

کتاب جامع همه چیز در مورد کسب و کار

تهیه کننده و گردآوری

رضا- ف

Rezaf1390@gmail.com

1390-2011

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 پروژه‌های 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 حرفه‌ای 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 تصمیم‌گیری انجام میدهید؟

صاحبان کسب و کار کوچک نیازمند تصمیم‌گیریهای 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 می‌آورد:

- 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 مخاطره‌آمیز میتواند جذاب و نیازمند جسارت بالایی باشد.
- ایجاد یک کسب و کار همیشه منجر به یادگیری میشود.

دلایل شکست يك كسب و کار

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

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

شروع يك كسب و کار همیشه ریسك پذیر است و شانس موفقیت اندك میباشد. بنابر گزارش اداره كسب و کارهای كوچك در آمریکا (SBA) بیش از ۵۰% كسب و کارهای كوچك در سالهای اول با شكست مواجه شده و ۹۰% آنها در ۵ سال اول از بین میروند.

Michael Ames در کتاب خود به نام "کنترل كسب و کار كوچك" دلایل زیر را برای شكست این نوع كسب 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 داراییهای 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 "كسب و کار را خود بر عهده بگیرید" به این دلایل اضافه میکند:

۱. رقابت
۲. فروش پائین

يك عامل دیگر در خصوص شكست كسب 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 كسب 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 شكست يك راهنما است. شخصی که دارای تجربیات مرتبط با كسب 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 جوه 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 قوی، رفتار مثبت، دانش کسب و کار و مهارتهای مناسب فردی است.

مدیریت در حقیقت هدایت افراد، تاثیر گذاری 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 دنیاي 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 مشابهي 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 اطلاعاتي را به افراد کم تجربه ارائه می دهند.

- شبکه ارتباطي

شبکه ارتباطي يك وسیله ساده است که هرکس در دنیاي کسب و کار میتواند با آن سرو کار داشته باشد. شبکه ارتباطي میتواند کارآمدترین وجه بازاریابي 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 رسمي غير 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 الکترونيك با یکدیگر ارتباط دارند و می توانند اخبار جدید را در دنیاي تکنولوژي و بي 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 مشي 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.

تصميم گيري

يکي از بهترين تصميم‌ها يادگيري اين موضوع است که چگونه تصميم‌گيرنده خوبي باشيد. اين امر نیازمند تعهد ، درك و مهارت می‌باشد که بسيار ارزشمند است.

آيا تصميم گيرنده خوبي هستيد؟

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

تصميم‌گيري ، تصميم‌گيري ، تصميم‌گيري سؤال اين است : آيا شما يك تصميم‌گير خوب هستيد؟ اگر فکر می‌کنيد که اين چنين نيست ، هيچ جاي غصه نيست. تصميم‌گيري

مهارتي است که می‌توانيد از ديگران بياموزيد. ارگ چه بعضي از افراد اين مهارت را احتراز از ديگران می‌آموزند ، اما فرآيند آن مشابه است. دونوع تصميم‌گيري اصلي وجود دارد :آنهايي که با استفاده از فرآيند خاص بدست می‌آيد . آنهايي که تنها مانند يك رويداد است.

مراحل تصميم گيري نافذ

اين فرآيند در هر موقعيتي می‌تواند بکار رود بخصوص در جاني که شما نیازمند يك تصميم‌گيري مهم هستيد. اگر از مراحل اصلي تصميم‌گيري تبعیت کنید ، خود را يك

تصميم‌گيرنده کارا در حرفه و زندگي شخصي خود می يابيد.

• **تا حد امکان مفاد تصميم گيري خود را تعريف کنید.** آيا آن واقعا" تصميم خودتان است يا شخص ديگري ؟ آيا واقعا" نیازمند به اين تصميم گيري هستيد ؟ (اگر حداقل دو تصميم اتخاذ نکرده ايد ، پس هيچ تصميم گيري صورت نگرفته است) چه زماني اين تصميم‌گيري روي داده است ؟چرا تصميم گيري براي شما مهم است ؟ چه کسي در اين تصميم‌گيري ذينفع است ؟ ارزش اين تصميم گيري براي شما چه ميزان است ؟

• **هر راهکاري که به ذهنتان می‌رسد را بنويسيد.** به تصوير کشيدن راه کارهاي متفاوت مهم است. هيچ چيزي را سانسور نکنيد و بگذاريد که تصورات شما آزادانه ارائه شوند. مطمئن شويد که همه چيز را ذکر می‌کنيد.

• **فکر می‌کنيد که از کجا می‌توانيد اطلاعات مفيد بيشتري را به دست آوريد.** اگر با انتخابهاي زيادي روبرو شويد ممکن است بخواهيد اطلاعات زيادي بدست آوريد.

اطلاعات جديد منجر به راه کارها و انتخابهاي بيشتري نيز می‌شود. کساني که می‌توانيد از آنها اطلاعات بدست آوريد ،دوستان ،همکاران ، خانواده ، نمايندگيهاي فدرال و ايالتي ، سازمانهاي حرفه‌اي ، خدمات آن لاین ، روزنامه ها ، مجله ها ، کتابها و غيره است.

• **انتخابهاي خود را بررسی کنید.** از منابع اطلاعاتي مشابه براي کسب ایده هاي خاص استفاده کنید. براي هر انتخاب معيار خاص را مشخص کنید. هر چه اطلاعات بيشتر بدست آوريد ، ذهنتان براي تصميم‌گيري فعال تر خواهد شد. مطمئن شويد که همه موارد را يادداشت و بررسی مجدد می‌کنيد.

• **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 بهتری 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 نظر گرفتن 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. معمولاً" در خصوص کسب و کارهای کوچک انتقادهایی از نظر قانونگذاری وجود دارد. با یادگیری چگونگی ایجاد قوانین ، پیگیری قوانین مطرح شده ، مطالعه تحلیل‌های صورت گرفته توسط متخصصین و توضیح قوانین طرح شده ف سعی کنید صدای خود را در زمان انجام فرآیندهای قانونگذاری به گوش افراد ذینفع برسانید.

خروج از کسب و کار

خارج شدن از کسب و کار واقعیتی است که باید از همان مراحل اولیه کار در نظر گرفته شود. چنین پیش‌بینی نیازمند توسعه طرح‌های احتمالی برای رویدادهایی است که حتی ممکن است هرگز اتفاق 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 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 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 می توان 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 پروژه ها ، برنامه ها و زمان خود را مدیریت کنید.

- تا چه حد با شخصیت های 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 يك کسب و کار را دارید؟

مالکیت يك 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 کار کنید؟

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

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

- 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 می تواند در این مواقع سختی ، دلگرم و امیدوار سازد.

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

سالهای اولیه شروع يك 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 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 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 يك کسب و کار مستقل امکان فراگیری زیادی را برای شما فراهم می آورد.

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 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. مثلاً:

شما می خواهید رئیس خود باشید.

شما می خواهید استقلال مالی داشته باشید.

شما می خواهید آزاد باشید.

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

- سپس بااستي تعين كنيد كه اصولاً "چه كسب و كاري براي شما مناسب است. لذا اين سؤالات را از خود بپرسيد:

من دوست دارم با وقت خود چه كاري انجام دهم؟

چه مهارت‌هاي تكنيكي من تا به حال آموخته‌ام؟

به نظر ديگران من در چه كارهايي مهارت دارم؟

من چقدر وقت آزاد براي اداره يك كسب و كار موفق دارم؟

آيا من هيچ سرگرمي يا علاقه‌اي كه قابل تبديل شدن به كسب و كار شدن را داشته باشم ، دارم؟

- پس از تعين كسب و كار مناسب تحقيقات لازم را جهت پاسخ به سؤالات زير به عمل آوريد:

آيا ايده من کاربردي است و آيا نيازي را برآورده خواهد كرد؟

رقبي من چه كساني خواهند بود؟

مزيت رقابتي شركت من نسبت به شركت‌هاي موجود چيست؟

آيا من مي‌توانم خدمت بهتري ارائه دهم؟

آيا من مي‌توانم براي كسب و كار جديد خود تقاضا ايجاد كنم؟

- آخرين مرحله قبل از تهيه طرح كسب و كار اين است كه چك ليست زير را تهيه كنيد و پاسخ دهيد:

من علاقه به شروع چه كسب و كاري دارم؟

چه خدمتي يا كالايي قرار است ارائه دهم؟ در كجا قرار است اين كار را انجام دهم؟

چه مهارت و تجربه‌اي براي اين كار دارم؟

ساختار قانوني شركت من چگونه خواهد بود؟ (سهامي عام، خاص و ...)

اسم كسب و كار چه چيزي باشد؟

چه امكانات و تجهيزاتني نياز خواهم داشت؟

به چه تسهيلات و امكانات بيمه‌اي نياز خواهم داشت؟

پاسخ شما به تمامي سؤالات بالا شما را در طراحي يك كسب و كار كامل جامع ياري مي‌كند.

گام سوم: تامين منابع مالي

يكي از كليدهاي اساسي موفقيت و پيشرفت در شروع كار ، جذب و تامين منابع مالي كافي براي راه‌اندازي يك كسب و كار كوچك است. اطلاعات زير تكيه بر روش‌هاي جمع‌آوري پول براي شركت‌هاي كوچك دارد. همچنين شما را در تهيه درخواست وام (Loan Proposal) ياري مي‌دهد. منابع زيادي براي جمع‌آوري سرمايه وجود دارد. بايد توجه داشته باشيم كه قبل از تصميم‌گيري ، تمامي منابع ممكن را جستجو كنيم :

- پس‌اندازهاي شخصي
- دوستان و افراد خانواده
- بانكها و مؤسسات اعتباري
- شركت‌هاي سرمايه گذاري مخاطره آميز

چگونه يك درخواست وام (Loan Proposal) تهيه كنيم؟

مورد قبول واقع شدن درخواست شما بستگي به نحوه تنظيم درخواست شما دارد. بخاطر داشته باشيد كه وام دهندگان در كاري سرمايه گذاري مي‌كنند كه نسبت به بازگشت سرمايه خود مطمئن باشند. بنابراين يك درخواست وام خوب شامل اطلاعات زير بايد باشد:

اطلاعات كلي راجع به شركت :

- نام و آدرس شركت ، نام مدير ، اعضاي هيئت مديره و ...
- دليل نياز به وام ،مورد مصرف وام و ضرورت آن.
- مبلغ دقيق موردنياز براي رسيدن به اهداف مربوطه.

تاريخچه كسب و كار :

- تاريخچه و طبيعت كار ، توضيح كامل در مورد نوع كار ، قدمت و كاركنان و دارايي‌هاي آن.
- اطلاعات كامل راجع به نحوه مالكي و ساختار قانوني شركت.

اطلاعات راجع به مديريت :

نوشته کوتاهي راجع به مديران ، سوابق ، تحصيلات ، تجربيات و مهارت‌هاي آنان تهيه كنيد.

اطلاعات بازار :

- به وضوح محصول و يا خدمت شركت خود و بازار آن را تشریح كنيد.
- بازار رقابت و رقباي خود را شناسايي كرده و مزيت رقابتي خود را بيان كنيد.
- اطلاعاتني راجع به مشتريان و اينكه چگونه كسب و كار شما نيازهاي آنها را برطرف مي‌كند ، تهيه كنيد.

اطلاعات مالي :

- صورتهاي مالي و سود و زيان ۳ سال گذشته خود را ارائه كنيد. در صورت شروع يك كسب و كار جديد درآمدهاي پيش‌بيني شده را ارائه كنيد.
- اطلاعات مالي راجع به خود و ساير سهامداران عمده شركت را بيان كنيد.
- و در آخر سوگندي مبني بر تعهد نسبت به وام ياد كنيد و امضاء نماييد.

وام دهندگان بر چه اساسي شما را مي‌سنجند؟

وقتي وام دهندگان درخواست شما را بررسي مي‌كنند شش فاكتر را مدنظر قرار مي‌دهند كه به شرح زير مي‌باشند:

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 می شود.
 ۳. **Capital** : شامل مجموع کل بدهی ها و دارایی ها می باشد که وام دهندگان ترجیح می دهند که نسبت بدهی به دارایی شرکتها حتی المقدور کمتر باشد چرا که نشانگر پایداری مالی شرکت است.
 ۴. **Collateral** : میزان وثیقه که هر چه بیشتر باشد و اختلاف آن با مبلغ ، وام داده شده کمتر ، اطمینان خاطر وام دهنده از بازپرداخت وام بیشتر خواهد بود.
 ۵. **Conditions** : شرایط کلی اقتصادی ، جغرافیایی و وسعتی شرکت ...
 ۶. **Confidence** : يك وام گیرنده موفق سعی می کند که اطمینان وام دهنده را از ۵ مورد قبلی جلب کند و وی را به وام دادن ترغیب نماید. و در آخر برای جمع بندی چك لیست زیر را ارائه می کنیم که البته برخی از بندها بنابر نوع و ماهیت کسب و کار قابلیت تغییر و یا حذف دارند. چك لیست کلی شروع يك کسب و کار کوچک :
- انتخاب کسب و کار بر اساس علاقه و توانایی ها
 - انجام تحقیقات و بررسی های لازم در مورد ایده کب و کار
 - تهیه طرح کسب و کار و طرح بازاریابی
 - انتخاب يك نام برای کسب و کار
 - چك 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
 - چك کردن و بررسی قوانین منطقه ای (منطقه انتخاب شده برای احداث کسب و کار)
 - تعیین نوع ساختار قانونی شرکت و مستندسازی
 - اخذ اجازه ها و لیسانس های مورد نیاز
 - ثبت حقوق 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 مورد نیاز
 - 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 يك حساب بانکی برای کسب و کار
 - چاپ کارتهای تجاری برای شرکت و ایجاد آرم برای شرکت
 - خرید تمامی لوازم تجهیزات مورد نیاز
 - 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

كسب 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 يك دستگاه رایانه و يك خط تلفن ، يك 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- يك صندوق پستی به کسب و کارتان اختصاص دهید.
- ۹- با دوستان و همسایگانتان رك 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 برابرتی 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 که بطور وسیعی قابل اجراست متابعت می کنند.

طرح کسب و کار می بایست نگرشی واقع بین از پیش بینی ها و مقاصد بلندمدت داشته باشد. این دید و نگرش چهارچوبی را به وجود می آورد که طرح باید در آن فعالیت کند و 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 امری پردردسر، اما ضروری است، روند برنامه ریزی، مدیران یا کارآفرینان را وادار می کند که کاملاً دریابند آنچه را که می خواهند بدست بیاورند و اینکه چطور و کی آنرا انجام دهند. حتی اگر هیچ حمایت خارجی هم نیاز نباشد، طرح کسب و کار می تواند برای دوری گزیدن از اشتباهات یا تشخیص فرصتهای پنهانی نقش حیاتی را بازی کند. برای عده بسیار زیادی از کارآفرینان و طراحان، روند طرح ریزی (فکر، مذاکره، تحقیق، تجزیه و تحلیل) به اندازه طرح نهایی و یا حتی بیشتر از آن مفید است. بنابراین حتی اگر به یک طرح رسمی نیاز ندارید، درباره روند طرح ریزی بطور دقیقی فکر کند. این کار می تواند سود زیادی برای طرح کسب و کار شما داشته باشد.

