

صنعت و کار آفرینی

نشریه خبری آموزشی و تحلیلی

ویژه نامه همایش نماد اعتماد الکترونیکی / بهمن ۱۳۹۵

۸۷

دومین همایش

نماد اعتماد الکترونیکی





۶۹ فروشگاه زنجیره ای در ۲۹ استان کشور

☎ دفتر تهران : ۰۲۱-۲۲۰۱۲۶۰۳
☎ دفتر مشهد : ۰۵۱-۳۸۴۷۵۸۸۰
☎ کارخانه : ۰۵۱-۳۲۵۵۳۲۳۲
www.mashadleather.com
club.mashadleather.com
[instagram.com/mashadleatherco](https://www.instagram.com/mashadleatherco)

چرم مشهد

Mashad Leather

برای آنانکه به زیبایی می اندیشند


سپیدبال
SEPID BAL
Cargo & Courier

nikandam.com



سرعت و هزینه تحویل را خودتان انتخاب کنید !

Choose your delivery speed and cost !

www.sepidbal.com

گروه صنعتی پارت لاستیک



Partlastic Industrial Group

گروه صنعتی پارت لاستیک، در سال ۱۳۶۱ با تولید قطعات لاستیکی (قالبی) و اکسترودری صنایع گوناگون آغاز به فعالیت نموده و به مرور، همزمان با رشد صنعت خودرو، به قطعه سازی خودرو تبدیل شد. با توجه به افزایش حجم کار، با سرمایه گذاری های جدید و خرید دانش فنی روز اروپا، به شرکت های تخصصی تر تفکیک شد و گروهی متشکل از تولیدکنندگان قطعات لاستیکی قالبی، نواری، شیلنگی و پیمانکاران داخلی تامین کننده مواد و پشتیبان فنی تشکیل گردید.

- شرکت پارت لاستیک تولید کننده قطعات تزریق لاستیک، تک جزیی و چند جزیی خودرو
- شرکت پویا گستر خراسان، تولید کننده قطعات نواری / پلیمری، تک جزیی و چند جزیی خودرو و سایر صنایع
- شرکت بسیار تابان، تولید کننده قطعات شیلنگی / پلیمری، تک جزیی و چند جزیی خودرو و سایر صنایع
- شرکت پارسا یاران، تولید کننده قطعات لوله های سوخت خودرو
- شرکت عایق خودرو طوس، تولید کننده عایق های مورد استفاده در خودرو
- شرکت رنگ سازی سیکلمه، تولید کننده انواع رنگ های ساختمانی و صنعتی
- شرکت بسیار سازه، شیمی پیدایش تهران و همگر طوس، به عنوان پیمانکاران داخلی گروه، تامین مواد اولیه پلیمری، پلاستیکی و ماشین و قالب سازی گروه فعالیت می کنند.
- شرکت ایران چاشنی تولید کننده محصولات غذایی متنوع مانند، انواع سس، لواشک و غیره



شما شایسته بهترین ها هستید!

Razi Insurance Fifth Festival of Life and Investment Insurance Sale

پنجمین جشنواره شایسته

فروش بیمه های عمر و سرمایه گذاری شرکت بیمه رازی

جشنواره شایستگان

انواع بیمه نامه عمر و سرمایه گذاری شرکت بیمه رازی:

- بیمه نامه جامع عمر و سرمایه گذاری (طرح طلوع)
- بیمه نامه عمر و سرمایه گذاری آتیه فرزندان (طرح امید)
- بیمه نامه عمر و سرمایه گذاری مشترک (طرح مهتاب)
- بیمه نامه بازنشستگی

تخفیفات بیمه ای جشنواره:

- تخفیف معادل ۱۰ درصد در حق بیمه پوشش های تکمیلی بیمه های زندگی
- تخفیف معادل ۱۵ درصد در حق بیمه، بیمه نامه حوادث انفرادی برای متقاضیان این بیمه نامه
- تخفیف معادل ۱۰ درصد در حق بیمه مسافرت خارجی و داخلی

- تخفیف معادل ۲/۵ درصد در حق بیمه ثالث اتومبیل
- تخفیف معادل ۲۰ درصد در حق بیمه بدنه اتومبیل مازاد بر سایر تخفیفات متعلقه
- تخفیف معادل ۱۰ درصد در حق بیمه بیمه آتش سوزی منازل مسکونی

جوایز جشنواره به قید قرعه:

- به تعداد ۲۲ نفر از برگزیدگان جوایزی به شرح ذیل اهدا می گردد:

- به برنده اول جشنواره مبلغ ۷۰/۰۰۰/۰۰۰ ریال
- به ۵ نفر از برگزیدگان ۳ سکه تمام بهار آزادی
- به ۵ نفر از برگزیدگان ۲ سکه تمام بهار آزادی
- به ۵ نفر از برگزیدگان ۱ سکه تمام بهار آزادی
- به ۶ نفر از برگزیدگان نیم سکه بهار آزادی

جهت کسب اطلاعات بیشتر به شعب و یانمایندگی های شرکت بیمه رازی در سراسر کشور مراجعه نمایید.

WWW.RAZI24.IR

بیمه رازی

شروع جشنواره مصادف با روز بزرگداشت صنعت بیمه مورخ ۱۳۹۵/۰۹/۱۳ لغایت روز جمعه ۱۳۹۵/۱۱/۲۲ مصادف با روز پیروزی انقلاب اسلامی ایران

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

ماهنامه صنعت و کارآفرینی / نشریه خبری و آموزشی و تحلیلی

شماره ۸۷ - آذر ۱۳۹۵

قیمت: ۵۰۰۰۰ ریال

هیات تحریریه: امیر مهدی مرادی / فرامرز عسکری / اشرف بهنام پور

صاحب امتیاز و مدیر مسئول: احمد اثنی عشری

شورای سیاستگذاری:

رضا حمیدی - حمید طیبی - حسین متین راد

عبدالله یزدانیخس - فرامرز مرادی - جلیل افشارنژاد

محمد علی چمنیان - مهدی نعیمی پور

طراح و صفحه آرا: بهار

مدیر روابط عمومی: فرامرز عسکری

عکس: وحید محبی فرد

ناشر: انجمن مدیران صنایع شعبه خراسان

نشانی دفتر ماهنامه:

مشهد - بلوار شهید منتظری (تلویزیون) - نیش شهید منتظری ۷ مجتمع سایکو و قطعه

سازان - طبقه ۲ - انجمن مدیران صنایع شعبه خراسان

تلفن: ۱۴ - ۲۸۴۴۲۱۱ (۰۵۱) / فاکس: ۲۸۴۴۲۱۷ (۰۵۱)

وب سایت انجمن مدیران صنایع خراسان:

www.imakh.ir Email: info@imakh.ir

نشریه صنعت و کارآفرینی آماده دریافت مقالات، ترجمه و گزارش‌های تخصصی و همکاران

گرامی می‌باشد.

• مسئولیت مطالب بر عهده نویسندگان است.

• هیات تحریریه در انتخاب و ویرایش مقالات آزاد است.

• استفاده از مطالب نشریه با ذکر مأخذ بلامانع است.



انجمن مدیران صنایع
شعبه خراسان

فهرست

- ۲ سخن نخست مدیریت استرس کارآفرینان
- ۳ توصیه‌های خرید امن در بستر آنلاین
- ۴ معرفی گروه فن آوا
- ۵ شغلی که هر کارآفرین قبل از راه اندازی کسب و کار باید آن‌ها را تجربه کند
- ۸ از ۵ اشتباه معمول که تازه کارها مرتکب می‌شوند اجتناب کنید
- ۱۰ اقتصاد سرزمین آفتاب تابان چه ویژگی‌هایی دارد؟
- ۱۱ طبل تو خالی
- ۱۴ با ۵ میلیارد دنیای فناوری در سال ۲۰۱۶ آشنا شوید
- ۱۴ مهارت کاربردی مساوی با تجربه و دانش
- ۱۶ آیا استارت‌آپ شما در آینده می‌تواند از نظر اقتصادی توجیه داشته باشد؟
- ۱۸ بنگاه‌های کوچک در کشور هفتاد و دو ملت چطور چرخ اقتصاد را می‌چرخانند؟
- ۲۰ ۵ گزینه برای کارآفرینی با کمترین سرمایه اولیه
- ۲۲ پول‌سازی با شهرت مجازی
- ۲۴ چگونه جک ما با علی بابا از فرش به عرش رسید؟
- ۲۶ سیابکون ولی جدید
- ۲۸ سستی‌ها علیه کسب و کارهای نوین اینترنتی
- ۳۰ درس‌هایی از تایتانیک برای شکست نخوردن در یک کسب و کار جدید
- ۳۲ شرحی بر کارآفرین موفق دره سیلیکون
- ۳۴ فرهنگ کسب و کار در تایاند
- ۳۶ گام‌هایی برای رشد خلاقیت‌تان
- ۳۸ ۹ شهر برتر کسب و کار جهان
- ۳۹ ۴ درس استراتژیک ایتالیا برای توسعه ایران
- ۴۱ چگونه از استرس، ابزاری برای پیشرفت بسازیم؟
- ۴۲ افزایش چشمگیر افسردگی، استرس، و اضطراب کارمندان دنیا
- ۴۳ مشاغل پراسترس عمر را کوتاه می‌کنند
- ۴۴ استرس شغلی
- ۴۶ رابطه افسردگی با رشد اقتصادی
- ۴۸ خشونت



چشم‌ها خیره می‌مانند! ...



