی شروع يك کسب و کار کوچک :
- انتخاب کسب و کار بر اساس علاقه و توانایی‌ها
- انجام تحقیقات و بررسی‌های لازم در مورد ایده کسب و کار
- تهیه طرح کسب و کار و طرح بازاریابی
- انتخاب يك 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 اجازه ها و لیسانس‌های مورد نیاز
- ثبت حقوق انحصاری (Copy right)
- در صورت کارآفرینی و یا خلق محصول جدید ، ثبت Patent
- انجام 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 جمع‌آوری اطلاعات راجع به قوانین کار
- تعیین سیستم دستمزد حقوق و نحوه جبران خدمات کارکنان (در صورت وجود)
- افتتاح يك حساب بانکی برای کسب و کار
- چاپ کارتهای تجاری برای شرکت و ایجاد آرم برای شرکت
- خرید تمامی لوازم تجهیزات موردنیاز
- ایجاد E-mail و Website 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 کارهای خانگی

تعریف: 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 ، نوآوری 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 کسب و کار شخصی 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 ازاین 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 می یابند.

دلایل انتخاب کسب و کار خانگی:

بالا بردن کیفیت زندگی: امروزه اکثر صاحبان کسب و کار های 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 کاراتری برای کسب و کار شده است.

مزایای کسب و کار خانگی:

- ۱- آزادی و استقلال عمل بیشتر
- ۲- ساعات کاری انعطاف پذیر
- ۳- ایجاد تعادل و موازنه 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 بچه ها
- ۸- داشتن فرصت و زمان بیشتر
- ۹- تناسب با ویژگیهای جسمی افراد معلول و کم توان
- ۱۰- احتمال موفقیت بیشتر
- ۱۱- تناسب با اقشار 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- اسباب 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 رُک و صادق باشید.
- ۱۰- حساب بانکی برای کسب و کارتان باز کنید.
- ۱۲- ارتباطات بیشتری با دیگران برقرار کنید.
- ۱۳- 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 متقاعد 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 کنند.

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 کنند.
- ۲- یک چهارچوب منطقی و حساب شده ایجاد می کند تا در آن یک حرفه بتواند توسعه یابد و تدابیر مربوط به آن حرفه را در چند سال آینده دنبال می کند.
- ۳- بعنوان مآخذ 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 برابرتجه که باید باشد، ارائه می دهد.

همانطور که دو شغل مثل هم وجود ندارد و بنابراین طرحهای کسب و کار مانند هم نیز وجود ندارد. از آنجائیکه ، 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 متناسب باشد. با این حال ، بیشتر 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 ومقاصد بلندمدت داشته باشد. این دید و نگرش چهارچوبی را به وجود می آورد که طرح باید در آن فعالیت کند و نهایتاً" یا موفق می شود یا شکست می خورد. برای مدیران و یا کارآفرینانی که به دنبال حمایت خارجی هستند ، آماده کردن یک طرح جامع ، موفقیت 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 امري پردردسر ، اما ضروري 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.

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

هفته هاي بسيار زياد کار سخت و پيش نويسهاي متعدد را از زمان بروز طرح تا گرفتن حق کار پيش بيني کنيد. يك طرح مکتوب واضح با بسته بندي جذاب سبب خواهد شد تا حاميان ، سرمايه گذاران و ... آسانتر به آن گرايش پيدا کنند . يك طرح کسب و کار كاملا آماده نشان خواهد داد که مديران يا کارآفرينان، کار را مي شناسند و آنها را براي پيشرفت طرح بر حسب فرآوريها ، مديريت ، سرمايه ها و مهمتر از همه بازارهاي اقتصادي و رقابت انديشيده اند.

پنج مهارت کسب و کار آینده ساز

امروزه در جوامع اطلاعاتی یک شهروند به عنوان انسان عصر اطلاعات، نیازمند یکسری توانائیها 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 مهارت ها 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 سرپرستی 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 می رسند.

دلایل شکست کسب و کار

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 دهی 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 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 دارائیهایی 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 يك پدیده نوین در اقتصاد نقش مؤثري را در توسعه و پیشرفت اقتصادي کشورها یافته است. کارآفرینی در اقتصاد رقابتي و مبتني بر بازار امروزه داراي نقش کليدي است. به عبارت دیگر در يك اقتصاد پويا ، ایده ها ، محصولات ، و خدمات همواره در حال تغيير مي باشند و در این میان کارآفرین است که الگويي براي مقابله و سازگاري با شرایط جدید را به ارمغان مي آورد.از این رو در يك گسترده وسیع تمام عناصر فعال در صحنه اقتصاد (مصرف کنندگان ، تولید کنندگان ، سرمایه گذاران) باید به کارآفرینی بپردازند و به سهم خود کارآفرین باشند.

آنچه دراین رابطه اهمیت دارد این است که علیرغم اهمیت روزافزون این پدیده و نقش فزاینده آن در اقتصاد جهاني کمتر به این موضوع پرداخته میشود. وضعیت اقتصادي کشور و ترکیب جمعيتي امروزه بیش از پیش مارا نیازمند یافتن زمینه های پیشرو در صحنه اقتصادي مي کند و در این راستا ضرورت داشتن مدل ، الگوها و راهکارهاي مناسب جهت آموزش ، تربیت و استفاده بهينه از نیروي فعال و کارآفرین بیشتر مي شود.

در این رابطه با استفاده از منابع موجود و تجربیات حاصله فهرستي از موضوعات قابل تحقیق در سطح کارشناسي ارشد(و بعضا " در سطح دکتری) بصورت پروژه تحقیقاتي یا پایان نامه یا هر گونه تحقیق دیگری بطور خاص و در سطح مشخصي باید مورد توجه قرار گیرد.

اهم موضوعات قابل تحقیق در کارآفرینی:

- جنبه های اقتصادي کسب و کار
- ویژگی های روانشناختي و فردي
- عوامل اجتماعي ونقش دولت
- آموزش کارآفرینی
- نقش شرکتهای کوچک
- نقش استراتژی و عوامل سازمانی
- تکنولوژی اطلاعات

۱- جنبه های اقتصادي کسب و کار:

بررسي علل و عوامل عدم موفقیت کارآفرینان در ایجاد کسب و کارهاي جدید

مطالعه و بررسی فرایند ایجاد کسب و کار توسط کارآفرینان و ارائه الگوي رفتاري آنان د رصنایع مختلف

بررسي و تجزيه و تحلیل اقدامات کارآفرینانه شرکتها بر اساس الگوي شومپیتر

بررسي انواع کارآفرینان در ساختار اقتصادي (ارتباط نوع فرصتهای اقتصادي و نوع کارآفرینان)

بررسي شیوه های تأمین مالی برای حمایت از کارآفرینان

نقش کارآفرینان در رشد و توسعه اقتصادي از دیدگاه تئوریهای اقتصاد

رویه ها و روش های مالی در موسسسات کارآفرینی

نقش کارآفرینی در احیای صنایع رو به زوال

نقش کارآفرینی و اشتغال زایی(بویژه جوانان)

بررسي رابطه بین ارزشها و قوانین اسلامي و اشاعه فرهنگ کارآفرینی کارآفرینی و مؤسسات خیریه

جهاني شدن (Globalization) و کارآفرینی

جایگاه کارآفرینی در نظریات توسعه اقتصادي کشورهای جهان سوم

کارآفرینی در بخش کشاورزي

۲- ویژگی های روانشناختي و فردي:

بررسي علل خروج نیروهای کليدي شرکت ها و تجزيه روند ادامه آینده شغلي آنها در بخش های صنعت و خدمات

شناسايي کارآفرینان موفق و ارائه الگوي موفقیت آنها در بخش صنعت و خدمات

بررسي ویژگی های شخصيتي (Traits) و روانشناسي کارآفرینان فردي (Entrepreneurs)

بررسي ویژگی های شخصيتي - روانشناسي کارآفرینان سازمانی (Intrapreneurs)

بررسي متغیر های تسهیل کننده و نیازهای مختلف کارآفرینان در صنایع مختلف

مطالعه مقایسه ای و تطبیقي بین ویژگی های کارآفرینان فردي 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 شخصيتي در کارآفرینان

اخلاق کارآفرینی(Entrepreneurship ethics)

تفاوت بین مدیران و کارآفرینان در بخش صنعت و خدمات ایران

عوامل موثر بر تصمیم گيري توسط کارآفرینان

مطالعه مقایسه ای و تطبیقي بین ویژگی های کارآفرینان فردي و سازمانی در صنایع مختلف ایران

بررسي و تطبیق ویژگی های کارآفرینان در صنعت و خدمات

۳- عوامل اجتماعي ونقش دولت:

بررسي و مطالعه متغیرهای جمعیت شناختي کارآفرینان در صنایع مختلف

بررسي نقش ساختارهای حقوقي و قانوني در توسعه کارآفرینی

بررسي ویژگی های جمعیت شناختي کارآفرینان

بررسي نقش سیاست های حمايتي دولت در توسعه صنعتي و ایجاد شرکت های جدید

نقش دولت در ایجاد مراکز آموزش و ترویج کارآفرینی

بررسي جنبه های قانوني و حقوقي ایجاد يك فعالیت جدید در قالب يك شرکت

نقش رسانه های گروهی در ترویج کارآفرینی در جامعه

ارائه الگوي شبکه کارآفرینی و ارائه آن

موانع کارآفرینی در کشورهای جهان سوم

ارتباط قانون کار و مقررات مربوطه با فرهنگ کارآفرینی در ایران

بررسي عوامل جامعه شناختي در کارآفرینی

تأثیر هنر بر استعداد کارآفرینی

۴- آموزش کارآفرینی:

طراحی دوره های آموزشی در سطوح دبستان، راهنمایی و دبیرستان 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 کارآفرین (Incubator) توسط نهادهای اجرایی و آموزشی

۵- نقش شرکتهای کوچک:

بررسی و تجزیه و تحلیل علل عدم شکل گیری زنجیره های خدماتی - توزیعی فرانسیز (Franchise) در ایران
نقش شرکتهای کوچک در توسعه اقتصاد
بررسی و ارزیابی پروژه ها و فرصتهای کارآفرینی
نقش فرانسیز 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 فرانسیز در اشتغال زایی 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 شرکتهای 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 شرکتهای 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 واژنامه دانشگاهی وبستر : کارآفرین کسی است که متعهد می شود مخاطره های يك فعالیت اقتصادی را سازماندهی ، اداره و تقبل کند.

اقتصاد دانان نخستین کسانی بودند که در نظریه های اقتصادی خود به تشریح کارآفرین و کارآفرینی پرداختند. ژوزف شومپیتر کارآفرین را نیروی محرکه 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 و... 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 آن محصولات یا فرآیند های نوآوری شده از طریق الغاء و ایجاد فرهنگ کارآفرینانه در يك سازمان از قبل تأسیس شده ، به ظهور می رسند.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 يك شرکت ، محصولات ، فعاليتها 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 مجموعهٔ منحصر به فردی از منابع به منظور بهره گیری از فرصتها.

کارآفرین (مستقل) : فردی که مسئولیت 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 يك شرکت را ایجاد و اداره می کند و هدف اصلی اش سود آوری و رشد است . مشخصه اصلی يك 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 کللند 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 درك خلاقیت فردی است بنابر عقیده ایشان با يك 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.

کارلند 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 ترسیم میکند که با گسترش فناوری اطلاعات همراه است. درچنین 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 ارضای نیازهای ارتباطی و اطلاعاتی که به ایجاد دانایی کمک میکند، میپردازد 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 میسازد تا 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 فرایندی است که در شبکه متغیری از روابط اجتماعی واقع شده است و این ارتباط اجتماعی میتواند رابط کارآفرین را با منابع و فرصتها، محدود یا تسهیل کند. توسعه فناوری اطلاعات و ارتباطات باعث ایجاد شبکه ای عظیم با مقیاس جهانی (اینترنت) شده است. در کشورهای پیشرفته، 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 پیشرفته 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، فرصت های بسیاری برای کارآفرینی وجود دارد که نیازمند حمایت مرکز سرمایه گذاری و تلاش های کارآفرینانه است و جالب 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 صد 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

ملاحظه 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 پهنه وسیعی برای 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

تعریف لغوي فرانشیز: فرانشیز نوعي از کسب و کار است که بر اساس آن به يك شرکت اختیارداده مي شود که تولیدات و یا محصولات شرکت دیگر را را بفروشد و در قبال آن مبلغی دریافت کند که به این مبلغ ، مبلغ فرانشیز مي گویند.

مفهوم عملي فرانشیز: فرانشیز يك شبکه ارتباطي بين کسب و کارهاي مستقل کوچک مي باشد که به هر يك از این کسب و کار هاي کوچک اجازه مي دهد که تحت يك نام تجاري مشترک و يك هویت فعالیت کنند و همگي از يك متد موفق (که قبلا آزمایش شده) و بازاریابی مشترک استفاده کنند. در عمل فرانشیز دقیقا يك استراتژی کسب و کار است براي جذب و نگهداري مشتري، نه بیشتر نه کمتر! يك سیستم بازاریابی است که هدف آن ایجاد يك تصویر درباره محصولات و یا خدمات يك شرکت در ذهن مشتري مي باشد، در حقیقت يك روش است براي تعريف محصولات و یا خدمات به طوري که نیاز هاي مشتري را ارضا کند.

از این پس کسب و کارهاي کوچکی که تحت شبکه ارتباطي فرانشیز با یکدیگر و مشترکا به فعالیت خواهند پرداخت را "کسب و کارهاي تحت پوشش" مي نامیم و شرکتي را که وظیفه آن برقراري این شبکه و ارائه متد هاي موفق از قبل آزمایش شده به کسب و کار هاي تحت پوشش مي باشد، "هماهنگ کننده" مي نامیم.

مزایاي فرانشیز:

۱-امنیت: براي کسب و کارهاي تحت پوشش، فرانشیز نوعي کاهش ریسک و امنیت را به همراه دارد. شما آزادي اي را که به عنوان صاحب يك کسب و کار مستقل دارید، کنار مي گذارید تا تبدیل به يك جزء از يك گروه شوید که به همراه یکدیگر يك کسب و کار را پیش مي برید، و دیگر نیازی نیست که خودتان نگران روش هاي موثر براي کسب و کار خود باشید چرا که يك سیستم از قبل مطالعه شده و آزمایش شده از سوي هماهنگ کننده در اختیار شما قرار خواهد گرفت.

۲-سیستم اثبات شده: مواردی که يك هماهنگ کننده براي انجام کسب و کار تعیین مي کند: يك روش (سیستم عامل) براي انجام کسب و کار، يك نام تجاري که در نظر مشتري ارزش داشته باشد و يك پشتیبانی اولیه و پشتیبانی مستمر میباشد که در نتیجه دیگر نیازی نیست که شما چرخ را مجددا اختراع کنید تا بتوانید از آن استفاده کنید . بلکه از نتایج تحقیقات از قبل انجام شده ي هماهنگ کننده استفاده خواهید کرد.

۳-نتایج قابل پیش بینی: يك سیستم فرانشیز الف)قدرت خرید گروهی براي از بین بردن هزینه هاي عملیاتی ب) پیشرفت سریع تر به علت برنامه ي بازاریابی از پیش آزمایش شده پ)نتایج قابل پیش بینی (وابسته به اینکه تا چه حد پای بند سیستم عامل بوده اید) را مزده مي دهد.

۴-بازار یابی: وقتی کسب و کار شما از حالت مستقل خارج شد و به صورت جزئی از مجموعه بزرگتری در آمد هزینه هاي بازاریابی میان کسب و کارهاي تحت پوشش تقسیم خواهد شد و همین تعدد شعبات خود نوعي بازاریابی بوده و در نتیجه کسب و کار شما در ذهن مشتري جاي خود را باز خواهد کرد

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

1. 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 اشتباه شوند. چنین اشتباهی 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 راه‌اندازی کند، می‌بایستی بداند که چه شاخص‌هایی را برای هدف‌گذاری خود انتخاب کند و این هدف‌گذاری را چگونه انجام دهد. در صورتی که شاخص مناسبی برای هدف‌گذاری انتخاب نشود، سنجش و ارزیابی عملکرد با توجه به این شاخص‌ها به دلایلی همچون ابهام و سنجش‌ناپذیری 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.

2. پیش‌بینی غیرواقعی هزینه‌ها

از آن جایی که بسیاری از هزینه‌ها در راه‌اندازی و اداره یک کسب و کار اصطلاحاً پنهان هستند و فردی که فاقد تجربه لازم در این زمینه است از آنها اطلاعی ندارد، بسیار محتمل است که کارآفرینان نوپا در تخمین میزان هزینه‌های راه‌اندازی کسب و کار و ادامه فعالیت خود دچار اشتباه شوند. بدیهی است که چنین اشتباهی 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 فاقد 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.

3. 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.

4. عدم تعهد کافی

بسیاری کارآفرینان ممکن است که کسب و کار جدید خود را به صورت پاره وقت یا فعالیت صرفاً تفننی 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 اشتباهی 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 فعالیت‌هایش قاطعانه تصمیم بگیرد که از هیچ تلاش و کوششی برای دستیابی به موفقیت اجتناب نکند.

5. 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 صرفاً به دنبال 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 اختراعات آمریکا هرگز راهی به بازار نمی‌یابند زیرا هیچ مشتری‌ای برای خرید آنها وجود ندارد و در واقع هیچ بازاری برای آنها ایجاد نشده است. عامل اصلی که سبب می‌شود کارآفرینان مرتکب چنین اشتباهی 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.

6. میزان ریسک‌پذیری یا ریسک‌گریزی نامناسب

دو اشتباه رایجی که سبب شکست بسیاری از کارآفرینان می‌شود عدم اتخاذ رویه 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 اجتناب‌ناپذیر است به علت ترس از پذیرش تعهدات مالی و یا از دست رفتن سرمایه‌شان از دریافت وام یا صرف منابع شخص خود بپرهیزند و سبب عدم موفقیت کسب و کارشان شوند.

همچنین ریسک‌پذیری بالا و نامعقول نیز ممکن است سبب شکست و وارد آمدن خسارات جبران ناپذیر 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 ریسک‌پذیری معقولی داشته باشد.

7. 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

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 می تواند زیان آور باشد. کسی که در فکر راه اندازی یک کسب و کار جدید است باید درک مناسبی از شرایط محیط در زمان های مختلف داشته باشد تا بتواند احتمال موفقیت کسب و کار خود را پیشینه کند. این موضوع در فضای کسب و کار امروز که عمر محصولات و تکنولوژی ها بسیار کوتاه است اهمیت دوچندانی یافته است.

۸. عدم بهره گیری 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 زمینه هایی همچون برنامه ریزی، 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 زمینه ها برای دستیابی به موفقیت الزامی است. در صورتی که یک کارآفرین تمام توجه خود را به ایده و جنبه های 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 فعالیت های مرتبط با راه اندازی و اداره یک کسب و کار را خود به تنهایی بر عهده بگیرد. فردی که قصد راه اندازی یک کسب و کار جدید دارد بایستی درک درستی از توانایی ها و نقاط ضعف خود داشته باشد و همچنین روحیه انجام کار گروهی را در خود تقویت کند تا بتواند با بهره گیری از تخصص سایرین در زمینه های مختلف موجبات موفقیت کسب و کار خود را فراهم آورد. یک کارآفرین هر قدر هم که فردی توانا باشد، با محدودیت هایی مواجه است و دست آخر ناگزیر از سپردن برخی وظایف به دیگران است. عدم درک چنین مساله ای از سوی بسیاری از کارآفرینان موجه عدم موفقیت کسب و کار در مراحل اولیه و یا به ویژه در مراحل رشد خواهد شد.

10. 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 ضعف ها و قوت ها درونی خود و گروه همکاریش داشته باشد. در صورتی که به درستی تشخیص ندهد در چه زمینه هایی دارای قوت است و می تواند نسبت به رقبای احتمالی خود مزیت رقابتی کسب کند احتمال موفقیت خود را به شدت کاهش می دهد. وی همچنین باید متوجه نقاط ضعف خود باشد تا پیش بینی های 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 تصمیم گیری در مورد اندازه سازمانی دارد که برای عملی نمودن طرح کسب و کار خود تشکیل خواهد داد. عدم توجه به چنین مسائلی به سادگی می تواند موجبات شکست فرد را فراهم آورد.

۱۱. اتخاذ تصمیمات بدون توجه کافی به فرصت ها و تهدیدهای پیش رو

فرصت ها و تهدیدهایی که از جانب محیط بیرونی متوجه هر کسب و کاری است از جمله مواردی است که در هر تصمیم گیری مهم باید حتما 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، رقبای، توزیع کنندگان، تامین کنندگان، 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.

12. مدیریت نامناسب جریان وجوه نقد

یکی از مهمترین موارد در راه اندازی و اداره یک کسب و کار، فعالیت های 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 وجوه نقد خود با مشکلات اساسی مواجه می شوند که در نهایت منجر به ورشکستگی آنها می شود. کسی که قصد راه اندازی یک کسب و کار جدید دارد بایستی توجه کند که حتی در صورت پیش بینی مناسب منابع مالی به دلیل عدم دسترسی به این منابع در زمان مناسب و در اختیار نبودن نقدینگی 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.

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

از مواردی که منجر به موفقیت کسب و کارها در دراز مدت می شود، توجه به کدهای اخلاقی و رعایت آنها در کسب و کار است. گردانندگان یک کسب و کار برای ایجاد ارتباطی برد-برد و دراز مدت با کلیه ذینفعانشان (سهمداران، مشتریان، تامین کنندگان، توزیع کنندگان، دولت و ...) و کسب اعتماد ایشان می بایست اخلاق حرفه ای را در کسب و کار خود رعایت کنند. زیر پا گذاشتن اصول اخلاقی برای کسب سود در کوتاه مدت، اشتباهی است که هزینه های بعضاً جبران ناپذیری را در بلند مدت برای کسب و کارهای نوپا به دنبال خواهد داشت

باید ها و نبایدهای تصمیم‌گیری در مورد کسب و کار

بایدها:

1. صبر کنید و به دنبال کسب و کاری باشید که کاملاً 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 فرصت طلب 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 هدف‌تان 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 بیابید 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. بسیاری فروشگاه‌های کوچک خرده‌فروشی دیگر از دور خارج شده‌اند زیرا فروشگاه‌های عظیمی چون شهروند، رفاه و سایرین اجناس 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 می‌توانید 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. فرب 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 حتماً از دیدگاه مشتریان آتی به آن بنگرید و بفهمید چه چیزی محصول یا خدمت شما را برای ایشان جذاب می‌کند.

نبایدها:

1. کارآفرینی فعالیتی جدی 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 بسیار چالش‌برانگیز باشند نپردازید. بهتر است یک مانع یک متری را انتخاب کنید تا این که سعی کنید از روی یک مانع هفت متری 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 منفی 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 تماماً 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 نباید موجب هراس و دل‌سردی 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 نوآورانه هستند.
8. اگر از نحوه انجام برخی فعالیت‌ها همچون حسابداری اطلاعات کافی ندارید، به تنهایی عمل نکنید و حتماً 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 ببندد. پیش از سنجیدن همه جوانب 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 غیرواقعی شدن تخمین‌های شما خواهند شد.