هفته هاي بسيار زياد كار سخت و پيش نويسهاي متعدد را از زمان بروز طرح تا گرفتن حق كار پيش بيني كنيد. يك طرح مكتوب واضح با بسته بندي جذاب سبب خواهد شد تا حاميان ، سرمايه گذاران و ... آسانتر به آن گرايش پيدا كنند . يك طرح كسب و كار كاملا آماده نشان خواهد داد كه مديران يا كارآفرينان، كار 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 داراییهای 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.

زمينه هاي تحقيقاتي مناسب در كارآفريني

كارآفريني به عنوان يك پديده نوين در اقتصاد نقش مؤثري را در توسعه و پيشرفت اقتصادي كشورها يافته است. كارآفريني در اقتصاد رقابتي و مبتني بر بازار امروزه داراي نقش كليدي است. به عبارت ديگر در يك اقتصاد پويا ، ایده ها ، محصولات ، و خدمات همواره در حال تغيير مي باشند و در اين ميان كارآفريين است كه الگويي براي مقابله و سازگاري با شرايط جديد را به ارمغان مي آورد. از اين رو در يك گسترده وسيع تمام عناصر فعال در صحنه اقتصاد (مصرف كنندگان ، توليد كنندگان ، سرمايه گذاران) بايد به كارآفريني بپردازند و به سهم خود كارآفريين باشند.

آنچه در اين رابطه اهميت دارد اين است كه عليرغم اهميت روزافزون اين پديده و نقش فزاينده آن در اقتصاد جهاني كمتر به اين موضوع پرداخته ميشود. وضعيت اقتصادي كشور و تركيب جمعيتي امروزه بيش از پيش ما را نيازمند يافتن زمينه هاي پيشرو در صحنه اقتصادي مي كند و در اين راستا ضرورت داشتن مدل ، الگوها و راهكارهاي مناسب جهت آموزش ، تربيت و استفاده بهينه از نيروي فعال و كارآفريين بيشتر مي شود.

در اين رابطه با استفاده از منابع موجود و تجربيات حاصله فهرستي از موضوعات قابل تحقيق در سطح كارشناسي ارشد(و بعضا " در سطح دكترى) بصورت پروژه تحقيقاتي يا پايان نامه يا هر گونه تحقيق ديگري بطور خاص و در سطح مشخصي بايد مورد توجه قرار گيرد.

اهم موضوعات قابل تحقيق در كارآفريني:

جنبه هاي اقتصادي كسب و كار
ويژگي هاي روانشناختي و فردي
عوامل اجتماعي ونقش دولت
آموزش كارآفريني
نقش شركنه‌هاي كوچك
نقش استراتژي و عوامل سازماني
تكنولوژي اطلاعات

۱- جنبه هاي اقتصادي كسب و كار:

بررسي علل و عوامل عدم موفقيت كارآفريين در ايجاد كسب و كارهاي جديد
مطالعه و بررسي فرايند ايجاد كسب و كار توسط كارآفريين و ارائه الگوي رفتاري آنان در صنايع مختلف
بررسي و تجزيه و تحليل اقدامات كارآفريينه شركنه‌ها بر اساس الگوي شومپيتر
بررسي انواع كارآفريين در ساختار اقتصادي (ارتباط نوع فرصت‌هاي اقتصادي و نوع كارآفريين)
بررسي شيوه هاي تأمين مالي براي حمايت از كارآفريين
نقش كارآفريين در رشد و توسعه اقتصادي از ديده‌گاه تئوريهاي اقتصاد
رويه ها و روش هاي مالي در موسسات كارآفريني
نقش كارآفريني در احياي صنايع رو به زوال
نقش كارآفريني و اشتغال زايي(بويژه جوانان)
بررسي رابطه بين ارزشها و قوانين اسلامي و اشاعه فرهنگ كارآفريني و مؤسسات خيريه
جهاني شدن (Globalization) و كارآفريني
جاگاه كارآفريني در نظريات توسعه اقتصادي كشورهاي جهان سوم
كارآفريني در بخش كشاورزي

۲- ويژگي هاي روانشناختي و فردي:

بررسي علل خروج نيروهاي كليدي شركت ها و تجزيه روند ادامه آينده شغلي آنها در بخش هاي صنعت و خدمات
شناسايي كارآفريين موفق و ارائه الگوي موفقيت آنها در بخش صنعت و خدمات
بررسي ويژگي هاي شخصيتي (Traits) و روانشناسي كارآفريين فردي (Entrepreneurs)
بررسي ويژگي هاي شخصيتي - روانشناسي كارآفريين سازماني (Intrapreneurs)
بررسي متغير هاي تسهيل كننده و نيازهاي مختلف كارآفريين در صنايع مختلف
مطالعه مقايسه اي و تطبيقي بين ويژگي هاي كارآفريين فردي و سازماني بين ايران و امريكا
مطالعه در خصوص ويژگي ها و انگيزه هاي كارآفريين زن
نقش والدين در تربيت و ايجاد خلاقيت و ويژگي هاي شخصيتي در كارآفريين
اخلاق كارآفريني (Entrepreneurship ethics)
تفاوت بين مديران و كارآفريين در بخش صنعت و خدمات ايران
عوامل مؤثر بر تصميم گيري توسط كارآفريين
مطالعه مقايسه اي و تطبيقي بين ويژگي هاي كارآفريين فردي و سازماني در صنايع مختلف ايران
بررسي و تطبيق ويژگي هاي كارآفريين در صنعت و خدمات

۳- عوامل اجتماعي ونقش دولت:

بررسي و مطالعه متغيرهاي جمعيت شناختي كارآفريين در صنايع مختلف
بررسي نقش ساختارهاي حقوقي و قانوني در توسعه كارآفريني
بررسي ويژگي هاي جمعيت شناختي كارآفريين
بررسي نقش سياست هاي حمايتي دولت در توسعه صنعتي و ايجاد شركت هاي جديد
نقش دولت در ايجاد مراكز آموزش و ترويج كارآفريني
بررسي جنبه هاي قانوني و حقوقي ايجاد يك فعاليت جديد در قالب يك شركت
نقش رسانه هاي گروهني در ترويج كارآفريني در جامعه
ارائه الگوي شبكه كارآفريني و ارائه آن
موانع كارآفريني در كشورهاي جهان سوم
ارتباط قانون كار و مقررات مربوطه با فرهنگ كارآفريني در ايران
بررسي عوامل جامعه شناختي در كارآفريني
تأثير هنر بر استعداد كارآفريني

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
اثر بخشی 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 Entrepreneur به معنای " متعهد شدن " نشأت گرفته است. بنابر تعریف واژهنامه 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 ، فعالیتهای و تکنولوژی جدید را کشف و به بهره داری می رساند.

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

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

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

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

مزایای فرانسیز:

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

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

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

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

اشتباهات رایج کارآفرینان نوپا در هنگام راهاندازی 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 راه‌اندازی کسب و کار و صرف هزینه و زمان بیش از اندازه برای بررسی و ارزیابی طرح مورد نظر برای راه‌اندازی کسب و کار نیز می‌تواند زیان‌آور باشد. کسی که در فکر راه‌اندازی یک کسب و کار جدید است باید درک مناسبی از شرایط محیط در زمان‌های مختلف داشته باشد تا بتواند احتمال موفقیت کسب و کار خود را پیشینه کند. این موضوع در فضای کسب و کار امروز که عمر محصولات و تکنولوژی‌ها بسیار کوتاه است اهمیت دوجندانی یافته است.

۸. عدم بهره‌گیری از مشاوره

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

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

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

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

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

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

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

۱۲. مدیریت نامناسب جریان وجوه نقد

یکی از مهم‌ترین موارد در راه‌اندازی و اداره یک کسب و کار، فعالیت‌های مربوط به حسابداری و مدیریت جریان وجوه نقد است. آمار حکایت از آن دارد که بسیاری از کسب و کارهای بزرگ به دلیل مدیریت نامناسب جریان وجوه نقد خود با مشکلات اساسی مواجه می‌شوند که در نهایت منجر به ورشکستگی آنها می‌شود. کسی که قصد راه‌اندازی یک کسب و کار جدید دارد بایستی توجه کند که حتی در صورت پیش‌بینی مناسب منابع مالی به دلیل عدم دسترسی به این منابع در زمان مناسب و در اختیار نبودن 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 راه‌اندازی یک کسب و کار جدید بایستی حتماً مورد توجه قرار گیرد.

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

از مواردی که منجر به موفقیت کسب و کارها در دراز مدت می‌شود، توجه به کدهای اخلاقی و رعایت آنها در کسب و کار است. گردانندگان یک کسب و کار برای ایجاد ارتباطی برد-برد و دراز مدت با کلیه ذینفعانشان (سهمداران، مشتریان، تأمین‌کنندگان، توزیع‌کنندگان، دولت و ...) و کسب اعتماد ایشان می‌بایست اخلاق حرفه‌ای را در کسب و کار خود رعایت کنند. زیر پا گذاشتن اصول اخلاقی برای کسب سود در کوتاه مدت، اشتباهی است که هزینه‌های بعضاً جبران‌ناپذیری 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 ارقام 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 قبلیتان 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.
10. اگر در خانه کار می‌کنید، به اعضای خانواده خود اجازه ندهید تلفن کاری شما را جواب دهند یا از آن استفاده کنند.

بایدها و 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. یاد بگیرید 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. حتماً از نامی برای وبسایت خود استفاده کنید که به سادگی در خاطر باقی بماند.
3. با در نظر گرفتن همه مزایا و معایب داشتن یک سرور و یا استفاده از خدمات هاست در مورد آن تصمیم‌گیری کنید.
4. در مواردی که فکر می‌کنید دانش فنی لازم برای تصمیم‌گیری را ندارید، حتماً از کمک و مشاوره متخصصان استفاده کنید.
5. تعداد بازدید کنندگان، 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، حتماً 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 واقعاً به وبسایت نیاز داشته باشید و از طریق آن بتوانید به موفقیت کسب و کار خود کمک کنید.
2. استفاده از ابزارهای تجارت الکترونیک تنها به داشتن یک وبسایت محدود نمی‌شود. سعی کنید ابزارها و امکانات مختلف آن را بشناسید.
3. صفحه وب یک فروشگاه ۲۴ ساعته است. هیچ گاه نباید به دلیل مشکلات فنی یا مشکلات دیگر امکان بازدید از وبسایت شما برای مشتریان وجود نداشته باشد.
4. اگر بار ترافیکی وبسایت شما چندان زیاد نیست، نباید بی‌جهت هزینه‌های خرید یک سرور را به کسب و کار خود تحمیل نمایید.
5. از فیلم‌ها و تصاویر گرافیکی که وبسایت شما را سنگین می‌کند و ظاهر آن را 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 احتمالاً مهم‌ترین مساله برای کسب و کار شما نیست.
9. برای تبلیغ محصول خود از ارسال ایمیل‌های بسیار زیاد و بدون هدف خودداری نمایید.
10. افراد را مجبور نکنید مدام ایمیل‌های شما را ببینند. به آنها این امکان را 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 كسب و کار خود را محاسبه کنید و آنها را با كسب 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 كسب 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 كسب 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 میآیند، اما مطالبات تامینکنندگان را نمیتوانید با اسناد دریافتنی که ممکن است محقق نشوند، بپردازید.

نبایدها

1. تنظیم صورتهای مالی برای كسب 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 جریمههای مربوط به عدم تحویل به موقع خواهد شد.
5. هیچ گاه نباید حسابهای شخصی و حسابهای مربوط به كسب 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 كسب و کار خود را زیر نظر داشته باشید و تنها به يك شاخص اعتماد نکنید. كسب 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 کردهاید 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 مي‌خواهید 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 راهاندازی 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 شرکت‌ها، تفاوت آنها و ویژگی‌های هر يك تحقیق کنید. در صورت نیاز از مشاوره و راهنمایی افراد مطلع بهره گیرید.
3. پیش از ثبت شرکت به صورت رسمي، ترکیب شرکا و سهامداران، حقوق و مسئولیت‌های هر يك را به صورت روشن و واضح مشخص و مکتوب نمایید.
4. پیش از مراجعه به اداره ثبت شرکت‌ها، 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 هیات‌مدیره، شرکا و سهامداران اتخاذ می‌شود در قالب صورت‌جلسه‌های 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 شرکت‌ها مراجعه نمایید.
10. در صورتی که در نام شرکتتان می‌خواهید 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 می‌کنند، نیافتید. پیش از هر اقدامی باید از صلاحیت حرفه‌ای این افراد اطمینان داشته باشید.
4. محتوای تمام اوراقی که امضا می‌کنید 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، مسئولیت‌هایی 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 می‌کنید، 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 دوره‌ای 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 راه‌های مختلف از جمله جستجو در اینترنت اطمینان یابید که نام منحصر به فردی انتخاب کرده‌اید.
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 نظرتان معامله عالی باشد و کلی با آن سود کرده باشید و بسیار خوشحال باشید، هیچوقت چهره خود را شاد و مشتاق به طرف مقابل نشان ندهید. چون با اینکار دروشتان 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

کارهایتان را انجام دهید. 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 طلایي 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 طلایي 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 سردسته گروهی هستید باید خودتان سرمشق و الگوی دیگران قرار بگیرید ، آنگاه دیگر کسی در انجام کار با شما بحث نخواهد کرد .

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

شما هر قدر هم که زیرک و باهوش باشید لحظاتی در زندگی وجود دارند که باید خودتان را آماده رویارویی با آنها کنید. حتی 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 گوئید، 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.

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 رقبا آن است که هیچگاه در تیررس آنان قرار نگیرید.

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

10-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 موفقیک زن موفق وجود دارد.

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

14-هیچ چیز پایدار و همیشگی نیست.

به خاطر بسپارید : از عشق گرفته تا ثروت، موفقیت در تجارت، زیبارویی و حتی موهایی پرپشت سرتان ، هیچ یک 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.



هنگامي که منازعه و درگيري اجتناب ناپذير است ، هميشه اولين ضربه را شما وارد كنيد. با اين عمل دشمن و حريف را غافلگير مي كنيد و اگر ضربه شما به اندازه كافي محكم و كاري باشد، مي توانيد دشمنان را كاملاً كله پا كنيد.

16-هرگاه خواستيد اقدام به انجام كاري كنيد، همواره مدت زمان محقق گشتن آن را بيشتر، و پاداش و ثمره آن را كمتر برآورد كنيد.

حتي بهترين طرح ها و نقشه ها ممكن است بي ثمر و نافرجام گردد. اغلب اوقات ما به منظور دستيابي به خواسته هايمان ملزم به تلاش و كوشش هستيم و اين بدان مفهوم است كه همواره بايد صبور و شكيبا باشيم. دست بالا گرفتن كار و دست كم گرفتن پاداش آن سبب مي گردد شما هيچگاه مأیوس و نااميد نشويد.

17-دوستانان را نزديك خود نگاه داريد، دشمنانان را نزديكتر.