طراح و تولیدکننده مبدل‌های انرژی
(Power Conversion Systems)

مبدل‌های تامین انرژی و منابع تغذیه تجهیزات ICT
مشاور و مجری پروژه‌های EPC و TURNKEY در تجهیزات POWER
کانورتر توان بالای نیروگاه‌های بادی / اینورتر سلول خورشیدی

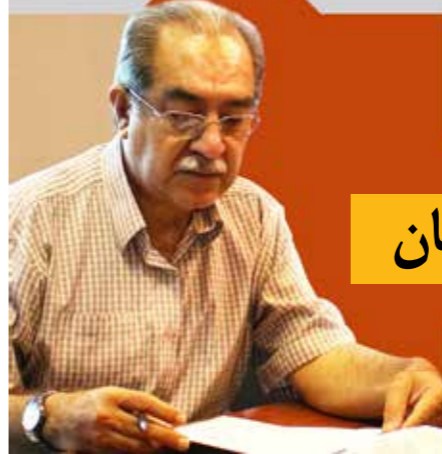


- ۱ تندیس زرین دوازدهمین جشنواره ملی فن آفرینی شیخ بهایی به عنوان برترین شرکت فن آفرین و دانش بنیان کشور / سال ۱۳۹۵
- ۲ دریافت افتخار آمیز رتبه یک توسعه کسب و کارهای نوآورانه در کشور سال ۹۵ و منتخب وزارت ارتباطات و فن آوری اطلاعات (فاوا) برای چهارمین سال متوالی از سال ۱۳۹۲ تاکنون
- ۳ دارنده تندیس طلایی رعایت حقوق مصرف‌کنندگان برای ششمین سال متوالی از سال ۱۳۸۹ تاکنون
- ۴ دارنده گواهینامه صلاحیت پیمانکاری پایه یک رشته ارتباطات از سازمان مدیریت و برنامه‌ریزی کشور / سال ۱۳۹۴
- ۵ برترین واحد تحقیق و توسعه کشور منتخب وزارت صنعت، معدن و تجارت / سال ۱۳۹۳
- ۶ واحد صنعتی نمونه کشور منتخب وزارت صنعت، معدن و تجارت / سال ۱۳۹۱



www.nianelectronic.com

مدیریت استرس کارآفرینان



یک مدیر کارآفرین باید آنها را مدیریت کند و بدیهی است که کار بسیار دشواری می باشد.

قطعا حذف استرس از شغل مدیران امری محال است و علاوه بر آن گفته می شود نبود استرس حاکی از یک مشکل بزرگ در سازمان است . لذا باید با استرس ها کنار آمد و آن ها را مدیریت نمود، بزرگان علم مدیریت راهکارهایی را برای کاهش و مقابله با استرس توصیه نموده اند از جمله آنکه بدانیم :

۱) انسان موجودی با قابلیت های ناشناخته و مهم است ، قدرت خود را دست کم نگیرد و با اعتماد به نفس و با آرامش به استقبال استرس ها برود. به خودتان قوت قلب بدهید و خود را قوی تر از مشکلات بدانید.

۲) یک مدیر قرار نیست کلیه امور سازمان را به تنهایی انجام دهد، تقسیم کار کنید، تفویض اختیار نمائید، جانشین پروری کنید. به دیگران اعتماد کنید و به آنان آموزش دهید این ها بار بر روی دوش شما را کاهش می دهد.

۳) از آدم های منفی دوری کنید و با انسان های مثبت اندیش معاشرت کنید . آنها که به شما انرژی می دهند و اعتماد به نفس شما را تقویت می کنند. افراد کوله بین و سست اراده همواره سدره مسیر پیشرفت شما هستند. برای آنچه در اختیار شما نیست سناریو بنویسید و احتمالات آن را بررسی کنید و بهتر می توانید برای هر سناریو آماده باشید و در شرایطی که هیچ کنترلی نمی توانید بر شرایط داشته باشید بر آن ها تمرکز نکنید و رهاش کنید. برنامه های روزانه خود را در بازه های زمانی نیم ساعته تا دو ساعته تقسیم بندی کنید و سعی کنید طبق برنامه کارها را پیش ببرید و در روز فرصتی هم برای موارد غیر قابل پیش بینی در نظر بگیرید .

۴) به سلامتی خود اهمیت بدهید . فرصتی را برای سفر، گردش و تفریح به خود بدهید. این فرصت ها ذهن شما را در برابر چالش ها آماده و خلاق می نماید و شادابی و نشاط شما بر افکارتان و تبلور اندیشه های نو تاثیر گذار است.

۵) عوامل استرس زا در محیط را شناسایی نموده و سعی کنید تعداد آنها را کم نموده و یا از مشاوران بیرونی و کارشناسان داخلی و آگاه خود بخواهید در رفع و مدیریت آنها به شما کمک کنند .

در خاتمه توصیه هایی نیز از نظر پزشکی و تغذیه وجود دارند که عبارتند از خواب کافی، ورزش، خوردن برخی مواد غذایی مانند بادام، کلم بروکلی ، ماهی، گوشت، شیر، صبحانه کامل و پرهیز از خوردن چای و قهوه، غذاهای سرخ کردنی و چرب.

برای شما کارآفرینان عزیز توفیق و سلامتی بیش از پیش آرزو دارد.



سرهنگ جواد قنبری جانشین پلیس فتا استان خراسان رضوی

و با آسودگی خاطر خرید خود را انجام دهند. ترجیحا از فروشگاههایی که دارای این نماد هستند، خرید کنید. لیست فرو شگاه های اینترنتی دارای نماد در سایت enamad.ir قابل مشاهده است.

• علاوه بر خرید از سایت های قابل اعتماد، از امنیت سیستم را یانه ای که از آن خرید را انجام می دهید مطمئن شوید. مراکز غیرمجاز ارائه خدمات رایانه ای و سیستم های موجود در اماکن عمومی برای خرید آنلاین مناسب نمی باشند.

• پرداخت های آنلاین از طریق درگاه های بانکی به دستورالعمل های امنیتی آن توجه شود. سیستم پرداخت الکترونیکی همه ی بانک های از SSL و روش های رمزنگاری استفاده می کنند. دقت کنید که در نوار آدرس کنار آدرس اینترنتی صفحه ی پرداخت بانک، نماد یک قفل یا <https://> درج شده باشد. در غیر این صورت صفحه جعلی است و قصد به سرقت بردن اطلاعات کارت بانکی شما را دارد.

• بعضی مواقع کلاهبرداران با جعل صفحات درگاه پرداخت الکترونیکی بانکها، شما را به صفحاتی هدایت می کنند که آدرسی بسیار شبیه آدرس بانک اصلی دارند. در صورت عدم دقت خریدار و ورود اطلاعات کارت بانکی خود شامل شماره ی کارت، رمز عبور، CVV2 و تاریخ انقضای کارت این اطلاعات در سیستم خود ثبت کرده و عملا امکان هر گونه اقدامی را با حساب و موجودی قربانی دارند.

• تماس های تلفنی، پیامکی و نیز ارتباط از طریق پست الکترونیک، از بازگو کردن مشخصات محرمانه و خصوصی کارت بانکی (رمز ها، کد اعتبارسنجی و تاریخ انقضاء) برای دیگران خودداری شود.

• تاکید می شود در مقاطع زمانی دلخواه برای تغییر رمزهای کارت خود اقدام کنید این امر به ویژه در مواردی که احتمال می رود اشخاص ناشناس به هر طریقی از رمز عبور آگاهی می یابند از ضرورت دوجندانی برخوردار می شود.

• در مبادلات روزمره مالی تنها موردی که باید به طرف مقابل به منظور انجام انتقال وجه (کارت به کارت) اعلام شود شماره کارت، حساب یا نشانی مربوط به خود است. از پذیرش هر گونه درخواست افراد ناشناس به منظور استفاده از خدمات بانکی به واسطه کارت شما اکیدا خودداری شود.

• هنگام وارد نمودن رمز اینترنت بانک حتما از صفحه کلید امنیتی (مجازی) استفاده کنید. برخی برنامه های جاسوسی داده های وارد شده توسط صفحه کلید شما را کنترل می کنند.

• در زمان استفاده از پایانه های فروشگاههای حتی الامکان (POS) رمز عبور کارت را خودتان وارد کنید.

• در صورت مشاهده هر گونه تغییر در دستگاه خودپرداز (تغییر در کارت خوان، تغییر صفحه کلید و یا دوربین نصب شده مشکوک) از دستگاه استفاده نکرده و سریعا آن را به مسئول شعبه اطلاع دهید.

• آنتی ویروس و دیواره آتشین (firewall) سیستم عامل رایانه فعال و به روز باشد.