باید ها و نباید های طرح کسب و کار

بایدها

1. در صورتی که برای اولین بار می‌خواهید 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 (تشریح 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 قبلتان در کسب و کار جدید قابل استفاده هستند.
5. برای اطلاع از چارچوب یک طرح کسب و کار می‌توانید 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 اقتصادی‌ای که کسب و کارتان جزئی از آن خواهد شد، انجام دهید. شرح دهید که کسب و کارتان چه منطقه و افرادی را پوشش می‌دهد و چگونه خود را با قانون سازگار می‌کند.
8. جریان نقدینگی یکساله و میزان سرمایه‌گذاری مورد نیاز برای یک سال را تخمین بزنید و در طرحتان لحاظ کنید. این یکی از مهمترین بخش‌های طرح کسب و کار شماست. 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 می‌آید. لذا با صبر و حوصله و گام به گام برای انجام آن اقدام نمایید.

نبایدها

1. نوشتن طرح کسب و کار یک گام اساسی برای شروع هر فعالیت کارآفرینانه به حساب می‌آید. نباید به دلیل برخی دشواری‌ها یا غیرضروری دانستن، از نوشتن آن سر باز زنید. معمولاً کارآفرینان نوپا به نوشتن طرح کسب و کار بی‌میل هستند و همین سبب بروز مشکلات آتی برای ایشان می‌شود.
2. در تدوین طرح کسب و کارتان بلندپروازی نکنید؛ برخی محدودیت‌های معقول را در هدف‌گذاری بلند مدت در نظر بگیرید (منظور از بلند مدت بیش از یک سال است). بهتر است که به اهداف کوتاه‌مدت پرداخته و در حین توسعه کسب و کار طرح خود را مورد بازبینی قرار دهید.
3. در انجام تخمین‌های مالی از خوش بینی پرهیز کنید. در واقع، به جای خوش بینی، در پیش‌بینی نیازمندی‌های سرمایه‌ای، برآوردهای زمانی، فروش و سود حاصل از آن بسیار محافظه کار باشید.
4. در بیان دقیق استراتژی‌های 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 متکی و محدود نسازید. موفقیت به سمت کسانی می‌آید که با پشتوانه اقتصادی کافی و برنامه مناسب شروع می‌کنند 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 روش‌های رفع آن‌ها را نیز در نظر داشته باشید.
8. اگر از نرم‌افزارهای کمکی برای نوشتن طرح کسب و کار خود استفاده می‌کنید، انتظار نداشته باشید که نرم‌افزار طرح کسب و کار شما را به صورت خودکار تولید کند. نرم‌افزارها تنها به شما برای نوشتن طرح کسب و کار در یک قالب مشخص کمک می‌کنند. این شما هستید که باید محتوای اصلی طرح را آماده کنید.
9. اگر توانایی شما در مدیریت نقدینگی و انجام امور مالی کافی نیست، خود به تنهایی انجام این امور را به عهده نگیرید.
۱۰. اگر از کمک مشاور در تدوین طرح کسب و کار خود استفاده می‌کنید، 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 شکل‌گیری 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 بیشتر 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، مسافرت‌های دسته جمعی، تفریحات مشترک و ... می‌توانند 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 بلافاصله 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 دقت کنید که جلسات 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 بدهید 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 مشتریانان در اکثر مواقع می‌بایست 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 کارکردی 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 اهمیت گرفتن نسخه‌های پشتیبان (backup) چشم‌پوشی 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.
۱۰. اگر در خانه کار می‌کنید، به اعضای خانواده خود اجازه ندهید تلفن کاری شما را جواب دهند یا از آن استفاده کنند.

بایدها و نبایدهای 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 متناسب 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 آتی 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 نامتناسب 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 نشوید. به عبارت دیگر وظایف را آن‌قدر سنگین تعریف نکنید که فرد نتواند از عهده آن برآید و عملاً روحیه خود را از دست بدهد.
- 4.مسایل مربوط به سازمان کسب و کار و رویه‌های انجام کارها را به صورت مقطعی و کوتاه‌مدت ننگرید.
- 5.نباید به تمام کارها و مسایل خود به تنهایی رسیدگی نمایید. یادگیرید 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 رقیبتان مقایسه نمایند.
- 10.تشویق کارکنان خود را به صورتی انجام ندهید که احساس کنند مورد تبعیض واقع شده‌اند.

بایدها و نبایدهای 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. حتما 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 و یا استفاده از خدمات هاست در مورد آن تصمیم‌گیری کنید.
4. در مواردی که فکر می‌کنید دانش فنی لازم برای تصمیم‌گیری را ندارید، حتما از کمک و مشاوره متخصصان استفاده کنید.
5. تعداد بازدید کنندگان، زمان‌های 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 سبک طراحی کنید تا سریع بالا بیاید.
8. اگر از یک طراح حرفه‌ای برای طراحی وبسایت خود استفاده می‌کنید، حتما با وی قراردادی مکتوب 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 موارد 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 راه‌اندازی یک وبسایت برای کسب و کارتان عجله به خرج ندهید. تنها هنگامی چنین کاری انجام دهید که واقعا 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 نا زیبا 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 بنیدید و تا پیش از تحویل 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 نباشند.
8. اگر طراحی وبسایت وقت زیادی از شما می‌گیرد آن را به دیگران بسپارید. داشتن یک وبسایت احتمالا 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 بدهید که در صورت تمایل از فهرست ایمیل‌های شما خارج شوند.

بایدها و نبایدهای حسابداری و جریان وجوه نقد

بایدها

1. در ابتدای راه اندازی يك كسب و کار شما شخصا باید در فعالیتهای مربوط به حسابداری وارد شوید و آنها را فراگیرید.
2. دانش حسابداری را باید تا حدی یاد بگیرید که بتوانید صورتهای مالی مانند ترازنامه و حساب سود و زیان را بخوانید و متوجه شوید.
3. نسبتهای 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 يك كسب و کار در صورتی که تجربه انجام امور حسابداری را ندارید، حتما از مشورت و کمک يك حسابدار استفاده نمایید.
5. صورتهای مالی خود را مرتب و برای دورههای تا حد امکان کوتاه تهیه کنید.
6. برای همه اجناسی که میخرید یا هر مورد هزینه دیگر، از فروشنده فاکتور یا رسید بخواهید.
7. با اعمال برخی کنترلهای داخلی روی فعالیتهای کارکنان خود، مانع از هدر رفت منابع به دلایل مختلف در کسب و کار خود شوید.
8. روالهای مشخصی برای انجام فعالیتهای مختلف از جمله تحویل و ترخیص کالا، اقدام به خرید و ... ایجاد نمایید. برای این کار فرمهای مخصوص طراحی کنید.
9. حسابهای بانکی خود و کسب و کارتان را دست کم ماهی يك بار مورد بازرسی و تسویه قرار دهید.
10. باید متوجه تفاوتهای هر يك از اقلام در صورتهای مالی باشید. وجه نقد و اسناد دریافتنی هر دو جزء داراییهای جاری به حساب می آیند، اما مطالبات تامین کنندگان را نمی توانید با اسناد دریافتنی که ممکن است محقق نشوند، بپردازید.

نبایدها

1. تنظیم صورتهای مالی برای کسب و کار خود را تا پایان سال به تعویق نیندازید. این کار باید جزء وظایف مستمر خود یا حسابدارتان باشد.
2. رسیدها، فاکتورها و سایر اسناد مربوط به دریافتها و پرداختهای خود را دور نریزید. آنها را به صورتی منظم نگهداری کنید.
3. ثبت هزینهها و درآمدهای خود در دفاتر را به بعدها موکول نکنید. سعی کنید این کار را با کمترین تاخیر انجام دهید.
4. تسلیم اظهارنامه مالیاتی مربوط به هر سال را به بعد از پایان تیرماه سال آینده موکول نکنید. تحویل به موقع اظهارنامه حتی در صورتی که اطلاعات آن ناقص باشد، موجب معافیت شما از جریمه های مربوط به عدم تحویل به موقع خواهد شد.
5. هیچ گاه نباید حسابهای شخصی و حسابهای مربوط به کسب و کار خود را با هم مخلوط کنید.
6. در به خاطر سپردن ارقام، زیاد به حافظهتان اعتماد نداشته باشید. سعی کنید در اسرع وقت و با دقت حسابها 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. نسبتهای مختلف مالی برای کسب و کار خود را زیر نظر داشته باشید و تنها به يك شاخص اعتماد نکنید. کسب و کار شما ممکن است در حالی که بسیار بیش از بدهی، دارایی دارد به دلیل کمبود وجه نقد با خطر ورشکستگی روبرو شود.
9. چكهایی که امضا کرده اید اما هنوز موعد آنها فرا نرسیده را فراموش نکنید. موعد پرداختها را در جای معینی یادداشت کنید و همواره به آن توجه داشته باشید.
10. برای همه فعالیتهای حسابداری تنها به حسابدار خود متکی نباشید. به گونه ای عمل کنید که بتوانید در صورت لزوم کارها را تحویل گرفته و به حسابدار دیگری بسپارید.

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

بایدها

1. در سال‌های اولیه راه‌اندازی يك كسب و کار خودتان باید در تمام زمینه‌ها به صورت جدي فعال باشید و تجربه كسب كنید.
2. اگر می‌خواهید كسب و کار خود را گسترش دهید، باید یاد بگیرید کارها را به دیگران بسپارید.
3. برای ارزیابی نحوه انجام شدن فعالیت‌هایی که به دیگران واگذار می‌کنید، شاخص‌های عینی در نظر بگیرید و برنامه‌ریزی کنید تا بتوانید عملکرد واقعی آنها را با برنامه مقایسه و ارزیابی کنید.
4. در يك كسب و کار گسترش یافته، شما باید بتوانید بروز مشکلات و زیان‌دهی در يك بخش را به سرعت تشخیص دهید. تشکیل مراکز سود و تهیه مرتب گزارش‌های عملکرد می‌تواند شما را در این راه یاری کند.
5. برای مدیران خود مشوق‌هایی قرار دهید که تنها شیوه عملکرد آنها در دریافت یا عدم دریافت مشوق‌ها موثر باشد.
6. سپردن اختیار به هر يك از کارکنان‌تان باید همراه با خواستن مسولیت از ایشان باشد.
7. دوره‌های تنظیم و بررسی صورت‌های مالی را کوتاه در نظر بگیرید .
8. برای تشویق مدیران خود روش‌هایی که توسط رقبای موفق شما استفاده می‌شوند، را مورد توجه قرار دهید.
9. فعالیت خود را تنها در زمینه‌هایی گسترش دهید که به آن علاقه دارید.
10. گسترش فعالیت كسب و کار شما حتما باید بدون افت کیفیت محصولاتتان صورت گیرد.

نبایدها

1. وقتی كسب و کار شما هنوز با مشکلات جدي روبرو است نباید برای گسترش آن اقدام کنید.
2. اختیار برخی تصمیم‌های کلیدی، مثل امضا کردن چك‌ها را به دیگران نسپارید.
3. به دلیل ترس انجام نشدن درست کارها از واگذاری آن به دیگران خودداری نکنید.
4. چون كسب و کار فعلی شما سودآور است نمی‌توان نتیجه گرفت در طی فرایند رشد نیز سودآوری حفظ خواهد شد. برای كسترش كسب و کار خود با عجله عمل نکنید. هرگز چند شعبه را با هم راه‌اندازی نکنید.
5. تجربه موفق کارآفرینی در يك زمینه نامرتب با كسب و کاری که حالا قصد راه‌اندازی آن را دارید، نباید سبب اعتماد به نفس و اطمینان بی‌جای شما به موفقیت گردد.
6. برنامه تقسیم سود خود را زیاد از حد پیچیده نکنید، طوری هیچ کس از آن سر درنیاورد. آن را به صورت مکتوب درآورده و به اطلاع مدیران خود برسانید.
7. نباید بدهی‌های كسب و کار شما هیچ گاه از يك سقف مشخص فراتر رود. گزارش‌های مالی خود را به صورت مرتب تهیه کنید و مورد بررسی قرار دهید.
8. كسب و کار خود را روی عرضه کالاهای معمولی که در آن امکان قیمت‌گذاری ندارید گسترش ندهید.
9. وارد عرصه‌هایی از كسب و کار نشوید که در آنها قدرت رقابت ندارید. مزیت‌های خود را بر رقبا شناسایی کنید و آنها را توسعه دهید.
10. برای گسترش كسب و کار خود از این شاخه با آن شاخه نپريد. به فعالیت‌هایی بپردازید که در آنها تجربه لازم را كسب کرده‌اید.

باید ها و نباید های ثبت شرکت

بایدها

1. پیش از شروع به فعالیت و راه اندازی يك كسب و کار باید در مورد این که آیا نیاز به ثبت يك شرکت برای كسب و کار خود دارید یا خیر تصمیم بگیرید.
2. پیش از اقدام برای ثبت شرکت خوب در مورد انواع شرکت ها، تفاوت آنها و ویژگی های هر يك تحقیق کنید. در صورت نیاز از مشاوره و راهنمایی افراد مطلع بهره گیرید.
3. پیش از ثبت شرکت به صورت رسمی، ترکیب شرکا و سهامداران، حقوق و مسئولیت های هر يك را به صورت روشن و واضح مشخص و مکتوب نمایید.
4. پیش از مراجعه به اداره ثبت شرکت ها، چند نام (حتما بیش از يك نام) برای شرکت خود در نظر بگیرید.
5. پیش از مراجعه برای ثبت شرکت، فهرستی از مدارك و اقداماتی که باید انجام دهید تهیه کنید.
6. عنوان شرکت سهامی یا شرکت با مسئولیت محدود باید در نام هر يك 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 كسب و کارتان در ذهن مشتری خواهد شد.
9. برای دریافت و پلمپ دفاتر روزنامه و كل باید به صورت سالانه به اداره ثبت شرکت ها مراجعه نمایید.
10. در صورتی که در نام شرکتتان می خواهید از کلماتی استفاده کنید که چندان متداول نیستند، حتما مدارکی در اختیار داشته باشید که نشان دهند آن کلمات فارسی هستند.

نبایدها

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 مراجعه می کنند، نیافتید. پیش از هر اقدامی باید از صلاحیت حرفه ای این افراد اطمینان داشته باشید.
4. محتوای 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 يك فرد در نام يك شرکت با مسئولیت محدود، مسئولیت هایی قانونی برای وي 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، ملی و ... استفاده نکنید.
7. در نام شرکت خود از کلمات خارجی استفاده نکنید.
8. تکمیل دفاتر كل 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 يك نام به این معنی نیست که شرکت دیگری با نام مشابه وجود ندارد. سعی کنید از راه های مختلف از جمله جستجو در اینترنت اطمینان یابید که نام منحصر به فردی انتخاب کرده اید.
10. پلمپ دفاتر روزنامه و كل را به روزهای پایانی سال موکول نکنید. چنین کاری ممکن است باعث اتلاف وقت فراوان شما شود

۱۰ راهکار برای مذاکرات و انجام معاملات تجاری

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 خواهند 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 نردن 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 بدهید

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 نظراتان 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

اصلاً 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

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

۷- یاد بگیرید که ساکت بمانید

گاهی اوقات وقتی پیشنهادی به شما ارائه می شود، خیلی مهم است که جوابی نداده و چیزی نگویید. برای ۳۰ دقیقه، ۹۰ 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 ساکت بمانید، کناره گیری نکنید اما فقط به آنچه 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 گذرید 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 مودب باشید

مهم نیست که طرف مقابلتان با شما بد حرف می زند یا کالایان را تحقیر می کند، شما هیچگاه **خونسردیتان** را از دست ندهید و به طرف مقابل فحش و بد و بیراه نکشید. با بد رفتاری چیزی جز شرمندگی نصیبتان 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

فروش و هرگونه تغییر در محتوای این کتاب ممنوع است

گردآوری و تنظیم : رضا فریدون نژاد

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 باتجربه، 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 ناامید نشوید: روند زندگی و کار به بازی فوتبال می ماند که تا آخرین دقیقه ممکن است سرنوشتش 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.

زیردستان خود را وادار به انجام کاری نکنید که خودتان تاکنون انجامش نداده اید یا رغبتی به انجام دادنش ندارید. اگر رئیس یا سردرسته 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 يك 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 گوید، اجازه دهید دشمنتان (یا رقیبتان) 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 رقیبتان سخن بگوید چون داشتن «اطلاعات» قدرت است و آن که اطلاعات دارد می تواند ویرانگر باشد .

4- پول نقد، 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. چك همیشه در معرض برگشت خوردن است و کارت اعتباری هم مختص آدم های زودباور؛ 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 نگوئید. همواره چیزی را نزد خودتان نگاه دارید. اگر مجبور به افشای آن شدید تنها ۷۵ تا ۹۰ 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.

همه چیز درباره راه اندازی کسب و کار از صفر تا صد
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 افشای 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 جاخالی دادن از تیرهای رقیب 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-حواستان را جمع کنید: گاهی اوقات رقباي 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 دشمنان 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 .

-کنار هر مرد موفق يك زن موفق وجود دارد.

هر مردی برای کسب موفقیت به پایداری و استقامت يك زن بزرگوar نیاز دارد. يك مرد بدون خانواده، يك مرد کامل نخواهد بود. در مقابل، يك 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 موهایی پریشان سرتان ، هیچ يك پایدار نخواهند 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 ضربه را شما وارد کنید. با این عمل دشمن و حریف را غافلگیر می کنید

و اگر ضربه 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 شکیب باشیم. دست بالا گرفتن کار و دست کم گرفتن پاداش آن سبب می گردد شما هیچگاه مأیوس و ناامید نشوید.

17-دوستانان را نزدیک خود نگاه دارید، دشمنانان 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 دشمنانان را تحت نظر خویش داشته باشید .مثلاً ترتیبی بدهید که از اقدامات وی آگاهی داشته باشید، افکارش را پیش بینی کنید و از نقاط ضعفش کمال استفاده را ببرید.

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

اگر پولی را خرج می کنید و بعد هزینه 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 بدهید، 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 موفقیت هستند.

اگر شما به خودتان ایمان داشته باشید هیچ چیز نمی تواند سد راهتان شود. حتی جملات دلسرد 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 مغرور و از خود راضی شوید آنگاه خواهید دید که نزدیکترین دوستانان 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، برنامه ریزی، 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 اوست و اگر او واقعا تصمیم به تغییر بگیرد، 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 تربانید و شکر گزار باشید، نعمت‌های بیشتری به دست خواهید آورد و در مرحله دوم باید به این باور برسید که هر زمان در زندگیتان قادرید با کسب ثروت بیشتر، کارهای خوب بیشتری انجام دهید.

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

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 شبانه‌روز کار می‌کنند و بازهم فقیر می‌مانند و همچنین کسانی که به میزان متعارف کار می‌کنند و ثروتمند هم می‌شوند، بنابراین بعضی وقت‌ها 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 بپردازید و نسبت به آنها احساس خوب و مثبت داشته باشید، مدتی از وقت خود را با ثروتمندان بگذرانید و ببینید 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 مرتب 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 وقتی شروع می‌شود که کار کردن 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 می‌توانند که سرمایه خود را مرتب به کار می‌زنند، از آنچه که دارند استفاده می‌کنند. هیچ کسی با جمع کردن پول خرده‌های خود در قلکی زیر تختش میلیون نمی‌شود.

فروش و هرگونه تغییر در محتوای این کتاب ممنوع است

گردآوری و تنظیم: رضا فریدون نژاد

(12) برای سرمایه دار شدن لازم نیست يك شبه پول زيادي به دست آوريد با مبالغ كم هم مي توان سرمايه گذاري كرد .هر ماه مبلغ كمی کنار بگذارید و اجازه دهید این مبلغ فقط صرف سرمایه گذاری گردد. اگر این کار را ادامه دهید پس از چند سال مبلغ قابل ملاحظه ای خواهید داشت. این روشی است که هر کسی با هر شرایط مالی می تواند به آن دسترسی داشته باشد، زیرا آغاز هر سود مالی فراوان، يك سرمایه گذاری هرچند كوچك بوده است .

(13) در زندگی هر فردی، اوقاتی هست که ناگهان همه چیز به هم می خورد، برای هر کسی، هر قدر ثروتمند، ممکن است بحران مالی مصیبت باری رخ دهد، مهم نیست که چه کسی هستید، چقدر معتبر و شناخته شده اید، هر کس باید بداند، هر مشکل، هر اندازه هم که بزرگ باشد، می تواند زمینه ای برای کسب يك تجربه ارزشمند باشد، هنگام بحران به جای نشستن و غصه خوردن از جا بلند شوید، تا بحران را پشت سر بگذارید، 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 خویش. شما قادرید، دوباره بر اوضاع مسلط شوید، باید بدانید که ثروت و بی نیازی، نشان دهنده توازن فرد است. ثروت می تواند، خوشحالی، موفقیت و بقای معنوی به همراه داشته باشد .

چند نکته در تنظیم امور مالی:

- 1) پول هایی که به مصرف می رسانید رایادداشت کنید، این عمل به ما نشان می دهد که پول ما به چه مصارفی می رسد، آن وقت می توانیم بودجه زندگی خود را متناسب با نیازهایمان تنظیم کنیم .
- 2) صرفه جویی کنید و از خرج های اضافی پرهیز نمایید .
- 3) خود را در مقابل بیماری و هزینه های ناگهانی بیمه کنید .
- 4) در فرزندان خود يك حس مسئولیت نسبت به پول به وجود آورید .
- 5) اگر بخواهید، می توانید 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 متشکرم .
- یکی از آسان ترین راه ها برای داشتن يك احساس خوب، درباره خود، قدردانی کردن از خوبی دیگران است .
- همیشه از خود به خوبی یاد کنید و وقتی کاردرستی انجام می دهید به ارزش های خود اعتراف کنید .
- رفتارتان را از خود متمایز کنید و توجه داشته باشید که رفتار شما ارتباطی با ارزش خود شما 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 می توانید يك نمونه از رفتاری که با خود و دیگران دارید به آنها نشان بدهید، هیچ کس نباید سوء استفاده دیگری را از خویش بپذیرد .
- اطراف مردم خوب بگردید و سعی کنید بدون آنکه احساس گناه داشته باشید، از مواهب الهی لذت ببرید .
- از بیان مثبت استفاده کنید. زیرا کلمات ما برنوع احساسات و افکار ما تاثیر می گذارند .
- کتاب هایی را بخوانید که به شما ایده و شهادت عمل می دهند، همیشه در ذهن خود تصویری از آنچه که می خواهید باشید ترسیم کنید و نه از آنچه که هستید، آن گاه الزاما به سوي این اندیشه های غالب کشیده خواهید شد.

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

امروزه کارآفرینی بعنوان يك استراتژی کارآمد برای رویارویی بامشکلات فراروی جوامع ازجمله بیکاری و آثاروتبعات سهمگین آنها ونیز یکی ازمهمترین راهکارهای برون رفت ازفضاي بسياربغرنج وبپیچیده اقتصادي مورداهتمام وعنايت ویژه جوامع وافرادومجامع علمي-دانشگاهی واقع گردیده است.

مقاله اي که درپیش روی داریده ذکرپاره اي ازمهمترین مواردی که برای هرفعالیت نوپا وایجادکسب وکارهای کوچک وزودبازده ضروري است میپردازد.

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

دراغلب موارد مردم بدون هیچ پس اندازی وارد کسب وکار می شوند. بعضی با گرفتن وام از بانکها یا دوستانشان کار را شروع میکنند. اما آنها نمی دانند که ممکن است ماه های سالها طول بکشد تا به سوددهی برسند و هنگامی که وام دهنده بفهمد که این کار به 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 میشود خانه یا اعتبارشان در خطر بیفتد.