مردم هميشه در درك اين گفته دچار سوء تفاهم مي شوند، يعني مي پندارند بايد رفاقت صميمانه اي با دشمنانشان داشته باشند. اما واقعيت آنست كه شما بايد منتهاي تلاش خود را بكنيد تا اعمال و حرركات دشمنانان را تحت نظر خويش داشته باشيد .مثلاً ترتيبی بدهيد كه از اقدامات وي آگاهي داشته باشيد، افكارش را پيش بيني كنيد و از نقاط ضعفش كمال استفاده را ببريد.

18-براي «پول درآوردن» بايد پول خرج كرد.

اگر پولي را خرج مي كنيد و بعد هزينه آن پول ، سود بيشتري را عايدتان خواهد كرد، پس نگران پول خرج كردن نباشيد. اگر ایده اي براي تجارت و كسب و كار داريد ، از بانك وام بگيريد. به كارمندان خود حقوق و دستمزد شايد توجه بدهيد، براي مشاوره با متخصصين و جوبا شدن از رهنمودهايشان پول پرداخت كنيد. به اين ترتيب اگر شما كاسب يا تاجر باهوشي باشيد هميشه در اوج خواهيد بود.

« 19-متمركز بودن» و «پشتكار» دو عنصر حياتي موفقيت هستند.

اگر شما به خودتان ايمان داشته باشيد هيچ چيز نمي تواند سد راهتان شود. حتي جملات دلسرد كننده نزديكترين كسانتان نيز نخواهد توانست شما را از حركت باز دارد.

20-هيچكس شكست ناپذير نيست.

ثروت نمي تواند ضامن شكست ناپذيري و وفاداري باشد. كافي است كمي مغرور و از خود راضي شويد آنگاه خواهيد ديد كه نزديكترين دوستانان نيز از شما روي برمي 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.

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 بگذاريد و اجازه دهيد اين مبلغ فقط صرف سرمايه گذاري گردد. اگر اين كار را ادامه دهيد پس از چند سال مبلغ قابل ملاحظه اي خواهيد داشت. اين روشي است كه هر كسي با هر شرايط مالي مي تواند به آن دسترسي داشته باشد، زيرا آغاز هر سود مالي فراوان، يك سرمايه گذاري هرچند كوچك بوده است .

13) در زندگي هر فردي، اوقاتي هست كه ناگهان همه چيز به هم مي خورد، براي هر كسي، هر قدر ثروتمند، ممكن است بحران مالي مصيبت باري رخ دهد، مهم نيست كه چه كسي هستيد، چقدر معتبر و شناخته شده ايد، هر كس بايد بداند، هر مشكل، هر اندازه هم كه بزرگ باشد، مي تواند زمينه اي براي كسب يك تجربه ارزشمند باشد، هنگام بحران به جاي نشستن و غصه خوردن از جا بلند شويد، تا بحران را پشت سر بگذاريد، مشخص كنيد چه چيزي مانع پيشرفت شما است، آن را از بين ببريد، محدودش كنيد و يا از آن به شكل مثبتي بهره بگيريد، خلاق باشيد و براي اين كار زمان صرف كنيد. براي اين كار، تنها نياز به ايمان است، ايمان قوي به خويش. شما قادريد، دوباره بر اوضاع مسلط شويد، بايد بدانيد كه ثروت و بي نيازي، نشان دهنده توازن فرد است. ثروت مي تواند، خوشحالي، موفقيت و بقاي معنوي به همراه داشته باشد .

چند نکته در تنظيم امور مالي:

- 1) پول هايي كه به مصرف مي رسانيد را يادداشت كنيد، اين عمل به ما نشان مي دهد كه پول ما به چه مصارفي مي رسد، آن وقت مي توانيم بودجه زندگي خود را متناسب با نيازهايمان تنظيم كنيم .
- 2) صرفه جويي كنيد و از خرج هاي اضافي پرهيز نماييد .
- 3) خود را در مقابل بيماري و هزينه هاي ناگهاني بيمه كنيد .
- 4) در فرزندان خود يك حس مسئوليت نسبت به پول به وجود آوريد .
- 5) اگر بخواهيد، مي توانيد با كارهاي مختلفي از قبيل خياطي، آشپزي و... كسب درآمد كنيد .

ايجاد احساس بهتر در زندگي

- همیشه از كلمات حاكي از امتنان استفاده كنيد، همیشه بگوييد متشكرم .
- يكي از آسان ترين راه ها براي داشتن يك احساس خوب، درباره خود، قدرداني كردن از خويي ديگران است .
- همیشه از خود به خوبي ياد كنيد و وقتي كاردرستي انجام مي دهيد به ارزش هاي خود اعتراف كنيد .
- رفتار تان را از خود متمايز كنيد و توجه داشته باشيد كه رفتار شما ارتباطي با ارزش خود شما ندارد .
- اگر كار اشتباهي انجام داديد، خود را سرزنش نكنيد و آزار ندهيد، بلكه از اشتباه خود درس بگيريد .
- با جسم خود به خوبي رفتار كنيد، همیشه يادتان باشد كه اين تنها جسمي است كه به ما داده شده است ورزش كنيد و جسم خود را پرورش دهيد .
- به ديگران بگوييد كه انتظار چه رفتاري از آنها داريد، به خصوص مي توانيد يك نمونه از رفتاري كه با خود و ديگران داريد به آنها نشان بدهيد، هيچ كس نبايد سوء استفاده ديگري را از خويش بپذيرد .
- اطراف مردم خوب بگرديد و سعي كنيد دون آنكه احساس گناه داشته باشيد، از مواهب الهي لذت ببريد .
- از بيان مثبت استفاده كنيد. زيرا كلمات ما برنوع احساسات و افكار ما تاثير مي گذارند .
- كتاب هايي را بخوانيد كه به شما ایده و شهادت عمل مي دهند، همیشه در ذهن خود تصويري از آنچه كه مي خواهيد باشيد ترسيم كنيد و نه از آنچه كه هستيد، آن گاه الزاما به سوي اين اندیشه هاي غالب كشيده خواهيد شد.

ده نکته لازم براي كسب و كارهاي كوچك و جديد در كارآفريني

امروزه كارآفريني بعنوان يك استراتژي كارآمد براي رويارويي بامشكلات فراروي جوامع از جمله بيكاري و آثار و تبعات سهمگين آنها و نيز يكي از مهمترين راهكارهاي برون رفت از فضا ي بسيار بفرنج و پيچيده اقتصادي مورد اهتمام و عنايت ويژه جوامع و افراد و مجامع علمي-دانشگاهي واقع گرديده است.

مقاله اي كه در پيش روي داريد به ذكر پاره اي از مهمترين موارد ي كه براي هر فعاليت نويا و ايجاد كسب و كارهاي كوچك و زود بازده ضروري است ميپردازد.

۱- قبل از شروع تا آنجا كه ممكن است پول پس انداز كنيد:

در اغلب موارد مردم بدون هيچ پس اندازي وارد كسب و كار مي شوند. بعضي با گرفتن وام از بانكها يا دوستانشان كار را شروع ميكنند. اما آنها نمي دانند كه ممكن است ماه ها يا سالها طول بكشد تا به سوددهي برسند و هنگامي كه وام دهند به فهمد كه اين كار به اندازه كافي سودده نيست پولش را پس خواهد گرفت و يا براي دفعه بعد از دادن وام خوداري مي كند. بعضي وقتها مردم مجبور مي شوند تا براي بازپرداخت وامها از مسكن يا كارت اعتباري استفاده نمايند كه اين باعث ميشود خانه يا اعتبارشان در خطر بيفتد.

راه درست اين است كه تا آنجا كه ممكن مياشده رچه بيشتر پول مورد نياز را پس انداز كرد.

۲- از بند كفش آغاز كنيد:

كوچك فكر كنيد (بهازينه كم شروع كنيد) اگر مي توانيد كارتان را بدون دفتر كار انجام دهيد پس در آغاز سعي كنيد جا جاره نكنيد. تا وقتي كه كاري نداريد كارمندي را استخدام نكنيد.

كساني كه كارشان را ارزان شروع ميكنند مثلا دريك گاراژ ازاين فرصت برخوردار مي گردند كه اشتباهات ناشي از تازه كار بودن را در مقياس كوچكتر انجام دهند.

۳- از دارايي هاي شخصي خود محافظت كنيد:

وقتي وارد كسب و كار مي شويد، اين شخص خودتان هست كه مسئول قروض بوجود آمده نظير وام ها، ماليات، پول مالكان و غيره مي باشد لذا اگر از خود محافظت نكنيد، بستانكاران با حكم دادگاه مي توانند به سراغ دارايي هاي شخصي شما مانند ماشين يا خانه بروند. اگر وام هاي شما در حال افزايش است سراغ تشكيل يك بنگاه يا شركت با مسئوليت محدود برويد.

۴- بينيد كه چگونه مي خواهيد پول در بياوريد:

شما بايد بتوانيد در چند جمله بيان كنيد كه چگونه طرح كسب و كارتان سود معقولي در پي خواهد داشت. تازه كارها لازم است بدانند كه چه هزينه هايي دارند، چقدر صرف خريداري كالامي شود، اجاره، پاداش كاركنان و... چقدر است؟ آنگاه ميتوان فهميد كه چقدر بايد در ماه فروش داشته باشند و به چه قيمتي بفروشند تا اينكه آن هزينه ها را جبران كنند و در كنار آن سود كافي نيز ايجاد كنند.

۵- يك طرح كسب و كار تهيه كنيد، هر چند كه كوچك باشد:

پيدا كردن مقداري سود و ايجاد يك نقطه سربه سر اولين گام در اين راه است. در اكثر شركت هاي كوچك، بخش هاي اصلي طرح تجاري، تجزيه و تحليل نقطه سربه سر، پيش بيني سود و زيان و برآورد گردش جريان نقدينگي هستند. با برآورد گردش نقدينگي و سود و زيان شما ميتوانيد ايد به كسب و كار خود را بهبود ببخشيد.

تهيه يك طرح تجاري به شما اين اجازه را مي دهد كه تعيين كنيد چه چيزهايي هزينه هاي شروع كار هستند و استراتژي بازار يابي شما چه هست. اگر محاسبات شما روي كاغذ درست نباشد، در دنياي واقعي نيز درست نخواهد بود.

۶- يك حاشيه رقابتي پيدا كنيد و آنرا ادامه دهيد:

درست کردن يك حاشيه رقابتي در ساختار كسب و كاربراي موفقيت دراز مدت خيلي اهميت دارد. بعضي روشهايي كه مي توان اين حاشيه هارابدست آورد عبارتند از: بيشترازرقبای خود بدانید، محصولي راتولید کنید که تقلید از آن خيلي سخت يا غيرممکن باشد، توليد ياپخش آن را كارتراك کنید، مكان بهتري راانتخاب نماييدوياخدمات بهتري به مشتريان بدهيد.

ازاسراركسب وكارتان محافظت كنيد. اينهااطلاعات محرمانه اي هستند كه براي شمامزيت رقابتي در بازار ايجاد ميكنند.

بايدكاري كنيد كه اطلاعات شمامحرمانه بمانند. مثلا اسناد را با كلمه "محرمانه" علامت بنيديد براي رايانه هارمزورود بگذاريد.

عكس العمل سريع در برابر خبرهاي بديكي ديگراز اين روشهاست. وقتي كه مي بينيد كسب وكارتان بامشكل مواجه شده است بايد بايك طرح جديد به سراغ آن برويد. مثلا محل دفتر كارتان را تغيير دهيد يا محصول و خدمات جديد معرفي كنيد و بايك راه بهتر براي ارتباط بامشتري پيدا كنيد.

۷-كليه توافقنامه هارامستند و مكتوب سازيد:

بعنوان يك قاعده شما بايد برخي از قراردادها و توافقنامه هارامكتوب سازيد مانند:

-قراردادهاي بيش از ۱ سال

-قراردادهاي فروش به ارزش ۵۰۰ دلار يا بيشتر

-قراردادهاي مربوط به مالكيه حق كپي رايت

حتي اگراز نظر قانوني لازم نباشد، عاقلانه است كه تقريباهمه چيز را مكتوب كنيد زيرا كه توافقات شفاهي را بندرت ميتوان اثبات كرد.

۸- اشخاص شايسته را استخدام كرده و بد رستي از آنها نگهداري كنيد:

الويت شما اين باشد كه كاركنان شايسته را استخدام كنيد. يك كارمند قوي حداقل ۲ يا ۳ برابر يك شخص بامهارت معمولي ميتواند ارزش داشته باشد.

براي ايجاد يك نيروي كار ثابت وشاد، نه تنها بايد با كارمندان بطور عادلانه رفتار كرد بلكه بايد كسب وكار شما نيز لايق آنها باشد. كاركنان بايد كارشان را دوست داشته باشند. مشتريان نيز به احتمال قوي به كسب وكار روبه رشد وفادار تر خواهند ماند و آن را بيشتر به دوستانشان توصيه مي كنند.

۹- به وضعيت حقوقي كاركنانتان توجه كنيد:

هنگامي كه كارگري را بصورت قراردادي اجير مي كنيد مطمئن شويد كه از او نبايد مانند يك كارمند رسمي ماليات كسر شود.

۱۰- صورتحساب ها وماليات هاي خود را سرموعد پي ردا زيد:

دردنياي واقعي، به قول خود عمل كردن يك شهرت تلقي مي شود و يك دارايي مهم محسوب مي گردد. لذا يك راهبر و استراتژي اساسي آن است كه صورتحساب هاي خود را پيشاپيش وزودتر از موعد پي ردا زيد اين امرياعث كسب وجهه واعتبار براي شما خواهد گرديد. بيشترين اهميت را پرداخت بموقع ماليات بردرآمد مي تواند داشته باشد مخصوصا سهمي را كه شما بعنوان ماليات تكليفي از فيش حقوقي كاركنان تان كسر مي نماييد.

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 تشکیل دهيد. با افرادی که متعهد به ايجاد يك شغل بزرگ هستند جلسه تشکیل دهيد. اندیشه ها و ایده های خود را با يکديگر در میان بگذاريد و از يکديگر پشتيبانی کنید.

۶-همواره ضوابط اخلاق کاری 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 افرادی 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 ريزهائي 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.

۲۴- سه عنصر ترس، پشت گوش اندازي و تنبلي را از زندگي خود بيرون اندازيد.

۲۵- به خاطر داشته باشيد اغلب افرادي که در کنار شما زندگي ميکنند از پيشرفت و ثروتمند شدن شما خوشنود نخواهند شد و ممکن است در اين مسير مرتبا شما را از دستيابي به اهدافتان دلسرد سازند. تنها به اهداف خود بينديشيد و آنها را نادیده بگيريد.

۲۶- ياد بگيريد خودخواه باشيد. خودخواهي به معني نادیده گرفتن حقوق ديگران نيست. بلکه به مفهوم ارج نهادن به خواسته ها و آرزوهاي خودتان و مقدم دانستن آنها بر خواسته هاي ديگران است.

۲۷- حال اگر فرد بد شانسني نباشيد حتما پولدار مي شويد!

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 كارمندانان 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 بازاریابی و كسب و كار موافقي را پيش ببريد. مشتريان كنوني و احتمالي، عوامل رشد و افزايش درآمدها 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 گروهی و استمرار فعاليتهايان را حفظ نماييد.

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

۴- كاملاً بر كارهايتان تمرکز كنيد.