• شبکه های اینترنتی غیر مطمئن در قالب wifi که در اماکن عمومی وبه صورت رایگان در اختیار می باشند برای خرید های اینترنتی مناسب نیستند

• از واریز وجه به حساب اشخاص و شرکت هایی که آگاهی فروش با قیمت مناسب زده اند قبل از بررسی اصالت و هویت واقعی شرکت یا شخص آگاهی دهنده جدا خودداری شود.

سایت رسمی پلیس فتا به آدرس www.cyberpolice.ir جهت تعامل بیشتر با کاربران فضای مجازی آماده دریافت نظرات و شکایات آنان می باشد.

در حال حاضر بخش عمده ای از فعالیت ها و تعاملات اقتصادی، تجاری، فرهنگی، اجتماعی و حاکمیتی کشور، در کلیه سطوح، اعم از افراد، موسسات غیر دولتی و نهادهای دولتی و حاکمیتی در فضای سایبری انجام می گیرد. زیرساخت ها و سامانه های حیاتی و خاص کشور، یا خود بخشی از فضای سایبری کشور را تشکیل می دهند و یا از طریق این فضا، کنترل، مدیریت و بهره برداری می شوند و عمده اطلاعات حیاتی و خاص کشور نیز به این فضا منتقل و یا اساسا" در این فضا شکل گرفته است . لذا لازم است که توجه ویژه به حفظ سرمایه های سایبری چه از لحاظ فردی، سازمانی و ملی بشود. خرید آنلاین کالا و خدمات نیز در زمره ارزنده ترین خدماتی است که در بستر اینترنت ارائه می گردد که از آن به عنوان تجارت الکترونیک یاد می شود. این امر علاوه صرفه جویی در وقت کاربران مزایایی چون افزایش امنیت در جابجایی پول، کاهش هزینه های بازاریابی، صرفه جویی اقتصادی و افزایش فرصت های شغلی و کارآفرینی و مزایای فراوانی از این دست را به دنبال دارد. اما در عین حال کلاهبرداران فضای مجازی نیز با سوء استفاده از خلاء های موجود، تهدیدات و آسیب هایی را متوجه افراد می سازند.

آمارها گویای این واقعیت هستند که همگام با رشد شرکت های عرضه کالا یا خدمات در اینترنت و خرید های اینترنتی در سطح ایران وجهان، در مقوله وقوع جرایم سایبری نیز هر ساله شاهد سیر صعودی جرایم در ابعاد مختلف به ویژه بعد مالی و اقتصادی می باشیم که دلیل عمده آن سوای رشد آمار خدمات در این فضا عدم آگاهی افراد یا غفلت آنان از مخاطرات این حوزه می باشد، پلیس فتا در راستای رسالت خود در حفظ امنیت فضای سایبر و پیشگیری از وقوع جرایم سایبری، اطلاع رسانی و آگاهی بخشی به اقشار مختلف هموطنان نسبت به مخاطرات این فضا را همواره در دستور کار داشته و معتقد است کارآمدترین و موثرترین اقدام در پیشگیری از جرایم سایبری و نقش برآب کردن اقدامات مجرمین سایبری ارتقاء سطح آگاهی استفاده کنندگان از فضای نوین می باشد. در ادامه به برخی راه های پیشگیرانه در مبحث امنیت خرید های اینترنتی اشاره می شود:

• اولین پیش فرض برای حقیقی و سالم بودن خدمات یک فروشگاه الکترونیک، این است که کالای مجاز ارائه کند. بنابراین فروشگاههایی که کالاهای غیر مجاز به فروش می رسانند، با احتمال بسیار بالا، به مقصد کلاهبرداری به وجود آمده اند. در هنگام تصمیم به خرید از فروشگاههای الکترونیکی، از تجربه ی دوستان و آشنایان نزدیک در خصوص خریدهای آنلاین استفاده کنید و از فروشگاههایی که سابقه ارائه خدمات مطلوب دارند، خرید کنید. سعی کنید در هنگام خرید آنلاین، با روش هایی نظیر گرفتن Who is از دامنه ی سایت اینترنتی فروشگاه، یا جستجو در انجمن هایی که اعضای آن ها، تجربیات خرید آنلاین خود را برای اطلاع سایر اعضا می نویسند، از مدیر و گرداندگان فروشگاه، احراز هویت کنید. بررسی وضعیت سایت فروشگاه در سایت های ارزیابی رنکینگ سایت ها نیز قابل توجه می باشد

• مرکز توسعه تجارت الکترونیکی، با همکاری نیروی انتظامی جمهوری اسلامی ایران در جهت افزایش امنیت خدمات تجارت الکترونیک، اعطای نماد اعتماد الکترونیکی به فروشگاههای الکترونیک را آغاز کرده است تا خریداران به راحتی

شماره کارت

مجری خدمات پرداخت الکترونیکی

سال ۱۳۸۱ بود که گروه فن‌آوا به عنوان یکی از فعال‌ترین هلدینگ‌ها در حوزه فناوری اطلاعات و ارتباطات فعالیت خود را با رویکرد سرمایه‌گذاری در طرح‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) و به صورت تخصصی در طرح‌های زیرساختی به صورت شبکه جامع و یکپارچه آغاز کرد و چیزی نگذشت که با توجه به اهداف، ماموریت‌های تعیین شده و طرح شبکه یکپارچه موجود، دریافت مجوزهای مورد نیاز برای ارائه خدمات در بخش‌های مختلف ICT در دستور کار گروه فن‌آوا قرار گرفت و از همین رو این هلدینگ بزرگ توانست پروانه ارائه خدمات اینترنت پر سرعت (PAP)، پروانه توزیع پهنای باند در ایران (ISDP-ISP)، خدمات انتقال داده‌ها از طریق ارتباطات ماهواره‌ای، پروانه تاسیس و بهره‌برداری مرکز خدمات داده اینترنتی (IDC)، پروانه اپراتوری تلفن ثابت، خدمات پرداخت الکترونیکی (PSP) و پروانه ثبت نام و صدور گواهی الکترونیکی دیجیتال را از مراجع ذی صلاح دریافت کند.

گروه فن‌آوا حوالی اردیبهشت ماه فعالیت خود را در استان خراسان رضوی هم آغاز کرد و با اجرای طرح‌های توسعه‌ای خود و همچنین ارائه خدمات باکیفیت، رقابت با شرکت‌های ارائه دهنده خدمات اینترنتی در این استان را در دستور کار دارد.

توحید مقدم، مسئول واحد توسعه تجارت گروه فن‌آوا در خراسان رضوی از خدمات، اقدامات و برنامه‌های این شرکت در استان می‌گوید:

– برای شروع صحبت لطفاً گروه فن‌آوا را به صورت اجمالی معرفی بفرمایید.

گروه فن‌آوا یک هلدینگ فناوری اطلاعات است که تقریباً در تمام زمینه‌های مرتبط با فناوری اطلاعات فعالیت می‌کند؛ فن‌آوا موج، شبکه گستر فن‌آوا، فن‌آوا ماهواره، داده‌پردازی فن‌آوا، ارتباطات فن‌آوا، فن‌آوا کارت، فن‌آوا سیستم، داده سامانه فن‌آوا و ارتباطات کوه نور از شرکت‌های تابعه گروه فن‌آوا محسوب می‌شوند که هر یک خدمات تخصصی به مشتریان ارائه می‌دهند.

– گروه فن‌آوا چه خدماتی به مشترکان خود ارائه می‌دهد؟

سال گذشته بحث جمع‌بندی مجوزها را در بستر ارائه خدمات ارتباطی داشتیم و مجوزهایی به نام FCP صادر شد که این مجوزها خدمات بسیاری را شامل می‌شوند؛ برخی از این خدمات ارائه خدمات تلفن ثابت، خدمات پهنای باند‌های سازمانی، ارتباطات پهن باند، ADSL و ... است؛ یکی از تنها شرکت‌های FCP که از سال‌ها قبل از جمع‌بندی مجوزها، یعنی از سال ۱۳۸۲ تجربه ارائه خطوط ثابت تلفن را داشت، گروه فن‌آوا بود که از طریق شرکت ارتباطات کوه نور مجموعه، در اصفهان و تهران این فعالیت را شروع کرد؛ همچنین در زمینه New Generation Network (NGN) خطوط ثابت تلفنی

ارائه می‌دهیم که در این زمینه هم می‌توانیم حضور قدرتمندی داشته باشیم؛ در زمینه خدمات پرداختی هم بسترهای بسیار خوبی داریم و به جرأت می‌توان گفت سریع‌ترین شبکه پرداخت الکترونیکی را فن‌آوا کارت در اختیار دارد و سریع‌ترین و کوتاه‌ترین زمان پرداخت مربوط به فن‌آوا کارت است؛ خدمات اینترنتی نقطه به نقطه نیز ارائه می‌دهیم؛ برای مثال اگر مجموعه‌ای نیازمند پهنای باند بالایی باشد، این امکان را داریم که اینترنت فوق باکیفیتی را به صورت نقطه به نقطه با رادیو به آن ارائه دهیم و محدودیتی هم در زمینه پهنای باند نداریم.