راه درست این است که تا آنجا که ممکن میباشد هرچه بیشتر پول مورد نیاز را پس انداز کرد.

۲- از بند کفش آغاز کنید:

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

کسانی که کارشان را از ران شروع میکنند مثل لادریک گاراژ از این فرصت برخوردار می گردند که اشتباهات ناشی از تازه کار بودن را در مقیاس کوچکتر انجام دهند.

۳- از دارایی های شخصی خود محافظت کنید:

وقتی وارد کسب وکار می شوید، این شخص خودتان هست که مسئول قروض بوجود آمده نظیر وام ها، مالیات، پول مالکان و غیره می باشد لذا اگر از خود محافظت نکنید، بستانکاران با حکم دادگاه می توانند به سراغ دارایی های شخصی شما مانند ماشین یا خانه بروند.

اگر وام های شما در حال افزایش است سراغ تشکیل يك بنگاه یا شرکت با مسئولیت محدود بروید.

۴- ببینید که چگونه می خواهید پول در بیاورید:

شما باید بتوانید در چند جمله بیان کنید که چگونه طرح کسب وکارتان سود معقولی در پی 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 به قیمتی بفروشند تا اینکه آن هزینه ها را جبران کنند و در کنار آن سود کافی نیز ایجاد کنند.

۵- يك طرح کسب و کار تهیه کنید، هر چند که کوچک باشد:

پیدا کردن مقداری سود و ایجاد يك نقطه سربه سر اولین گام در این راه است. در اکثر شرکت های کوچک، بخش های اصلی طرح تجاری، تجزیه وتحلیل نقطه سربه سر، پیش بینی سود و زیان و برآورد گردش جریان نقدینگی هستند. با برآورد گردش نقدینگی و سود و زیان شما میتواند ایده کسب وکار خود را بهبود ببخشید.

تهیه يك طرح تجاری 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 دنیای واقعی نیز درست نخواهد بود.

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

هارابدست آوردعبارتنداز:بیشترارزقبای خودبدانید،محصولی راتولیدکنیدکه تقلیدازآن خیلی سخت یاغیرممکن باشد،تولید یاپخش آن

راکارترکنید،مکان بهتری رانتخاب نماییدویاخدمات بهتری به مشتریان بدهید.

ازاسرارکسب وکارتان محافظت کنید.اینهااطلاعات محرمانه ای هستندکه برای شمامزیت رقابتي در بازار ایجاد میکنند.

بایدکاری کنیدکه اطلاعات شمامحرمانه بمانند.مثلا اسنادراباکلمه "محرمانه"علامت بنیدیا برای رایانه هارمزورودبگذارید.

عکس العمل سریع دربرابرخبرهای بدیکی دیگر ازاین روشهاست.وقتی که می بینیدکسب وکارتان بامشکل مواجه شده است بایدبایک طرح

جدیده سراغ آن بروید.مثلا محل دفترکارتان راتغییردهیدیا محصول وخدمات جدیدمعرفی کنیدویایک راه بهتر برای ارتباط بامشتری پیدا کنید.

۷-کلیه توافقنامه هارامستندومکتوب سازید:

بعنوان يك قاعده شما بایدبرخی ازقراردادها وتوافقنامه هارامکتوب سازید مانند:

-قراردادهای بیش از ۱سال

-قراردادهای فروش به ارزش ۵۰۰دلاریابیشتر

-قراردادهای مربوط به مالکیت حق کپی رایت

حتی اگر از نظر قانونی لازم نباشد،عاقلانه است که تقریبا همه چیز رامکتوب کنید زیرا که توافقات شفاهی رابندرت میتوان اثبات کرد.

۸-اشخاص شایسته رااستخدام کرده ویدرستی از آنها نگهداری کنید:

الویت شما این باشد که کارکنان شایسته رااستخدام کنید.يك کارمندقوي حداقل ۲یا ۳برابريك شخص بامهارت معمولی میتواند ارزش داشته

باشد.

برای ایجاديك نیروی کارثابت وشاد،نه تنها بایدبا کارمندان بطور عادلانه رفتار کرد بلکه بایدکسب وکار شما نیز لایق آنها باشد.کارکنان باید کارشان

رادوست داشته باشند.مشتریان نیز به احتمال قوی به کسب وکار روبه رشد وفادارتر خواهند ماند و آن رابیشتر به دوستانشان توصیه می کنند.

۹-به وضعیت حقوقی کارکنانتان توجه کنید:

هنگامی که کارگری رابصورت قراردادی اجیر می کنید مطمئن شوید که از اون باید مانند يك کارمند رسمی مالیات کسر شود.

۱۰-صورت حساب ها ومالیات های خود را سرموعد پیردازید:

دردنیای واقعی،به قول خود عمل کردن يك شهرت تلقي می شود و يك دارایی مهم محسوب می گردد.لذا يك راهبرد واستراتژی اساسی آن

است که صورت حساب های خود را پیشاپیش وزودتر از موعد پیردازید این امر باعث کسب وجهه واعتبار برای شما خواهد گردید.بیشترین اهمیت

را پرداخت بموقع مالیات بردرآمد می تواند داشته باشد مخصوصا سهمی را که شما بعنوان مالیات تکلیفی از فیش حقوقی کارکنان تان کسر می

نمایید.

راز میلیونرهای خودساخته

افراد ثروتمند و میلیونر خود ساخته باهوش تر و برتر از شما نیستند. اما آنها از يك سري اسرار ویژه براي ثروتمند شدن بهره گرفته اند که شما نیز ميتوانيد با پيروي از آنها حداقل کسب و کار خود را رونق بخشيد.

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

۲- يك تصوير خاص از مقصد مسير خود در ذهن تان ترسيم کنید. هر اندازه اين تصوير مشخص تر و خاص تر باشد امکان دستيابی شما به آن بيشتتر خواهد بود.

۳- به گونه اي رفتار کنید که گويي شما مالك کسب و کارتان ميباشيد. ولو آنکه براي شخص و شرکت ديگري کار ميکنيد. اين نگرش شما بذرهایی موفقیت و استقلال شغلي را در سرنوشت شما خواهد کاشت.

۴- شغل خود را دوست داشته باشید. چنانچه به آن علاقه مند نميباشيد آن را رها کنید. با "نه" گفتن به شغلي که تنها براي پول انجامش ميدهيد شغل دلخواه خود را همچون آهن ربا جذب خود خواهيد کرد.

۵- يك گروه خوش فکر تشكيل دهيد. با افرادي که متعهد به ايجاد يك شغل بزرگ هستند جلسه تشكيل دهيد. اندیشه ها و ایده های خود را با يکديگر در میان بگذاريد و از يکديگر پشتيباني کنید.

۶-همواره ضوابط اخلاق کاري را رعایت کنید.

۷- پيشرفت و بهبودي دائم و بي وقفه در شغل خود را سر لوحه اعمال خود قرار دهيد. همیشه به علم خود بيفزاييد.

۸- به شغل خود بعنوان يك خدمت رساني بنگريد. ياري رساندن به ديگران کسب و کار شما را رونق خواهد بخشيد.

۹- از تمام جزئیات و ریزه کاریهای شغل خود آگاهی يابيد. اين پيشه شماست.

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

۱۱- تناسب اندام خود را حفظ کنید. ذهن توانمند جسم نيرومندي پديد مي آورد. بدن ضعيف معلول ذهن ضعيف ميباشد. سلامت جسماني و رواني شما اساس موفقیت شما در زندگی ميباشد.

۱۲- زندگی خود را اولويت بندي کنید. ابتدا کارهای مهم تر را به انجام رسانيد.

۱۳- پيش از آنچه مشتري انتظار دارد به وي خدمت ارائه دهيد. اين عمل اعتماد سازي کرده و مشتريان شما را افزايش ميدهد.

۱۴- فرد منظمي باشید. زندگی خود را از فعاليتها و افرادي که موجبات پيشرفت و بالنگي شما را فراهم مي آورند، پر کنید. فعاليتهايي که بر زندگی شما اثر منفي مي گذارند را از خود دور سازيد.

۱۵- نخست به خودتان پرداخت کنید. اين نخستين قانون متمولان است. پس انداز را هيچگاه فراموش نکنيد.

۱۶- هر از چند گاهي تنهائي را تجربه کنید. در زمان تنهائي به ندای درون و اندیشه های ذهن خود گوش فرا دهيد و برنامه ريزيهای خلاقانه کنید.

۱۷- بسوي برتري گام برداريد. بهترين را ارج دهيد و به کمتر از آن قانع نباشيد.

۱۸- صداقت و درستکاري بهترين سياست است. خود و خواسته های خود را بشناسيد و آنها را همیشه صادقانه بيان داريد.

۱۹- در روند تصميم گيري سريع عمل کرده و در تغيير آنها کند و آهسته باشید.

۲۰- شکست گزینه شما نخواهد بود. تمام افکار شما بايد بر موفقیت متمرکز باشد. شما بايد موفق گرديد.

۲۱- در دستيابی به اهدافتان مصمم باشید. پافشاري سرسختانه اعتماد بنفس شما را تقويت کرده و شما را به پيروي نهايي نزديک ميکند.

۲۲- بر خلاف جريان آب شنا کنید.هيچگاه از ایده ها، عقايد و رویکردهای نو نهراسيد.

۲۳- بروي فرصتها تمرکز کنید و نه بروي موانع.

فروش و هرگونه تغيير در محتوای اين 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 مرتباً شما را از دستیابی به اهدافتان دلسرد 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 شانس نباشید حتما پولدار می شوید!

قواعد ثابت شده يك كسب و كار

در كسب و كار و تجارت آداب و قواعدي وجود دارند كه مينا و پايه و اساس يك كسب و كار موفق را شكل مي‌دهند. هيچ كارشناس و صاحب كسب و كار خبره‌اي نيست كه درستي همه اين اصول را تايد نكند. اين‌ها ظاهري بسيار ساده دارند و براي فهمشان به هيچ فن و تخصص ويژه‌اي نياز نيست. ارتباطات با مردم و دنياي اطراف هنر ارزشمندي است كه در پي توجه و رعايت اصول زير كسب مي‌شود. خوب دقت كنيد:

- ۱- خوب گوش دهيد

به مراجع و آن مشتري احتمالي و مشتري كنوني به دقت گوش دهيد. به حرف‌هاي كارمندانتان هم توجه كنيد. كارمندان هستند كه از چند و چون كسب و كار خبر دارند و اگر آنها مشكلات، نقاط ضعف و نقاط قوت كسب و كار و بازار را به شما نگويند، نخواهيد توانست بازرابايي و كسب و كار موقيقي را پيش ببريد. مشتريان كنوني و احتمالي، عوامل رشد و افزايش درآمدتان هستند. نيازها، خواسته‌ها و انتظاراتشان از خريد را درك نخواهيد كرد مگر با گوش دادن دقيق و نکته بينانه به حرف‌هاي آنان. اعتراض‌ها و ابراز رضايت‌هاي اين گروه، هر دو راهنماي كار شمايند.

۲- پاسخگو باشيد.

ابتدا گوش دهيد و سپس دست به عمل بزنيد. هر چه زودتر پاسخ بدهيد، مشتري كنوني ناراضي و مشتري بالقوه بيشتر به شما اعتماد خواهند كرد. سريع، قوي و موثر، آشكار و برجسته پاسخ دهيد.

۳- كار گروهي و استمرار فعاليتهايتان را حفظ نماييد.

اگر يك تيم بازرابايي داريد، همواره با آنها مشورت كنيد و نظرات و ايده‌هايشان را جويا شده درباره‌شان بحث و تبادل نظر نماييد. پيشنهادات و ايده‌ها و توصيه‌هاي يكدگر را بشنويد و در يك كار گروهي، طرحي مناسب براي خلق و تقويت بازرابايي و راهبري و توسعه كسب و كار، تدوين كنيد و به اجرا گذاريد.

۴- كاملا بر كارهايتان تمرکز كنيد.

بتدا تا جايي كه مي‌توانيد در پي كسب دانش، معلومات و مهارت‌هاي لازم باشيد. سپس درباره ايده بازرابايي و كسب و كارتان، فكر و تعمق كنيد. تمامي جوانب مسئله را در نظر گرفته از زواياي گوناگون به آن بنگريد. كارها و فعاليتهايتان را در يك مسير معلوم و اصلي قرار دهيد و هميشه سعي كنيد در همين مسير و در راستاي نيل به هدف‌هايتان جلو برويد. اين مسير را كانون توجه خود قرار دهيد و هميشه براي چالش‌ها و مشكلات آمادگي داشته باشيد. كسب معلومات و مهارت‌هاي به روز در يك كسب و كار، هرگز به پايان نمي‌رسد و راه اصلي آمادگي هميشگي است.

۵- مفهوم "موفقيت" را به تمامي بدانيد

اين مشتري است كه فروش را خلق مي‌كند. شما به عنوان يك بازياب فقط به او كمك مي‌كنيد. او براي تكميل موفقيت‌آميز فرايند فروش، از شما جايزه مي‌گيرد! اين همان موفقيت حقيقي است. مشتري را فقط يك عامل كسب درآمد ندانيد. خدمت‌رساني به او و اعطاي جايزه به خاطر موفقيت، روند كسب و كارتان را زيباتر و لذت‌بخش‌تر مي‌كند.

۶- با مردم آشنا شويد و با آنها ارتباط برقرار كنيد.

با هر كسي كه لازمست بشناسيد، به تمامي آشنا شويد و او را از چگونگي كسب و كارتان آگاه كنيد. هر قدر كه دايره و شبكه ارتباطات انساني شما وسيعتر باشد، فرصت‌هاي بيشتر و بهتري پيش رويتان قرار خواهند گرفت.

۷- منصفانه براي كالاها يا خدماتتان قيمت‌گذاري كنيد.

بهاي هر كالا يا خدمات را عادلانه و منصفانه تعيين نماييد و درباره حقوق كارمندانتان نيز چنين باشيد. آن مقداري كه لازمست از مشتري پول بگيريد. كاري كنيد كه قيمت‌هاي عادلانه ويژگي مشخص كسب و كارتان باشد.

۸- شراكت و همكاري با ديگر كسب و كارها را همواره در نظر داشته باشيد.

اين شريك‌ها مي‌توانند همان مشتريان بالقوه و دائمي شما باشند. در اين حال از محصولات يا خدمات آنها استفاده كنيد. اين روش اعتمادي دو سويه خلق مي‌كند.

۹- هر روز كه مي‌گذرد، سعي كنيد با اطرافيان، اعضاي خانواده، كارمندان، مشتريان بالقوه و مشتريان كنوني، ارتباطات موثرتر، گسترده‌تر و مستحكمتر برقرار سازيد.

۱۰- فراموش نكنيد كه "افراد" بهترين منابع رشد و پيشرفت هستند. تلفن موبايل، فكس، اينترنت و ايميل ابزارهاي بسيار قوي و راحت هستند اما روابط و ملاقات‌هاي رودرو مجاري رشدي هستند كه قدرت و ارزششان به مراتب بيش از وسايل فوق است. اشخاص موردنظر را بياييد، در مكان و زماني مناسب با آنها ملاقات نماييد. خواهيد ديد كه اين ديدارها چقدر تعيين كننده خواهند بود.

۱۱- همواره حساب‌هاي پولّي و ماليتان را نگه داريد و هيچوقت رسيدگي به آنها را بي‌اهميت و ساده ندانيد.

زماني كه صاحب كسب و كاري از شرايط مالي خودش و كاستي‌ها و قوت‌هاي آن خبر داشته باشد و در ضمن از اوضاع بازار هم غافل نشود، مي‌تواند در بحران‌هاي اقتصادي، كسب و كارش را از خطر سقوط نجات دهد.

۱۲- اجازه دهيد كه كارمندان، مشتريان احتمالي و مشتريان كنوني بدانند كه شما به آنها علاقه‌منديد و مانند خودشان تلاش کرده در جهت پيشرفت كسب و كار قدم برمي‌داريد.

۱۳- مانند افراد موفق و هميشه پيروز فكر كنيد.

و هرگز واقع‌گرايي را از ياد نبريد. خوش خيالي و بي‌توجهي و خوش‌بيني غيرواقع بينانه همان‌قدر زيانبار است كه بدبيني بيشتر از حد و احتياطاتي وسواس گونه.

۱۴- هرگز از ياد نبريد كه شما تنها كسي نيستيد كه در بازار حضور دارد.

تجارت و كسب و كار شبكه عظيمي از ارتباطات انساني را در خود دارد و اگر بخواهيد در اين شبكه به تداوم حضور داشته باشيد و فعال و موثر فعاليت كنيد، بايد جزيي از آن باشيد.

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

تعریف 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 استاندارد 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 دهند. 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 راهنما 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 ریسک های 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 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 کنید.

- تا چه حد با شخصیتهای متفاوت و افراد گوناگون می توانید 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 مداوم ، به سرعت و در شرایط بحرانی بتوانند مستقلاً تصمیم گیری 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 فشارکاری زیاد ، ساعتهای کاری زیادی می باشد. آیا شما می توانید 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 شکست ها در صورت برنامه ریزی صحیح ، اجتناب شود.

- آیا انگیزه لازم را برای تحمل مشقات را دارید؟
ممکن است شما در حین اداره یک کسب و کار احساس کنید که در برخی مواقع توانایی تحمل تمامی مشقات و زحمات را به تنهایی ندارید و این 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 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 ریسک های آن بیشتر است.
اینکه شما خادم و مخدوم خود می شوید!
زحمت و تلاش و ساعتهای 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 یابد.
اداره یک کسب و کار مستقل امکان فراگیری 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 تواند بشرح زیر باشد.

شما می خواهید رئیس خود باشید.
شما می خواهید استقلال مالی داشته باشید.

شما می‌خواهید آزاد باشید.

شما می‌خواهید آزادانه تمامی تواناییها و دانسته‌های خود را به کار ببرید.

- 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 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 علاقه‌ای که قابل تبدیل شدن به کسب و کار شدن را داشته باشم ، 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؟
رقیبی من چه کسانی خواهند بود؟
مزیت رقابتی شرکت من نسبت به شرکت‌های 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 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 تجربه‌ای 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 خواهیم داشت؟
به چه تسهیلات و امکانات بیمه‌ای نیاز خواهیم داشت؟

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

تامین منابع مالی

یکی از کلیدهای اساسی موفقیت 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 شرکت‌های کوچک دارد. همچنین شما را در تهیه درخواست وام (Loan Proposal) 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
- شرکت‌های سرمایه گذاری مخاطره آمیز
- چگونه یک درخواست وام (Loan Proposal) تهیه کنیم؟

مورد قبول واقع شدن درخواست شما بستگی به نحوه تنظیم درخواست شما دارد. بخاطر داشته باشید که وام دهندگان 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.

نوشته کوتاه‌های 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 عمده شرکت را بیان کنید.
- و در آخر سوگندی مبنی بر تعهد نسبت به وام یاد کنید و امضاء نمایید.

وام دهندگان بر چه اساسی شما را می‌سنجند؟
وقتی وام دهندگان درخواست شما را بررسی می‌کنند شش فاکتور را مدنظر قرار می‌دهند که به شرح زیر می‌باشند:
56 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 تجزیه 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 دهندگان 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 وسعتی شرکت ...
۶. Confidence : یک وام گیرنده موفق سعی می‌کند که اطمینان وام دهنده را از ۵ مورد قبلی 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 دارند.
چک لیست کلی شروع یک کسب و کار کوچک :

- انتخاب کسب و کار بر اساس علاقه و توانایی‌ها
- انجام تحقیقات و بررسی‌های 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 منطقه‌ای (منطقه انتخاب شده برای احداث کسب و کار)
- تعیین نوع ساختار قانونی شرکت و مستندسازی

- اخذ اجازه ها و لیسانس‌های مورد نیاز
فروش و هرگونه تغییر در محتوای این کتاب ممنوع است

- در صورت کارآفرینی و یا خلق محصول جدید ، ثبت Patent
- انجان تبلیغات و نشر اعلامیه های لازم مبنی بر شروع کسب وکار 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 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 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 مدل‌های جدید و کاملاً ابتکاری و مدرن توانسته اند، موفقیت بی نظیری را برای خود رقم زنند و به رغم وجود رقابت تنگاتنگ در بازار کار، جایگاه مطمئنی برای شرکت خود درمیان رقبای ایجاد کنند.

از این رو خانه مدیران با حضور آقای مهندس محمود مردان عضو هیأت مدیره شرکت افرانت و خانم دکتر فیروزه قنات آبادی مدرس دانشگاه، نشست‌های مینوی بر بررسی مدل‌های کسب و کار متکی 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 وارث 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) سخنانی ایراد 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 تحویل 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
- و تأکید کرد، وقتی راجع به مدل کسب و کار صحبت می کنیم، باید ببینیم 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 هرکس، 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 نماید که البته در این امر موفق شد. یکی از نقاط ضعف یاهو زمان طولانی برای آمدن صفحه اصلی به علت وجود تبلیغات متنوع بود که گوگل این مشکل را برای موتور جستجوی خود با مرتبط نمودن تبلیغات با کلید واژه هایی که کاربر مدنظر دارد، برطرف 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 برحسب غنای مطالب و بدون دریافت پول انجام می شود.

- این سخنران عوامل موفقیت گوگل را در موارد زیر برشمرد:
- ۱ - بر کاربر متمرکز 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 پنجاه نفر دارای دکترای تخصصی که فقط درباره جستجو تحقیق و فعالیت می کنند.
 - ۶ - نتایج جستجو بسیار سریع ارائه می شود.
 - ۷ - دموکراسی در سایت برقرار است (رتبه بندی براساس مسایل مالی انجام نمی شود).
 - ۸ - امکان جستجو در گوگل توسط موبایل فراهم است.
 - ۹ - لزومی ندارد برای رسیدن به پول، کار خلاقانه انجام شود.
 - ۱۰ - غیر از فایل‌های HTML، امکان جستجو برای فایل‌های EXE، WORD&، POWERPOINT و PDF نیز مهیا است.
 - ۱۱ - بسیار گسترده است و در دنیا با زبان‌های مختلف (۸۸ زبان) فعالیت می کند امکان تصحیح لغات اشتباه را نیز دارد.

مهندس مردان در ادامه چنین گفت: گوگل درحال حاضر بیش از ۲۰۰ میلیون جستجو را روزانه انجام می دهد و حجم سه میلیارد صفحه را پاسخگو است. هر ماه 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 دارا بودن 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 لجستیک، تدارکات و تولید فوق العاده قوی نیاز دارد. به این منظور آنها فعالیتهای کلیدی و استراتژیک را خود انجام می دهند و فعالیتهای غیراستراتژیک را به پیمان سپاری (OUT SOURCING) می سپارند آنها علاوه بر سخت 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.