بتدا تا جايي كه مي‌توانيد در پي كسب دانش، معلومات و مهارت‌هاي لازم باشيد. سپس درباره ايده بازاریابی و كسب و كارتان، فكر و تعمق كنيد. تمامي جوانب مسئله را در نظر گرفته از زواياي گوناگون به آن بنگريد. كارها و فعاليتهايان 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 بازاریاب فقط به او كمك مي‌كنيد. او براي تكميل موفقيت‌آمیز فرايند فروش، از شما جايزه مي‌گيرد! اين همان موفقيت حقيقي است. مشتري را فقط يك عامل كسب درآمد ندانيد. خدمت‌رسانی به او و اعطاي جايزه به خاطر موفقيت، روند كسب و كارتان را زياتر 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 كارمندانان 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 مستحکمتر 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 پولی و مالياتان را نكه 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 ریسکهای زیادی را به همراه دارد که البته با برنامه ریزی می توان شانس موفقیت را بالا برد. بنابراین بهترین نقطه شروع آن است که نقاط قوت و ضعف خود را بعنوان دارنده یک کسب و کار 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 شکستها 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 ریسکهای 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 آزاده 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 سرمایه‌گذاری 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 وام‌دهندگان 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 کوتاهی راجع به مدیران ، سوابق ، تحصیلات ، تجربیات و مهارت‌های آنان تهیه کنید.

اطلاعات بازار :

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

اطلاعات مالی :

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

- ثبت حقوق انحصاري (Copy right)
- در صورت کارآفريني و يا خلق محصول جديد ، ثبت Patent
- انجان تبليغات و نشر اعلاميه هاي لازم مبني بر شروع كسب و كار جديد
- تهيه خطوط تلفن كاري و ساير تجهيزات موردنياز
- انجام كارهاي مربوط به بيمه
- اخذ اطلاعات مربوط به ماليات شركت
- بيمه كردن كاركنان و جمع آوري اطلاعات راجع بـه قوانين كار
- تعيين سيستم دستمزد حقوق و نحوه جبران خدمات كاركنان (در صورت وجود)
- افتتاح يك حساب بانكي براي كسب و كار
- چاپ كارتهاي تجاري براي شركت و ايجاد آرم براي شركت
- خريد تمامي لوازم تجهيزات موردنياز
- ايجاد E-mail و Website براي شركت
- انجام تبليغات وسيع تر در نشریات و تلویزیون و...
- تماس با تمامي افراد ممكن اعم از خانواده و غير هم ، مبني بر شروع كسب و كار جديد
- ساير 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 در میان 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 مبنی 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 مورد توجه قرار گیرد.

مدلهای موفق کسب و کار اینترنتی

این نشست در ادامه به معرفی سه مدل موفق در جهان 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 مورد نظر 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 فایل های HTML، امکان جستجو برای فایل های 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 در حال 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 رقبای 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 مورد نیاز مشتری را نیز تهیه و برای این عمل، با تولیدکنندگان نرم افزار و توزیع کننده های متعدد در سراسر دنیا ارتباط برقرار می کنند. این شرکت در ۳۴ کشور، خدمات، تعمیر و حمایت پس از فروش را به مشتریان ارائه می دهد.

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

سومین نمونه موفق منتخب در دنیا مدل EBAY است. این مطلب توسط آقای مهندس مردان در ادامه این نشست مطرح شد. وی افزود، مؤسس «EBAY» آقای 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 صد درصد 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 بر نمی‌گردد. تفاوت آنها به نیروی قابل سنجشی بر می‌گردد 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 بر می‌گردد. 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 سازگاران به 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 سازگاران 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 مسئولیت 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

مهارتي است که موجب مي شودضمن تقويت روحيه ي مشارکت، اعتماد واقع بينانه و همکاري با ديگران بتوانيم مرزهاي روابط بين خود و کساني که دوستشان داريم را تشخيص داده و در جهت ايجاد روابط صميمانه و دوستانه قدم برداريم و هر چه زودتر به دوستيهاي نا مناسب و ناسالم خود خاتمه دهيم، پيش از آنکه مورد آسيب جدي قرار گيريم.

مهارت ارتباط مؤثر

کسب اين مهارت به ما مي آموزد براي درک موقعيت ديگران چگونه به سخنان آنان فعالانه گوش دهيم و چگونه ديگران را از احساس و نيازهاي خود آگاه نماييم تا ضمن بدست آوردن خواسته هاي خود طرف مقابل نيز احساس رضايتمناييد.

مهارت مقابله با استرس

در دنياي امروز، همواره با تغييرات وسيع و پيچيده اي مواجه ايم و هر تغيير ي با فشارهاي روحي و رواني (استرس) همراه است .

ميزان استرس اگرپيش از حد و طولاني باشد، بر زندگي و عملکرد ما تاثير منفي گذاشته و مشکلات جدي و زيادي را براي ما به وجود خواهد آورد .

فراگيري اين مهارت به ما کمک مي کند تا استرس هاي مختلف و اثرات آنرا شناخته و راه هاي کاهش يا مديريت بر آن ها را کسب نماييم .

مهارت مديريت بر هيچان ها

اگر بتوانيم مديريت مطلوبي بر هيچان هاي خود مانند شادي، غم، خشم، ترس، ياس، اضطراب و ...داشته باشيم، رؤياها، خاطرات و ادراکات ما جان مي گيرد.کسب اين مهارت به ما کمک مي کند تا ضمن شناسايي هيچان هاي خود و ديگران و تاثير ان ها بر تفکرات و رفتارهايماي بتوانيم در مقابله با آن ها واکنش مناسب را از خود بروز دهيم.

مهارت حل مسئله

ما هر روزه با مسائيل فراواني روبرو هستيم که برخي ساده و برخي پيچيده اند.مهارت حل مسئله اين توانايي را به ما مي دهد که با توجه به تجارب عملي و توانمندي هاي ذهني خود بتوانيم در جهت حل مسئله يا مشکل قدم برداشته و به نتيجه ي مطلوب دست يابيم.

مهارت تصميم گيري

انسان در مسير زندگي همواره نياز مند تصميم گيري هاي مختلف است و موفقيت در زندگي در گرو تصميم گيري درست و به جاي اوست.

مهارت تصميم گيري به ما کمک مي کند تا با اطلاعات و آگاهي کافي با توجه به اهداف واقع بينانه خود، از بين راه حل هاي مختلف بهترين راه حل را انتخاب کرده و به کار بگيريم و پذيراي پيامد هاي آن نيز باشيم.

مهارت تفکر خلاق

فکر کردن مهارتي است که از کودکي مي آموزيم.

مهارت تفکر خلاق، قدرت کشف و توليد اندیشه جديد را براي ما فراهم مي آورد.

مهارت تفکر خلاق به ما کمک مي کند در مواجهه با حوادث ناگوار چگونه احساسات منفي خود را به احساسات مثبت تبديل کنيم.

تفکر خلاق نوع ديگر ديدن است، در اين تفکر هيچگاه مشکل يك عامل مزاحم به حساب نمي آيد بلکه يك فرصت براي کشف راه حل هاي نو و بديع تلقي مي شود که تا کنون کسي به آن توجه نکرده است.

مهارت تفکر نقادانه

تفکر نقادانه نوعي ديگر از تفکر است.

کسب اين مهارت به ما مي آموزد تا هر چيزي را به سادگي و دريست قبول يا رد نکنيم، ابتدا در مورد آن موضوع سؤال و استدلال کنيم، سپس پذيريم يا رد کنيم. کساني که از تفکر نقادانه بر خوردارند، فريب ديگران را نمي خورند و به راحتی جذب گروه ها و افراد و مواد مخدر نمي شوند، چرا که همواره با سؤال کردن به عاقبت کار مي انديشند.

شناخت مهارت‌های 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 مي‌كند.

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 مي‌كند 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 مي‌گيرند:

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. تشريح: 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، بايگاني، 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 مي‌كند، دريابيد چه توانايي‌هاي ويژه‌اي داريد و ضمناً امكاني براي واضح سازي آن توانايي‌ها به شما مي‌دهد.

۲- تشخیص مهارت‌های قابل انتقال

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

عناوین شغلي فقط برچسب هستند و اغلب باعث گمراهي مي‌شوند. شركتها هنوز این عناوین را خیلی جدي مي‌گیرند. آنها مشخصه‌اي هستند که شغل‌ها را توصیف مي‌کنند. این مهارت‌هاي مورد نیاز حرفه‌ها را توصیف نمی‌کنند. عناوین شغلي در رشته‌هاي مختلف معاني متفاوت دارند. بنابراین بسیار مهم است که دریابیم هر عنوان شغلي چه معنایی می‌دهد و چگونه به استعدادها و مهارت‌هاي 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 اساسي را مطرح نمایید. به عنوان نمونه به این موارد توجه کنید؛ وقتی این عناوین شغلي بر عهده ما گذاشته می‌شود، دقیقاً می‌بایست چه اقدامي انجام دهیم؟ آیا پیدا کردن راهکارها بر عهده ماست یا سازماندهي 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 کنجکاوی که ببینید چگونه اجزاء و مراحل يك فعالیت به هم مرتبط می‌شوند یا هدف مدار هستید و روی خروجي بیشتر تأکید دارید تا فرآیند؟ آیا شما در چارچوب فرجه‌هاي 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 روش‌هاي مورد علاقه انجام کار ترکیب می‌کنید، امکاناتی دارید که شما را به سوی يك فعالیت کامل‌تر هدایت می‌نماید. در واقع اگر حرفه‌اي 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 سطحي انعطاف‌پذیر باشد. اگر می‌خواهید انتقال شغلي داشته باشید و یا در حوزه‌اي که هستید پیشرفت کنید، مشخص کردن شکاف‌ها در مهارت‌ها و معلومات يك قدم اساسي 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 مهارت‌هاي چندگانه نیز ضروري است. اگر شما بتوانید از مرزهاي قراردادي بگذرید و بین وظایف کاری روزمره و پروژه‌هاي خاص هماهنگی و توازن ایجاد نمایید، پس می‌توانید پیشرفت کنید. آموزش مستمر بدین معناست که خودتان را مطابق با تکنولوژی‌ها، صنایع و ساختارهاي کاری جدید روزآمد نگه دارید و از رویه‌هاي بازار و تغییرات نیازهاي کاری مطلع شوید.

۸- تعریف موفقیت

موفقیت برای افراد مختلف معاني 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 راضی کننده ترین تلاش‌هاي 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 رقیبان 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.

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 زبانی یک رشته علمی باشد و یا 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، تلفن یا 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. علاوه 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 ساعتها کاری این چنین نمی‌باشد. مبادرت به رسیدن به آمریکا یا اروپا نیز کاری بس پیچیده 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 عرضه یک محصول جدید را می‌دانیم. تبلیغات، تبلیغات، هزینه بالا، هزینه بالا، هزینه بالا. اگر به وب بروید و بدانید که از کسانی که صفحه شما را بازدید می‌کنند چه انتظاری دارید، آنها ارزان ترین بازار برای شما محسوب می‌شوند. آنها این امکان را برای شما فراهم می‌سازند تا بدانید که نسبت به بازارهای دیگر، کالای شما چگونه می‌تواند سریعتر، آسانتر و ارزانتر عرضه شود در خصوص هزینه یک صفحه دو برنامه وب، می‌توانید از یک توپ کریستالی برای نشان دادن محصولات یا خدمات خود در بازار استفاده کنید.

۱۵ - دستیابی به یک بازار خاص

شما ممکن است تصور کنید که اینترنت یک محیط مناسب برای تولیدات هنری یا 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 وب یا اینترنت رزرو می‌کنند. شما می‌توانید بدون در نظر گرفتن این موضوع که بازار شما در کجا واقع شده، از شبکه برای ارائه قیمت‌های خرده فروشی استفاده کنید.

کاربایی اینترنتی و کارآفرینی دیجیتالی

پیدا کردن شغل در دهکده جهانی هزاره سوم، کار آسانی است. البته اگر قبول کنید که کاربایی در این دوران، نیازمند استفاده از قابلیت های ارتباطی و اطلاع رسانی همین عصر است. اگر بخواهید روش های سنتی کاربایی 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 کاربایی 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 مشاوره 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، کاربایی اینترنتی فراهم می کند .

• کاربایی 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 کاربایی اینترنتی در ایران، اخیراً رو به افزایش است و این مسئله، نمایانگر نیازمندی جامعه در استفاده از خدمات کاربایی ویی در جامعه اطلاعاتی است. یکی از اقدامات ارزنده ای که در زمینه کاربایی 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.iranment.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 وی بی 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 تک 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 وبا 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 اتوبان تشبیه شود، سطح نرم افزاری ماشینها و وسایل نقلیه ای خواهند بود که در این اتوبان 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 زاینده 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 کشورهای 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 مراتب از 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 بازپروسی اطلاعات با هزینه اندك صورت گرفته و ارزش افزوده بالائی نیز ایجاد میکند، سطح سوم از اینترنت را بواقع می توان بهشتی برای کارآفرینان 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 گرانبگر 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 مشترک 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 کارآرانی 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،

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 پنجم 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

نظير پست الكترونيكي (e-mail) كفايت مي كنند اما براي دريافت (Download) يا ارسال (Upload) فاميليهاي بزرگ به مودم هاي با سرعت بالاتر نياز خواهيد داشت. معمولترين مودمهاي موجود در بازار سرعتهاي ۲۸، ۳۳/۶ و ۵۶ كيلو بايت در ثانيه (Kbps) را داشته و براي انتخاب مودم علاوه بر مذاكره با فروشندگان حتماً به تأمين كننده خدمات اينترنت (ISP) خود نيز مراجعه كنيد.

بطور كلي براي اتصال به اينترنت ۲ طريقه فراوري شما خواهد بود:

- اتصال مستقيم
- اتصال از طريق يك تأمين كننده خدمات اينترنت (ISP)

اتصال مستقيم براي شركتها و سازمانهاي بزرگ مناسب است و براي شرکتهای کوچک و متوسط اتصال از طريق كسب و تأمين كننده خدمات اينترنت (ISP) توصيه مي گردد. اين تأمين كننده گان شرکتهای تجاري هستند كه در ازاي دريافت هزينههاي امكان تمام و برقراري ارتباط شما با اينترنت را فراهم مي كنند. در زمان نگارش اين فصل حدود ۴۰ تأمين كننده خدمات اينترنت در ايران فعال مي باشند كه بسياري از آنها كمتر از يكسال از عمر آنها مي گذرد و رشته فعاليت جواني در ايران محسوب مي گردد كه مشكلات فني و مديريتي آن بتدريج کاهش خواهد يافت. انتخاب تأمين كننده خدمات اينترنت يكي از حساس ترين تصميمات شما در اين مرحله اي است براي اين منظور حوصله به خرج داده و دقيقاً با تمام آنها وارد مذاكره شويد. در اين مذاكرات مي توانيد بهترين ارائه كننده را بر حسب امكانات فني آن خدماتي كه ارائه مي كند انتخاب نماييد. يقيناً بهترين ارائه كننده خدمات اينترنت خدمات ويژههاي براي افزايش اطلاعات شما خواهد داشت. در عصر اطلاعات بهترين ها كساني هستند كه بيشترين اطلاعات صحيح و مورد نياز را فراهم مي آورند. علاوه بر موارد مذكور براي اتصال به اينترنت به مجموعه اي از نرم افزارها نياز خواهيد داشت كه حداقل بايستي شامل نرم افزار شماره گيري و وصل به سايت ارئه كننده خدمات اينترنت (Connection) (Software)، نرم افزار ارسال و دريافت پست الكترونيكي و نرم افزار مشاهده صفحات وب (Browsing) (Software) است يكي از خدمات مورد انتظار از تأمين كنندگان خدمات اينترنت (ISP) ارائه بسته اي از نرم افزارهاي مورد نياز به مشتريان است. بنابراين فراموش نكنيد كه اين بسته را از آنها بخواهيد. پست الكترونيكي ساده ترين ابزاري است كه مي توانيد براي تبادل اطلاعات در اينترنت مورد استفاده قرار دهيد؛ معمولاً نرم افزاري كه براي دريافت و ارسال نامه هاي الكترونيكي خريداري كرده يا از تأمين كننده خدمات اينترنت دريافت كرده ايد توضيحات مفصلي براي آشنا كردن شما با نحوه دريافت و ارسال نامه هاي الكترونيكي خواهيد داشت و مطالعه آن قویاً توصيه مي شود. پست الكترونيكي علي رغم سادگي آن ابزار قدرتمندي در بازاريابي و كارآفريني بر روي اينترنت و در صورت كاربرد هوشمندانه مي تواند منبع در آمد خوبي براي كارآفرينان باشد.