گروه فن‌آوا یکی از اپراتورهای موبایل روستایی است؛ شرکت کوه نور گروه فن‌آوا با استفاده از سیم‌کارت‌های نورتل در روستاها و مکان‌هایی که اپراتورهای همراه اول، ایرانسل، رایتل و تالیا سرویس‌دهی ندارند، خدمات ارائه می‌کند.

– به سرویس‌دهی و واگذاری خطوط ثابت اشاره کردید؛ در این باره بیشتر توضیح دهید و بفرمایید خطوط ثابت ارائه شده توسط گروه فن‌آوا چه مزایایی دارد؟

پیش‌شماره خطوط ثابت گروه فن‌آوا در کشور ۹۱۰۸ است؛ برای مثال فرض کنید در ۲۰ کیلومتری مشهد، شهرکی وجود دارد که مخابرات برای ارائه خطوط ثابت به آنجا هزینه نمی‌کند اما گروه فن‌آوا خدمات خط ثابت را در این مکان‌ها ارائه خواهد کرد؛ از دیگر مزایای خطوط ثابت فن‌آوا این است که با در اختیار داشتن یک خط ثابت می‌توانید همین خط را از طریق softphone بر روی تلفن همراه خود نیز داشته باشید؛ علاوه بر این اگر به هر نقطه از کشور منتقل شوید و تحت پوشش شبکه‌های اینترنت فن‌آوا باشید، می‌توانید این خط ثابت را به آنجا نیز منتقل کنید.

البته باید یادآوری کنم واگذاری خطوط ثابت در مشهد هنوز صورت نگرفته زیرا تأییدیه‌های کشوری آن غیر از تهران و اصفهان برای هیچ شهری صادر نشده است؛ در مشهد از نیمه دوم بهمن ماه این خطوط را واگذار می‌کنیم که صحبت‌های اولیه با برخی مجموعه‌ها برای واگذاری این خطوط نیز انجام شده است.

– درباره فعالیت گروه فن‌آوا در خراسان رضوی توضیح دهید.

از اردیبهشت ماه امسال فعالیت خود را با هدف افزایش ضریب نفوذ محصولات گروه فن‌آوا در خراسان رضوی آغاز کردیم که استارت کار با داده‌پردازی، اینترنت‌های پرسرعت در بستر فیبر، wireless و ADSL و ... بود؛ با توجه به امکانات مجموعه می‌توانیم اینترنت را در بستر فیبر نوری نیز در اختیار مشترکان ویژه‌ای که خواستار استفاده از این امکان هستند، قرار دهیم.

در استان خراسان در زمینه ADSL تمرکز داریم؛ تاکنون فن‌آوا در خصوص یوزرهای خانگی در استان عملکرد ضعیفی داشته است؛ به تازگی و از ابتدای امسال استارت کار را از طریق طرح‌های توسعه زده‌ایم؛ مراکز مخابراتی

بسیاری وجود دارد که تحت پوشش فن‌آوا نبوده و حالا طرح توسعه آن را ارائه کرده‌ایم؛ در راستای این طرح‌های توسعه‌ای تا ۶ ماهه نخست سال آینده ۲۰۹ مرکز مخابراتی تحت پوشش فن‌آوا قرار خواهند گرفت که در این مراکز جدیدترین تجهیزات روز ADSL کشور نصب می‌شود و تا یک سال آینده بالاترین کیفیت اینترنت را در خراسان رضوی ارائه خواهیم کرد؛ در حال حاضر ۱۷ مرکز مخابراتی در مشهد، سه مرکز در قوچان و یک مرکز هم در فریمان تحت پوشش ماست.

تا سال گذشته پشتیبانی ۲۴ ساعته خدمات را در مشهد نداشتیم و برای مثال اگر یکی از کاربران سال ۱۰ شب با مشکلی مواجه می‌شد، باید با تهران تماس می‌گرفت اما اکنون این پشتیبانی خدمات را به صورت ۲۴ ساعته در استان ارائه می‌کنیم و مشکل کاربران بدون هیچ هزینه‌ای برطرف می‌شود.

– پیش‌بینی می‌کنید با اجرای این طرح‌های توسعه‌ای در استان از خدمات اینترنتی گروه فن‌آوا تا چه اندازه استقبال شود؟

میزان ورودی یوزر جدید به مجموعه فن‌آوا در خراسان رضوی در ابتدای سال ۹۵ نسبت به مدت مشابه سال قبل از آن رشد ۵۰ تا ۶۰ برابری داشته است؛ زمانی که کیفیت مناسب ارائه شود، نباید نگران استقبال مخاطبان بود؛ اینترنت در گذشته کالای لوکسی محسوب می‌شد اما امروز اینطور نیست؛ شرکت‌های رقیب بسیار خوبی در استان و به ویژه در مشهد داریم؛ شاتل، صیانت و آسیاتک سه شرکت قدرتمند در زمینه ارائه خدمات اینترنتی در مشهد است؛ رسیدن به این شرکت‌ها کار دشواری است؛ برای رقابت با آن‌ها اولین گام اجرای طرح‌های توسعه‌ای است و نصب جدیدترین و باکیفیت‌ترین تجهیزات، ارائه خدمات مطلوب و ... در مراحل بعدی قرار دارد.

– چه چشم‌اندازی برای توسعه دامنه کاربران گروه فن‌آوا در خراسان رضوی دارید؟

در استان خراسان رضوی شاتل حدود ۱۵۰ هزار کاربر ثابت، آسیاتک حدود ۵۰ هزار نفر، صیانت حدود ۴۰ هزار نفر و سایر شرکت‌ها کمتر از ۱۰ هزار نفر کاربر ثابت دارند؛ اولین چشم‌انداز گروه فن‌آوا در خراسان رضوی این است که در ۱۲ ماه سال ۹۶ به رتبه چهارم برسیم و بعد از شاتل، آسیاتک و صیانت قرار بگیریم و بعد از آن، در سال ۹۷ با توجه به برنامه‌ریزی‌های انجام شده، قطعاً جزء دو رتبه اول خواهیم بود.

– برای استفاده از خدمات اینترنتی گروه فن‌آوا باید چه اقدامی انجام داد؟

متقاضیان می‌توانند با شماره ۳۱۲۰۴ تماس بگیرند؛ کارشناسان ما بلافاصله اعلام‌های لازم را درباره خط تلفن مورد نظر اخذ می‌کنند و بعد از ۲۴ ساعت قرارداد و فاکتور، درب منزل آن‌ها در مشهد یا سایر شهرستان‌های استان به آن‌ها تحویل داده شده و پس از ۷۲ ساعت تا یک هفته کاری اینترنت روی خط آن‌ها دایر می‌شود.

– هزینه‌های استفاده از خدمات اینترنتی گروه فن‌آوا چطور است؟

در زمینه رقابت، هزینه‌های گروه فن‌آوا چه در سرویس‌های با حجم پایین و چه در سرویس‌های با حجم بالا بسیار معقول است؛ در مجموع قیمت اینترنت توسط سازمان تنظیم مقررات تعیین می‌شود و تمام شرکت‌ها موظف به رعایت آن هستند اما در جشنواره‌ها تخفیفات ویژه‌ای برای کاربران در نظر می‌گیریم؛ برای مثال در سرویس جشنواره‌ای اخیر، یک سال اینترنت پرسرعت با ۱۲ گیگابایت حجم ترافیک به قیمت ۱۰ هزار تومان به کاربران ارائه شد و به عبارتی هر گیگابایت ترافیک کمتر از ۱۰۰۰ تومان محاسبه شد.



۵ شغلی که هر کار آفرین قبل از راه اندازی کسب و کار باید آنهارا تجربه کند

افراد کمی پیدا می‌شوند که کار خود را با کارآفرینی، به عنوان اولین تجربه کاری، آغاز کنند. کارآفرینی در مقایسه با مشاغل حرفه‌ای سنتی، ریسک‌پذیرتر است و نسبت به آن‌ها نیاز به سرمایه بیشتری برای راه‌اندازی دارد.



اگر قبل از اینکه کارآفرین شوید یک شغل ثابت داشته باشید، مجموعه‌ای از مهارت‌ها، تجارب، بینش‌ها و همینطور پول لازم برای موفق شدن در این کار را در اختیارتان خواهد گذاشت. همان‌گونه که احتمالا می‌دانید، برخی شغل‌ها بهتر می‌توانند روند آمادگی برای کارآفرینی را تسهیل کنند. هر شغل دفتری احتمالا می‌تواند برای شما سرمایه لازم و ارتباطات جدیدی را به ارمغان بیاورد. با این وجود مشاغل ساده‌تر نیز می‌توانند به شما کمک کنند و مهارت‌های لازم برای اداره‌ی موثر یک کسب‌وکار را بیاموزند.