مدل EBAY

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 پیر امیدیار فردی ایرانی الاصل است که سمساری الکترونیکی را راه اندازی کرده است. وی تأکید 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 دومین ثروتمند زیر چهل سال در آمریکا است که با ۸۲/۳ میلیارد دلار ثروت در جهان 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 هم دیگر 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 هرکسی 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 تقلبی انجام شده است ناچیز 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 بیفتد 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)&، شرکتهایی چون فورد و موتورولا که خود امکانات فروش را در اختیار دارند، ترجیح می دهند به EBAY بپیوندند و این حاصل اطمینانی است که در بین این جمعیت شکل گرفته است. از نکات برجسته دیگر این که اگر اتفاق ناگواری برای یکی از اعضا بیفتد بقیه اعضای شرکت با او همدردی می کنند و بعضی وقتها صددرصد درآمد موردی را به خیریه اختصاص می دهند. شرکت معتقد است، عمده فروش بسته به این سی میلیون عضو دارد که با ما در ارتباط هستند و به عبارتی شرکاء منحصر به فرد EBAY هستند.

وجوه تمایز کارآفرینان موفق و ناموفق

- کارآفرینان موفق نگاه نو و متفاوتی به کار و زندگی‌شان دارند. تفاوت آنها با کارآفرینان ناموفق ظریف اما قابل تمیز است. این تفاوت‌ها فراتر از خواسته‌ها و رویاهای آنهاست. این تفاوت‌ها به عادات یا رموز نهایی برنمی‌گردد. تفاوت آنها به نیروی قابل سنجشی برمی‌گردد که در دایره تفکر و تعقل این افراد نهفته است و موجب می‌شود تحولاتی در شیوه کار، زندگی و روابط شغلی آنها پدید آید.
- در این مقاله قصد داریم "ویژگی‌های" متمایزکننده 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 سویی دیگر، کسب عادات دیگران موجب می‌شود از مسیر خود دور افتید، چرا که اینها عادات "شما" نیست.
- ۹ وجه تمایز کارآفرینان موفق در زیر شرح داده شده است که با فراگیری آنها می‌توانید تفاوت قابل ملاحظه‌ای در نوع تفکر، ارزیابی و دیدگاهتان ایجاد کنید.
- ۱ - اجبار یا توان :
- وقتی می‌خواهید چیزی را به زور کسب کنید، باید از همه طرف متوسل به جبر شوید که نیازمند تلاش و تقلای بسیار است. این در حالیست که تکیه بر آنچه در توان دارید نیرویی 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 برمی‌دارد چندین گام جلو می‌افتد.
- ۲- تحقق وظایف یا نیل به هدف
- تحقق 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.
- ۳- کسب اطلاعات یا به کار بستن آنها
- بدیهی است که کسب اطلاعات تنها در صورت به کار بستن آنها ثمربخش خواهد بود. متأسفانه بسیاری از کارآفرینان و کارفرمایان ساعات زیادی را صرف مطالعه و کسب اطلاعات می‌کنند. اما هیچ‌گاه آنها را به کار نمی‌بندند.
- ۴- 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.
- ۵- فقط کار یا کار همراه با تفریح
- کار جدی و بدون تفریح تحمیلی 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 تفریح، منبع شادابی، نور، الهام و آرامش است. کارآفرینان موفق پیش از پی بردن به نحوه صحیح انجام کارها، فکر می‌کردند 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 واقعا اینقدر راحت می‌شد کارها را انجام داد!"
- ۶- حمایت ساختار یا کل فضای کاری
- ساختارها در نحوه انجام امور نقش مهمی ایفا می‌کنند و حتی اگر ساختار تشکیل‌شده 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 بسط ساختارهای حمایتگر به کل فضای کاری موفقیت بیشتری نصیب خود می‌کنند.
- ۷- 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 یاد 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 برگشت به رویکرد نخست نمی‌توانید از توانایی‌های خود نهایت استفاده را بکنید. برای نمونه وقتی متوجه شوید افکار شما نتایج کارتان را تحت الشعاع قرار می‌دهند دیگر نمی‌توانید این امر را منکر شوید و اگر گاهی از این حقیقت غفلت کنید باز هم صدایی از عمق وجودتان 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.
- ۸- بدبینی یا خوش‌بینی
- بدیهی به نظر می‌رسد که بهتر است خوش‌بین بود تا بدبین. اما مسئله اینجاست که مشکل می‌توان تشخیص داد چه زمان بدبین 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 روشن 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 هدفش استفاده نماید خلاق‌تر و با درایت‌تر می‌شود. کارآفرینان موفق این مهارت را در خود "به حد کمال" رسانده‌اند.
- ۹- 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 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 مثبت 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؟

مهارت‌های زندگی

قرن بیستم را به خاطر فزونی جنگ، تورم، انفجار جمعیت، افزایش بیکاری، مهاجرت، از هم گسیختگی خانواده ها، قرن اضطراب نامیدند و انسان دنیای امروز هنوز مسایل قرن بیست را حل نکرده بود که به قرن بیست و یک، عصر فروپاشی مرز های ارتباطی و اطلاعاتی رسید .

عصری که رشد ماهواره و اینترنت و رویارویی با حجم وسیع اطلاعات درست و نادرست، موقعیت ها و بحرانهای بیشمار را برای انسان امروز به ارمغان آورده است، به طوری که علیرغم تغییرات عمیق فرهنگی و تغییر در شیوه های زندگی بسیاری از افراد در رویارویی با مسایل روز مره از توانایی های لازم و اساسی، خود را بی بهره می پندارند 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 مقابله ی سازگارانه با مشکلات را نداشته اند .

آموزش مهارت‌های زندگی برای مقابله و سازگاری صحیح با مسایل و مشکلات روز مره 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" ارتقاءسازگاری فرد، ابتدا با خودش، سپس با دیگران و محیطی است که در آن زندگی می کند .

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

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

تعریف مهارت‌های زندگی

مهارت‌های زندگی تواناییهایی هستند که به ما کمک می کنند تا در موقعیت های 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

انواع مهارت‌های زندگی

سازمان بهداشت جهانی مهارت‌های زندگی را با عناوین دهگانه زیر مشخص

نموده است که هر یک از این مهارتها درمقاله های 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 هیجان ها
۷. مهارت حل مسئله
۸. مهارت تصمیم گیری
۹. مهارت تفکر خلاق
۱۰. مهارت تفکر نقادانه

مهارت خود آگاهی

مهارت خود آگاهی، توانایی شناخت از نقاط ضعف و قوت خواسته ها، نیازها، رغبت ها و تصویر واقع بینانه از خود است تا

حقوق فردی، اجتماعی و مسؤولیت های خود را بهتر بشناسیم.

با کسب این مهارت به سؤال اساسی من کیستم؟ پاسخ می گو ییم .

مهارت همدلی

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

این مهارت موجب می شودتا 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 مرزهای 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 نا مناسب 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 اگر بیش 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 یا 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، رؤیاهای، 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 تجارب عملی و توانمندی های ذهنی خود بتوانیم در جهت حل مسئله یا 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 پذیرای پیامد 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 يك عامل مزاحم به حساب نمی آید بلکه يك 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 در بست 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 مخدر نمی شوند، چرا که همواره با سؤال کردن به عاقبت کار می اندیشند.

مسیر شغلي خود را انتخاب کنید

چکیده

شناخت مهارت‌هاي قابل انتقال يك قدم اساسي در برنامه‌ريزي شغلي است. مقاله حاضر توضيح مي‌دهد كه اين مهارتها چه هستند و كمك‌هايي را براي تشخيص و افزايش ميزان مهارتها و استفاده از آنها در به دست آوردن يك موقعيت شغلي مناسب ارائه مي‌نمايد. انواع مهارتها، شامل مهارت‌هاي فني، مهارت‌هاي اكتسابي و مهارت‌هاي قابل انتقال، تشخيص مهارت‌هاي قابل انتقال، موجودي مهارتها، عناوين شغلي، روش كار را با مهارتها و به روز نگه داشتن مهارتها رئوس مطالب اين مقاله را تشكيل مي‌دهند.

کلیدواژه(ها) : مسیر شغلي؛ مهارت؛ مهارت‌هاي قابل انتقال؛ برنامه‌ريزي شغلي

۱- مقدمه

بسياري از افراد تصميم‌هاي شغلي خود را از طريق مشاهده دنياي اطراف و تلاش براي تطابق خودشان با اين دنيا اتخاذ مي‌کنند. اين امر مخالف کاري است كه واقعاً بايد انجام شود.

بهترين مسير شغلي فرايندي است كه از درون آغاز مي‌شود (يك نوع تكامل خودآگاهي). شما مي‌بايست از مهارتها، استعدادها، توانايي‌ها، امكانات و ويژگي‌هاي منحصر بفردتان آگاه شويد چون اين خودآگاهي چرخه‌اي است كه فرد را به سمت يك شغل رضايتمندبخش هدايت مي‌کند.

شناخت مهارت‌هاي قابل انتقال يك قدم اساسي در برنامه‌ريزي شغلي است. مقاله حاضر توضيح مي‌دهد كه اين مهارتها چه هستند و كمك‌هايي را براي تشخيص و افزايش ميزان مهارتها و استفاده از آنها در به دست آوردن يك موقعيت شغلي مناسب ارائه مي‌نمايد.

۲- انواع مهارتها

مهارتها را مي‌توان به عنوان سرمايه منحصر به فرد هر شخص تعريف نمود. سه گروه از مهارتها وجود دارند. مهارت‌هاي فني، مهارت‌هاي اكتسابي و مهارت‌هاي قابل انتقال. مهارت‌هاي فني تخصص گرايي درون يك رشته خاص را مطرح مي‌کند و فرد را قادر مي‌سازد كه يك شغل به خصوص را داشته باشد؛ مانند طراحي يك فرايند شيميايي، عمليات ساخت تجهيزات و مانند آن. مهارت‌هاي اكتسابي ريشه در ويژگي‌هاي شخصي يك فرد مانند انعطاف‌پذيري، كنجكايي، قدرت تصميم‌گيري و بهينه سازي دارد. مهارت‌هاي قابل انتقال مهم ترين نوع مهارتها در توسعه مسير شغلي است. اين مهارتها را مي‌توان از حرفه‌اي به حرفه ديگر و از يك حوزه صنعت به حوزه ديگر منتقل كرد. شناخت مهارت‌هاي قابل انتقال اولين قدم در خودآگاهي و برنامه‌ريزي شغلي است. اين مهارتها در هفت مقوله جاي مي‌گیرند:

۱. ارتباطات: نگارش، گفت وگو، گوش دادن، آموزش، مشورت، متقاعد سازي، مديريت، تبليغ و بيان احساسات
۲. خلاقيت: تجسم، ذهني سازي، ابداع، ايجاد، بداهه پردازي، تعبير و تفسير و استفاده از توانايي‌هاي هنري
۳. تحقيق: جمع آوري، ارزيابي و طبقه بندي اطلاعات
۴. تشریح: استفاده از تحليل‌هاي منطقي، توسعه چارچوب‌هاي کاري، تشخيص ضعف‌ها و شناخت شباهتها
۵. حل مسائل: تعريف يك مسئله، ارزيابي گزینه‌ها، تسلط بر راه حل‌ها و بهبود يك موقعيت
۶. سازماندهي: از طريق دنبال کردن برنامه‌ها و دستور العمل‌ها، توجه به جزئيات، بایگانی، جستجو و طبقه‌بندي
۷. تركيب: تلفيق قطعات اطلاعات در يك كل به هم پيوسته، بررسي اطلاعات و بيان آنها در يك شكل واضح

آگاهي از مهارت‌هاي قابل انتقال كمك مي‌کند، دريابيد چه توانايي‌هاي ويژه‌اي داريد و ضمناً امكاني براي واضح سازي آن توانايي‌ها به شما مي‌دهد.

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 محملی باشد برای معرفی فرد.

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

۱. موفقیت‌های خود را فراخوانی کنید. یک 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 مکانیکی، توسعه یک 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 یک رخداد حیاتی و معنادار در زندگیتان قلمداد شود.

۲. خاطراتتان را تحلیل کنید. همان طوری که رویدادهای رضایت‌بخش زندگی را به خاطر می‌آورد، 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 فعالیت‌هایی 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 تمرین 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 پزشکی؟ 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 یا 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 علائمی 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 شاهدهی 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 تمرین 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 فعالیت‌هاست. همچنین مجموعه منحصر به فردی از استعدادهاست. این موجودی عامل ثبات حرفه‌ای شما در دنیای کار است. شناخت این مهارت‌ها باعث امنیت می‌شود. چون آنها وسایل و امکاناتی نیست که در اختیار دارید، بلکه موجودیت شماست. توانایی و قابلیت‌هایی 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

گردآوری و تنظیم : رضا فریدون نژاد

شغل‌ها را توصیف مي‌کنند. این مهارت‌های مورد نیاز حرفه‌ها را توصیف نمی‌کنند. عناوین شغلي در رشته‌های مختلف معاني متفاوت دارند. بنابراین بسیار مهم است که دریابیم هر عنوان شغلي چه معنایی می‌دهد و چگونه به استعدادها و مهارت‌های قابل انتقال مرتبط می‌شود. به عنوان مثال يك مدیر پروژه در صنایع شیمیایی با يك مدیر پروژه در شرکت بازرگانی متفاوت عمل می‌کند.

در مواجهه با عناوین شغلي باید چند سؤال اساسی را مطرح نمایید. به عنوان نمونه به این موارد توجه کنید؛ وقتی این عناوین شغلي 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 کنجکاویست که ببینید چگونه اجزاء و مراحل يك 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 يك اکتشاف در نظر می‌گیرید یا برنامه زمان‌بندی شده دارید؟ آیا دوست دارید به تنهایی 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 يك 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 خواهید 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 شغلي داشته باشید و یا در حوزه‌ای که هستید پیشرفت کنید، مشخص کردن شکاف‌ها در مهارت‌ها و معلومات يك 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 مهارت‌های چندگانه نیز ضروری 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 رویه‌های بازار و تغییرات نیازهای کاری مطلع شوید.

۸- تعریف موفقیت

موفقیت برای افراد مختلف معانی متفاوتی دارد. برای برخی از افراد به دست آوردن قدرت مالی و برای برخی صرف وقت برای خانواده و یا داشتن يك شغل مستقل و مکفی موفقیت محسوب می‌شود. اما يك نکته بین همگان مشترک است و آن این که استفاده از استعدادها و توانایی‌ها و ابراز وجود، یکی از راضی‌کننده‌ترین تلاش‌های انسانی است. در این میان کار يك 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 تاخیر زمانی) 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 ۲/۷ تریلیون دلار رسید. مهم این نیست که کار تجاری شما چیست، بلکه نادیده گرفتن ۲/۷ 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 رقبای شما چه می‌کنند.

۲. شبکه‌ای کردن

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 شانس را داشته است که معاملات بزرگ انجام دهد. شما با ارائه کارت ویزیت خود به هزاران فرد و شاید میلیون‌ها مشتری 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 دهید یا شماره جدیدی داشته باشید، همچنان در همان مکان مجازی قرار دارید و همگان می‌توانند شما را پیدا کنند.

۳. ایجاد اطلاعات کامپیوتری در دسترس

زمان اشتغال 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 ترفیعی، تبلیغی هفته آینده چیست؟ اگر بتوانید مشتری را از دلیل 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 کامپیوتری در دسترسی از مهمترین روشهای ارائه خدمات به مشتریان است. اما اگر هدف شما خدمت به مشتری باشد، با استفاده از تکنولوژی WWW می‌توانید حتی راههای بیشتری را نیز بدست آورید. این امکان را برای آنها فراهم سازید تا بدون گشتن در مغازه ویاری گرفتن از مسئول فروش، رنگ و اندازه و آنچه را که دقیقاً می‌خواهند پیدا 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 مسافتی 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 ویک 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 و WWW بعد از آنکه همه فرایندهای بالا را انجام دادید در نظر بگیرید. چرا؟ خوب پاسخ پیچیده 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 پیشنهاد می‌کنیم. البته این تکنولوژی 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 مواردی مورد نیاز است برای آنکه اطلاعات شما دریک زمان مشخص ارائه شود؟ یک برنده مسابقه، یک تبلیغ خاص، این اطلاعات می‌تواند در نیمه های شبیا هر زمان دیگر که شما تشخیص می‌دهید با همه موارد مربوط به آن مانند عکس، بیوگرافی و غیره ارائه شود. می‌توانید این جمله را از قبل تصور کنید " همه موارد در ساعت ۱۲:۰۰ روی وب سایت ما در دسترس است ". این 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 نبینند نمی‌توانند حس کنند زیرا آنها ترجیح می‌دهند که همه چیز را در دسترس داشته باشند. اگر یک 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 براییک کسب و کار اندک بسیار است.

فروش و هرگونه تغییر در محتوای این کتاب ممنوع است

گردآوری و تنظیم : رضا فریدون نژاد

۹ – دستیابی به آمار مطلوب جمعیت شناسی

آمار کاربران www احتمالاً" بیشترین جمعیت بازار را از آن خود می‌کنند. معمولاً" افراد تحصیلکرده‌ها در حال تحصیل در دانشگاه‌ها، درآمد ماهانه بالایی دارند و این مهم نیست که یک 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 سؤالات مشابه و تکراری تلفنی منجر به تلف شدن وقتیک سازمان می‌شود. این موارد پرسش های ثابتی هستند که مشتریان و خریداران مایلند پیش از مراجعه 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 یا 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 از یک صفحه وب قادر خواهید بود تا به همان آسانی تماس بایک شرکت نزدیک خود با بازارهای بین‌الملل نیز ارتباط داشته باشید. در حقیقت پیش 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 بایک قیمت معقول که تاکنون به آن دست نیافته بودید بازاری را پیدا کنید.

۱۲ – ایجاد خدمات ۲۴ ساعته

ممکن است همیشه زمان دقیق کاریک کشور دیگر را بخاطر نیاورید، آنگاه دچار دردسر 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 بیهوده 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 پیش از آنکه از چاپ درآمد 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، 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 صفحهیا دو برنامه وب، می‌توانید ازیک توپ کریستالی برای نشان دادن محصولاتیا خدمات خود در بازار استفاده کنید.

۱۵ – دستیابی بهیک بازار خاص

شما ممکن است تصور کنید که اینترنتیک محیط مناسب برای تولیدات هنرییا آموزش پرواز نیست. خوب، دوباره 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 را رقباي 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 وبیا اینترنت رزرو می‌کنند. شما می‌توانید بدون درنظر گرفتن این موضوع که بازار شما در کجا واقع شده، از شبکه برای ارائه قیمتهای 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 يك شغل مناسب را دنبال کنید، شاید چند هفته سرگردان باشید و تنها صفحه نیازمندی های چند نشریه یا مراجعه به شماری آژانس 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 پروژه 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 پروژه و نوع وظیفه افراد تعریف می شود و پس از پایان هر پروژه، ممکن است، افراد تحت استخدام، یا در جایی 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 طرف سایبرنتیکی وب، آن را پوشش و انجام می دهد. مسائلی در زمینه تجارت الکترونیک، طراحی و توسعه صفحات وب، مدیریت الکترونیکی پروژه، 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 دیجیتالی

شرکت های مطرح دنیا در زمینه کارآفرینی دیجیتالی، شرکت هایی مانند گوگل، یاهو، ebay و حتی بی 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 بارگذاری 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 يك 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 يك طراح قطعات ماشین باشید و بتوانید براساس نیازمندی شرکت تولید خودرو، طرح های مختلف را از طریق اینترنت ارسال و به صورت تصویری با مدیر بخش طراحی شرکت مزبور در فلان کشور، به صورت مستقیم گفت وگو 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 مجازی فلان دانشگاه، به تعدادی دانشجو در تالار کنفرانس الکترونیکی دانشکده مجازی 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 بیزینس 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 ویی در جامعه اطلاعاتی است. یکی از اقدامات ارزنده ای که در زمینه کاریابی ویی 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 وجوکننده، 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 متقاضیان 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 ها 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 ویبی 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.iranwebmarketing.com ، 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 تك رقمی مورد انتظار، با توجه به قابلیت های کسب و کار الکترونیکی، کاهش یابد.

کارآفرینی بر روی اینترنت

۱- مقدمه

کمتر از يك دهه از شروع استفاده تجاری از اینترنت می گذرد. اما در همین مدت کوتاه تخمین زده می شود که بیش از ۴۰۰ هزار کسب و کار کوچ در چهار گوشه دنیا از آن برای مقاصد تجاری استفاده می کنند. از منظر کارآفرینان فرصت ها و ارزشهایی که این رسانه عمومی در يك دامنه جغرافیایی وسیع ویا هزینه های اندك کاربری ایجاد می کند، یکی از موارد استثنائی است. دلایل میل و رغبت کسب و کارهای کوچک به این رسانه چیست؟ کدام فرصت ها و چه ارزشها و مزیتهایی در این رسانه نهفته است که می تواند مورد بهره برداری کارآفرینان قرار گیرد؟ این سؤالات وسؤالاتی مرتبط با آنها موضوع فصل حاضر را تشکیل میدهند.

اینترنت بطور خلاصه مجموعه ای 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 می توان مرکب از چهار سطح زیر دانست:

۲- چهار سطح اینترنت

- **سطح سخت افزاری:** منظور سخت افزارهایی از قبیل گیرنده ها و فرستنده های ماهواره ای، خطوط تلفن و تجهیزات رایانه ای است که زیربنای ارتباط و تبادل اطلاعات در اینترنت را فراهم می آورد.

- **سطح نرم افزاری:** منظور نرم افزارها و برنامه های کامپیوتری است که امکان ارتباط و تبادل اطلاعات بین کامپیوترهای متصل به اینترنت را فراهم می کنند. اگر سطح سخت افزاری به يك اتویان تشبیه شود، سطح نرم افزاری ماشینها و وسایل نقلیه ای خواهند بود که در این اتویان امکان حمل و نقل اطلاعات را فراهم می کنند.

- **سطح اطلاعات:** منظور اطلاعات نوشتاری، تصویری، صوتی است که بصورت فایل های 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 جغرافیائی مبادله مپ شوند. تخمین زده می شود که بیش از ۶۰۰ میلیون صفحه از اینگونه اطلاعات بر روی اینترنت قرار داشته و متجاوز از صدها هزار صفحه هر هفته به آنها اضافه می شود. 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 نرخ تکثیر آنها در سطح قبلی اشاره شد. این موارد استفاده از آنچنان تنوعی برخوردار است که تقریباً ارائه طبقه بندی قابل قبولی از آنها غیر ممکن است. از منظر کارآفرینی هر چهار سطح مذکور جذابیت های خود را دارند. شرکت های تولید کننده و توزیع کننده سخت افزارهای ارتباطی (سطح اول) از جمله شرکت های با نرخ رشد بالاتر از سایر صنایع در بسیاری از کشورها بوده اند به گونه ای که صنایع تولید کننده این محصولات و قدرت ثروت ز آنها مورد توجه بسیاری از دولتها قرار گرفته و تمهیدات ویژه ای برای گسترش این رشته از صنایع اتخاذ شده است . توسعه این رشته از صنایع یک از اولویتهای اصلی در استراتژی توسعه صنعتی کشورهایی نظیر کره جنوبی، ژاپن و سنگاپور است. سطح دوم نیز جذابیت های ویژه خود را برای کارآفرینان به همراه دارد. اگر هزینه های سرمایه گذاری و ایجاد واحدهای تولیدی برای سطح اول (سخت افزارها) قابل توجه است، این محدودیت در سطح دوم وجود نداشته و بسیاری از کارآفرینان که از دستیابی به منابع مالی لازم جهت سرمایه گذاری محرومند، فرصتهای طلایی را در عرصه تولید نرم افزارهای ارتباطی مورد نیاز در سطح دوم فراروی خود می یابند. جذابیت سطح سوم یا اخذ، پردازش و تبادل اطلاعات بر روی اینترنت از نظر هزینه های اندك شروع و تأسیس سازمانهای پردازش اطلاعات به مزایای سطح دوم (سطوح 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 آنجا که پردازش و بازپروری اطلاعات با هزینه اندك صورت گرفته و ارزش افزوده بالائی نیز ایجاد میکند، سطح سوم از اینترنت را بواقع می توان بهشتی برای کارآرینان محسوب نمود. افزایش تصاعدی اطلاعات بر روی اینترنت یا آنچه تحت عنوان انفجار اطلاعات از آن یاد می گردد نتیجه تلاش کوششی که کارآفرینان عرصه اطلاعات (Infopreneurs) در این سطح سوم از اینترنت بروز می دهند. اگر کارآفرینان سطوح اول و دوم بستر و محمل تبادل اطلاعات (این محصول گرانبدر و با ارزش افزوده بالا) را فراهم می کنند، بدون تردید رانه و نیروی محرك اصلی را بایستی در نتیجه تلاش کارآفرینان سطح سوم جستجو نمود که با بازیابی و نو ترکیبی مستمر و تولید اطلاعات جدید سطح تقاضا را در کلیه سطوح فزونی می بخشند. تردیدی نیست که در فاصله زمانی نگارش این سطور صدها کارآفرین به جمع تولیدکنندگان سطح سوم افزوده شده اند .