توصيه ميشود حتماً از تأمين كننده خدمات اينترنت (ISP) خود بخواهيد تا شما را با نحوه استفاده از نرم افزارهايي دريافت ارسال نامه الكترونيكي و نيز مشاهده و تورق صفحات وب آشنا كند. پس از اين مرحله مقدماتي، اين امكان را خواهيد داشت تا عملاً به كارآفريني بر روي اينترنت اقدام كنيد. براي اين منظور يك فرآيند دو مرحله اي قابل تصور است:

۱- در مرحله اول نياز خواهيد داشت تا به مشاهده ساير كارآفرينان و نحوه فعاليت آنها در اينترنت بپردازيد. براي اين كار طرق مختلفی را مي توان در پيش گرفت. پيشنهاد مي كنم ابتدا نامه الكترونيكي به آدرس: moosavi@hotbot.com ارسال كنيد تا مشترك اولين مجله الكترونيكي ايراني در زمينه كارآفريني بر روي اينترنت شويد. اين مجله با عنوان Persian Entrepreneurs به شما اين امكان را فراهم مي كند كه بطور مرتب و مداوم با سايتها برگزيننده كار آفريني آشنا شده و امكان مشاهده آنها و امكان مشاهده آنها را بدست آوريد.

۲- در مرحله دوم مشاركت به طريق مختلفی مي تواند صورت گيرد اما براي تسهيل اين فرآيند نيز مجله ديگري تحت عنوان Persian Start Ups بصورت نامه الكترونيكي قابل دريافت داشت كه امكان مشاركت شما در اينترنت را فراهم مي آورد. براي دريافت اين مجله با آدرس moosavi@hotbot.com مكاتبه نماييد. اما اگر انتخاب ديگري داشتيد مي توانيد سايتها ارائه شده در جدول (۱) را نيز مورد مراجعه و مشاهده قرار دهيد.

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 می‌کنیم 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 مي‌آموختند. 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 نمی‌دانید 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 مي‌ساختند، 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، عصری 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 خودآموخته 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 است 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 می‌شوند در اختیار شما قرار مي‌گیرند و شما می‌توانید 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 می‌کنند. اخبار و اطلاعات را دریافت کنید و با آنها به روز باشید و مورد تجزیه و تحلیل قرار دهید. این هم راز دیگری است از موفقیت، به این ترتیب بعد از مدتی می‌توانید با رقبا به 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 عملی می‌توان در تامین بهداشت روانی و کسب موفقیت در زندگی گام‌های مثبت و سازنده ای برداشت کشفیات جدید روان شناسی معتقد است که رمز موفقیت , برخورداری از هوش و ذکاوت و یا شانس نیست بلکه در استفاده از توانایی و مهارت در عمل است . استفاده از تواناییهای جسمی و روانی که دراعماق وجود هر فرد به صورت دست نخورده باقی مانده است می‌تواند فرد را در راه رسیدن به هدف یاری کند و آنچه که موجب تفاوت میان فرد عادی و فرد موفق می‌شود , نحوه استفاده از این تواناییها است که به صورت ویژگیهای نمایان می‌شود . این ویژگیها به فرد نیرو می‌دهند تا برای رسیدن به موفقیت فعالیت کند.

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

۲- ایمان : ایمان نیروی محرکه ای است که وجود را به سوي ترقی و تعالی حرکت می‌دهند 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 می‌آورد و دل را به خداوند و رحمت او مطمئن می‌سازد. قانون زندگی , قانون اعتقاد و ایمان است . در جزر و مد زندگی, نگرانیها و هیجانات روي , اتكاء به خداوند و ایمان به تعالیم الهی , بهترین پناهگاه است . افراد موفق کسانی هستند که ایمانشان محکم است و توجهات دلشان به ساحت قدس الهی زیاد است .

۳- استراتژی : برای رسیدن به موفقیت تنها داشتن نیروی محرکه و منابع کافی نیست بلکه باید از منافع به موثرترین وجه استفاده نمود و مسیرو جهت مشخصی را نیز تعیین کرد . استراتژی روشی است که با آن امکانات را در جهت هدف تنظیم می‌کنند . 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 تصمیم‌گیری‌ها چه قدمهایی را باید بردارد و نحوه برداشتن قدمها چگونه است , هر زمان که دچار بی‌تصمیمی گردد , می‌تواند خود را به فرد مصممی تبدیل کند . همه انسانها منابع و امکانات یکسانی را در اختیار دارند ام استراتژی یعنی نحوه استفاده از آن منابع و امکانات را نمی‌دانند . برای رسیدن به هدف , کافی است , استراتژی خاص آن را دانست .

۴- درک ارزشها: ارزشها سیستم خاص عقیدتی برای تشخیص درستیا از نادرستی‌ها هستند. شناخت این ارزشها است که زیستن را توجیح می‌کند چیزهایی مانند تقوا حب وطن , ایمان به خدا عشق به آزادی , نوع دوستی ارزش نامیده می‌شوند . ارزش , قضاوتی

اساسي اخلاقي و عملي در مورد چيزهايي است كه داراي اهميت هستند. ارزشها , نوعي داوري است درباره آنچه كه زندگي را براي ما ارج دار مي كند . بسياري از مردم در مورد اين كه چه چيزي در زندگي آنها مهم است قضاوت روشني ندارند و اغلب كارهايي را مي كنند كه بعدا موجب ناخوشنودي آنان مي گردد و دليل آن هم اين است كه به طور ناخود آگاه اموري را براي خود و ديگران صحيح مي دانند اما مطلب براي خودشان روشن نيست . هنگامی كه موفقیت های بزرگ از نظر می گذرانیم , تقریباً همیشه به کسانی بر می خوریم كه 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 می دهد , گاهی به صورت فروش و هیاهوی شادمانه و زمانی به صورت میل به سازندگی است . حرکت به سوی زندگی بهتر و موفقیت , با حالت سستی و افسردگی تقریباً غیر ممکن و محال است . افراد موفق , همیشه به دنبال فرصتها هستند . آنان معتقدند كه انسان هیچ وقت به اندازه كافي وقت ندارد . موفقیت های بزرگ را نمی توان از شور و انرژی جسمي و معنوي كه سبب می شوند تا فرد از همه توان خود استفاده كند , جدا نمود. بنابراین هر چه انرژی فرد بیشتر باشد بدن كارایی بیشتر و روحیه بهتری داشته و بهتر می تواند , استعدادهاي نهفته خود را براي رسیدن به نتایج عالی به كار گیرد .

۶- تسلط به فن ارتباط: قدرت ایجاد رابطه یکی از مهم ترین مهارتهایی است كه هر فردی می تواند داشته باشد . امروزه دانشمندان علوم رفتاري به این نتیجه رسیده اند كه ارتباط مایه قدرت است و کسانی كه این فن را به نحو موثر به كار می گیرند می توانند جهان را به گونه ای متفاوت درك كنندو جهان نیز آنان را به گونه ای متفاوت درك می كند . کسانی كه بر اندیشه ها , احساسات و اعمال اكثر انسانها تاثیر می گذارد افرادی هستند كه می دانند چگونه از ابزار قدرتمند ارتباطات استفاده كنند . هر فردی از طریق برقراري دو نوع ارتباط , تجربیات زندگی خود را شكل می دهند :

الف) ارتباطات دروني یعنی گفتن یا احساس تصورات دروني .
ب) ارتباط بیروني یعنی استفاده از کلمات , لحن صدا و تغییرات چهره برای برقراري ارتباط با دنیاي خارج .
مساله مهم و قابل توجه این است كه زندگی افراد موفق نشان می دهد كه اتفاقات روزانه تعیین كننده کیفیت زندگی نیست بلکه عكس العمل های آنان در برابر این اتفاقات تعیین كننده است .

۷- نیروي صمیمیت : افرادی كه بتوانند رشته های مودت و صمیمیت را با مردمی كه دارای عقاید و فرهنگ متفاوت هستند مستحکم كنند , بزرگترین موفقیت را در زندگی خود به دست آورده اند . تقریباً تمام افراد موفق قدرت فوق العاده در جلب دوستي دیگران دارند و می توانند با افرادی كه خصوصیات و اعتقادات گوناگون دارند ایجاد صمیمیت كنند . افراد موفق همچنین دارای نرمش , انعطاف پذیری و جاذبه خاصی هستند و بدین ترتیب می توانند , توجه افراد كثیری را به خود جلب كنند . چنانچه بتوان با افراد مناسب , رابطه صمیمانه و دوستانه برقرار ساخت می 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- 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 سرگرم کننده است .
- 70- سیستمی برای چگونگی ارتقای کیفیت کالاها نیز بسیار پرفرداراست .
- 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 پرفردار 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 هاي مقابله با عدم موفقيت

راه هاي مقابله با عدم موفقيت

شناخت فرصت ها و محدوديت ها براي تنظيم يك برنامه زمان بندي موثر و كارآمد لازم و ضروري است . دراينجا به برخي موانع اشاره مي شود:

الف - برنامه ريزي متراكم

برخي افراد باتوجه به عدم آشنايي با حجم كارهايي كه دردست اقدام دارند و زمان لازم جهت انجام آنها براي كارهاي فراواني دريك محدوده زماني معين برنامه ريزي مي كنند .براي اجتناب از اين مساله بايد زمان مناسب براي هركار را با دقت تخمين زد و تقدم و تاخر آنها راسنجيد . ازصرف وقت دركارهاي كم اهميت بايد خودداري كرد و كارهاي مهم را شناسايي نمود.

ب - عدم توانايي نه گفتن

بسياري ازافراد با گفتن نه بيگانه هستند و دربرابر درخواست ديگران توان نه گفتن ندارند . چنين افرادي به ناچاراولويت هاي خود را كنارمي نهند و همواره دچاراضطراب و استرس مي شوند به منظورپيش گيري ازگرفتاردرچنين حالي بايد هرگز تسليم كارهاي ناخواسته ديگران نشد و برنامه هاي زمان بندي شده مشخص هفتگي و روزانه و حتي ماهانه داشت . بايد به خاطرداشت كه همه را هميشه و همه وقت نمي توان راضي نگهداشت.

ج - عدم شناسايي اولويت ها

برخي افراد به دليل عدم توان تشخيص اولويت ها دچارسردرگمي و بي نظمي مي شوند و كارهاي غيرضروري باعث مي شود اولويت ها را فراموش كنند بايد براي مقابله با اين حالت بايد فهرستي ازكارهاي ضروري دردست داشت و اولويت ها را مشخص نمود ، انجام همه كارها ممكن است ممكن است هميشه لازم نباشد.

د- سستي ورزیدن

انسان گاه ممكن است براي انجام يك كاردچارسستي شده و انجام آنها را پشت گوش اندازد بايد براي مبارزه با اين حالت به كاري كه درفهرست اولويت ها قراردارد ايمان داشت و به خاطرداشت كه فرصت ها ازدست رفتني هستند.گاه كارها يا به دليل عدم اهميت و يا اينكه ازراهكارانجام آنها اطمينان حاصل نشده به عقب مي افتند و يا اينكه به اميد كامل ترانجام شدن درانجام آنها سستي صورت مي گيرد . به هردليل بايد علل سستي ورزیدن را شناسايي نمند و دررفع آن كوشيد.

ه - ترس ازشكست

برخي دردرون باخود مبارزه مي كنند و با خودخوري رويح خود را تضعيف مي نمايند . اين حالت ترس ازشكست را درانسان تشديد مي كنند . بايد از اين روحيات منفي دوري كرد و با ايجاد انرژی مثبت با هرروحيه اي كه ممكن است به تنش بيانجامد مقابله نمود. براي اينكارتوانايي ها و ضعف هارا شناسايي شوند و باواقع بيني ايده آل هاي دست نيافتني درذهن تصويرنشوند.

و- نااميدي و افسردگي

انسان به دلايل مختلف از بيولوژيك ، وقايع روزمره نظيرشكست هاي مقطعي يا مصيبت هاي روزانه دچارافسردگي شود . بخش زيادي از اين احساسات طبيعي هستند ولي نبايد گذاشت كه به صورت طولاني باقي مانده و درروند معمول زندگي اختلال ايجاد نمايند .براي مقابله با افسردگي ها علل افسردگي را شناسايي كنيد ، روحيات منفي با مثبت گرايي ازبين ببريد. درتغذيه خود دقت كنيد و ورزش را فراموش نكنيد ، علايق وسرگرمي هاي مثبت و مفيد براي خودتان انتخاب كنيد و نسبت به توانايي ها واقع بين باشيد.

دهرحال توكل به خدای بزرگ ، دوري ازگناه و تقويت روحيات مثبت مي تواند شما را دربرابرتمامي ناكامي ها واكسيه كند.

رابطه شغل و شخصیت

تناسب شخصیت فرد با شغل وی تا چه اندازه بر عملکرد و رضایت شغلی وی تاثیرگذار است؟ اشخاص از بسیاری جهات با یکدیگر متفاوتند. هر یک از افراد دارای صفات ویژگی‌هایی هستند که در مجموع هستی آنها را تشکیل می‌دهد. هرچند بعضی اشخاص شباهت‌هایی با هم دارند ولی هیچ‌گاه دو نفر 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 و ماهیت 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 در هنگام انتخاب افراد برای استخدام و یا انتخاب وی برای یک شغل خاص می‌تواند مورد بررسی قرار گیرد شخصیت فرد است.

شخصیت ، مجموعه‌ای از ویژگی‌های روانی است که در فرد به صورت پایدار وجود دارد و بر رفتار و تفکر وی اثرگذار است. به عبارت دیگر هر شغل دارای ویژگی‌هایی منحصر به فرد است مثلاً آیا این شغل نیازمند کار فکری است یا جسمی، محیط شلوغ دارد یا خلوت ، کار به تنهایی انجام می‌شود یا با گروه، 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 و برخی به فعالیت‌های جسمی علاقه دارند، برخی مسئولیت‌پذیر و برخی مسئولیت‌ناپذیر هستند .