۱ - خرده‌فروشی کردن

مشاغل خرده‌فروشی به شما فرصت رشد مهارت‌های زیادی را می‌دهد که البته ربطی به متصدی صندوق فروشگاه بودن یا دسته‌بندی اجناس ندارد! شما با مشتریانی مواجه خواهید شد که ممکن است خودشان هم ندانند چه می‌خواهند! پس از صحبت کردن با مشتریان شما می‌توانید بفهمید که آنها به دنبال چه چیزی هستند و قادر خواهید بود تا محصول مورد نیازشان را به آنها پیشنهاد دهید. پس از چند ماه قادر خواهید بود با نگاه کردن به رفتار مشتری، نیازهایش را حدس بزنید. این یکی از آن شیوه‌هایی است که در آن می‌آموزید چگونه ذهن افراد را بخوانید و نیازها و خواسته‌هایشان را پیش‌بینی کنید. علاوه بر این، فرصت کنار آمدن با مشتریان بداخلاق و ناراضی را نیز خواهید داشت. همه چیز در این حالت به توانایی شما بر می‌گردد تا شکایات آنها را شنیده و همه چیز را درست کنید. این تجربه‌ی برخورد با مشتریان ناراضی در آینده بسیار به شما کمک خواهد کرد.

۲ - صنعت غذا

غذا به ویژه غذاهای آماده، صنعت جذابی نیست. برخی از آشپزها و سرآشپزها به مهارتی دست می‌یابند که احترام و تحسین قابل ملاحظه‌ای برایشان به همراه دارد اما این موضوعی نیست که ما به دنبال آن هستیم. حرف ما در اینجا درباره آماده کردن مواد غذایی در یک آشپزخانه‌ی گرم در سریع‌ترین زمان ممکن برای مشتریان منتظر است.

شما با کار کردن در چنین وضعیتی چیزی از پیش‌بینی‌های مالی یا الگوهای سودآوری یاد نمی‌گیرید اما در عوض، کار کردن در محیطی با فشار کاری بالا را تجربه خواهید کرد. در این شغل مجبور هستید سریع کار کنید، چند کار را با هم انجام دهید و در سخت‌ترین شرایط سفارش‌ها را به بهترین شکل ممکن آماده کنید (و اغلب با افرادی کار کنید که مهارت زیادی در کارشان ندارند). این همان محیط طاقت‌فرسایی است که به خوبی شما را برای آشپزی در شرایط سخت، که همان کارآفرینی است، آماده می‌کند.

راه اندازی کسب و کار

۳ - فروشندگی

فروشندگی می‌تواند حرکت مهمی برای هر کارآفرین مشتاق باشد، حتی اگر در ابتدا در شغلی مانند بازاریاب تلفنی مشغول به کار شوید. به هنگام فروشندگی شما مهارت‌های ارتباطی مهم را در حین صحبت با افراد در مورد همه‌ی جنبه‌های زندگی یاد می‌گیرید. شما در این شغل، مهارت‌های ترغیب افراد به خرید را همزمان با بالا رفتن مهارتتان در معامله‌فرا

می‌گیرید. شما با نیازهای مشتری آشنا شده و نحوه‌ی ارضای آنها را یاد می‌گیرید که این کار در آینده برای تولید محصولات با کیفیت بالا به شما کمک خواهد کرد.

علاوه بر این موارد، در محیطی کار خواهید کرد که بخشی از پرداخت‌ها در آن بر اساس حق کمیسیون است. بدین صورت امرار معاش شما در این شغل به توانایی‌تان در موفق شدن بستگی دارد که دقیقا مشابه کارآفرینی است. در واقع در مشاغل مبتنی بر حق کمیسیون می‌توانید صاحب یک کسب‌وکار بودن را تجربه کنید.

۴ - خدمات به مشتری

می‌توان اینطور ادعا کرد که تقریبا می‌توان در هر شغلی (از جمله ۳ شغل ذکر شده‌ی قبلی) خدمات مشتری را مشاهده کرد. اما با این حال فکر می‌کنم تجربه‌ی نقش "خدمات به مشتری" به صورت انحصاری می‌تواند بسیار مهم باشد.

افرادی که در شغل خدمات مشتری فعالیت دارند مجبور هستند در تمام ساعات شبانه روز به سرعت به امور مشتریان رسیدگی کنند. این افراد بدترین، پرتوقع‌ترین و خشمگین‌ترین جنبه‌های انسان‌ها را می‌بینند و همین تجربه می‌تواند به شما برتری لازم در یک محیط رقابتی شدید را هدیه دهد. حفظ خونسردی چهره هنگامی که مشتری ناراضی بر سر شما فریاد می‌کشد، اصلا موضوع خنده داری نیست اما در عمل می‌تواند برای مواجه شدن با هر گونه چالش با مشتریان، که پیش‌روی شماست، آماده‌تان کند.

۵ - مدیریت

آخرین پیشنهاد این است که پیش از آن که وارد سرمایه‌گذاری در یک فرایند کارآفرینانه شوید، سعی کنید تجربه‌ای کاری در زمینه مدیریت به دست آورید. شغل مدیریت مورد نظر حتما نباید مدیریت اداری باشد که کارکنان شما همگی تحصیل کرده و حرفه‌ای باشند بلکه مدیر یک رستوران یا فروشگاه بزرگ بودن هم می‌تواند بسیار آموزنده باشد.

در هر گونه شغل مدیریتی با مفاهیم کار گروهی، تفویض اختیار، مدیریت زمان و تخصیص منابع آشنا خواهید شد که همه‌ی آنها هنگام اداره‌ی یک کسب‌وکار برای شما مفید خواهند بود.

به شخصه معتقدم که یک پست مدیریتی می‌تواند برای شما بسیار مفیدتر از هر کلاس یا جزوه‌ی آموزشی باشد.

چنانچه در هر کدام از مشاغل بالا فعالیت داشته‌اید به تجربه‌هایی که در آن دوران کسب کرده‌اید مجددا فکر کنید. در مورد کار گروهی چه چیزهایی آموخته‌اید؟ در مورد رهبری چطور؟ مدیریت زمان هم در آنجا اهمیت داشت؟ این درس‌ها همگی نکاتی ظریف هستند که هیچ کس به آسانی آن‌ها را در اختیار شما قرار نمی‌دهد اما اگر شما پذیرای آنها باشید، به سادگی می‌توانید آنها را با سبک کاری خود تلفیق کنید.

هر اندازه چشم‌اندازها و تجارب بیشتری را کسب کنید به همان مقدار نیز می‌توانید کسب‌وکار خود را بهبود بخشید.

در حال راه اندازی کسب و کارتان هستید؟

از ۵ اشتباه معمول که تازه کارها مرتکب می‌شوند اجتناب کنید

۵ - زمان ارائه به بازار
انتخاب زمان مناسب برای ارائه به بازار می‌تواند بسیار حساس باشد. بسیاری از افراد زمان معرفی خود را تا وقتی که از انجام همه کارها (محصول، کارکنان، بازاریابی، تناسب با بازار) اطمینان حاصل نکرده‌اند، عقب می‌اندازند چرا که از برداشتن آن گام بزرگ نهرایی می‌ترسند. با این اوصاف، بسیاری از استارت‌آپ‌های ناب، کسب و کارشان را با داشتن تنها یک ایده و یک نمونه اولیه به بازار ارائه می‌نمایند. که این هم همیشه کار هوشمندانه‌ای نیست، چرا که فایده‌ای ندارد که یک کسب و کاری که هنوز محصولی را ندارد که مشتریان حاضر باشند بابت آن پول خرج کنند را به بازار معرفی کنید. شما باید برای آن زمان مناسب برای ارائه به بازار آماده باشید، اما خیلی هم وقت تلف نکنید.

۴ - انتخاب خردمندانه تیم
شاید دوست و همکلاسی شما در دانشگاه جزوه بازاریابان موفق باشد، اما امکان هم دارد در زمینه کاری شما افرادی بهتر از دوست شما هم یافت شوند که در چنین موقعیت‌هایی شما باید به وفاداری خود به شرکت توجه نمایید نه رابطه‌ی دوستانه‌ی که با همکلاسی خود دارید.

۳ - برای چیزهایی پول خرج کنید که در بلند مدت به صرفه جویی پول و سرمایه‌ما کمک می‌کنند
نه تنها این قضیه مهم‌ظاست که در اختصاص سرمایه خود، مسولانه رفتار کنید بلکه نباید در پرداخت به افراد متخصص خارج از کسب و کارتان اشتباه کنید. این موضوع در رابطه با وکیل و برنامه‌نویس‌ها خیلی صدق می‌کند. برای مثال استخدام وکیل برای اینکه قراردادهایی که بسته‌اید را مجدداً بازبینی و مذاکره کند، بسیار پر هزینه‌تر خواهد بود از اینکه کسی را در ابتدای کار پیش از عقد قرارداد استخدام کنید تا یک قرارداد مناسب برای شما تهیه کند. برای برنامه‌نویسان‌ها همین‌طور است. استخدام افرادی که بتوانند یک نرم‌افزار یا بستر نرم‌افزاری خوب را بسازند خیلی کم‌هزینه‌تر است از استخدام افراد جدید برای اینکه گندکاری‌های فرد قبلی را درست کنند. به همین دلیل پیشنهاد می‌شود که از همان ابتدا با آوردن فردی آشنا به مسائل از چنین هزینه‌های دوری شود.