برای خوانندگان این کتاب که طیف متنوعی از افراد را مخاطب خود می داند این سؤال طبیعی است که گذشته از فرصتهای بی نظیر کارآفرینی در سطوح اول تا سوم ، اینترنت چه فرصت یا فرصتهایی را برای افراد با تجارب و پیشینه متفاوت فراهم می آورد. برای مدیر- مالکان بسیاری از صنایع کوچک و متوسط این سؤال مطرح است که اینترنت برای رشد و توسعه کسب و کار آنها چه مزیتهایی را ایجاد میکند؟

جواب این پرسش بدون تردید در گروه باز نویسی ارزشهای اصلی اینترنت است. اینترنت چه ارزشهای منحصر به فردی را دارد؟ اولین ارزش منحصر به فرد اینترنت ایجاد محتوا(Content) است. دراین مورد اینترنت با تمام رسانه های دیگر مشترك است. کمتر مدیر- مالکی در ضرورت مطالعه رسانه هائی همچون کتاب و نشریات مرتبط با زمینه فعالیت خود تردید دارد. مدیران و صاحبان موفق کسب و کارها خود را بی نیاز توجه به رسانه هائی همچون رادیو و تلویزیون نمی دانند. همه این ضرورت ها ناشی از خاصیت ایجاد محتوا در این رسانه هاست. یقیناً هرچه رسانه ای 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 رسانه های اطلاعاتی را نیز تا حدودی در این واقعیت باید جستجو نمود که اینترنت بسیار کارآمدتر و کم هزینه تر از رسانه های دیگر ایجاد محتوا می کند. در واقع قدرت محتوازائی این رسانه به حدی است که افراد در صورت عدم مراقبت و دقت به سرعت با کوهی از اطلاعات مواجه شده و توان استفاده مؤثر از آن را از دست می دهند. اما اگر همین اطلاعات با مراقبت و دقت و برنامه مناسب بازیابی و مورد استفاده قرار گیرند، می توانند در افزایش کارآرائی و بهره وری کسب و کارها مؤثر واقع گردند. بنا براین بخشی از امکانات اینترنت برای کارآفرینی توسط افراد معمولی امکان محتوازائی آن است. برای مدیر – مالکان واحدهای کوچک و متوسط تولیدی و تجاری این قدرت اینترنت امکان بهبود در منابع مورد استفاد به عنوان موادخام، بهبود روشهای تولید، طراحی محصولات جدید و کشف بازارهای جدید فرصتی یگانه و تاریخی محسوب می گردد. این مسئله مخصوصاً در مورد کارآفرینان کشورهای در حال توسعه یا کم توسعه صادق است که بطور سنتی از اطلاعات فنی،

فروش و هرگونه تغییر در محتوای این کتاب ممنوع است

گردآوری و تنظیم : رضا فریدون نژاد

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 همگان 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 همگان آنها در کشورهای توسعه یافته قرار داده 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 هایی همچون روزنامه ها و نشریات اصولاً رسانه هایی 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 معین با افراد متعددی در کشورهای مختلف ارتباط زنده اطلاعات داشت. ارزش سوم اینترنت نیز که انحصاراً در این رسانه در حد فراهم 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 بازیهائی نظیر مدیریت استراتژیک، سیاستگذاری و اجرای سیاستها، برنامه ریزی و انجام آن را فراهم می کند.

ارزش چهارم اینترنت برای کارآفرینان و صاحبان کسب وکارها 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 پر بر روی این رسانه است.

این ارزشهای چهارگانه اصلی در اینترنت مبنائی 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 ارزشهای چهارگانه برشمرده شده جهت کارآفرینی و بسط کسب وکار 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 مبنائی 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 وکار 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 از فروش را بر روی این رسانه انجام دهد.

- ۴- در سطح نهایی کارآفرینان می توانند کسب و کار کاملاً بر روی اینترنت تعریف کنند. خواننده می تواند کار آفرینی 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 فرصتهای متعددی برای کارآفرینی وجود دارد. اینترنت از چهار سطح سخت افزاری نرم افزاری اطلاعاتی و کار بردی تشکیل یافته است که سه سطح اول بویژه برای کارآفرینان عرصه اطلاعات کاربردی (Infopreneurs) و سطح کار بردی مخصوصاً برای سایر کارآفرینان مناسب است. در سطح فرصت ها با توجه به چهار ارزش اصلی محتوایی، و تعامل و .. ارتباط دو سویه، شبیه سازی و امکان تجارت الکترونیکی تعریف می شوند و شرکتهای 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 شرکتهای کار آفرین را در سازمان خود ایجاد نمایند.

از کجا شروع کنیم ؟

طرح این سؤال 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 است 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 پردازشگر ۴۸۶ و بالاتر
- مودم
- خط تلفن
- مجوزی از يك فراهم کننده خدمات اینترنت (ISP)
- نرم افزارهای لازم
- حوصله زیاد!

اگر چه کامپیوتر با پردازشگر ۴۸۶ برای اتصال به اینترنت می تواند مورد استفاده قرار گیرد اما برای استفاده حداکثر از توانایی صوتی و تصویری اینترنت بهتر است کامپیوتر شما مجهز به پردازشگرهای نسل پنتیوم باشد. به هر حال برای خرید و تأمین کامپیوتر می توانید از فروشندگان آن اطلاعات لازم را دریافت کنید.

مودم دستگاهی است که کامپیوتر شما را به شبکه خطوط تلفنی متصل خواهد نمود مودمها 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 برحسب واحد bps سنجیده می شود. مودمهای با سرعت پایین برای تبادل فایل های کوچکی فروش و هرگونه تغییر در محتوای این کتاب ممنوع است

نظیر پست الکترونیکی (e-mail) کفایت می کنند اما برای دریافت (Download) یا ارسال (Upload) فایلیهای بزرگ به مودم های با سرعت بالاتر نیاز خواهید داشت. معمولترین مودمهای موجود در بازار سرعتهای ۲۸، ۳۳/۶ و ۵۶ کیلو بایت در ثانیه (Kbps) را داشته و برای انتخاب مودم علاوه بر مذاکره با فروشندگان حتماً به تأمین کننده خدمات اینترنت (ISP) خود نیز مراجعه کنید.

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

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

اتصال مستقیم برای شرکتها و سازمانهای بزرگ مناسب است و برای شرکتهای کوچک و متوسط اتصال از طریق کسب و تأمین کننده خدمات اینترنت (ISP) توصیه می گردد. این تأمین کننده گان شرکتهای تجاری هستند که در ازای دریافت هزینههای امکان تمام و برقراری ارتباط شما با اینترنت را فراهم می کنند. در زمان نگارش این فصل حدود ۴۰ تأمین کننده خدمات اینترنت در ایران فعال می باشند که بسیاری از آنها کمتر از یکسال از عمر آنها می گذرد و رشته فعالیت جوانی در ایران محسوب می گردد که مشکلات فنی و مدیریتی آن بتدریج کاهش خواهد یافت. انتخاب تأمین کننده خدمات اینترنت یکی از حساس ترین 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 می توانید بهترین ارائه کننده را بر حسب امکانات فنی آن خدماتی که ارائه می کند انتخاب نمایید. یقیناً بهترین ارائه کننده خدمات اینترنت خدمات ویژههای برای افزایش اطلاعات شما خواهد داشت. در عصر اطلاعات بهترین ها کسانی هستند که بیشترین اطلاعات صحیح و مورد نیاز را فراهم می آورند. علاوه بر موارد مذکور برای اتصال به اینترنت به مجموعه ای از نرم افزارها نیاز خواهید داشت که حداقل بایستی شامل نرم افزار شماره گیری و وصل به سایت ارئه کننده خدمات اینترنت (Connection) (Software)، نرم افزار ارسال و دریافت پست الکترونیکی و نرم افزار مشاهده صفحات وب (Browsing) (Software) 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 می توانید 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 مفصلي برای آشنا کردن شما با نحوه دریافت و ارسال نامه های الکترونیکی خواهید داشت و مطالعه آن قویاً توصیه می شود. پست الکترونیکی علی رغم سادگی آن ابزار قدرتمندی در بازاریابی و کارآفرینی بر روی اینترنت و در صورت کاربرد هوشمندانه می تواند منبع در آمد 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 تورو صفحات وب آشنا کند. پس از این مرحله مقدماتی، این امکان را خواهید داشت تا عملاً به کارآفرینی بر روی اینترنت اقدام کنید. برای این منظور يك فرآیند دو مرحله ای قابل تصور است:

۱- در مرحله اول نیاز خواهید داشت تا به مشاهده سایر کارآفرینان و نحوه فعالیت آنها در اینترنت بپردازید. برای این کار طرق مختلفی را می توان در پیش گرفت. پیشنهاد می کنم ابتدا نامه الکترونیکی به آدرس: moosavi@hotbot.com 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 می کند که بطور مرتب و مداوم با سایتها برگزینده کار آفرینی آشنا شده و امکان مشاهده آنها و امکان مشاهده آنها را بدست آورید.

۲- در مرحله دوم مشارکت به طریق مختلفی می تواند صورت گیرد اما برای تسهیل این فرایند نیز مجله دیگری تحت عنوان- Persian Start Ups بصورت نامه الکترونیکی قابل دریافت داشت که امکان مشارکت شما در اینترنت را فراهم می آورد. برای دریافت این مجله با آدرس moosavi@hotbot.com مکاتبه نمایید. اما اگر انتخاب دیگری داشتید می توانید سایتها ارائه شده در جدول (۱) را نیز مورد مراجعه 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 تري اتخاذ مي‌کند که این هم به نفع شماست و هم به نفع سازمان یا شرکت شماست. سي سال پيش، تلفن همراه وجود نداشت، فکس وجود نداشت، اینترنتی در میان نبود و کامپیوترها به این اندازه نبودند که فقط روي يك ميز فضاي کمي به خود اختصاص دهند یا حتي قابل حمل باشند. اما سي، پنجاه یا حتي یکصد سال پيش مي‌توانستيد افرادی را بپايد که در کار و زندگی‌شان موفق بوده اند: آنها چه مي‌کردند که به موفقیت دست مي‌یافتند؟ آیا در اتاق پشتي فروشگاه یا شرکت‌شان، يك دستگاه کامپیوتر نوت بوك داشتند که به شبکه‌ی اینترنتی مخفی آن زمان متصل بود؟ نه! چنین چیزی آن زمان امکان پذیر نبود. ما داریم حتي در مورد زمانی صحبت می کنیم که روزنامه‌ها آنقدرها هم فراگیر نشده بودند و صنعت چاپ يك 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 مي‌دادند که افراد موفقی چون خودشان دور و برشان باشند، با آنها معاشرت مي‌کردند و از آنها چیز مي‌اموختند. این خودش يك راز موفقیت است که نسل به نسل و سینه به سینه این راز را به یکدیگر انتقال مي‌دادند.

تحقیق کنید و ببینید که افراد موفق کسانی بودند که اطلاعات و اخبار و دانش و تجربه ی دیگران را به سوي خود جذب مي‌کردند. چگونه؟ خیلی ساده : آنها جویای علم و دانش و اطلاعات بودند. به راحتی و بدون خجالت و رودریاستی آنچه نمی‌دانستند را از آگاهان و ناظران می‌پرسیدند. پس يك 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 مي‌گیرند و منابع خبری و اطلاعات و تجربه‌های آنها را شناسایی مي‌کنند و خودشان در صد این برمی‌آیند که با آن منابع ارتباط برقرار کنند. در قدیم، زمانی که این تکنولوژی نوین کنونی در اختیار نبود، مثلاً در دوره ی کشاورزی، پدران به فرزندان (اکثراً پسران) این دانش و اطلاعات و تجربیات را منتقل مي ساختند، در دوره ی صنعتی، پدران دیگر توانایی این را نداشتند که همه ی اطلاعات را به فرزندان‌شان بدهند بنابر این آنها را راهی کارگاهها و دانشگاهها مي‌کردند تا مهارت های لازم را از استادان فراگیرند. ما اکنون در عصر و دوره‌ای هستیم که به آن عصر اطلاعات و ارتباطات مي‌گویند، عصري که من آن را عصر گرداب گسترده گیتی مي‌دانم (که ماهیت جذب کردن دارد و بي چون و چرا همه را در نهایت به سمت و سوي خود جذب مي‌کند). در این عصر، افراد موفق، افرادی هستند که خیلی سریع و حرفه‌ای مهارت‌ها را به صورتی خودآمخته فرا مي‌گیرند و به کار مي‌بندند. پدران و دانشگاه‌ها واقعاً و در عمل نمی‌توانند همه ی آنچه افراد به آن نیاز دارند را بدهند، پدران اگر بتوانند فقط مي‌توانند حمایت کنند و تشویق، استادان فقط مي‌توانند 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 معجزه‌ی موفقیت می‌دانم. بگذارید يك 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 هر يك منابع خاص و تخصصی خود را یافته‌اند و خود را با استفاده از آن منابع به روز مي‌کنند. 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 ات که در این روزها بیشترین استفاده را از تکنولوژی RSS دارد. با استفاده از نرم افزارهای جمع آوری کننده اخبار و اطلاعات و خبرخوانهای RSS اطلاعات، به محض آنکه از سوي منابع خبری، سایت‌ها یا وبلاگها به روز رسانی مي‌شوند در اختیار شما قرار مي‌گیرند و شما مي توانيد خیلی راحت متوجه شوید که افراد موفق (یا رقباي کاری و تجاري) مورد نظر شما بر روي اینترنت از چه منابعي استفاده مي‌کنند، کافی است مسیر موفقیت آنها را دنبال کنید و شما نیز با افرادی یا شرکتها و موسساتي ارتباط برقرار کنید که آنها مي‌کنند. 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 رقابتی سالم بپردازید چرا که ممکن است تحلیل شما از قضایا درست تر باشد به خاطر تنوع بیشتری که از منابع اطلاعاتی و اخبار خود داشته اید. امروزه با استفاده از روشها و تکنیک های بسیار ساده و عملي مي توان در تامین بهداشت رواني و کسب موفقیت در زندگی گامهای مثبت و سازنده ای برداشت کشفیات جدید روان شناسي معتقد است که رمز موفقیت , برخورداری از هوش و ذکاوت و یا شانس نیست بلکه در استفاده از توانایی و مهارت در عمل است . استفاده از تواناییهای جسمي و رواني که دراعماق وجود هر فرد به صورت دست نخورده باقي مانده است مي تواند فرد را در راه رسیدن به هدف یاری کند و آنچه که موجب تفاوت میان فرد عادي و فرد موفق مي شود , نحوه استفاده از این تواناییها است که به صورت ویژگیهایی نمایان مي شود . این ویژگیها به فرد نیرو مي دهند تا برای رسیدن به موفقیت فعالیت کند.

۱- انگیزه : هر فرد موفق انگیزه نیرومند دارد که پیوسته او را به دنبال خود مي کشاند و موجب پیشرفت او مي گردد فرد برای حرکت فعالیت و تلاش خود دلیلی یافته که موجب مي گردد , از تواناییهای بالقوه خود استفاده نمود و استعدادهای دروني خود را شکوفا کند.وجود انگیزه افراد موفق را از افراد عادي متمایز مي کند و سبب مي شود که زندگی رنگ و روي خاصی بگیرد. هیچ عظمتی بدون انگیزه بزرگ به دست نمی آید , خواه در زمینه ورزشي باشد خواه هنري و علمي

۲- ایمان : ایمان نیروي محرکه ای است که وجود را به سوي ترقی و تعالی حرکت مي دهند حضرت علي (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 مي آورد و دل را به خداوند و رحمت او مطمئن مي سازد. قانون زندگی , قانون اعتقاد و ایمان است . در جزر و مد زندگی, نگرانیها و هیجانات روعي , انکاء 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 نیروي محرکه و منابع کافی نیست بلکه باید از منافع به موثرترین وجه استفاده نمود و مسیرو جهت مشخصی را نیز تعیین کرد . استراتژی روشي است که با آن امکانات را در جهت هدف تنظیم مي کنند . 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 تصمیم گیری ها چه قدمهایی را باید بردارد و نحوه برداشتن قدمها چگونه است , هر زمان که دچار بي تصمیمي گردد , مي تواند خود را به فرد مصممي تبدیل کند . همه انسانها منابع و امکانات یکسانی را در اختیار دارند ام استراتژی يعني نحوه استفاده از آن منابع و امکانات را نمی دانند . برای رسیدن به هدف , کافی است , استراتژی خاص آن را دانست .

۴- درک ارزشها: ارزشها سیستم خاص عقیدتي برای تشخیص درستیا از نادرستی ها هستند. شناخت این ارزشها است که زیستن را توجیح مي کند چیزهایی مانند تقوا حب وطن , ایمان به خدا عشق به آزادي , نوع دوستي ارزش نامیده مي شوند . ارزش , قضاوتی فروش و هرگونه تغییر در محتوای این کتاب ممنوع است

اساسي اخلاقي و عملي در مورد چيزهايي است که داراي اهميت هستند. ارزشها , نوعي داوري است درباره آنچه که زندگي را براي ما ارج دار مي کند . بسياري از مردم در مورد اين که چه چيزي در زندگي آنها مهم است قضاوت روشني ندارند و اغلب کارهايي را مي کنند که بعدا موجب ناخوشنودي آنان مي گردد و دليل آن هم اين است که به طور ناخود آگاه اموري را براي خود و ديگران صحيح مي دانند اما مطلب براي خودشان روشن نيست . هنگامی که موفقیت های بزرگ از نظر

مي گذرانيم , تقريبا همیشه به کساني بر مي خوريم که به روشني مي دانند چه چيزهايي واقعا مهم هستند , به عبارت ديگر از ارزشها درك روشني دارند

۵- انرژی : انرژی به صورتهای مختلفی خود را نشان مي دهد , گاهی به صورت فروش و هياهوي شادمانه و زمانی به صورت ميل به سازندگي است . حرکت به سوي زندگي بهتر و موفقیت , با حالت سستي و افسردگي تقريبا غير ممکن و محال است . افراد موفق , همیشه به دنبال فرصتها هستند . آنان معتقدند که انسان هیچ وقت به اندازه کافی وقت ندارد . موفقیت های بزرگ را نمی توان از شور و انرژی جسمي و معنوي که سبب مي شوند تا فرد از همه توان خود استفاده کند , جدا نمود. بنابراین هر چه انرژی فرد بیشتر باشد بدن کارايي بیشتر و روحیه بهتری داشته و بهتر مي تواند , استعدادهاي نهفته خود را براي رسیدن به نتایج عالی به کار گیرد .

۶- تسلط به فن ارتباط: قدرت ایجاد رابطه يکي از مهم ترین مهارتهایي است که هر فردي مي تواند داشته باشد . امروزه دانشمندان علوم رفتاري به این نتیجه رسیده اند که ارتباط مایه قدرت است و کساني که این فن را به نحو موثر به کار مي گیرند مي توانند جهان را به گونه اي متفاوت درك کنندو جهان نیز آنان را به گونه اي متفاوت درك مي کند . کساني که بر اندیشه ها , احساسات واعمال اکثر انسانها تاثیر مي گذارد افراډي هستند که مي دانند چگونه از ابزار قدرتمند ارتباطات استفاده کنند .

هر فردي از طریق برقراري دو نوع ارتباط , تجربيات زندگي خود را شکل مي دهند :

الف) ارتباطات دروني يعني گفتن يا احساس تصورات دروني .

ب) ارتباط بیروني يعني استفاده از کلمات , لحن صدا و تغییرات چهره براي برقراري ارتباط با دنيای خارج .

مساله مهم و قابل توجه این است که زندگي افراد موفق نشان مي دهد که اتفاقات روزانه تعیین کننده کیفیت زندگي نیست بلکه عکس العمل های آنان در برابر این اتفاقات تعیین کننده است .

۷- نیروي صميميت : افراډي که بتوانند رشته هاي مودت و صميميت را با مردمی که داراي عقايد و فرهنگ متفاوت هستند مستحکم کنند , بزرگترین موفقیت را در زندگي خود به دست آورده اند . تقريبا تمام افراد موفق قدرت فوق العاده در جلب دوستي ديگران دارند و مي توانند با افراډي که خصوصيات و اعتقادات گوناگون دارند ایجاد صميميت کنند . افراد موفق همچنین داراي نرمش , انعطاف پذيري و جاذبه خاصي هستند و بدین ترتیب مي توانند , توجه افراد کثيري را به خود جلب کنند . چنانچه بتوان با افراد مناسب , رابطه صميمانه و دوستانه برقرار ساخت مي توان 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 پزشکان 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-پیامهای 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 بردآمد 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 بررسی 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 نیازمندیهای 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 موزه مفید است .
 - 43-برنامه ای کامپیوتری برای آموزش مشتریان کارایی دارد .
 - 44-سیستمی که خدماتی در زمینه نوشتن 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 لبنیات ، 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 طرفدار است .
 - 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 چطور می توان نرم افزارها را برای کودکان مناسب کرد ، ارزشمند است .

65- محصولات گرافیکی کامپیوتری ارزان قیمت عرضه کنید .

66- چگونگی ترجمه نرم افزارها هم کاربرد دارد .

67- خلق نرم افزاری در مورد بکارگیری یک سیستم ایمنی خانه ها هم فروش خواهد کرد .

68- سیستمی برای ثبت نام کامپیوتری و خودکار برای حضور در کنفرانس ها کاربرد دارد .

69- چگونگی تهیه هدایای کامپیوتری هم بسیار سر گرم کننده است .

70- سیستمی برای چگونگی ارتقای کیفیت کالاها نیز بسیار پر طرفدار است .

71- ارائه خدماتی درباره نوشتن نرم افزارهای خانگی نیز مورد توجه است .

72- طرحی درباره نحوه ساختن سخت افزارهای شخصی نیز مفید خواهد بود . ۷۳- راهنمایی بنویسید که درباره طراحی ، انتشار و توزیع نرم افزارها کارایی داشته باشد .

74- ارائه راهنمایی درباره اطلاعاتی در مورد ماشین های فروش سکه ای نیز در این کسب و کار مفید خواهد بود .