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

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

هدف این نوشتار این است که نشان دهد تناسب ویژگی‌های شغلی با شخصیت شاغل چگونه بر رضایت شغلی او اثر می‌گذارد. به عبارت دیگر سعی بر این است نشان داده شود وجود تناسب بین ویژگی‌های 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 . احتمالاً آنچه را که در صحبت از شخصیت مدنظر داریم آمیزه‌ای از خصوصیات مختلف است که امکان دارد خودبینی و تکبر، پیشداوری، نوسان‌های خلق و خوی و ارزش‌های فرد باشد.

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

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

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

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

عوامل 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 و زیباشناسی تقسیم می‌کند(مورهد و گریفن، ۱۳۸۰، ۷۰)

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

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

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

تنوری‌های نیازهای سه گانه افراد:

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

۱- نیاز به کسب موفقیت :

یعنی تلاش در راه درخشیدن و موفق شدن

۲- نیاز به کسب قدرت و اعمال آن :

یعنی به دست آوردن قدرت و اعمال آن به دیگران

۳- نیاز به ایجاد دوستی :

یعنی تمایل به کسب حمایت و ایجاد روابط صمیمی با دیگران

نظریه شخصیتی انتخاب شغل:

از دیدگاه این نظریه انسان با توجه به ویژگی‌های شخصیتی خود شغلی را 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 و بیشترین امکان برای رشد و شکوفایی خود را فراهم آورد. او در این زمینه شخصیت افراد را به ۶ نوع تقسیم می‌کند: ۱- کاوشگر ۲- هنرگرا ۳- اجتماعی ۴- واقع‌گرا ۵- سنت‌گرا ۶- سوداگرا.

به نظر هالند رضایت شغلی میزان سازش بین نوع شخصیت و محیط شغلی است. هر چه میزان سازش بین این دوی بیشتر 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

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 کاري 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 و 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 ، تنظیم‌کنندگان سیستم و افراد دانا در امور بازاریابی فنی باشند.

۵ - کسب و کار اینترنتی بخشی از چگونگی عملکرد تجاری شماست. البته اجرای آن گران است ، اما بعنوان یک سرمایه‌گذاری باید به آن نظر افکند. در عوض شما دارای ۴۰۱ تهیه کننده ، فضای مناسب کار ، پرسنل اصلی ، یا حساب تجاری 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 مسئولیت 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 ترك 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: (Economics Browne.M.N. and Hass P.F.(1987) Modern Principles, : Goats and Trade-offsUSA.P 48)

بیکاری پنهان Unemployment Disguised

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

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

۲- اگر اضافه کردن یک کارگر باعث افزایش تولید نگردد، بیکاری پنهان وجود دارد. این مورد برای افرادی که دارای تحصیلات بالا 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 مقایسه‌ای 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 هفته 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 بيشتر 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 ۹۰ و ۹۱ و ۹۲ و ۹۳ و ۹۴ و ۹۵ 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 استثنای 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 استثنای 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 اضافه‌بابت 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 حقوق‌بگیر 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 خط فقر است. در این روش یک شاخص درآمدی مثل میانه یا نمای توزیع درآمد مشخص می‌شود سپس ۵۰ تا ۶۰ درصد اندازه میانه (نما) به عنوان خط فقر لحاظ می‌شود. مأخذ: پژوهشکده آمار ایران، اندازه‌گیری شاخص‌های فقر در ایران، سال ۱۳۸۱

روش صدک

Percentile Approach

یکی از روش‌های تعیین خط فقر است، در این روش افراد بر حسب درآمد رتبه‌بندی می‌شوند و بر حسب کمترین صدک توزیع، افراد فقیر شناسایی می‌شوند. مأخذ: پژوهشکده آمار ایران، اندازه‌گیری شاخص‌های فقر در ایران، سال ۱۳۸۱.

روش نسبت غذا

Food- Ratio Approach

یکی از روش‌های تعیین خط فقر است، که بر اساس آن همواره نسبت ثابتی بین مخارج خوراکی و درآمد (سایر هزینه‌ها) برقرار است. این روش از الگوی هزینه‌های واقعی برای تعیین خط فقر و اجتناب از مشکلات تعیین حداقل نیازهای غذایی استفاده می‌کند. مأخذ: پژوهشکده آمار ایران، اندازه‌گیری شاخص‌های فقر در ایران، سال ۱۳۸۱.

روش نیازهای اساسی

Basic- Needs Approach

یکی از روش‌های تعیین خط فقر است، که در آن فرض می‌شود باید حداقلی از نیازهای خوراکی و غیرخوراکی تأمین گردد. این سبد حداقل، حداقل سطح درآمد یا مصرف مورد نیاز را تأمین می‌کند. مأخذ: پژوهشکده آمار ایران، اندازه‌گیری شاخص‌های فقر در ایران، سال ۱۳۸۱

ساعت کار

Hours/ Hours of Work Work

ساعات کار مدت زمانی است که کارگر نیرو یا وقت خود را به منظور انجام دادن کار در اختیار کارفرما قرار می‌دهد. مأخذ: قانون کار جمهوری اسلامی ایران، ماده ۵۱، سال ۱۳۸۳.

ساعت کار متعارف

Normal work Hours/ Hours of Work

ساعات کار متعارف از طریق تعیین ساعت کار بر حسب قوانین و مقررات، قراردادهای دسته‌جمعی و یا «حکم 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

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

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

قطعه‌نامه 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 قطعه‌نامه 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 فعالیت‌های 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...

قطعه‌نامه 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 قطعه‌نامه 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 ورما

(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 بهره‌گیرید.
- 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، زړنگ 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 گفت‌وگو 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

- فعالیت‌های خود را کند نکرده و همچنان به صورت جدی ادامه دهند.
- ۱۰۹- به منظور جلوگیری از تئوری و رقابت‌های ناسالم، روحیه انجام کار گروهی در سازمان را تقویت کنید.
- ۱۱۰- از عنوان کردن فرامین غیرقابل اجرا و غیرمنطقی اجتناب کنید، 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 آئونه 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 شرمند 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 مبلمان 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 ارزانترین 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 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.

- ۱۵۸- با برقراري امنيت شغلي در محيط روحيه کاري افراد را بهبود ببخشيد.
- ۱۵۹- اگر به افراد شخصيت بدهيد و با برخوردهاي نادرست عزت نفس آنان را پايمال نکنيد آنان به مثابه اهرم عمل مي‌کنند و قادر خواهند بود مسئوليتهايي که به عهده آنان است بدون استرس و فشار روحي و با کيفيت بهتري به انجام برسانند.
- ۱۶۰- مشوق و ترويج‌دهنده کار تيمي باشيد تا هماهنگي و همسويي کارکنان جايگزين رقابت‌هاي 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 خدماتتان بی‌نیاز نخواهید بود. در ذیل یکصد نکته بازاریابی برای کلیه کسب و کارهای خرد و کلان ارائه می‌گردد.

ایده‌های 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 ایده‌های بازاریابی اختصاص دهید.
- ۵- هر روز و هر ساعت کارت ویزیت را همراهتان داشته باشید.
- ۶- یک سنجاق سینه شخصی با آرم شرکتتان 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 گروه‌های بازار هدف خود را بخوانید.
- ۹- آگهی‌های رقبای خود را گردآوری کنید و با مطالعه آنها، اطلاعاتی درباره استراتژی، ویژگی‌ها و مزایای محصولات آنها به دست آورید.
- ۱۰- از مشتریان بپرسید چرا شما را انتخاب کردند و خواستار توصیه‌هایی 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 حرفه‌تان پیوندید.

توسعه محصول

- ۱۴- یک خدمت، تکنیک یا محصول جدید ارائه دهید.
- ۱۵- نسخه‌ای ساده‌تر، ارزان‌تر یا کوچک‌تر از محصول یا خدمت خود پدید آورید.
- ۱۶- نسخه‌ای شکیل‌تر، گران‌تر، سریع‌تر 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- کتاب‌های 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 ایده‌های تازه بگیرید.
- ۲۴- به انجمن یا سازمان‌های مرتبط با حرفه‌تان ملحق شوید.
- ۲۵- یک پوشه را برای یافتن طراح، نویسنده و سایر حرفه‌ای‌های بازاریابی کنار بگذارید.
- ۲۶- یک مشاور بازاریابی جهت همفکری استخدام کنید.
- ۲۷- «سفری خلاق» به شهر یا کشوری مرقی داشته باشید تا تکنیک‌های بازاریابی آنجا را یاد بگیرید.

قیمت‌گذاری و پرداخت

- ۲۸- ساختار قیمت‌گذاریتان 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 باشگاه‌ها، گروه‌های حرفه‌ای و سازمان‌ها در مقابل تبلیغ محصولات و خدمات شما در نشریاتشان تخفیف بدهید.
- ۳۲- برای «پرداخت‌های سریع» و نقد، تخفیف قائل شوید و از مشتریان ثابت به صورت قسطی پول بگیرید.

ارتباطات بازاریابی

- ۳۳- برای مشتریان کنونی و بالقوه‌تان یک خبرنامه منتشر کنید.
- ۳۴- بروشوری از محصولات و خدماتتان را چاپ کنید.
- ۳۵- همراه بروشورهای خود یک برگه نظرسنجی بگنجانید که پول تمبرش را شما پرداخته‌اید. بدین ترتیب می‌توانید بازخورد ارزشمندی از مشتریان دریافت کنید.
- ۳۶- یادتان باشد کارت ویزیت درون جعبه کارایی ندارد، حتماً 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.

۳۷- براي هرکدام از بخش هاي بازار هدف تان يك کارت ويزيت و بروشور خاص طراحي کنيد، (مثلا يکي براي سازمان ها و نهادهاي دولتي و يکي براي کاسب کارها و مصرف کنندگان)

۳۸- يك پوستر يا تقويم با آرم شرکت تان چاپ کنيد و به مشتريان هديه بدهيد.

۳۹- روي سربرگ، برگه هاي فاکس يا صورتحساب، شعار يا جمله اي در وصف فعاليت خود به چاپ برسانيد.

۴۰- در بروشورهاي خود نظرات مثبت مشتريان درباره کالا و خدمات خود را به چاپ برسانيد.

۴۱- يك فهرست پستي جديد را امتحان کنيد. اگر به ثمر ننشست، آن را به فهرست هاي کنوني پست مستقيم خود بيافزايد يا به فکر کنار گذاشتن فهرستي بيافتيد که توقعات شما را برآورده نمي کند.

۴۲- براي بازاریابی به شیوه پست مستقیم از پاکت هاي رنگي يا بزرگ استفاده کنيد يا نامه هايي را روي کاغذ سفيد بدون خط بفرستيد تا کنجکاوي گيرنده را برانگيزد.

رابطه با رسانه ها

۴۳- از انتشار نشریات جديد متوجه شويد تا اخبار خود را به رسانه و فرد مناسب بفرستيد.

۴۴- در روزنامه هاي عادي يا اقتصادي و نشریات تخصصي مطلب بنويسيد.

۴۵- مقاله اي به قلم خود چاپ کنيد و نسخه هاي آن را براي همکاران تان بفرستيد.

۴۶- در تنظيم اخبار فعاليت شرکت خود کوشا باشيد و آنها را به موقع و چندين بار براي مطبوعات ارسال کنيد.

۴۷- يکصدمين، پانصدمين يا يکصد هزارمين مشتري خود را در مطبوعات معرفي کنيد.

۴۸- يك جايزه سالیانه به راه اندازيد و آن را در بوق و کرنا کنيد. مثلاً مي توانيد به بهترين کارمند سال شرکت يا سازمان خود جايزه بدهيد.

۴۹- در زمينه رسانه و روابط عمومي آموزش ببينيد يا مطالبي درباره آن بخوانيد.

۵۰- در برنامه هاي راديويي و تلويزيوني حضور يابيد.

۵۱- در مورد صنعت يا تخصص خود سفارش يك برنامه تلويزيوني بدهيد و آن را به شبکه محلي خود بدهيد تا به عنوان يك برنامه عادي پخش کند.

۵۲- نامه اي به سردبير روزنامه يا مجله محلي تان بنويسيد و او را به ناهار دعوت کنيد.

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

۵۴- مرتباً روزنامه ها و مجلات را براي يافتن فرصت هاي روابط عمومي بخوانيد.

۵۵- براي مطبوعات مقالات «راهنما» درباره حوزه تخصصي کسب و کارتان بفرستيد.

۵۶- در صنعت خود تحقيق کنيد و پس از کشف يافته اي مهم، آن را در اختيار مطبوعات بگذاريد.

خدمات مشتري و رابطه با مشتري

۵۷- از مشتريان تان بخواهيد که بازگردند.

۵۸- تماس هاي تلفني مشتريان را بدون فوت وقت پاسخ دهيد.

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

۶۰- روي دستگاه پيامگير تلفن، پيامي بيادماندني يا «نکته روز» را ضبط نماييد.

۶۱- براي مشتريان تان نمايش يا هر رويداد جالب ديگر را سازماندهي کنيد يا بليت تئاتر و سينما و... برايشان بفرستيد.

۶۲- در دفترتان با حضور مشتريان يك سمينار برگزار کنيد.

۶۳- تشکرنامه هاي دستنويس خوش خط براي مشتريان بفرستيد. مي توانيد براي جشن تولدشان يا ساير مناسبت هاي سال، کارت تبريك ارسال کنيد.

۶۴- مقالات جالب را کپي کنيد و همراه کارت ويزيت و بروشورتان براي مشتريان کنوني يا بالقوه بفرستيد.

۶۵- بخشي از وب سايت خود را به مشتريان اختصاص دهيد.

۶۶- هرازگاهي دکور محل ملاقات خود با مشتريان را از نو طراحي کنيد.

شبکه رابط ها و تبليغ دهان به دهان

۶۷- به يك اتاق بازرگاني يا ساير سازمان هاي مرتبط بپيونديد.

۶۸- بروشور خود را براي اعضاي سازمان هايي که عضويت شان را داريد، بفرستيد.

۶۹- در ايام تعطيل، ميهماني تجاري بگيريد.

۷۰- پس از شرکت در يك همایش، براي شرکت کنندگان آن نامه بفرستيد.

تبليغات

۷۱- در فصل هاي اوج فعاليت تجاري براي کسب و کارتان تبليغ کنيد.

۷۲- يك شماره تلفن راحت و بيادماندني بگيريد.

۷۳- براي سايت اينترنتي خود، آدرس بيادماندني انتخاب کنيد و آن را در کليه ارتباطات بازرگاني قيد نماييد.

۷۴- از طريق پست مستقيم، کسب و کار خود را مشترکاً با ساير حرفه اي ها تبليغ کنيد.

۷۵- در يك دايرکتوري ويژه يا کتاب زرد تبليغ نماييد.

۷۶- به منظور دستيابي به بازارهاي خارجي، آگهي دو يا چند زبانه چاپ کنيد. اين آگهي را در نشریه اي پرمخاطب قرار دهيد.

۷۷- به مشتريان خود هداياي تبليغاتي نظير خودکار، پدماوس يا ماگ بدهيد.