آمارها همیشه در حال تغییر می‌باشند و منصفانه است که بگوییم بیش از نیمی از تلاش کارآفرینان تازه‌کار به شکست منجر می‌گردد. گاهی اوقات هرچند هم که یک صاحب کسب و کار، حرکات هوشمندانه‌ای انجام دهد، نمی‌توان از چنین شکستی، پیشگیری کرد. اما راه کارهایی هم هست که با رعایت آن‌ها بسیاری از کارآفرینان تازه‌کار می‌توانند جزوه موفق‌های بازار باشند. ۵ راه‌کار مناسب جهت کاهش اشتباهات رایجی که کارآفرینان تازه‌کار مرتکب می‌شوند آورده شده است:

۲ - توجه کردن به پول نقد
گاهی سرمایه‌گذاری‌های استارت‌آپی، مبالغ نسبتاً زیادی هستند طوری‌که که انگار پول نقد هرگز به پایان نمی‌رسد. خیلی وسوسه کننده است که پول زیادی را خرج کنیم و به خودمان بگوییم پس از اجرایی شدن ایده بسیار عالی‌مان، آن سرمایه را به همان سرعتی که دریافت شد، به سرمایه‌گذاران برخواهیم گرداند. البته این یک تصور کاملاً نادرست است. چرا که تا زمانی که کسب و کار سود ده نشده است، هر روز آن، هزینه بردار است. مراقب باشید که پول‌های خود را به عنوان یک استارت‌آپ کجاها خرج می‌نمایید. این نکته هم باید در نظر گرفته شود که تمام مراحل و قسمت‌های تجارت خود را جهت پیدا کردن موارد غیر ضروری بررسی کنید و از این طریق در هزینه‌های خود صرفه جویی کنید. هزینه کردن بی‌برنامه و بی‌هدف، یکی از روش‌هایی است که به سرعت کسب و کار شما را پیش از اینکه شانس برای رسیدن به موفقیت داشته باشد، در شرایط بدی قرار دهد.

۱ - دانستن نقاط قوت و ضعف خود
داشتن یک ایده نوآورانه یک چیز است، و آن کسی باشید که بتواند برای تبدیل آن ایده به واقعیت گام بر دارد، یک چیز دیگر. پس از اینکه کسب و کارتان راه اندازی شد، اغلب بنیانگذاران آن در رده‌های بالای مدیریتی درگیر کار می‌مانند. با این کار، کارآفرین باید به اندازه کافی نسبت به نقاط ضعف و قوت خود آگاهی داشته باشند. برای مثال کسی که دیدگاه‌های بزرگ دارد ممکن است علاقه‌ای به انجام کارهای روزمره مانند یک کارمند را نداشته باشد. اگر می‌دانید که زمان یا توانایی مشغول شدن به چنین روال‌های کاری‌ای را ندارید، باید به فکر آوردن یک هم‌بنیانگذار یا استخدام کسی باشید که روی چیز دیگری غیر از آن کارها تمرکز نکند. اینکه خودتان همه کارها را به این دلیل که کسب و کار خودتان است، انجام دهید، وسوسه کننده است اما اگر با خودتان و نسبت به کارهایی که می‌توانید خوب انجام دهید، صداقت داشته باشید، در دراز مدت به نتایج بهتری دست خواهید یافت.





اقتصاد سرزمین آفتاب تابان چه ویژگی‌هایی دارد؟

تحکیم روابط تجاری با ژاپن به عنوان یکی از بزرگ‌ترین اقتصادهای جهان و یکی از خریداران اصلی نفت ایران از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

سومین اقتصاد بزرگ جهان است؛ وضعیت برابری قدرت خرید و رشد تولید ناخالص داخلی در این کشور به گونه‌ای است که به آن رتبه دوم در میان اقتصادهای پیشرفته داده‌است.
هیات های ژاپنی از سرزمین سامورایی‌ها به ایران می‌آیند و برای برقراری روابط تجاری بیشتر با فعالان اقتصادی در ایران حاضر خواهند شد.
ژاپن یکی از خریداران اصلی نفت ایران است، تحکیم روابط با این کشور می‌تواند در بهبود اوضاع اقتصادی ایران بسیار موثر باشد.
ایران می‌تواند از ژاپن به عنوان یکی از برجسته‌ترین اقتصادهای جهان در روابط خود نهایت استفاده را ببرد.
این کشور الگوی تحسین‌برانگیزی برای توسعه اقتصادی است.
این قبیل دیدارها به بهبود روابط تجاری دو کشور کمک خواهد کرد.
پایگاه خبری اتاق ایران به بهانه ورود این هیات، اقتصاد ژاپن و روابط این کشور با ایران را بررسی کرده‌است.

*** چهارمین واردکننده کالا را بیشتر بشناسید**

بررسی‌های انجام شده از داده‌های صندوق بین‌المللی پول نشان می‌دهد که سرانه تولید ناخالص داخلی ژاپن در سال ۲۰۱۴ حدود ۳۷هزار و ۵۱۹ دلار بوده‌است. البته این کشور پیش‌تر موقعیت بهتری داشته‌است. ژاپن یکی از کشورهای عضو گروه ۷ است. البته به دلیل تغییرات ارز این کشور، وقتی تولید ناخالص داخلی ژاپن به دلار سنجیده می‌شود، اندکی نوسان دارد. گزارش‌های پیشین پایگاه خبری اتاق ایران اینطور نشان می‌دهد که این کشور با تورم سالانه ۲.۷درصد، رتبه اول را در متغیر تورم در بین ۱۴۴کشور مورد بررسی مجمع جهانی اقتصاد در سال ۲۰۱۵ داشته‌است. بر اساس آمار سازمان جهانی تجارت، این کشور چهارمین کشور صادرکننده کالا و هفتمین کشور صادرکننده خدمات در سال ۲۰۱۴ در جهان است. همچنین چهارمین واردکننده کالا و ششمین کشور واردکننده خدمات در همین سال است. سهم ژاپن از کل ارزش تولید صنعتی در جهان در دهه گذشته، در سال ۲۰۱۳ حدود ۷.۵درصد بوده‌است.

این کشور با افزایش مالیات بر مصرف خود، تورم را به ۲.۷ درصد رساند و به دلیل نرخ تورم پائین، رتبه اول را در متغیر تورم در رکن اقتصاد کلان کسب کرد. همچنین در شاخص بهداشت و آموزش رتبه چهارم جهان را به خود اختصاص داد. ژاپن یکی از کشورهایی است که سلامت ترین نیروهای کار در جهان را دارد. امید به زندگی در آن بالای ۸۰ سال است (۸۳.۳ سال). رتبه ژاپن در شاخص کارایی بازار کالا ۱۱ و در شاخص کارایی بازار نیروی کار ۲۱ بوده است.

*** سومین تولیدکننده بزرگ خودرو در جهان**

ژاپن سومین تولیدکننده بزرگ خودرو در جهان است. علاوه بر آن بزرگ‌ترین صنعت کالاهای الکترونیکی و برقی نیز همین سامورایی‌ها هستند. این کشور معمولاً بیشترین ابداعات و ابتکارات را دارد. این کشور در زمینه تولید با چین و کره جنوبی رقابت شدیدی دارد. بررسی جریان های ورودی و خروجی سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی ژاپن در نه ماهه سال ۲۰۱۵ (ژانویه تا سپتامبر)حاکمی از آن است که این کشور سرمایه گذاری معکوس و خروج سرمایه دارد. خالص جریانهای ورودی FDI در این کشور در بخش تولید و غیر تولید منفی بوده ولیکن خالص جریان های خروجی آن مثبت و به ارزش ۹۶.۵ میلیارد دلار بوده‌است که ۶۲.۲درصد آن از بخش غیرتولیدی و ۳۷.۴درصد از بخش تولید و صنعت بوده‌است. در بخش صنعت نیز بیشترین سهم های سرمایه گذاری خروجی به‌ترتیب از گروه های: ماشین آلات برقی ۷.۸درصد، تجهیزات حمل و نقل ۷.۱درصد، ماشین آلات با کاربرد عام [۲] ۵.۵درصد، مواد و محصولات شیمیایی و دارویی ۴.۷درصد و صنایع غذایی ۴.۱درصد بوده‌است. برای آشنایی بیشتر با اقتصاد ژاپن این گزارش پایگاه خبری اتاق ایران را بخوانید.

*** شرکت‌های برجسته ژاپنی کدام هستند؟**

شرکت‌های بزرگ و برجسته‌ای در جهان وجود دارند که نام آن‌ها تقریباً در تمامی کشورهای جهان شنیده شده‌است. یکی از شرکت‌ها، شرکت خودروسازی تویوتاست. این شرکت همراه با ضعف ین، فروش فوق‌العاده‌ای در امریکای شمالی داشته‌است. شرکت خدمات مجابراتی و ارتباطی NTT نیز از دیگر شرکت‌های نامی جهان در ژاپن است. این شرکت در حوزه کاری خود رتبه سوم را در سال ۲۰۱۳ در جهان به دست آورد. میتسوبیشی و نیشان هم از دیگر نام‌های آشنایی هستند که با نام کشور ژاپن همراه هستند.