75- می توانید نرم افزاری تدوین کنید که راجع به شراکت مشاوران املاک باشد .

76- خدماتی در مورد مالکیت های شخصی نیز مد نظر است .

77- می توانید سیستمی درباره اقامه دعوی غیر قضایی باشد .

78- تهیه خدماتی کامپیوتری درباره امکانات انبارهای کوچک نیز در این کسب و کار کارایی دارد .

79- شروع یک آژانس تبلیغاتی نیز موضوع جذابیست که می توانید از آن برای خلق نرم افزاری استفاده کنید .

80- ارائه خدماتی درباره نحوه نوشتن رزومه نیز خواهان بسیاری دارد .

81- چگونگی ارائه خدمات ارجاع کالا نیز می تواند مورد توجه باشد .

82- می توانید از نحوه عملکرد یک لیست از ایمیل ها استفاده کنید و برنامه ای تدوین کنید

83- چگونگی آموزش و انجام حروف چینی هم می تواند موضوع قابل توجهی باشد .

84- عرضه خدماتی در مورد ارائه فرم های قانونی به عموم نیز موضوع جذاب خواهد بود .

85- راهنمایی کسانی که می خواهند پیام های فروش خود را منتشر کنند هم می تواند بهانه خوبی برای طراحی یک نرم افزار باشد .

86- خلق سیستمی برای کمک به خلق و استفاده از سرویس ایمیل های صوتی نیز می تواند با استقبال خوبی مواجه شود .

87- راهنمایی افرادی که می خواهند یک روزنامه محلی منتشر کنند هم شایان توجه است .

88- خلق برنامه ای درباره چگونگی ایجاد ، استفاده از یک سرویس جمع آوری پیام ها هم با اقبال خوبی روبرو خواهد شد .

89- نوشتن راهنمای تدوین یک رژیم غذایی مناسب هم بسیار پرطرفدار است .

90- تدوین بسته نرم افزاری که درباره نشر یک روزنامه محلی برای مشاوران املاک توصیه هایی دارد کارآمد خواهد بود .

91- می توانید برای ارائه خدمات نرم افزاری خود ، موضوع انتشار یک روزنامه محلی درباره اجاره آپارتمان ، را برگزینید .

92- برنامه ای درباره چگونگی ایجاد یک سیستم پرداخت حقوق هم می تواند جالب توجه باشد .

93- گزینه دیگری که پیش روی شماست این است که درباره چگونگی ایجاد یک سیستم ثبت نام ساعت ورود و خروج کارمندان ، راهنمایی کامپیوتری تدوین کنید البته اینترنت و کامپیوتر شخصی شما گزینه های دیگری پیش رویتان می گذارد که می تواند برایتان پر درآمد باشد .

راه های مقابله با عدم موفقیت

راه های مقابله با عدم موفقیت

شناخت فرصت ها و محدودیت ها برای تنظیم يك برنامه زمان بندي موثر و کارآمد لازم و ضروري است . در اینجا به برخي موانع اشاره مي شود:

الف - برنامه ريزي متراکم

برخي افراد باتوجه به عدم آشنايي با حجم کارهايي که در دست اقدام دارند و زمان لازم جهت انجام آنها براي کارهاي فراواني در يك محدوده زماني معين برنامه ريزي مي کنند .براي اجتناب از اين مساله بايد زمان مناسب براي هرکار را با دقت تخمين زد و تقدم و تاخر آنها راسنجيد . از صرف وقت در کارهاي کم اهميت بايد خودداري کرد و کارهاي مهم را شناسايي نمود.

ب - عدم توانايي نه گفتن

بسياري از افراد با گفتن نه بيگانه هستند و در برابر درخواست ديگران توان نه گفتن ندارند . چنين افرادي به ناچار اولويت هاي خود را کنار مي نهند و همواره دچار اضطراب و استرس مي شوند به منظور پيش گيري از گرفتار در چنين حالي بايد هرگز تسليم کارهاي ناخواسته ديگران نشد و برنامه هاي زمان بندي شده مشخص هفتگي و روزانه و حتي ماهانه داشت . بايد به خاطر داشت که همه را هميشه و همه وقت نمي توان راضي نگه داشت.

ج - عدم شناسايي اولويت ها

برخي افراد به دليل عدم توان تشخيص اولويت ها دچار سردرگمي و بي نظمي مي شوند و کارهاي غير ضروري باعث مي شود اولويت ها را فراموش کنند بايد براي مقابله با اين حالت بايد فهرستي از کارهاي ضروري در دست داشت و اولويت ها را مشخص نمود ، انجام همه کارها ممکن است ممکن است هميشه لازم نباشد.

د- سستي ورزیدن

انسان گاه ممکن است براي انجام يك کار دچار سستي شده و انجام آنها را پشت گوش اندازد بايد براي مبارزه با اين حالت به کاري که در فهرست اولويت ها قرار دارد ايمان داشت و به خاطر داشت که فرصت ها از دست رفتني هستند.گاه کارها يا به دليل عدم اهميت و يا اينکه از راهکار انجام آنها اطمینان حاصل نشده به عقب مي افتند و يا اينکه به اميد کامل تر انجام شدن در انجام آنها سستي صورت مي گيرد . به هردليل بايد علل سستي ورزیدن را شناسايي نمند و در رفع آن کوشيد.

ه - ترس از شکست

برخي در درون با خود مبارزه مي کنند و با خودخوري روي خود را تضعيف مي نمايند . اين حالت ترس از شکست را در انسان تشديد مي کنند . بايد از اين روحيات منفي دوري کرد و با ايجاد انرژی مثبت با هر رويي اي که ممکن است به تنش بيانجامد مقابله نمود. براي اينکار توانايي ها و ضعف هارا شناسايي شوند و با واقع بيني ايده آل هاي دست نيافتني در ذهن تصوير نشوند.

و- نااميدي و افسردگي

انسان به دلايل مختلف از بيولوژيك ، وقايع روزمره نظير شکست هاي مقطعي يا مصيبت هاي روزانه دچار افسردگي شود . بخش زيادي از اين احساسات طبيعي هستند ولي نبايد گذاشت که به صورت طولاني باقي مانده و در روند معمول زندگي اختلال ايجاد نمايند .براي مقابله با افسردگي ها علل افسردگي را شناسايي کنيد ، روحيات منفي با مثبت گرایی از بين ببريد. در تغذيه خود دقت کنيد و ورزش را فراموش نکنيد ، علايق و سرگرمي هاي مثبت و مفيد براي خودتان انتخاب کنيد و نسبت به توانايي ها واقع بين باشيد.

در هر حال توکل به خدای بزرگ ، دوري از گناه و تقويت روحيات مثبت مي تواند شما را در برابر تمامی ناکامي ها واکسينه کند.

رابطه شغل و شخصیت

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

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 به‌طور 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 وماهیت آن شغل، عوامل متعددی را در نظر می‌گیرند از جمله عوامل فیزیکی (چهره ، قد و نوع لباس پوشیدن) ، 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 فرداست.

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 مثلا آیا این شغل نیازمند کار فکری است یا جسمی، محیط شلوغ دارد یا خلوت ، کار به تنهایی 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 تنهایی در گروه کار کنند ، برخی به فعالیت‌های ذهنی وبرخی به فعالیت‌های جسمی علاقه دارند، برخی مسئولیت‌پذیر 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 وشغل بیشترین توجه وتاکید را دارند.شاید راز موفقیت شرکت‌های ژاپنی در این باشد که شخصیت افراد را مقدم در تخصص ومهارت آنها می‌دانند به اعتقاد بسیاری از نویسندگان،وجود تناسب بین شخصیت و ویژگی‌های شغلی وسازمانی باعث ایجاد رضایت بیشتر فرد، ایجاد انگیزه‌های در ونا در فرد، افزایش کارایی،خلاقیت ومسئولیت‌پذیری 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 شخصیتی فرد از یک سو و ویژگی‌های شغلی 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.

تعریف شخصیت:

همه ما در صحبت‌های روزمره خود کلمه “شخصیت” را به کار می‌بریم . احتمالا آنچه را که در صحبت از شخصیت مدنظر داریم آمیزه‌ای از خصوصیات مختلف است که امکان دارد خودبینی وتکبر، پیشداوری،نوسان‌های خلق وخوی وارزش‌های فرد باشد.

بنابراین به نظر می‌رسد آنچه را که از شخصیت در نظر داریم ترکیبی از اعمال،افکار، هیجانات وانگیزه‌های شخص باشد که در تعادل با موقعیت‌ها و وضعیت‌های مختلف نمایان می شود.(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 وجوه اشتراک نیز هست، همچنین شخصیت فرد بالغ نسبتا ثابت باقی می‌ماند اما دو عامل رشد وتجربه می‌توانند آن را تغییر دهند.(راس، ۱۳۷۶، ۱۳)

عوامل موقعیتی 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 گریفن ، ۱۳۸۰، ۶۹)

تنوری صفات شخصیتی:

طبق نظر الپورت هر شخصی 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 وزیباشناسی تقسیم می‌کند(مورهد وگریفن، ۱۳۸۰، ۷۰)

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

۱- صفات سطحی و ظاهری که منعکس کننده رفتارهای قابل مشاهده و ثابت است(درستی ونادرستی ، خونسردی و صمیمیت)

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

تنوری‌های نیازهای سه گانه افراد:

دیوید مک کلند سه دسته نیاز را در افراد بیان نموده وعنوان می‌کند که در هر فرد یکی از سه نیاز به صورت برجسته‌تر ونمایان‌تر وجود دارد و رفتار وی راکنترل می‌کند.(رابینز ، ۱۳۸۱، ۸۰)

۱- نیازبه کسب موفقیت :

یعنی تلاش در راه درخشیدن و موفق شدن

۲- نیاز به کسب قدرت واعمال آن :

یعنی به دست آوردن قدرت و اعمال آن به دیگران

۳- نیازبه ایجاد دوستی :

یعنی تمایل به کسب حمایت وایجاد روابط صمیمی با دیگران

نظریه شخصیتی انتخاب شغل:

از دیدگاه این نظریه انسان با توجه به ویژگی‌های شخصیتی خود شغلی را برمی‌گزیند 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 وبیشترین امکان برای رشد و شکوفایی خود را فراهم آورد. او در این زمینه شخصیت افراد را به ۶ نوع تقسیم می‌کند: ۱- کاوشگر ۲- هنرگرا۳- اجتماعی ۴- واقع‌گرا۵-سنت‌گرا۶- سوداگرا.

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

تناسب بین شغل و حساسیت:

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

www.dzbook.ir

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

تعدادی از مشاغل برای افراد برون‌گرا 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 درمقابل برای برخی دیگر 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 زاینده عواملی چون محیط کار ، نظام سازمانی شغل، روابط حاکم بر محیط کار ، عوامل فرهنگی واز 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 ناامید نشوید 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 در نظر 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 محتوایی 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 مشاوری کردم که بسیار در کارشان مضطرب بودند. در آنزمان 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 در خصوص اینکه چه کسانی هستند ، محصولات را به کجا منتقل می‌کنند ، روش نقل و انتقال آنها چیست و سؤالاتی دیگر که مایل هستید بدانید اطلاعات بدست آورید. علاوه 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 وو دفتر در نظر بگیرید. آیا شما مایلید تا مصرف کننده با فشار یک دکمه اطلاعات را وارد پایگاه داده کند ، دستورالعملهای حمل و نقل را به انبار بفرستد ، کارت اعتباری را فعال سازد ، داده ها را وارد سیستم حساب شما بکند ، و زمانی که 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 واقعا! تنها هستید. می‌توانید به راحتی این مشکل را حل کنید. با یک فرد باتجربه 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 ، تنظیم کنندگان 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 گسترده هستید. در حقیقت کسب و کار اینترنتی بهترین 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 بخشهای فروش ، بازاریابی ، امور مالی ، خدمات مشتری ، سیستم های اطلاعاتی ، عملکرد شبکه ارتباطی ، کارکنان پشتیبانی و متصدیان پذیرش سروکار داشته باشید تا مطمئن شوید که به همه بخشهای 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 **تك تك** 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 **يك سري** سوالات دقیق و مناسبی که در این زمینه پرسیده می‌شود بستگی دارد.

بررسی‌های ILO در زمینه نرخ دستمزد، درآمد، ساعات 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 ۱۳۸۳.

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 **يك** اقتصاد را در برمی‌گیرد این شاخص درآمد خوداشتغالی 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 ۱۳۸۳

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 گسترده به

کار گرفت. برخی از شرکت‌های تجاری حقوقی ایران عبارتند از: سهامی، با مسوولیت محدود، تضامنی، مختلط غیرسهامی، مختلط سهامی، نسبی و تعاونی.

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

شغل

Job

۱- مجموعه وظایف، کارها و تکالیفی که **يك** 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 منتسب 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، اگر چه این آشنا شدن مستلزم صرف هزینه، از داست

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

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: Modern (Economics Browne.M.N. and Hass P.F.(1987), 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 می‌باشند بسیار صادق است. اگر به دلیل عدم امکان احراز شغل متناسب با تخصص، افراد از کارایی پایین برخوردار باشند، بیکاری پنهان وجود خواهد داشت.

ماخذ: احمد احدی، «اقتصاد کلان کاربردی»، موسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی، سال ۱۳۷۱

کم کاری پنهان Disguised Underemployment

شامل افرادی می‌شود که ظاهراً به صورت تمام وقت مشغول می‌باشند 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 احدی، «اقتصاد کلان کاربردی»، 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 (جویای 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 بیابند 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: ثنوری و سیاست‌های اقتصاد کلان، نوشته ویلیام- برتسون ۱۳۷۸، ترجمه عباس شاکری، نشرنی

بیکاری دوره ای 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 دوره‌ای 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 اصطلاحی 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 حداکثر خود می‌رسد که تولیدات سنتی کشور به شدت کاهش می‌یابد و بازارکار خود را به کنده 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 مقایسه‌ای سیاست‌های بازارکار ایران در برنامه سوم»، وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، فصلنامه پژوهش شماره ۹۶ ص ۱۸۶-۱۸۷

بیکاری غیرداوطلبانه Involuntary Unemployment

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

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 وخیم اجتماعی- اقتصادی بیشتر داوطلبانه می‌تواند شامل بیکاری اصطلاحی، بیکاری ادواری و بیکاری ساختاری باشد.

ماخذ: «تئوری و سیاست‌های اقتصاد کلان»، نوشته ویلیام- ج 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.
ماخذ: 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 کار کرده 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).
ماخذ: 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.
ماخذ: 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.
ماخذ: 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 مصداق دارد.
ماخذ: فرهنگ اصطلاحات کارآفرینی، مرکز انتشارات سازمان سنجش آموزش کشور، مرداد ۱۳۸۴

خط فقر line Poverty

به عقیده مارتین راولین (۱۹۹۸) خط فقر عبارت است از مخارجی که یک فرد در یک زمان و مکان معین برای دسترسی به یک سطح حداقل رفاه متحمل 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، پوشاک، مسکن و...) لازم است و یا حداقل شرایطی (مانند حداقل میزان درآمد، تحصیلات، مسکن و...) 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.
ماخذ: پژوهشکده آمار ایران، اندازه‌گیری شاخص‌های فقر در ایران، سال ۱۳۸۱

خوداشتغال Employment Self

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.

۲- «داراي کارگاه است ولي حاضر در کار نيست»: به اشخاص داراي کارگاه که ممکن است يك کارگاه تجارتي يا مزرعه يا يك کارگر خدماتي باشد و اين اشخاص به طور موقت در طي دوره مرجع به هر دليل خاصي حاضر درکار نيستند.
مأخذ: Yearbook Of Labour Statistics ۲۰۰۵

خوداشتغالي Employed Self

در خوداشتغالي يا کار براي خود، افراد شاغل با اتکاي به توان شخصي، ابتکار و خلاقيت خود، به کارهاي توليدي يا خدماتي و در نتيجه به کسب درآمد مي‌پردازند. اين گونه اشتغال، فرد را به تدريج آماده کسب توانايي‌هاي لازم براي ورود به فعاليت‌هاي بزرگتر مي‌نمايند. فرد خوداشتغال، از آزادي و استقلال عمل بيشتري برخوردار است و در تصميم‌گيري‌ها، اختيارات وسيعي دارد.
مأخذ: فرهنگ اصطلاحات کارآفريني، مرکز انتشارات سازمان سنجش آموزش کشور، مرداد ۱۳۸۴

منبع:

اصطلاحنامه آماري بازارکار، مرکز آمار و اطلاعات بازارکار، وزارت کار و امور اجتماعي
کار و جامعه ص ۹۰و۹۱و۹۲و۹۳و۹۴و۹۵ به تاريخ دي و بهمن ۸۵

درآمد

Income

عبارت است از حق‌السعي نقدي و غيرنقدي، که طبق مقررات در فواصل منظم، براي مدتي که کار انجام شده يا کار انجام شده همراه با مزد زماني که کار انجام نشده، مثلاً براي مرخصي سالانه، ساير مرخصي‌هاي با حقوق يا تعطيلات با شاغلين پرداخت مي‌گردد. درآمدها از مبالغ سهم کارفرمايان که بابت بيمه کارکنان خود به تأمين اجتماعي و بابت مستمري و همچنين مزايای دريافتي شاغلين تحت شرايط تأمين اجتماعي مي‌پردازند مستثني است. درآمد از پرداخت‌هايي که بابت غرامت اخراج و خاتمه کار مي‌پردازند نیز مستثني مي‌باشد.
درآمدها بايد شامل دستمزدها و حقوق‌هاي مستقيم، مزد مدت کار انجام نشده (به استثناي غرامت اخراج و مزايای خاتمه کار)، پاداش‌ها و جوايز، مزايای حق مسکن و عائله‌مندي که مستقيماً توسط کارفرما به شاغلين تعلق مي‌گيرد باشد.

دستمزدها و حقوق‌هاي مستقيم براي کار انجام شده اين موارد را در برمي‌گيرد:

- الف) پرداخت زماني مستقيم کارگران مدت- معين
 - ب) پرداخت تشويقي کارگران مدت- معين
 - ج) درآمد کارگران قطعه کار (به استثناي مزد اضافه‌کاري)
 - د) پرداخت بابت اضافه‌کاري، نوبت کاري، شب‌کاري، و کار در روز تعطيل
 - هـ) کميسيون‌هاي پرداختي بابت فروش و ساير پرسنل که شامل موارد زير است:
 - مزايای ارشديت و مهارت‌هاي ويژه مابه‌التفاوت منطقه جغرافيايي (بدي آب و هوا)، مزايای قبول مسووليت، بدي شرايط کار، کار خطرناک و مزايای سختي کار، پرداخت طبق نظام‌هاي دستمزد و تضمين شده، مزايای کمک معاش و سايرا مزایا و فوق‌العاده‌هاي منظم
 - مزد زمان کار انجام نشده شامل پرداخت‌هاي مستقيم به شاغلين بابت تعطيلات عمومي، مرخصي‌هاي سالانه و ساير ايام غيرکار مي‌باشد که مزد آن توسط کارفرما پرداخت مي‌گردد.
 - پاداش‌ها و جوايز شامل پاداش‌هاي فصلي و آخر سال، پرداخت‌هاي اضافي بابت دوره مرخصي (مازاد بر پرداخت عادي) و پاداش‌هاي افزايش توليد مي‌گردد.
- مأخذ: «آمارگيري‌هاي جمعيت فعال اقتصادي، بيکاري، اشتغال و اشتغال ناقص»، قطعنامه راجع به نظام واحدهاي دستمزد، مصوب دوازدهمين کنفرانس بين‌المللي آماردانان کار (ILO)، تأليف: هوکانز، فرهاد مهران، ووي جي.

درآمد

عبارت است از عايدي نقدي و غيرنقدي که بر اساس قاعده در فواصل منظم، براي مدتي که کار انجام شده، همراه با مزد زماني که کار انجام نشده، نظير مرخصي سالانه يا ساير مرخصي‌ها يا تعطيلات با حقوق، با شاغلين پرداخت مي‌گردد. اين درآمدها از سهم کارفرمايان به تأمين اجتماعي در قبال کارکنانشان و طرح‌هاي مستمري و همچنين مزايایي که شاغلين طبق اين طرح‌ها دريافت مي‌کنند مستثني مي‌باشد.
درآمدها از مبالغ سنوات خدمت (بازخريدي) و فاقد کار (اخراج) نیز مستثني است.
درآمد موارد زير را در برمي‌گيرد.

- دستمزدها و حقوق مستقيم (نقدي)
- الف) پرداخت در ازاي مدت عادي کار
- ب) پرداخت بابت اضافه‌کاري و کار در روز تعطيل
- ج) پرداخت اضافي بابت نوبت کاري و غيره که جزو اضافه‌کاري محسوب نمي‌شوند.
- د) پرداخت پاداش (پاداش افزايش توليد و غيره)
- هـ) ساير پاداش‌هايي که بطور منظم پرداخت مي‌شود.
- و) کمک‌هاي عايله‌مندي که مستقيماً به وسيله کارفرما پرداخت مي‌شود.
- ز) فوق‌العاده هزينه زندگي يا کمک هزينه (dearness)
- ح) کمک هزينه مسکن يا اجاره که مستقيماً به وسيله کارفرما پرداخت مي‌شود.

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

الف) مرخصی سالانه و دیگر مرخصی‌های 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 يك بار در سال (time- one)

ب) پاداش سهم‌شدن 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 (زغال سنگ، کک، برق، گاز و غیره)

ج) ارزش جاری مسکن رایگان یا ارزان

د) سایر پرداخت‌های غیرنقدی (نظیر کفش و لباس)

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

حمایت از فرصت‌های شغلی، سال ۱۳۷۳

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

درآمد

تمامی وجوه و ارزش کالاهایی است که در برابر کار انجام شده یا سرمایه به کار افتاده و یا از طریق منابع دیگر (حقوق بازنشستگی،

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 ۱۳۸۳

درآمد خانوار

Household Income

۱- دریافتی‌های کلیه اعضای 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، نفقه، اعانه و حقوق بازنشستگی 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 بگیر دولتی

Public wage- worker Income

درآمد خالص کلیه اعضای شاغل مزد و حقوق بگیر خانوار در بخش دولتی است که شامل کلیه دریافتی‌های مستمر و غیرمستمر پولی و

غیرپولی آنها می‌باشد.

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

درآمد مزد و حقوق بگیر خصوصی

Private wage- worker Income

درآمد کلیه اعضای شاغل مزد و حقوق بگیر خانوار در بخش خصوصی است که شامل مزد و حقوق و مزایای مستمر و غیرمستمر پولی و

غیرپولی آنها پس از کسر مالیات و بازنشستگی است.

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

درآمد مستمر

Permanent Income

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 غیرپولی 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، جلد ۴، سال ۱۳۷۴.

درآمد مزد و حقوق‌گیری بخش عمومی / بخش خصوصی

Wag- workers in Private sector/ Public sector

درآمد کلیه اعضای شاغل مزد و حقوق بگیر خانوار در بخش عمومی/ بخش خصوصی است که شامل دریافتی‌های مستمر و غیرمستمر پولی و غیرپولی 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 خطر 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 داور» معین می‌شود. در مواقعی که ساعات کار عادی از طریق قوانین و مقررات، قراردادهای دسته‌جمعی یا حکم داور تعیین نگریده است، ساعات کار عادی به

ساعات کار معمول

Actual work hours/ Hours of Work

ساعات 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. ساعات معمول کار به دوره زمانی مشخص اشاره دارد.