۷۸- درون پاکت نامه يا مرسولات پستي، چيزي برجسته بگذاريد تا کنجکاوي گيرنده تحريك شود.

۷۹- مقابل پياده روي دفترتان به کمک ليزر يك پيام تبليغاتي بتابانيد.

۸۰- برجسب هاي جالبي براي نصب روي شيشه اتومبيل طراحي و بين مشتريان توزيع کنيد.

۸۱- آگهي هاي خود را کدگذاري و نتايج شان را دنبال کنيد.

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 گرانبهارتر 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.

- ۲۶- امکان خرید توسط کارتهای اعتباری را در سایت خود قرار دهید.
- ۲۷- برای سفارش دهی گزینه های مختلفی را به کاربر پیشنهاد دهید.
- ۲۸- فراموش نکنید ارائه کالاهای رایگان کلید فروش است.
- ۲۹- 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 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 کدبندی 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 چيزي تا كنون شما را از راه اندازي يك كسب و كار مستقل باز داشته است؟ اين ۳۰ نکته به شما كمك مي كند در برابر ترس خود قرار بگيريد و در نهايت قدرت آن را پيدا كنيد تا بتوانيد رئيس خود باشيد.

۱- به آرزوهاي خود پاسخ مثبت دهيد. لازم نيست در اين لحظه دقيقاً بدانيد كه شما چه يا چگونه انجام خواهيد داد. فقط كافيت ندي دروني خود را براي كارآفريني تصديق كنيد. روي كاغذ بزرگي بنويسيد «من آرزوهاي خود قبول دارم!» و آن را بر روي ديوار نصب كنيد؛ تنها به اين دليل كه به شما يادآوري كند كه به سمت جلو داريد حركت مي كنيد. دو سال زمان برد تا من اين پنج كلمه را نوشتم، اما به محض كه اين كار را انجام دادم احتمال اينكه رئيس خود باشم براي من بسيار ملموس تر شد!

۲- شروع به نوشتن يك دفتر وقايع روزانه كنيد. از آن براي نوشتن روزانه ايده ها، هدفها، احساسات و هر چيزي كه به زندگي شما مربوط است، استفاده كنيد. داشتن چنين دفتري به شما كمك مي كند تا خود را بهتر بشناسيد و هنگامي كه به گذشته مي نگريد، روند پيشرفت خود را مشاهده مي كنيد. اين كار به خصوص در زمان گرفتاريها بسيار مفيد خواهد بود.

۳- اهداف خود را همواره يادداشت كنيد. مطالعات نشان داده افراي كه اهداف خود را يادداشت مي كنند پنج برابر بيشتر از سايرين به اهدافشان دست يافته اند! چه زماني مي خواهيد كسب و كار خود را شروع كنيد؟ كار فعلي خود را ترك خواهيد كرد؟ دوست داريد چقدر پول پس انداز كنيد؟ اهداف خود را تنظيم كنيد و در راستاي رسيدن به آنها تلاش كنيد.

۴- موفقيت خود را در نظرتان مجسم كنيد. تصوري از آرزويتان كه دوست داريد يك كارآفرين باشيد در ذهن خود بسازيد و آن را بنويسيد. در بيشتر تجربيات مشاوره اي در زمينه كسب و كار، افراي كه اين تصور را در ذهن خود ساخته بودند، بيشتر از ساير افراد آن را تجربه مي كردند. سؤالاتي مانند: «من دوست دارم در چه نوع فضاي اداري كار كنم؟» يا «چه نوع مشتراني خواهيم داشت؟»

۵- جملات تأكيد بنويسيد و آنها را بخوانيد. اين گونه تأكيد ها جملاتي شامل عبارت «من ... هستم» مي باشند كه درباره آن چيزي كه دوست داريد به وقوع بپيوند دلالت دارد. آنها را به زمان حال بنويسيد گويي كه اتفاق افتاده اند. "من يك كارآفرين موفق هستم" شروع خوبي است! حدود ۱۰ تا ۲۰ جمله تأكيد بر روي كارتهاي كوچك بنويسيد و آنها را همراه خود داشته باشيد. روزانه آنها را بخوانيد و به آنها تكيه كنيد. انجام اين كار به من كمك كرد تا خودم را باور كنم و كسب و كارم را شروع کرده و رشد دهم.

۶- باور ها و عقايد خود را ارزيابي كنيد. باورها و عقايد خود در مورد خود، پول، كسب و كارتان و آينده مورد نظرتان را بر روي كاغذ بنويسيد. ببينيد آيا اين باورها و اعتقادات دقيقاً آن چيزي هست كه به آن ايمان داريد؟ اگر اينگونه نيست آنها را اصلاح كنيد و به جملات تأكيد خود اضافه كنيد. يكي از مشترين من دريافت كه اعتقادش نسبت به پول همان اعتقادات پدر و مادرش نسبت به پول است؛ آنگاه اعتقاد جديدي در اين مورد ساخت كه به اهدافش بيشتر نزديك بود.

۷- آن چيزي را انجام دهيد كه عاشق آن هستيد. اين كار به شما كمك مي كند تا بدانيد چه كاري را به عنوان يك كارآفرين بايد انجام دهيد. اگر نمي دانيد عاشق چه كاري هستيد به گذشته و زماني كه بچه بوديد برگريد. در عالم كودكي عاشق چه كاري بوديد؟ خود من در زمان كودكي عاشق آموزش رياضيات به بچه هاي ديگر بودم. وقتي من كسب و كارم را آغاز كردم در ابتدا سمينارهاي كوچك محلي برپا مي كردم؛ اكنون پس از گذشت سالها، كنفرانسهاي ملي و بين المللي ارائه مي دهم.

۸- هر روز كار متفاوتي را انجام دهيد. روزمرگي را كنار بگذاريد و به انجام تغييرات عادت كنيد. يكي از مشترين من خانمي بود كه در ابتدا فكر مي كرد كه اين كار بسيار ساده است اما بعدها به من گفت ۳ روز طول كشيد تا توانست تغيير كوچكي مانند برخاستن از سمت ديگر تختخواب در خود ايجاد كند! اما تغييرات كوچك او، به او كمك كرد تا بر ترس هائش از شروع يك كسب و كار غلبه كند.

۹- به گونه اي عمل كنيد كه مي خواهيد باشيد. به گونه اي شروع به كار كنيد كه اگر رئيس خود بوديد عمل مي كرديد. با انجام اين كار شما به صورت ملموس تري احساس خواهيد كرد كه برنامه زمانبندي را خودتان را تنظيم و درآمد خود را ايجاد مي كنيد. تعدادي از ارباب رجوع هاي من هنگامي كه اين كار را انجام دادند دريافتند كه اين كار اطمينان بيشتر در آنها ايجاد کرده است.

۱۰- خود را بترسانيد! آيا شما از انجام كاري، گفتن چيزي يا رفتن به جايي ترس داريد؟ پس با انجام چنين كارهايي خود را بترسانيد تا شجاعت و اطمينان شما افزايش يابد. يكي از افراي كه به او مشاوره مي دادم، اين كار را به صورت يك قاعده كلي براي مقابله با مشكلات و چيزهايي كه نسبت به آنها ترس داشت درآورده بود.

۱۱- زماني را در طبيعت بگذرانيد. زماني را صرف باغباني، قدم زدن كنار ساحل يا رفتن به جنگل اختصاص دهيد. محيط طبيعت به شما آرامش دروني مي دهد و به خصوص مي تواند شما را در خلال تغيير فصلها و تغييرات اتفاق افتاده پروش دهد.

۱۲- تمام احساسات خود را بپذيريد. شما مي توانيد انتظار تامامي احساسات خود را در هنگام شروع كسب و كار يا حتي زمان فكر به شروع كسب و كار، بكشيد. احساساتي مانند آسيب پذيري، ابهام، ترس، بدهكاري، نا امني و ساير احساسات طبيعي. يك مكالمه مثبت با خودتان برقرار سازيد و در مورد احساسات خود با يك دوست قابل اعتماد صحبت كنيد. به خودتان يادآوري كنيد كه شما درست عمل مي كنيد.

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 دلтан 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 فرسایي 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!

۲۶- سؤالات «چه می شود اگر...» از خود بپرسید. "چه می شود اگر من بیرون کار نکنم؟" یا "چه می شود اگر من درآمدی نداشته باشم؟" اینگونه پرسشها را در دفتر وقایع روزانه خود بنویسید و به آنها پاسخ دهید. به عنوان مثال برای سؤال "چه می شود اگر درآمدی کسب نکنم؟" پاسخ دهید "هنگامی که مشغول ایجاد کسب و کار جدیدم هستم می توانم بصورت پاره وقت در بیرون کار کنم."

۲۷- صبر و بردباري را تمرين كنيد. زماني كه در ترافيك گير كرده ايد يا در يك صف طولاني قرار گرفته ايد، بهترين زمان براي اين تمرين است. بنابر تجربيات، اين كار تمريني در پروسه كارآفريني است كه مي تواند بسيار سودمند باشد.

۲۸- به مرض «به اندازه كافي خوب نيست» غلبه كنيد. تا كنون بسياري از افراد را ديده ام كه فرصتهاي خوبي از دست داده اند. آنها پروژه را پيگيري نمي كردند زيرا فكر مي كردند مهارت كافي در فروش، بروشور مناسب يا محصول خوبي ندارند. شما هم به جاي اينكه موقعيتي را كنار بگذاريد، فكر كنيد براي پذيرش آن به چه چيزهايي نياز داريد. همين امروز آن فرصت را از دست ندهيد و به خود بگوييد كه به اندازه كافي توانايي بدست آوردن آن را داريد.

۲۹- كمك بخواهيد. وقتي كه به شدت درگير كار شديد ولي ميلي به كمك ديگران نداشتيد، از ديگران سؤال كنيد. اين، زماني است كه بيش از بيش نياز به آن داريد. بنابر تجربيات، بازخوردهاي روشن و بسيار خوبي به واسطه پرسش از ديگران بدست مي آيد؛ حتي اگر خودتان ميلي به اين كار نداشته باشيد.

۳۰- به حس دروني خود اعتماد كنيد. ممكن است ديگران به شما بگويند ترك شغل فعلي و شروع يك كسب و كار جديد، كار احمقانه اي است. اما هيچكس شما را مانند خودتان نمي شناسد. به آنچه كه مي دانيد، اعتماد كنيد و بر اساس آن عمل نماييد. اعتماد به حس دروني، باعث شد تا من تبديل به يك كارآفرين موفق شوم.

۲۹ راه برای افزایش فروش و سود

- توسعه تجارت کار دشوار و هزینه‌بري به نظر نمي‌رسد. این راه‌ها باعث مي‌شود 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 خط‌مشی‌های 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 درصد 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 نمی‌کنند، 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:

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 شركت‌كننده) توضيح دهيد، و يا 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 چندين جفت چشم كوچكترين حركات شما را زيرنظر دارند و چندين جفت گوش حرف به حرف شما را مي شنوند و براساس اين ديده ها و شنيده ها درمورد شما و مطلبي كه ارائه مي كنيد قضاوت مي كنند، ازسوي ديگر شما ملزم به اقناع آنها و يا دفاع از عملكردتان و يا حتي اثبات خودتان هستيد در هر جاياگاهي كه قرار داريد فرقي نمي كند، شما در موقعيت خطيري قرار گرفته ايد. پس سعي كنيد بهترين باشيد، دو اصل بسيار مهم را فراموش نكنيد اول تسلط كامل به مطلبي كه مي خواهيد ارائه دهيد و دوم حفظ خونسردي و آرامش. شما با رعايت اين دو اصل و توجه به نكاتي كه درپي خواهدآمد علاوه بر يك ارائه خوب، يك جلسه زيبا را برگزار مي كنيد.

۱ - مخاطبان را شناسايي كنيد.

اگر شما سطح علمي، فرهنگي و حتي شخصيتي مخاطبان را بدانيد، ارتباط بهتري با آنان برقرار مي كنيد و آنچه را كه آنها دوست دارند يا مي خواهند بشنوند ارائه مي دهيد و اين يعني اثرگذاري بهتر و بيشتر.

۲ - يك پيام مشخص داشته باشيد.

قبل از اينكه كار تهيه مطالب خود را شروع كنيد، پيام كليدي خود را مشخص كنيد. درواقع پيام شما بايد بتواند مخاطبان را به يك راه مشخص رهنمون و امكان تفكر درمورد راههاي ديگر را فراهم سازد.

۳ - براي هر تصوير متن کوتاهی آماده كنيد.

هر تصوير (متن يا عكس) كه پخش مي شود، خلاصه اي از موضوع آن بايد ارائه شود. اين خلاصه مي تواند شفاهي باشد يا به صورت زيرنويس ارائه شود، اين باعث خواهدشد تا در وقت صرفه جويي شود.

۴ - مطالب و مفاهيم خاص را برجسته كنيد.

مطلبي را كه توضيح آنها براي «پذيرش» مخاطب «اهميت» بيشتري دارد را مشخص كنيد.

۵ - قبل از جلسه، تمرين كنيد.

۶ - ساختار اثربخشي براي ارائه طراحي كنيد.

طرح «مسئله» و «حل» آن بهترين روش براي ارائه قدرتمند يك مطلب است. اول «مسئله» را بيان كنيد بعد «راه‌حل» را ارائه دهيد و آن را با يك مثال توضيح دهيد.

۷ - «همه تيزهوش نيستند» را فراموش نكنيد.

همه مخاطبان شما افراد تيزهوش نيستند. پس سعي كنيد مطالب را خيلي ساده و غريبچيده ارائه كنيد، در هر ساعت صحبت كردن ۳ الي ۴ نکته را شرح دهيد.

۸ - محكم و خوب شروع كنيد.

يك شروع خوب، موفقيت را تضمين مي كند. از روشهاي مختلف استفاده كنيد گاهي يك حكايه يا قصه يا يك خاطره و در بعضي مواقع پرداختن به اصل مطلب مي‌تواند شروع خوبي باشد.

۹ - از نمودار و چارت استفاده كنيد.

بياري از مخاطبان شما نمي توانند همزمان با شما اعداد و آمار ارائه شده را تجزيه و تحليل كنند. نمودار كمك مي‌كند تا سريعتر به موضوع دست پيدا كنند و با شما همراه شوند.

۱۰ - پاياني با شكوه داشته باشيد.

بياري از مخاطبان آخرين مطلبي را كه شما مي گوييد به خاطر مي سپارند مطمئن شويد كه آخرين مطلبي كه مي‌گوييد همانهايي هستند كه مي خواهيد مخاطبان به آن بيشتر توجه كنند.

۱۱ - بر نكات مهم تسلط داشته باشيد.

اگر شما نكات مهم را بدانيد راحت‌تر مي توانيد مخاطبان را قانع كنيد و علاوه بر آن با آرامش و بدون استرس خواهيدبود.

۱۲ - خوب تنفس كنيد.

۱۳ - از چشماتان استفاده كنيد.

حتما از چشمانتان براي برقراري ارتباط با مخاطب استفاده كنيد با اين كار مخاطبان احساس بهتري خواهند داشت و شما مي توانيد تاثير صحبتهايتان را ببينيد.

۱۴ - تجهيزات مناسب را آماده كنيد.