*** روابط دیپلماتیک ایران و ژاپن**

روابط دیپلماتیک ایران و ژاپن نخستین بار در آگوست سال ۱۹۲۹ شکل گرفته‌است. این دو کشور در طول تاریخ رابطه پایدار، قدرتمند و دوستانه‌ای با یکدیگر حفظ کردند. ژاپن یکی از مقاصد مورد علاقه ایرانی‌ها بود. از سال ۱۹۷۴ که ایرانی‌ها به ویزای ژاپنی دست پیدا کردند این روابط تشدید شد اما در سال ۱۹۹۲ به دلیل مهاجرت غیر قانونی ایرانی، این روند قطع شد. این کشور از سال ۲۰۰۴ در میدان‌های نفتی آزادگان در ایران فعالیت می‌کند.

طبل توخالی

با تبلیغات بسیار، گروهی از صنایع کشور را جهت شرکت در نمایشگاه تخصصی جمهوری اسلامی ایران در کشور ایتالیا، شهر رم راهی نمودند. از توصیه گرفته تا خواهش و درخواست هم در این راه استفاده شد.

حدود ۲۵۰ نفر صنعتگر با امیدواری بسیار به نمایشگاه و وعده های داده شده، با بیش از سه میلیارد تومان راهی این سفر شدند و پس از یک هفته عذاب کشیدن، با اعصابی خراب از عدم دستاوردهای مناسب از این نمایشگاه به وطن برگشتند.

اما چرا چنین شد.

۱ – انتخاب رم به جای شهر میلان که مرکز اقتصاد، صنایع و نمایشگاهی ایتالیا می باشد، بزرگترین اشتباه بود.

۲ – عدم اطلاع رسانی کافی، خلوت بودن بیش از حد نمایشگاه و تعطیل کردن نیمی از غرفه ها به صورت روزانه سه الی چهار ساعت زودتر از ساعت پایانی، دلیل آن بود

۳ – حدود ۲۰ درصد غرفه ها یا بارشان نرسیده بود یا شرکت نکرده بودند و به جای آن در غرفه خالی چند عکس و پوستر خودنمایی می کرد.

۴ – با توجه به کمی مساحت غرفه ها، می توانست این نمایشگاه در محل کوچکتری در شهر برگزار گردد که نزدیک تر به شهر می بود.

۵ – متاسفانه طرح سالن نمایشگاه و غرفه ها تا چهار روز مانده به مراسم افتتاح چندین بار دستخوش تغییرات شد که این امر موجب گردید تا غرفه داران چندین بار طرح و دکور و چیدمان خود را با صرف هزینه عوض نمایند.

۶ – در ایران به شرکت کنندگان گفتند در رم غرفه ساز داریم که می تواند غرفه های شما را تا سه روز قبل از افتتاح نمایشگاه اجرا و تحویل نماید ، ولی افسوس، خبری از غرفه ساز نبود و تنها دلخوشی ما داشتن یک چهار دیواری به همراه یک میز و دو سه صندلی برای آن بود. البته غرفه داران خودشان همت به خرج دادند و برای حفظ آبروی خود اقدام به خرید مایحتاج دکوراسیون برای غرفه خود کردند.

۷ – از همه این ها جالب تر اختصاص محل خاصی برای جلسات B2B بود. در هیچ کجای دنیا وقتی غرفه دار با نمونه های بسیاری از کالای خود و شرایط پذیرایی در غرفه حضور دارد، مشتری او را به جای دیگری جهت نشستن و گفتگو کردن هدایت نمی کند؛ نمونه آن بزرگترین نمایشگاه کف پوش جهان در شهر هانور آلمان است که برای همایش ها و نشست هایی به صورت B2B صنعتگر به همراه چند نسخه کاتالوگ حضور دارد، بدون هزینه غرفه سازی و کرایه بار و سایر هزینه های مربوطه. نمونه دیگر آن در کشور خودمان سفر گروه صنایع آچیمیت (سازندگان ماشین آلات نساجی ایتالیا) در اوایل امسال به ایران است که در ۴ شهر تهران، اصفهان، یزد و مشهد همایش برگزار نمودند، ابتدا یک سخنرانی کلی برای آشنایی انجام و سپس جلسات B2B بین خریدار و فروشنده در پشت یک میز و با کمترین هزینه برگزار شد که نتیجه ان فروش تعداد بسیاری ماشینت آلات به صنعتگران ما بود؛ حال آنکه ما ایرانیان با بردن چند هزار کیلو بار به کشور آنها، با کمترین دستاورد برگشتیم.

در آخر هم باید بگویم در ۵ روز برگزاری نمایشگاه، چندین بار از طرف رادیو و کانال های تلویزیون ایتالیا برای فیلمبرداری و مصاحبه آمدند و از غرفه های خالی از مشتری فیلمبرداری و در شبکه های خود نشان دادند…!



با ۵ میلیارد در اول دنیای فناوری

در سال ۲۰۱۶ آشنا شوید

در دهه‌های اخیر با رشد فناوری افرادی زیادی وارد لیست میلیاردرهای جهان شده‌اند، در ادامه نگاهی به ۵ میلیارد دنیای فناوری در سال ۲۰۱۶ خواهیم داشت.

به نقل از زومیت، پیشرفت صنعت فناوری در چند دهه‌ی گذشته، صاحبان ایده را در این حوزه بسیار مسمول کرده است، بطوریکه بخشی از لیست افراد ثروتمند در کل جهان متعلق به فعالان حوزه‌ی IT است. از میان ۱۰ میلیارد برتر دنیای فناوری ۴ نفر تحصیل در دانشگاه را رها کرده‌اند. لیست ۱۰ نفر میلیارد در دنیای فناوری از دو کشور آمریکا و چین هستند.

مجموع ثروت ۱۰ نفر مورد بحث بیش از ۱۸۰۲ میلیارد دلار برآورد شده که شامل پول نقد، سهام و سایر دارایی‌ها است. شماری از این افراد با سوابق تغییر شرایط و بهبود وضعیت جهان اقدام به هزینه کردن دارایی‌های خود می‌کنند، حال آنکه شمار دیگری از افراد به سرمایه‌گذاری در تیم‌های ورزشی پرداخته و عده‌ای نیز به گسترش کسب و کاری که از طریق آن ثروتمند شده‌اند، می‌پردازند.

لیست مورد نظر با همکاری بیزنس اینسایدر و موسسه‌ی تحلیلی Wealth-X با استفاده از لیست ۵۰ ثروتمند برتر دنیا تهیه شده است.

۱. بیل گیتس

ارزش دارایی: ۸۹.۴ میلیارد دلار

سن: ۶۰ / کشور: آمریکا

حوزه کسب و کار: فناوری / منبع ثروت کسب شده: کمپانی مایکروسافت

بیل گیتس نه تنها ثروتمندترین فرد در میان میلیاردرهای دنیای فناوری، بلکه

متمول‌ترین انسان حال حاضر روی کره‌ی زمین است. گیتس در سال‌های اول

فعالیت خود موفق شد تا به ثروت عظیمی دست یابد. بیل گیتس در سن ۳۰

سالگی و همزمان با عرضه‌ی عمومی سهام مایکروسافت ثروتمند شد. گیتس

پس از تاسیس مایکروسافت، این کمپانی را برای سال‌ها اداره کرد. گیتس در

سال ۲۰۰۰ از مدیرعاملی مایکروسافت کناره‌گیری کرد، اما وی کرسی خود در هیئت مدیره را حفظ کرده است. پس از کناره‌گیری از سمت مدیرعاملی،

گیتس تمرکز خود را بیشتر روی امور خیرخواهانه قرار داده است.

بیل گیتس با همکاری همسر خود، ملیندا گیتس، هدایت بنیاد خیریه گیتس را بر عهده دارد. تمرکز اصلی بنیاد گیتس یافتن منابع انرژی جدید و استفاده

از منابع موجود به شکل بهینه و پاک است. متخصصان بنیاد گیتس در پی آن هستند تا جایگزین ارزانی را در برای سوخت‌های فسیلی و زغال سنگ

یافته و مورد استفاده قرار دهند. گیتس معتقد است که در ۱۵ سال آینده معجزه‌ی انرژی رخ داده و تمام مشکلات موجود در رابطه با اتمام انرژی‌های

فسیلی در کنار آلودگی این نیروها از بین خواهد رفت.

۲. جف بزوس

ارزش دارایی: ۵۱.۲ میلیارد دلار

سن: ۵۲ سال / کشور: آمریکا

حوزه کسب و کار: فناوری / منبع ثروت کسب شده: آمازون

جف بزوس با آغاز کار کمپانی در پارکینگ منزلش، فرآیند خرید و فروش اجناس را با استفاده

از پتانسیل اینترنت و فضای آنلاین تسهیل کرده و از این طریق به ثروت عظیمی دست یافت.