ساعات 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 عللی از قبیل کمبود ملزومات 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 منعقد، 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 مرخصی‌های سالیانه با حقوق، تعطیلات عمومی با حقوق، یا
مرخصی استعلاجی 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 خوداشتغالی 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 فراگیری
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 تألیف: ر.هوسمانز، فرهاد
مهران، ووی جی ورم
(۲)

ساعات کار واقعی

ساعات 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 سر کار 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

- ۱- 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 جامعه)

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، خبرنگاری 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، سرپرستان 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 تنهایی رهگشا نیستند، مثل اکسیژن و هیدروژن که از ترکیب معینی از آنها هوای تنفس ما تأمین می‌شود، می‌توان با آمیختن دانش و تجربه، راهکارهای حیاتی و استثنایی خلق کرد.
- ۳- از هر فرصتی برای استخدام و به کارگیری افراد برجسته استفاده کنید.
- ۴- به خاطر داشته باشید رعایت استانداردهای محیط کار در کارایی کارمندان مؤثر است.
- ۵- با فرق گذاشتن بیهوده بین افراد گروه، انگیزه کاری آنها را از بین نبرید.
- ۶- از مشورت و نظرخواهی با نیروی جوان ابایی نداشته باشید.
- ۷- با رفتارهای ضد و نقیض، اعتماد زیردستان را از خود سلب نکنید.
- ۸- در به وجود آوردن فضای رقابتی سالم، کوشا باشید.
- ۹- برای ارتقای سطح دانش کارمندان و افزایش بهره‌وری آنان، کلاسهای آموزشی ترتیب دهید و از لوازم کمک آموزشی بهره‌گیری.
- ۱۰- دقت کنید که تویخ کارمند خطاکار، باید متناسب با اشتباهاتش تعیین شود.
- ۱۱- مطمئن شوید مأمور خریدی 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 معاشین خود، پشت سر افراد بدگویی نکنید.
- ۱۶- رعایت سلسله مراتب کاری را به مسئولین و سرپرستان گوشزد کنید.
- ۱۷- برای آزمون کارمندان با آزمایشهای فاقد ارزش و بی‌اساس، شخصیت آنان را زیر سؤال نبرید.
- ۱۸- با شروع به موقع جلسات، وقت‌شناسی را عملاً به حاضرین بیاموزید.
- ۱۹- برای گیراتر شدن سخنان خود، همیشه چند عبارت کلیدی از بزرگان و افراد برجسته 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 زحمات زیردستان 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 عهده 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 حرفه‌ای 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 يك نقشه خوب تجاری در زمان نامناسب با شکست روبه‌رو 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 گفت‌وگو بپردازند.
- ۳۸- حرفه‌ای‌ترین 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 متانت بر شکوه شما می‌افزاید.
- ۴۱- اگر قاطعیت مدیر با مهربانی توأم 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 سرپرستان سازمان رعایت می‌شود.
- ۴۴- چند ساعت از يك روز مشخص در ماه را به بازدید از سطوح مختلف سازمان و گفت‌وگوی 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 فرصتهای طلایی باشید.

- 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 تکه 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 سازمانی را تجزیه و تحلیل کنید تا ضمن تشخیص مسیر نادرست، از تکرار آن جلوگیری کنید.
- 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 کاری‌اش پاداش دهید و با در نظر گرفتن پاداشهای 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 بی‌کفایت 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، تنبل نیست! زیرا افراد تنبل فشار کاری دیگران را بیشتر می‌کنند.
- ۶۲- هنگام دست دادن، دست افراد را محکم و صمیمانه بفشارید.
- ۶۳- وقتی عصبانی هستید، درباره دیگران تصمیم‌گیری نکنید.
- ۶۴- همیشه وقت‌شناس 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 شانس حرف زدن را به همه سطوح سازمان بدهید. در این صورت شاید با ایده‌های درخشانی روبه‌رو 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 ناامیدی 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 کنید.
- 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 کنید.
- ۷۵- خوش‌رُست و خوش‌بین باشید و در جمع با انرژی و اشتیاق حاضر شوید.
- ۷۶- با قدردانی به موقع از کارمندان، انرژی کاری آنان را افزایش دهید و حسن خلایق را در آنان تقویت کنید.
- ۷۷- موقع حرف زدن با اعتماد به نفس به چشمان افراد نگاه کنید و همیشه متبسم باشید.
- ۷۸- هرگز برای پیشبرد اهداف کاری خود، دیگران را با وعده‌های بی‌اساس فریب ندهید.
- ۷۹- سعی کنید اسامی کارمندان را به خاطر بسپارید 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 پافشاری 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 روشن نشده، کسی را مؤاخذه نکنید.
- ۹۰- معاشرین چاپلوس خود را جدی نگیرید.
- ۹۱- نکات جالب و پندآموز کتابهایی را که می‌خوانید، در دفتری یادداشت کنید و در موارد مناسب آنها را به کار ببرید.
- ۹۲- انعطاف‌پذیر باشید.
- ۹۳- بدون توهین به عقاید دیگران، با آنها مخالفت کنید.
- ۹۴- نسبت به قول خود پایبند 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 کنید 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 استخدامی افراد به سوابق کاری آنان توجه و به خاطر داشته باشید کارمند موفق کارنامه‌ای پربار 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 روبه‌رو شود.
- ۱۰۷- برای حفظ اطلاعات سازمانی، از بهترین و پیشرفته‌ترین سیستم حفاظتی استفاده کنید.
- ۱۰۸- زنده‌ترین 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 ممنوع است
- گردآوری و تنظیم : رضا فریدون نژاد

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

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

۱۱۰- از عنوان کردن فرامین غیرقابل اجرا و غیرمنطقی احتراز جوید، زیرا جز خدشه‌دار کردن شخصیت حرفه‌ای شما پیامدی ندارد.

۱۱۱- عملکرد افراد را در زمان اضافه‌کاری کنترل کنید تا بدینوسیله از سوء استفاده افراد ناشایست که به عنوان اضافه‌کاری در سازمان به انجام کارهای شخصی یا اتلاف وقت می‌پردازند، جلوگیری شود.

۱۱۲- از نگارش واژه‌ای که از صحت املاي 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 محرمانه 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 یاد مبرید عقل سالم در بدن 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 بازنشستگان پس از بازنشستگی 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 پرانرژی عمل نکند.

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

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 آبونه کنید.

۱۲۵- هیچکس را دست کم نگیرید.

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

۱۲۷- اگر در جمعی 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 پرسش 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 ابتکار در انجام کارهایشان راه‌یابی 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، حسادت دیگران را برانگیخته نکنید.

۱۳۶- به دیگران فرصت جبران اشتباهاتشان را بدهید.

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 اتمام ساعات 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 تهیه کنید.

۱۴۳- اعجاز عبارات تأکیدی و مثبت را نادیده نگیرید.

۱۴۴- راحت‌ترین میلمان و چشم‌نوازترین وسایل را برای اتاق خود تهیه کنید و برای استفاده بهینه از فضا و زیبایی محیط از طراحان داخلی کمک بگیرید.

۱۴۵- پنجره‌ها را مسدود نکنید، اجازه دهید همگان از نور و هوای تازه که ارزانت‌ترین موهبت‌های الهی هستند، بهره‌مند شوند. گاهی ورزش یک نسیم می‌تواند آرامش چشمگیری برای محیط به ارمغان بیاورد.

۱۴۶- از انجام هر جابه‌جایی برای نیروی انسانی در محیط کار، نمی‌توان نتیجه مطلوب گردش شغلی را حاصل نمود. اگر جابه‌جایی کارمندان اصولی و حساب شده نباشد، باعث افت راندمان کاری و دزدگی 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 محبوبیت 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 بینید 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 ایمن بودن آسانسورها و سایر وسایل مهم اطمینان حاصل کنید و اگر احتیاج به تعبیر یا تغییر دارند، بدون فوت وقت اقدام کنید.

۱۵۳- حتی اگر سن شما از کارمندان کمتر است، آنچنان دلسوزانه با مسائلشان برخورد کنید تا لقب "پدر سازمان" را کسب کنید.

۱۵۴- جهت حفظ سلامتی و چالاکی هر روز حداقل ۱۵ دقیقه نرمش کنید.

۱۵۵- در برخی از برنامه‌ریزی‌ها 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 روبه‌رو 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.

همه چیز درباره راه اندازی کسب و کار از صفر تا صد
۱۵۸- با برقراری امنیت شغلي در محیط روحیه کاری افراد را بهبود ببخشید.
۱۵۹- اگر به افراد شخصیت بدهید و با برخوردهای نادرست عزت نفس آنان را پایمال نکنید آنان به مثابه 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 باشید تا هماهنگی و همسویی کارکنان جایگزین رقابت‌های ناسالم شود.

۱۰۰ ایده بازاریابی برای تجارت سودآور

هرچقدر استراتژی جامع‌تری برای بازاریابی داشته باشید، باز از دانستن نکاتی جهت هدف‌گیری دقیق مشتریان محصولات و خدمات تان بی‌نیاز 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 رقباي خود را گردآوری کنید و با مطالعه آنها، اطلاعاتی درباره استراتژی، ویژگی ها و مزایای محصولات آنها به دست آورید.
- ۱۰- از مشتریان بپرسید چرا شما را انتخاب کردند و خواستار توصیه هایی برای بهبود کیفیت شوید.
- ۱۱- از مشتریان سابق بپرسید چرا شما را رها کردند.
- ۱۲- بازار جدیدی شناسایی کنید.
- ۱۳- به یک فهرست پستی مربوط به حرفه تان پیوندید.

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 گردهم آورید و به تبادل اندیشه و مسائل صنفی بپردازید.
- 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 مباشران 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 مترقی 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 ببینید 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- همراه بروشورهای خود یک برگه نظرسنجی بگنجانید که پول تمبرش 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 بدهید تا یکی را نگه دارد و دیگری را به دوستانش بدهد.

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

۳۷- برای هرکدام از بخش های بازار هدف تان يك کارت ویزیت و بروشور خاص طراحی کنید، (مثلا يکي برای سازمان ها و نهادهای دولتي و يکي برای کاسب کارها و مصرف کنندگان)

۳۸- يك پوستر یا تقویم با آرم شرکت تان چاپ کنید و به مشتریان هدیه بدهید.

۳۹- روي سربرگ، برگه های فاکس یا صورتحساب، شعار یا جمله اي در وصف فعالیت خود به چاپ برسانید.

۴۰- در بروشورهای خود نظرات مثبت مشتریان درباره کالا و خدمات خود را به چاپ برسانید.

۴۱- يك فهرست پستي جديد را امتحان کنید. اگر به ثمر ننشست، آن را به فهرست های کنوني پست مستقیم خود بیافزایید یا به فکر کنار گذاشتن فهرستی بیافزاید که توقعات شما را برآورده نمی کند.

۴۲- برای بازاریابی به شیوه پست مستقیم از پاکت های رنگي یا بزرگ استفاده کنید یا نامه هایی را روي کاغذ سفید بدون خط بفرستید تا کنجکاوي 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 عادي یا اقتصادي و نشریات تخصصي مطلب بنویسید.

۴۵- مقاله اي به قلم خود چاپ کنید و نسخه های آن را برای همکاران تان بفرستید.

۴۶- در تنظیم اخبار فعالیت شرکت خود کوشا باشید 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- يك جایزه سالیانه به راه اندازید و آن را در بوق و کرنا کنید. مثلا مي توانید به بهترین کارمند سال شرکت یا سازمان خود جایزه بدهید.

۴۹- در زمینه رسانه و روابط عمومی آموزش ببینید یا مطالبی درباره آن بخوانید.

۵۰- در برنامه های رادیویی و تلویزیونی حضور یابید.

۵۱- در مورد صنعت یا تخصص خود سفارش يك برنامه تلویزیونی بدهید و آن را به شبکه محلي خود بدهید تا به عنوان يك برنامه عادي پخش کند.

۵۲- نامه اي به سردبیر روزنامه یا مجله محلي تان بنویسید و او را به ناهار دعوت کنید.

۵۳- اخبار خود را همراه عکس مربوطه به مطبوعات بفرستید.

۵۴- مرتباً روزنامه ها و مجلات را برای یافتن فرصت های روابط عمومی بخوانید.

۵۵- برای مطبوعات مقالات «راهنما» درباره حوزه تخصصي کسب و کارتان بفرستید.

۵۶- در صنعت خود تحقیق کنید و پس از کشف یافته اي مهم، آن را در اختیار مطبوعات بگذارید.

خدمات مشتری و رابطه با مشتری

۵۷- از مشتریان تان بخواهید که بازگردند.

۵۸- تماس های تلفني مشتریان را بدون فوت وقت پاسخ دهید.

۵۹- روي دستگاه پیامگیر تلفن، اطلاعات مهم مانند ساعات کار شرکت، مکان و فرد پاسخگو را ضبط کنید.

۶۰- روي دستگاه پیامگیر تلفن، پیامي بیادماندني یا «نکته روز» را ضبط نمایید.

۶۱- برای مشتریان تان نمایش یا هر رویداد جالب دیگر را سازماندهي کنید یا بلیت تئاتر و سینما و... برایشان بفرستید.

۶۲- در دفترتان با حضور مشتریان يك سمینار برگزار کنید.

۶۳- تشکرنامه های دستنویس خوش خط برای مشتریان بفرستید. مي توانید برای جشن تولدشان یا سایر مناسبت های سال، کارت تبریک ارسال کنید.

۶۴- مقالات جالب را کپی کنید و همراه کارت ویزیت و بروشورتان برای مشتریان کنوني یا بالقوه بفرستید.

۶۵- بخشی از وب سایت خود را به مشتریان اختصاص دهید.

۶۶- هرازگاهی دکور محل ملاقات خود با مشتریان را از نو طراحی کنید.

شبکه رابط ها و تبلیغ دهان به دهان

۶۷- به يك اتاق بازرگاني 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 تجاري بگیرید.

۷۰- پس از شرکت در يك همایش، برای شرکت کنندگان آن نامه بفرستید.

تبلیغات

۷۱- در فصل های اوج فعالیت تجاري برای کسب و کارتان تبلیغ کنید.

۷۲- يك شماره تلفن راحت و بیاد ماندني بگیرید.

۷۳- برای سایت اینترنتی خود، آدرس بیادماندني انتخاب کنید و آن را در کلیه ارتباطات بازرگاني قید نمایید.

۷۴- از طریق پست مستقیم، کسب و کار خود را مشترکا با سایر حرفه اي ها تبلیغ کنید.

۷۵- در يك دایرکتوري ویژه یا کتاب زرد تبلیغ نمایید.

۷۶- به منظور دستیابی به بازارهای خارجي، آگهی دو یا چند زبانه چاپ کنید. این آگهی را در نشریه اي پرمخاطب قرار دهید.

۷۷- به مشتریان خود هدایای تبلیغاتی نظیر خودکار، پدماوس یا ماگ بدهید.

۷۸- درون پاکت نامه یا مرسولات پستي، چیزی برجسته بگذارید تا کنجکاوي گیرنده تحریک شود.

۷۹- مقابل پیاده روي دفترتان به کمک لیزر يك پیام تبلیغاتی بتابانید.

۸۰- برجسب های جالبی برای نصب روي 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 محتوای این کتاب ممنوع است

گردآوری و تنظیم : رضا فریدون نژاد

۸۲- تابلو ساختمان تان و تابلوهای راهنمای داخلی و خارجی آن را بهبود ببخشید.

۸۳- اگر فکر می کنید آرم شرکت شما منسوخ شده، آن را از نورنگ 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 برعهده می گیرد. رهگذران با دیدن نام و آرم شما، متوجه اقدام پسندیده تان خواهند شد.

۸۹- بخشی از وقت و پول 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 تألیف 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.

۷۰ 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 ۷۰ نکته مهم برای موفقیت در بازاریابی الکترونیکی بیان شده است. پس از خواندن هر يك از این نکات کمی تأمل کنید! چه ایده هایی به ذهن شما می رسد؟

- ۱- يك موقعیت منحصر به فرد و بي همتا در کسب و کار خود ایجاد کنید.
- ۲- داشتن موقعیت بي همتا در اینترنت مهمتر از محتوای تبلیغاتی شما است.
- ۳- تنها به کاهش قیمت کالاها در سایت اکتفا نکنید.
- ۴- قبل از ایجاد و توسعه محصول بازار آن را پیدا نمایید.
- ۵- به دنبال جماعت حریص و مشتاق به محصول یا خدمات باشید.
- ۶- سعی نکنید يك بازار جدید ایجاد نمایید.
- ۷- آزمودن، کلید موفقیت در بازاریابی است.
- ۸- هدف تمام تبلیغات شما باید افزایش فروش باشد.
- ۹- حتی تبلیغات مجانی برای شما هزینه بر است.
- ۱۰- هر جزء از سایت و یا بازاریابی شما باید بر روی موقعیت بي همتای شما در کار اینترنتی تمرکز داشته باشد.
- ۱۱- تمامی فعالیتهای خود را در قالب يك استراتژی اصلی قرار دهید.
- ۱۲- برای ایجاد جریانهای چندگانه درآمد برنامه ریزی کنید.
- ۱۳- کالاهای گرانبهرتر را نیز به کالاهای ارئه شده اضافه نمایید.
- ۱۴- بازاری را انتخاب کنید که نسبت به آن مشتاق هستید.
- ۱۵- به محیط خارجی خود نیز فکر کنید!
- ۱۶- هیچ تکنیک بازاریابی واقعاً جدید نیست.
- ۱۷- به دنبال فرصتهای ساده باشید.
- ۱۸- هنگام انتخاب يك کسب و کار از مبارزه طلبی کناره گیری کنید.
- ۱۹- سعی نکنید با شرکتهای بزرگ و اصلی رقابت کنید.
- ۲۰- به دنبال کمبودها بگردید.
- ۲۱- طرح خود را بر اساس واقعیات استوار سازید.
- ۲۲- مطمئن شوید تمامی صفحات سایت شما برای بازگشت به صفحه اصلی لینک دارند.
- ۲۳- گرافیک سایت خود را کاهش دهید.
- ۲۴- همواره به تکنولوژیهای جدید چشم نکنید.
- ۲۵- برای داشتن Domain خوب هزینه بیشتری بپردازید.

۳۶- امکان خرید توسط کارتهای اعتباری را در سایت خود قرار دهید.

۳۷- برای سفارش دهی گزینه های مختلفی را به کاربر پیشنهاد دهید.

۳۸- فراموش نکنید ارائه کالاهای رایگان کلید فروش است.

۳۹- کالاهای خوب و با ارزش را بصورت رایگان هدیه دهید.

۳۰- هر چیزی را بصورت رایگان ارائه ندهید!

۳۱- جمع آوری نشانی ایمیل افراد یکی از بهترین راههای بازاریابی است.

۳۲- فرصت ارائه بازخورد برای کاربران سایتتان را فراهم کنید.

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 مزایا تمرکز 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- گواهینامه ها و تأییدیه ها کلیدهای اعتبار شما هستند.

۴۱- یک گارانتی بی قید و شرط را پیشنهاد دهید.

۴۲- برای افزایش ارزش کالاهای خود انعام نیز در نظر بگیرید.

۴۳- در فرم سفارش پیشنهادات دیگری را نیز ارائه کنید.

۴۴- یک دایرکتوری از کالاهای پر طرفدار در هارد دیسک خود ایجاد کنید.

۴۵- هر نکته ای که در مورد نوشتن نامه های فروش به دستتان می رسد را مطالعه کنید.

۴۶- یک سیستمی را برای تهیه نامه های فروش ایجاد کنید.

۴۷- به ایمیلهای خود جنبه شخصی ببخشید.

۴۸- اطلاعات مناسبی را در نامه های الکترونیکی خود قرار دهید.

۴۹- همواره یک بانک اطلاعات شخصی از مشتریان خود داشته باشید.

۵۰- از تبلیغات رایگان 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 پردازید.

۶۰- بنرهای تبلیغاتی خود را بصورت محاوره ای بسازید.

۶۱- هر تبلیغاتی را کذبندی و آزمایش کنید.

۶۲- از عناوین 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 يك كسب و كار

چه چیزی تا کنون شما را از راه اندازی يك كسب و كار مستقل باز داشته است؟ این ۳۰ نکته به شما كمك مي كند در برابر ترس خود قرار بگیرید و در نهایت قدرت آن را پیدا کنید تا بتوانید 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 کافیت 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 نوشتم، اما به محضی که این کار را انجام دادم احتمال اینکه رئیس خود باشم برای من بسیار ملموس تر شد!

۲- شروع به نوشتن يك دفتر وقایع 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 كمك می کند تا خود را بهتر بشناسید و هنگامی که به گذشته می نگرید، 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 يك 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 خواهم 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 يك کارآفرین موفق هستم" شروع خوبی است! حدود ۱۰ تا ۳۰ 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 كمك کرد تا خودم را باور کنم و کسب و کارم را شروع کرده و رشد دهم.

۶- باور ها 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 كمك می کند تا بدانید چه کاری را به عنوان يك 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 سمینارهای كوچك محلی برپا می کردم؛ اکنون پس از گذشت سالها، کنفرانسهای 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 ۳ روز طول کشید تا توانست تغییر کوچکی مانند درخواستن از سمت دیگر تختهخواب در خود ایجاد کند! اما تغییرات كوچك او، به او كمك کرد تا بر ترس هایش از شروع يك كسب و كار 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 يك 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 باغبانی، 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 پرورش 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، بدهکاری، نا امنی و سایر احساسات طبیعی. يك مکالمه مثبت با خودتان برقرار سازید و در مورد احساسات خود با يك دوست قابل اعتماد صحبت کنید. به خودتان یادآوری کنید که شما درست عمل می کنید.

۱۳- 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 باغچه» و مانند آنها باشد.

۱۴- خود را آموزش دهید. دانایی توانایی است. در کلاسها، سمینارها 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- تعارفات را بپذیرید 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 يك مطلب برای کاندیداتوری یکی از دوستانم نوشتم و او برنده شد. پس کشف کردم که از قبل يك نویسنده خوب بوده ام! عاقبت از همین استعداد نویسنده گي 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 زمره کارآفرینان نیستم». من این بهانه را اینگونه عوض کردم. «من هرگاه که بخواهم توانایی آن را دارم که هر تصمیمی که در ذهنم بگیرم، انجام دهم.»

۱۸- «من نمی توانم» را کنار بگذارید. ببینید 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- آشفته گي طبیعی است؛ آن را بپذیرید. آشفته شدن و گیجی بخشی از پروسه آغاز يك 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 آشفته گي را بپذیریم، سریعتر تمام خواهد شد.

۲۰- بدانید که يك زمان شروع ایده آل وجود ندارد. کارآفرینان کسب و کارشان را در بدهکاری، با پول کم، تجربه اندك و بسیاری از مضیقه های دیگر هم راه اندازی کرده اند. یکی از مشتریان من زنی بود که ۳۰ هزار دلار بدهکاری داشت. اما با پشتکارش سال گذشته به عنوان کارآفرین سال انتخاب شد.

۲۱- كوچك 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 يك 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 دلنان 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 بیایم». 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 داورى تان بایستید. اگر از خودتان چیزی شبیه جمله «این يك ایده احمقانه است» شنیدید، به آرامی به خودتان یادآوری کنید که شما قرار است يك 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 يك حسابدار ملاقات کند و نتیجتاً حسابهایش را در يك برنامه زمانبندی شده و با استفاده از يك نرم افزار كوچك حسابداري 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 هرصورت باید انجام دهید!