هر جلسه اي، نيازمند تمهيدات خاصي است. تجهيزات موردنياز (نه كم و نه زياد) از قبيل دستگاه نمايش، وايت‌برد، كامپيوتر و... را آماده كنيد.

۱۵ - تجهيزات را امتحان كنيد.

قبل از شروع جلسه تجهيزاتي را كه قرار است استفاده كنيد يكبار امتحان كنيد خرابي و يا عدم كارايي مناسب هرکدام از دستگاهها (حتي يك ماژيك وايت برد) مي تواند تاثير بسيار منفي بر مطالب شما داشته باشد.

۱۶ - بدانيد كه شما مركز توجه هستيد.

قبل از شروع جلسه فقط صداي شما شنيده مي شود هر حركت شما تاثير مستقيم بر مخاطب داشته و مي تواند جلسه شما را زيباتر يا زشت‌تر نمايد. با تمام وجود عمل كنيد.

۱۷ - «ليخند» را فراموش نكنيد.

۱۸ - هنگام ارائه خودتان باشيد.

سعي نكنيد از حركات مصنوعي استفاده كنيد اقدامات تصنعي كاملا ديده مي شوند، خودتان باشيد و بگذاريد زبان بدن شما طبيعي باشد.

۱۹ - سعي كنيد از روي نوشته نخوانيد.

خواندن مطلب از روي نوشته باعث مي شود كه ارتباط شما با مخاطبان دچار خدشه گردد، دستانتان نيز از اثرگذاري باز مي ماند، مي

توانید از یادداشتهای روی چارت یا تصویر استفاده کنید.

۲۰ - مخاطبان را درگیر بحث کنید.

همیشه می‌توانید 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 می‌توانید 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 می‌توانید بازخورد بگیرید، شفاهی یا کتبی، در انتهای جلسه از پرسشنامه‌های ساده استفاده کنید تا بتوانید در آینده کارتان را بهبود بخشید.

23کد براي موفقيت

۱- هرگز به ميزان درآمدتان خرج نکنيد . مخارج کمتر شما نسبت به درآمدتان باعث ثروتمند شدن سريع شما مي شود.

۲- دستمزد دادن بهتر از دستمزد گرفتن است . حداقل مفيدتر است.

۳- هرگز کاري را که مي توانيد بدهيد تا ديگري براي ان انجام دهد خودتان انجام ندهيد . کاري که ديگري براي شما انجام مي دهد زمان و انرژی بيشترى به شما براي انجام کارهاي ديگر مي دهد .

۴- هرگز کاري را که مي تواني با طفره رفتن به فردا اندازي امروز انجام نده . کارهاي زيادي وجود دارد که مي تواني امروز انجام دهی . اصولاً بيشتر کارهايي که امروز مجبور نيسي انجام دهی کارهاي مهمي نيستند .

۵- هميشه خريدار باش نه فروشنده . اگر به اندازه کافي هوش براي پول دار شدن داشته باشي مي داني که يك ريسک بهتر از دو ريسک است .

۶- هرگز کاري را انجام نده اگر مي تواني با شخص ديگري انجام دهی . چرا با يك شخص يا اشخاص ديگر در هر شغل يا خط کاري رقابت مي کنی مادامي که براي تو انحصار در زمينه هاي ديگر ممکن است ؟

۷- اگر مقتضيات تو را مجبور کند تا شغل هايي را پيگيري کنی يا از يك سري خطوط کاري پيروي کنی که مورد تعقيب افراد ديگر است ، بهتر است که کارت را در زمينه اي که ديگران توان رقابت با تو را ندارند قرار دهی . اين هميشه يك راه خوب ، بهتر و بهترين راه است .

۸- هر آنچه که تو براي يك بار انجام مي دهی ، هر چند راهي که تو براي انجام کاري به عهده مي گيري ، کار مشابهي را دوباره انجام نده يا کاري را در مسير مشابه انجام نده . اگر يك راه انجام کاري را بداني بايد اين را هم بداني که مسلماً راه بهتري براي انجام آن وجود دارد .

۹- اگر در کاري موفق شدي ، اجازه نده ديگران از موفقيت تو اطلاع يابند.

۱۰- وقتي ثروتمند شدي ، چنانچه اگر نصايح مرا گوش کنی ثروتمند مي شوي، اجازه نده ديگري راز موفقيت تو را بداند .

۱۱- يکي از بزرگترين دارايي ها که هر فردي مي تواند کسب کند شهرت براي بي قاعدگي است .

۱۲- هرگز از کسي متنفر نباش .

۱۳- مرد عاقل رفتارش را با دليل تنظيم مي کند نه با غريزه .

۱۴- دانستن کاري که نبايد انجام دهی مهمتر از دانستن کاري است که بايد انجام دهی .

۱۵- آيندگان هرگز کاري را براي تو انجام نمي دهند . بنابر اين هيچگونه سرمايه گذاري براي اولادت نکن . البته وارثانت پس از مرگ بر سر املاکت نزاع مي کنند.

۱۶- يك مرد هر کاري را که بخواهد در جهان انجام دهد انجام مي دهد .

۱۷- بايد پولت را ذخيره کنی.

۱۸- احمق ها مي گویند که پول ، پول مي آورد ولي من مي گویم که پول ، پول نمي آورد . فقط انسان است که پول مي آورد .

۱۹- دو گناه نابخشودني در جهان اقتصاد است : يکي دادن چيزي براي هيچي و ديگري گرفتن چيزي براي هيچي .

۲۰- اگر شما يکي از ورثه هاي پدر يا شخص ديگري هستي ، توصيه مي کنم که قبول نکنی که فقط يك وارث باشی .

۲۱- از کارهاي کوچک نفرت نداشته باش بلکه به آن کارها احترام بگذار.

۲۲- پول درآوردن آسانتر از خرج کردن آن است .

۲۳- سخت ترين کار از کارهايي که انسان انجام مي 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، آزردہ 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 کار خانوادگی موفق

اعضای خانواده در آمریکا همه ساله شروع و اقدام به بخش مهمی از يك كسب و کار جدید می کنند، که ممکن است شامل برادران، همسر، مادر و پدر یا هر عضو دیگری از يك مجموعه خویشاوندی برای شروع يك كسب و کار جدید گرد هم آیند. هر چقدر اتحاد خانوادگی برای شروع و اداره يك كسب و کار با همسر، پدر و مادر، خواهر یا برادر، بچه ها یا دیگر اعضای خانواده بیشتر باشد بطور بهتری می توانند برابر مشکلات معمولی که در شروع كسب و کار با آن مواجه هستند رقابت کنند و بر آن پیروز شوند، که در بین هر سه كسب و کار خانوادگی فقط يك كسب و کار می تواند حفظ شود و به نسل بعد از خود هم منتقل شود. در شروع این مرحله، مخصوصاً خطراتی می توانند بصورت حاد وجود داشته باشند. بعضی مواقع اعضای خانواده برای اقدام به شروع يك كسب و کار بدون داشتن يك ایده واضح و يك هدف مشخص از نقششان شروع و اقدام به يك كسب و کار می کنند و به سویی يك كسب و کار جدید تحریک می شوند. اگر احتمال گرفتار شدن و به خطر افتادن يك خانواده در شروع يك كسب و کار وجود داشته باشد شما باید تمام غرامتها را جبران کرده و از برنامه و سایر جزئیات آن قبل از بوجود آمدن هر مشکلی خارج شوید و اقدام به جبران آن ننمایید. ما يك اقدام عالی از يك بازتاب شخصی را ارائه می دهیم و ۱۲ جزء ضروری برای يك كسب و کار برجسته و قابل توجه هنگامی که يك خانواده شروع به يك كسب و کار می کنند را بیان می کنیم:

۱۲ نکته ضروری برای موثر بودن يك كسب و کار خانوادگی:

۱- مشخص کردن برخی از حد و مرزها:
تداخل پیدا کردن روابط خانوادگی با كسب و کار خیلی آسان می باشد و اعضای خانواده به راحتی می توانند گرفتار این تداخلات در محل كسب و کار خود بصورت ۲۴ ساعت شبانه روز یا ۷ روز هفته شوند، ولی این امر باعث نابینجار شدن كسب و کار و باعث پستی در كسب و کار می شود، پس باید حد و مرز و وظایف هر يك از کارکنان بطور دقیق مشخص باشد.

۲- بنا نهادن روشهای مشخص و منظم از ارتباطات:
مشکلات و تفاوتها ناشی از عقاید اجتناب پذیر نیستند، و ممکن است شما آنها را پیش از این دیده باشید. رسیدگی هفتگی جلسات برای سنجیدن و ارزیابی کردن پیشرفتها، تفاوتها و حل کردن مشاجره ها می باشد و می تواند در حل این مشکلات مفید باشند.

۳- تقسیم کردن نقشها و مسئولیتها:
حال آنکه هر يك از اعضای خانواده می توانند واجد شرایط برای شغلهاي يكسان، حقوق، یا سایر موارد در يك كسب و کار باشند. اما نقشها و مسئولیتها باید تقسیم شوند چرا که مناقشات فامیلی و تصمیم گیریهای که هر یک برای خود می گیرد می تواند كسب و کار را به ته باتلاق کشانده و باعث از بین رفتن آن شود.

۴- تلقی کردن آن همانند يك كسب و کار:
دام و تله رایج برای يك كسب و کار خانوادگی در معرض قرار گرفتن آن كسب و کار در برابر تنشها و فشارهای روانی بر روی خانواده می باشد. روابط موجود در كسب و کار ممکن است که همیشه با خانواده هماهنگی و سازگاری نداشته باشد. پس باید كسب و کار خانوادگی را نیز همانند دیگر كسب و کارها بدانند.

۵- مزیتهاي مالکیت خانواده را به رسمیت شناختن:
مالکان كسب و کارهای خانوادگی سودهای منحصر به فرد را عرضه می کنند. یکی از آنها دسترسی پیدا کردن و رسیدن به سرمایه های انسانی در شکلی از اعضای خانواده می باشد. این می تواند به عنوان يك کلید برای رهایی از انهدام كسب و کار باشد و همچنین می تواند هزینه های کمتر یا وام های فوری کمتری را در بر داشته باشد که این امر باعث سود آوری بیشتر برای آن كسب و کار می شود. اداره کردن شرکتها به وسیله واگذاری امور به اعضای خانواده می تواند باعث اجتناب کردن از مصرف هزینه های هنگفت یا بسیاری دیگر از امور شود.

۶- با اعضای خانواده منصفانه رفتار کردن:
در حالیکه برخی از مشاوران شما را بر خلاف استخدام کردن اعضای خانواده نصیحت می کنند و می گویند که باعث از دست رفتن یکی از سودهای عالی كسب و کار خانوادگی می باشد، ولی تعداد بیشماري از شرکتهاي کوچک هرگز بدون سخت کوشی و انرژی ناشی از اعضای خانواده که واجد شرایط كسب و کار باشند هرگز نمی توانند به موفقیت برسند. اعضای خانواده که دارای این شایستگی باشند می توانند به عنوان يك دارائی عالی و سرمایه خوب برای كسب و کار شما محسوب شوند، ولیکن باید از پارتی بازی کردن بپرهیزید، و میزان پرداخت دستمزد، ترقی و توسعه و پیشرفت، زمان بندی کار، تعریف و انتقاد باید بصورت بیطرفانه بین خانواده و دیگر افرادی که عضو خانواده شما نیستند صورت گیرد، و هرگز برای اعضای خانواده خود نسبت به سایر کارمندان دیگر از مزایای همانند پاداش، حقوق و سایر موارد دیگر تفاوت قا ئل نشوید .

۷- قرار دادن خویشاوندان در كسب و کار و مشخص کردن همه امور مربوط به آنها:
این خیلی آسان است برای اعضای خانواده که برای شروع كسب و کار بدون داشتن هیچ برنامه مشخصی وارد آن شوند، ولی این امر باعث از دست دادن و بیرون آمدن از رابطه خویشاوندی در كسب و کار می شود. برای جلوگیری کردن از این احساس سخت یا از دست دادن ارتباط باید همه چیز را بصورت دست نوشته قرار دهیم، به عنوان مثال مشخص کردن مزد و حقوق، تقسیم مالکیت یا سایر موارد دیگر باید بطور کامل مشخص باشد و تعیین گردد.

۸- به خاطر دلسوزی از واگذاری شغل به اعضای خانواده اجتناب کنید:
استخدام کردن باید بر مبنای این باشد که اعضای خانواده چه توانایی هایی را دارند یا اینکه دارای چه دانشی هستند که می توانند آنها را برای ورود به كسب و کار ارائه دهند، و دسته بندی کارفرما برای اعضای خانواده همانند بچه ها، عمو، عمه، و... باید بر اساس میزان توانایی های آنها برای ورود به كسب و کار باشد.

۹- واضح بودن خط مدیریت:
اعضای خانواده که اغلب سمت مالکیت را در زمان حال یا آینده در كسب و کار خواهند داشت تمایل زیادی برای سرزنش و توبیخ کردن کارکنانی دارند که گزارش کاری به آنها ارائه نمی دهند . و این امر منجر به خشم و نفرت بوسیله کارکنان از مدیران كسب و کار می شود.

۱۰- مشاوره کردن در بیرون از رابطه خویشاوندی:

فرآیندهای تصمیم‌گیری که برای رشد و پیشرفت کسب و کار خانوادگی بکار گرفته می‌شوند می‌توانند در بعضی از مواقع باعث بسته شدن کسب و کار شوند. ایده‌های تازه و فکرهای خلاق می‌توانند 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 می‌توانند 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 می‌شود. این برنامه باید همه جزئیات آن را از چگونگی و زمان رسیدن آن به نسل جوانتر و همچنین کناره‌گیری اعضای خانواده از کسب و کار را مشخص کند. این نیازمند به یک برنامه ریزی مالی برای کسب و کار می‌باشد و همچنین مشاوره کردن با مشاوران حرفه‌ای برای مرتب کردن این برنامه نیز ضروری می‌باشد.

۱۲- نیاز داشتن اولین تجربه خارجی:

اگر فرزندان شما وارد کسب و کار شوند ، مطمئن باشید که آنها حداقل سه تا پنج سال دارای تجربه کاری به جای یکسال می‌باشند. این امر به آنها چشم اندازی ارزشمند در رابطه با کسب و کار و حیطه کاری به سبب بودن در رابطه خانوادگی می‌دهد.

به اندازه کافی اداره کردن یک شرکت بدون توان و انرژی لازم از رابطه خویشاوندی مشکل می‌باشد.

اما کسب و کارهای خانوادگی سودها و مزیت‌های عالی بر چیزهای دیگر دارند، چرا که اساساً دارای یک پشتوانه قوی می‌باشید و شامل یک نیروی عظیمی می‌باشد که شما را در یک کسب و کار حمایت می‌کند. شما برای پیش برد کسب و کار خود نیازمند به متخصصان کسب و کارهای دیگر در خارج از چرخه خانوادگی خود می‌باشید و به این ترتیب می‌توانید یک هماهنگی در کسب و کار خود ایجاد کنید

۱۲ ایده برای بازاریابی در يك اقتصاد ضعيف

- ۱- همواره تفكر بازاریابی داشته باشید. يك پوشه برای نگه‌داري 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 نگه‌داري 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.