۳۶- 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." فروش و هرگونه تغییر در محتوای این کتاب ممنوع است
گردآوری و تنظیم : رضا فریدون نژاد

۲۷- صبر و بردباري را تمرين کنید. زماني که در ترافیک گیر کرده اید یا در يك صف طولاني قرار گرفته اید، بهترین زمان براي این تمرين است. بنابر تجربیات، این کار تمريني در پروسه کارآفريني است که مي تواند بسيار سودمند باشد.

۲۸- به مرض «به اندازه کافي خوب نیست» غلبه کنید. تا کنون بسياري از افراد را دیده ام که فرصتهاي خوبي از دست داده اند. آنها پروژه را پیگیری نمي کردند زیرا فکر مي کردند مهارت کافي در فروش، بروشور مناسب یا محصول خوبي ندارند. شما هم به جاي اینکه موقعيتي را کنار بگذارید، فکر کنید براي پذیرش آن به چه چیزهايي نیاز دارید. همین امروز آن فرصت را از دست ندهید و به خود بگویید که به اندازه کافي توانايي بدست آوردن آن را دارید.

۲۹- کمک بخواهید. وقتي که به شدت درگیر کار شدید ولي ميلي به کمک دیگران نداشتید، از دیگران سؤال کنید. این، زماني است که بیش از پیش نیاز به آن دارید. بنابر تجربیات، بازخوردهاي روشن و بسيار خوبي به واسطه پرسش از دیگران بدست مي آید؛ حتي اگر خودتان ميلي به این کار نداشته باشید.

۳۰- به حس دروني خود اعتماد کنید. ممکن است دیگران به شما بگویند ترك شغل فعلي و شروع يك کسب و کار جدید، کار احمقانه اي است. اما هیچکس شما را مانند خودتان نمي شناسد. به آنچه که مي دانید، اعتماد کنید و بر اساس آن عمل نمایید. اعتماد به حس دروني، باعث شد تا من تبدیل به يك کارآفرين موفق شوم.

۲۹ راه برای افزایش فروش و سود

توسعه تجارت کار دشوار و هزینه‌بری 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 خدماتتان نکنید. باید کسانی که خاستار محصولات و خدمات هستند را انتخاب کرده و راه‌حل کار مفید را در اختیارشان قرار دهید تا در تصمیم‌گیری راحت‌تر باشند.

۲) هدف

اگر هدف‌تان تعیین‌شده باشد، مثلاً کالای موردنیاز خانه را می‌فروشید، مبنا را برای تولید روی آن کالا بگذارید.

۳) هزینه‌ها را صرف بازاریابی سود نکنید:

هزینه‌هایی را صرف بازاریابی و تبلیغات بی‌جا و بی‌فایده 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 هرکسی ۲۵۰ نفر دیگر را می‌شناسد و شما می‌توانید پیام خود را نسبتاً سریع‌تر انتقال دهید. به اتاق‌های 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 بدهید. 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 تشکلات 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. حتماً 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 کارتان پافشاری کنید.

زمانی که فروش و سود زیادی عایدتان می‌شود به دنبال صرف مدت زمان طولانی برای سوددهی نباشید. بیشتر فروش بعد از هفتمین و هشتمین 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 درصدد باشید که خود را به یک سخنران حرفه‌ای تبدیل کنید تا درباره فعالیت‌های خود نظر بدهید.

۱۱) یک توضیح درباره آنچه انجام 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 می‌کنید، ما اینگونه به تولید مشغول شده‌ایم.

۱۴) از تلفن استفاده کنید.

یکی از بهترین راه‌های کم‌هزینه و مفید استفاده از تلفن است. به کسانی که می‌خواهید با آنها تجارتي را آغاز کنید تماس بگیرید. و بگویید که چگونه خدماتتان به آنها کمک می‌کند، هزینه‌هایتان را کاهش می‌دهد و فروش شما را بیشتر می‌کند.

۱۵) مراجع پویا

مراجع یکی از راه‌های تولید یک شغل است، منتظر کسی نمانید. از مشتریانی که دارید سراغ مراجعی را گرفته (دوستان، آشنایان، خانواده) و از کسانی که درباره بازار کارتان تبلیغ می‌کنند قدردانی و تشکر کنید.

۱۶) روحیه بالایی داشته باشید:

استرس و عصبانیت شما را در راه‌تان سست می‌کند، اگر در کاری که علاقه زیادی به انجامش دارید تاکید کنید موفقیت از آن شماست.

۱۷) با مشتریان‌تان درباره دیگر نیازهایشان صحبت کنید:

بیشتر روزنامه‌ها آکنده 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- مال من- شما و متعلق به شما... سخن بگویید.

۱۸) با مشتریان ارتباط برقرار کنید:

در نظریات خود و مشتریان‌تان تحول حاصل کنید. مقالات مفیدی را برایشان بفرستید تا علاقمند شوند. اگر از روز تولدشان و یا مراسم خاصی مطلع هستید برایشان هدیه ناچیزی به همراه کارت ارسال کنید.

۱۹) نظریات خود را بگویید و به مشتریان‌تان بگویید که چه کاری انجام دهند:

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 بدهید و از یک دست پس بگیرید:

یک جمله قدیمی می‌گوید: به هرچه بخواهید دست می‌یابید اگر به کسانی که نیازمندند کمک کنید. به دیدگاه و نظریات مشتریان توجه کرده و نیازهایشان را محور توجه خود به حساب بیاورید.

۲۴) هرروز 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 سمینارها بروید، به نوارهای صوتی گوش دهید. فروشتان را تقویت کنید و روش‌های بازاریابی به شما کمک می‌کنند که فروش و سود خود را ارتقا بخشید.
۲۵) با افراد خوش‌بین و موفق ارتباط برقرار کنید:
با افراد موفق که تشنه 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 بیایید.
۲۷) بر روی ارزش یک مشتری دائم سرمایه‌گذاری کنید.
۲۸) از تجربیات دیگران استفاده کنید:
بازاریابی هنری است که هم به دانش می‌نگرد و هم به تجربه و بهترین راه به‌دست 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 باشید:
مشتریان به جنس و کالایی با کیفیت بالا بیشتر بها می‌دهند. سود کمتر را باید به تولید با کیفیت‌تر خلاصه کرد و بکار گرفت.

۲۲ نکته برای يك ارائه خوب

هنگامي كه مي خواهيد يك موضوع را در جلسه اي (با هر تعداد شرکت‌کننده) توضیح دهید، و یا گزارشي از فعاليتهاي انجام شده در يك پروژه را ارائه كنيد و يا حتي در يك جمع دوستانه صحبت كنيد مطمئنا كار سختي خواهيد داشت تصور كنيد چندین جفت چشم كوچكترین 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 کنید قضاوت می کنند، ازسوی دیگر شما ملزم به اقناع آنها و یا دفاع از عملکردتان و یا حتي 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 تسلط 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 خواهید آمد علاوه بر يك ارائه خوب، يك جلسه زیبا را برگزار می کنید.

۱ - مخاطبان را شناسایی کنید.

اگر شما سطح علمی، فرهنگی و حتي 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 - يك 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 يك 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 «پذیرش» 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 يك مطلب است. اول «مسئله» را بیان کنید بعد «راه‌حل» را ارائه دهید و آن را با يك مثال توضیح دهید.

۷ - «همه تیزهوش نیستند» را فراموش نکنید.

همه مخاطبان شما افراد تیزهوش نیستند. پس سعی کنید مطالب را خیلی ساده و غیریچیده ارائه کنید، در هر ساعت صحبت کردن ۳ الی ۴ نکته را شرح دهید.

۸ - محکم و خوب شروع کنید.

يك شروع خوب، موفقیت را تضمین می کند. از روشهای مختلف استفاده کنید گاهی يك حکایت یا قصه یا يك خاطره و در بعضی مواقع پرداختن به اصل مطلب می‌تواند شروع خوبی باشد.

۹ - از نمودار و چارت استفاده کنید.

بسیاری از مخاطبان شما نمی توانند همزمان با شما اعداد و آمار ارائه شده را تجزیه و تحلیل کنند. نمودار كمك می‌کند تا سریعتر به موضوع دست پیدا کنند و با شما همراه شوند.

۱۰ - پایانی با شکوه داشته باشید.

بسیاری از مخاطبان آخرین مطلبی را که شما می گوید به خاطر می سپارند مطمئن شوید که آخرین مطالبی که می‌گویید همانهایی هستند که می خواهید مخاطبان به آن بیشتر توجه کنند.

۱۱ - بر نکات مهم تسلط 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 چشماتان استفاده کنید.

حتما از چشمانتان برای برقراری ارتباط با مخاطب استفاده کنید با این 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 هرکدام از دستگاهها (حتی يك ماژيك وایت برد) می تواند تاثیر بسیار منفي 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 زشت‌تر نماید. با تمام وجود عمل کنید.

۱۷ - «لیخنند» را فراموش نکنید.

۱۸ - هنگام ارائه خودتان باشید.

سعی نکنید از حرکات مصنوعی استفاده کنید اقدامات تصنعی كاملا دیده می شوند، خودتان باشید و بگذارید زبان بدن شما طبیعی باشد.

۱۹ - سعی کنید 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

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

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 می‌توانید از سایر روشها نیز برای مشارکت بیشتر و همراهی آنها استفاده کنید. (نوشتن پای تخته، قرائت يك متن یا...)

۲۱ – از شوخی کردن نترسید.

شما می توانید با استفاده از مزاحهای كوچك محیط را جذاب‌تر کنید.

۲۲ – خودتان را جای 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 بدهید 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.

23کد برای موفقیت

۱- هرگز به میزان درآمدها خرج نکنید . مخارج کمتر شما نسبت به درآمدها 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 توانید با طفره رفتن به فردا اندازی امروز انجام نده . کارهای زیادی وجود دارد که می توانید امروز انجام دهید . اصولاً بیشتر کارهایی که امروز مجبور نیستی انجام دهی کارهای مهمی نیستند .

۵- همیشه خریدار باش نه فروشنده . اگر به اندازه 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 مادامی که برای تو انحصار در زمینه 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 زمینه 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 مسلماً 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 قاعدگی 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 اولاد نکن . البته وراثت پس از مرگ بر سر املاک نزاع می کنند.

۱۶- یک مرد هر کاری را که بخواهد در جهان انجام دهد انجام می دهد .

۱۷- باید پولت 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 احترام 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 فرونشاندن عصبانیت در بگومگوهای روزمره

- ۱- به شخصی که از کوره دررفته است بگویید حق با شماست، 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 خویش را بدون مخالفت بر زبان آورد به او یادآور شوید که متوجه گرفتاری‌اش هستید، یکی از راه‌های مهار خشم فرد خشمگین، گوش دادن به سخنان اوست.
- ۳- هیچگاه مشاجره نکنید، جروبحث 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 دلوای پس‌پس، آزرده خاطری و پرخاشگری بازدارید، آنان را دلشاد کنید.
- ۶- اگر به شما بی‌حرمتی شده دلگیر نشوید، توهین دیگران را با تبسمی بی‌اثر سازید.
- ۷- اظهارنظرهای طعنه‌آلود و دلسردکننده را کنار بگذارید، به فرد خشمگین اجازه دهید فکر کند حق با اوست تا برنده این نزاع لفظی شود.
- ۸- به سادگی انتقادپذیر باشید. خودرایی 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- تمامی 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 افروزان سوق ندهید، هرگز مشاجرات خویش را خطاب به افراد جنجالی نگویید.
- ۱۵- بگذارید که او نخست بحث خویش را مطرح سازد، خود را با عقیده‌اش هماهنگ کنید.

۱۲ کلید برای يك كسب و كار خانوادگي موفق

اعضاي خانواده در آمريكا همه ساله شروع و اقدام به بخش مهمي از يك كسب و كار جديد مي كنند، كه ممكن است شامل برادران، همسر، مادر و پدر يا هر عضو ديگري از يك مجموعه خویشاوندی برای شروع يك كسب و كار جديد گرد هم آیند. هر چقدر اتحاد خانوادگي براي شروع و اداره يك كسب و كار با همسر، پدر و مادر، خواهر يا برادر، بچه ها يا ديگر اعضاي خانواده بيشتر باشد بطور بهتري مي توانند در برابر مشكلات معمولي كه در شروع كسب و كار با آن مواجه هستند رقابت كنند و بر آن پيروز شوند، كه در بين هر سه كسب و كار خانوادگي فقط يك كسب و كار مي تواند حفظ شود و به نسل بعد از خود هم منتقل شود. در شروع اين مرحله، مخصوصاً خطراتي مي توانند بصورت حاد وجود داشته باشند. بعضي مواقع اعضاي خانواده براي اقدام به شروع يك كسب و كار بدون داشتن يك ايده واضح و يك هدف مشخص از نقششان شروع و اقدام به يك كسب و كار مي كنند و به سوي يك كسب و كار جديد تحريك مي شوند. اگر احتمال گرفتار شدن و به خطر افتادن يك خانواده در شروع يك كسب و كار وجود داشته باشد شما بايد تمام غرامتها را جبران کرده و از برنامه و ساير جزئيات آن قبل از بوجود آمدن هر مشكلي خارج شويد و اقدام به جبران آن نمائيد. ما يك اقدام عالي از يك بازتاب شخصي را ارائه ميدهيم و ۱۲ جزء ضروري براي يك كسب و كار برجسته و قابل توجه هنگامي كه يك خانواده شروع به يك كسب و كار مي كنند را بيان مي كنيم:

۱۲ نکته ضروري براي موثر بودن يك كسب و كار خانوادگي:

۱- مشخص كردن برخي از حد و مرزها:
تداخل پيدا كردن روابط خانوادگي با كسب و كار خيلي آسان مي باشد و اعضاي خانواده به راحتی مي توانند گرفتار اين تداخلات در محل كسب و كار خود بصورت ۲۴ ساعت شبانه روز يا ۷ روز هفته شوند، ولي اين امر باعث نابهنجار شدن كسب و كار و باعث پيروي در كسب و كار مي شود، پس بايد حد و مرز و وظايف هر يك از كاركنان بطور دقيق مشخص باشد.

۲- بنا نهادن روشهاي مشخص و منظم از ارتباطات:
مشكلات و تفاوتهاي ناشي از عقايد اجتناب پذير نيستند، و ممكن است شما آنها را پيش از اين ديده باشيد. رسيدگي هفتگي جلسات براي سنجيدن و ارزيابي كردن پيشرفتها، تفاوتها و حل كردن مشاجره ها مي باشد و مي تواند در حل اين مشكلات مفيد باشند.

۳- تقسيم كردن نقشها و مسئو ليتها:
حال آنكه هر يك از اعضاي خانواده مي توانند واجد شرايط براي شغلهاي يكسان، حقوق، يا ساير موارد در يك كسب و كار باشند. اما نقشها و مسئو ليتها بايد تقسيم شوند چرا كه مناقشات فاميلي و تصميم گيريهائي كه هر كه براي خود مي گيرد مي تواند كسب و كار را به ته باتلاق كشانده و باعث از بين رفتن آن شود.

۴- تلقي كردن آن همانند يك كسب و كار:
دام و تله رايج براي يك كسب و كار خانوادگي در معرض قرار گرفتن آن كسب و كار در برابر تنشها و فشارهاي رواني بر روي خانواده مي باشد. روابط موجود در كسب و كار ممكن است كه هميشه با خانواده هماهنگي و سازگاري نداشته باشد. پس بايد كسب و كار خانوادگي را نيز همانند ديگر كسب و كارها بدانند.

۵- مزيتهاي مالكيّت خانواده را به رسميت شناختن:
مالكان كسب و كارهاي خانوادگي سودهائي منحصر به فرد را عرضه مي كنند. يكي از آنها دسترسي پيدا كردن و رسيدن به سرمايه هاي انساني در شكلي از اعضاي خانواده مي باشد. اين مي تواند به عنوان يك كليد براي رهائي از انهدام كسب و كار باشد و همچنين مي تواند هزينه هاي كمتر يا وام هاي فوري كمتر را در بر داشته باشد كه اين امر باعث سود آوري بيشتربراي آن كسب و كار مي شود. اداره كردن شركتها به وسيله واگذاري امور به اعضاي خانواده مي تواند باعث اجتناب كردن ازمصرف هزينه هاي هنگفت يا بسياري ديگر از امور شود.

۶- با اعضاي خانواده منصفانه رفتار كردن:
در حاليكه برخي از مشاوران شما را بر خلاف استخدام كردن اعضاي خانواده نصيحت مي كنند و مي گويند كه باعث از دست رفتن يكي از سودهائي عالي كسب و كارخانوادگي مي باشد، ولي تعداد بيشماري از شركتهاي كوچك هرگز بدون سخت كوشي و انرژي ناشي از اعضاي خانواده كه واجد شرايط كسب و كار باشند هرگز نمي توانند به موفقيّت برسند. اعضاي خانواده كه داراي اين شايستگي باشند مي توانند به عنوان يك دارائي عالي و سرمايه خوب براي كسب و كار شما محسوب شوند، وليكن بايد از پارتی بازی كردن بپرهيزيد، و ميزان پرداخت دستمزد، ترقي و توسعه و پيشرفت، زمان بندي كار، تعريف و انتقاد بايد بصورت بيطرفانه بين خانواده و ديگر افرادي كه عضو خانواده شما نيستند صورت گيرد، و هرگز براي اعضاي خانواده خود نسبت به ساير كارمندان ديگراز مزايائي همانند پاداش، حقوق و ساير موارد ديگر تفاوت قا ئل نشويد .

۷- قرار دادن خویشاوندان دركسب و كار و مشخص كردن همه امور مربوط به آنها:
اين خيلي آسان است براي اعضاي خانواده كه براي شروع كسب و كار بدون داشتن هيچ برنامه مشخصي وارد آن شوند، ولي اين امر باعث از دست دادن و بيرون آمدن از رابطه خویشاوندی در كسب و كار مي شود. براي جلوگیری كردن از اين احساس سخت يا از دست دادن ارتباط بايد همه چیز را بصورت دست نوشته قرار دهيم، به عنوان مثال مشخص كردن مزد و حقوق، تقسيم مالكيّت يا ساير موارد ديگر بايد بطور كامل مشخص باشد و تعين گردد.

۸- به خاطر دلسوزي از واگذاري شغل به اعضاي خانواده اجتناب كنيد:
استخدام كردن بايد بر مبناي اين باشد كه اعضاي خانواده چه توانائي هايي را دارند يا اينكه داراي چه دانشي هستند كه مي توانند آنها را براي ورود به كسب و كار ارائه دهند، و دسته بندي كارفرما براي اعضاي خانواده همانند بچه ها، عمو، عمه، و... بايد بر اساس ميزان توانائي هاي آنها براي ورود به كسب و كار باشد.

۹- واضح بودن خط مديريت:
اعضاي خانواده كه اغلب سمت مالكيّت را در زمان حال يا آينده در كسب و كار خواهند داشت تمايل زيادي براي سرزنش و توبيخ كردن كاركناني دارند كه گزارش كاري به آنها ارائه نمي دهند . و اين امر منجر به خشم و نفرت بوسيله كاركنان از مديران كسب و كار مي شود.

۱۰- مشاوره كردن در بيرون از رابطه خویشاوندی:

فروش و هرگونه تغيير در محتوای این کتاب ممنوع است

همه چیز درباره راه اندازی کسب و کار از صفر تا صد
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 وکار شوند. ایده های تازه و فکرهای خلاق می توانند در بین بافت پیچیده و غامض از روابط خانوادگی از بین روند. راهنمایی 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 اعضای خانواده از کسب وکار 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 جاي 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 پشتوانه 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 يك اقتصاد ضعيف

۱- همواره تفکر بازاریابی داشته باشید. يك 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 نتیجه‌ی هر جرقه‌ای در ذهنتان (اصطلاحاً طوفان ذهني 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. رقباي خود را به خوبی بشناسید و پوشه و فایل‌ي 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. اسامی و عناوین تجاری خوب برای محصولات یا خدمات جدید بسیار حیاتی هستند. محصولات و خدمات خود را همواره نو و به‌هنگام کنید تا مشتریان پیشرفت شما را مشاهده‌کنند.

۴ - يك تیم تشکیل دهید. يك تیم مشاوران بازاریابی یا روابط عمومی متشکل 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 دارید که بپردازید؟ درصدی از درآمد ناخالص را که می‌تواند به بازاریابی اختصاص داده شود، تعیین کنید. سعی کنید که یا 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 متحدالشکلی را که شامل اطلاعات تماس، آدرس وب سایت و شعار باشد را اختصاص دهید. به موکلان یا مشتریان خود، کارت پستی اعم از تبریک، دعوت یا غیره و یا کارت پستی الکترونیکی بفرستید تا ارتباط‌تان 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 مراجعه کنندگان به وب سایت و کلاً مردم، تماس با شما آسان است. همیشه و در همه حال، تماس‌ها و پیام‌ها را پی‌گیری کنید.

۱۰ - تبلیغ کنید. يك 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 وب، ایمیل و شعار خود را همواره بگنجانید.

۱۱ - در نمایشگاه‌ها، حامی مالی غرفه‌های معروف شوید. گردهمایی‌هایی را در دفتر خود ترتیب دهید یا در يك 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.

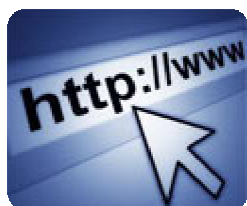
۱۰ راه جلوگیری از ضررهای مالی

- ۱- از اعتبار کاری که انجام می‌دهید اطمینان کامل حاصل کنید.
در جایی که کار می‌کنید اگر احساس می‌کنید کاری که انجام می‌دهید با درآمدها نمی‌خواند از مسئولین راه حلی بخواهید.
- ۲- بودجه مالیات 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 عجل هستید.
با عجله به خرید ماشین و یا رزرو کردن جایی و استفاده دارایی‌تان و... نباشید. زیرا پول را تا زمانی که با آن پولی دریاورید و یا شغل جدیدی مهیا سازید نیاز دارید.
- ۴- با هدف آغاز کنید.
زمانی که از سود و حقوق خود آگاه گشتید و قرارداد و شرایط برایتان تعیین شد، شرایطتان را برای کار و فعالیت‌های دیگر مهیا سازید.
- ۵- بودجه خود را طبق شرایط تامین کنید.
هزینه‌های خانه و زندگی چقدر برآورد می‌شوند؟ بدهکاری‌هایتان چقدر هستند؟ با برکناری از شغلی می‌توانید به حرفه‌ای مشغول شوید و درآمدی کسب کنید یا خیر؟ سوالاتی هستند که باید در این باره مطرح گردند.
- ۶- از يك منبع متخصص کمک بگیرید.
شرایط را برآورد کنید، به يك متخصص مالی مراجعه کنید و یا از يك 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 نکته‌سنج‌تر عمل کنید و موقعیت‌سنج باشید.
- ۸- فرم مشخصات خود را به روزتر کنید.
موقعیت‌های بیشتر و مهارت‌هایی که کسب کرده‌اید را به آن اضافه کنید و یا مدارکی را که بدست آورده‌اید را به آن ضمیمه کنید.
- ۹- دنبال 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- دنبال 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