بزوس ابتدا به فروش کتاب پرداخت، اما پس از مدتی آمازون همه چیز می‌فروخت. پس از

شکل گرفتن آمازون و گسترش کسب و کار این سرویس آنلاین و استحکام شالوده‌های

آن، بزوس سرمایه‌گذاری در سایر حوزه‌ها را نیز آغاز کرد، بطوریکه وی اکنون رسانه‌هایی

نظیر روزنامه‌ی واشنگتن پست را در اختیار داشته و کمپانی Blue Origin را نیز با هدف

توسعه‌ی موشک‌های چندبار مصرف تاسیس کرده است.

آمازون امروزه دیگر تنها یک فروشگاه اینترنتی نیست، چراکه این کمپانی فعالیت‌های خود در حوزه‌ی سرگرمی را نیز گسترش داده و با سرویس آمازون پرایم نام خود را به عنوان یک سرویس استریم ویدیو مطرح کرده است. آمازون اخیرا سرویس استریم موسیقی خود را نیز عرضه کرد. فعالیت در حوزه‌ی ارائه‌ی خدمات ابری از دیگر حوزه‌هایی است که آمازون به آن وارد شده و وب‌سرویس این کمپانی میزبان وبسایت‌های بی‌شماری است. جف بزوس در پی آن است تا با استفاده از پهپاد، روند ارسال کالا را دگرگون کند.

۳. مارک زاکربرگ

ارزش دارایی: ۴۶.۲ میلیارد دلار

سن: ۳۱

کشور: آمریکا

حوزه کسب و کار: فناوری / منبع ثروت کسب شده: فیسبوک

زاکربرگ را باید جزو نسل جدید ثروتمندان دنیای فناوری خواند که با ایده‌های جدید خود

را به ثروت رساندند. زاکربرگ توسعه‌ی فیسبوک را از دانشگاه هاروارد، زمانی که دانشجوی

بود، آغاز کرد. وی برای توسعه و عرضه‌ی سرویس خود دانشگاه را کنار گذاشته و هرگز

برای ادامه تحصیل بازنگشت.

زاکربرگ هم اکنون ۳۱ سال دارد و پس از ازدواج صاحب یک فرزند شده است. زاکربرگ

تصمیم گرفته تا ۹۹ درصد از ثروت خود را به مرور طی دوران زندگی‌اش برای مبارزه با مشکلاتی نظیر بیماری ابولا و کمک

به سیستم آموزش عمومی واگذار کند.

۴. لری ایسون

ارزش دارایی: ۴۶.۱ میلیارد دلار

سن: ۷۱ / کشور: آمریکا

حوزه کسب و کار: فناوری / منبع ثروت کسب شده: اوراکل

لری ایسون، بنیان‌گذار کمپانی اوراکل، یکی از بزرگ‌ترین کمپانی‌های نرم‌افزاری

جهان است. در صورتی که نام اوراکل را نشنیده باشید، چندان جای تعجبی ندارد،

چراکه اغلب نرم‌افزارهای اوراکل برای استفاده عموم نیست. توسعه‌ی نرم‌افزارهای

دیتابیس برای کسب و کارها و نهادهای دولتی از جمله‌ی خدمات این کمپانی

بزرگ است. اوراکل همچنین با ارائه‌ی بستر مورد نیاز برای توسعه‌دهندگان، امکان

کدنویسی و ایجاد نرم‌افزارها را در اختیار افراد قرار می‌دهد. پس از مایکروسافت،

کمپانی خواند که نرم‌افزارهایش بصورت گسترده در سراسر جهان مورد استفاده قرار می‌گیرد. ایسون یک جزیره در هاوایی در اختیار دارد و استیو

جایز یکی از بهترین دوستان وی بود.

۵. لری پیج

ارزش دارایی: ۳۷.۸ میلیارد دلار

سن: ۴۲ / کشور: آمریکا

حوزه کسب و کار: فناوری / منبع ثروت کسب شده: گوگل

لری پیج یکی از شرکای گوگل است که ثروتی بیش از دیگر مالک این

کمپانی، یعنی سرگئی برین دارد. پیج سمت مدیریت عاملی آلفابت را بر

عهده دارد. هلدینگ آلفابت را باید کمپانی مادر گوگل خواند که برای

کاهش بار گوگل و همچنین درآمدزایی از سایر کمپانی‌های تحت تملک

غول جستجو تاسیس شد. ساندار پیچای هم‌اکنون به عنوان مدیرعامل

گوگل انجام وظیفه می‌کند. پیج و برین دو نفری بودند که گوگل را

تاسیس کرده و این سرویس را از ابتدا توسعه دادند. وظیفه‌ی پیج توسعه‌ی

الگوریتم هسته‌ی اصلی موتور جستجوی گوگل بود که نتایج را طبق یک

رده بندی مشخص مرتب می‌کرد. پیج در سن ۳۰ سالگی ثروتمند شد و در زمان تصاحب اندروید توسط گوگل، سکان هدایت غول جستجو را بر

عهده داشت. هرچند پیج برای یک دهه از سمت مدیرعاملی گوگل کنار کشید، اما پس از ۱۰ سال و در سال ۲۰۱۱ دوباره به عنوان مدیرعامل

گوگل، هدایت این کمپانی را در دست گرفت.





یک کسب کار برخورد می کنند و آن استقبال مشتریان از آن کسب و کار خواهد بود.

در مثال اول که شما صاحب یک کسب و کار سنتی به همراه تجربه بودید، ناگزیر در یک مقطعی متوقف شدید. در مثال دوم که اجماعی از دوستان باهوش و دارای علم و دانش و آگاهی بودند، باز هم در مقطعی متوقف شدند.

برآیند این دو قصه کوتاه موید این نکته مهم است که دانش به تنهایی عامل موفقیت شما نخواهد بود، هر چند که تجربه شاید بتواند مدت زمان بیشتری را برای بقای کسب و کار به شما بدهد، اما پیشرفت های فناوری و تغییرات بسیار سریع در سبک زندگی، تجربه را هم به چالش کشیده است؛

در اینجا فرمولی را که مربیان کسب و کار پیشنهاد می دهند، آمیختن "تجربه و دانش" به صورت توأمان است که می تواند تولید مهارت کند. اما چه نوع مهارتی؟ "مهارت کاربردی".

امیدوارم روزی برسد که به کمک تجربه پیش کسوتان در حوزه کسب و کار و دانش به روز جوانان، بتوانیم شاهد شنیدن نام برندهای ایرانی در سطح جهانی باشیم

موفقیت در این عرصه "تجربه" به عنوان یک اصل مهم است، اما این بدان معنی نیست که "دانش به روز شده" با آن تناقض دارد؛ لذا برای مدیرین کسب کار بایستی دانش و تجربه را در هم آمیخته و از آن برای استخراج مهارت های کاربردی استفاده کرد.

امروزه در عرصه کسب و کار و مشاوره، کلمه "کاربردی" کم رنگ شده، اما معنای دقیق کاربردی بودن در یک کسب و کار چیست؟ اجازه می خواهیم آن را با یک مثال مطرح کنیم؛

فرض کنید شما در بازار سنتی چند ده ساله خودتان مشغول کسب و کار هستید و به ناگاه متوجه افت در تجارت خودتان می شوید، از حضور مشتریانانتان کاسته می شود، قیمت ارز و نوسانات آن کسب و کار شما را دچار اختلال کرده است و ... در این جا دو حالت پیش خواهد آمد؛ اگر این موارد به صورت گذرا باشد، شما به عنوان مدیر کسب و کارتان می توانید آن را مدیریت نمایید و از این برچه زمانی به سلامت گذر کنید، اما اگر این روند ادامه دار باشد تکلیف چیست؟ خیلی از کسب و کارهای اطراف ما به خاطر تداوم چنین مشکلاتی به ورطه ورشکستگی افتاده اند و یا به کسب و کارهای دیگری رو آورده اند، دلیل چیست؟ مطمئناً تجربه شما توانسته شما را تا چند مدت به جلو هدایت کند اما از یک زمانی به بعد دیگر نتوانستید ادامه دهید. این مطلب را تا این جا در ذهن داشته باشید تا حالت دیگری را در کنار آن بررسی کنیم.

**فقط کافیتست
راه و روش تجارت
کردن و اداره کسب و کار را
بیاموزیم**

یک عده جوان خوش ذوق و عمدتاً دانشجوی مستعد، گرد هم می آیند و تصمیم به راه اندازی کسب و کاری جدید دارند، ایده خوبی در ذهن دارند و با یک حساب سرانگشتی و بدون تجربه در ذهن خود یک زندگی مرفح و پول زیاد را می پروراند، در مرحله بعد وارد گود می شوند، از این جا به بعد است که مشکلات زیادی بر سر راه آنها ظاهر می شود، در خوشبینانه ترین حالت می توان گفت و امیدوار بود که آنها تا انتهای خط را طی کنند اما در آنجا هست که به بزرگترین چالش



دکتر دیاکونوروزی
مجری اولین Business Coach حرفه ای در ایران

مهارت کاربردی = تجربه + دانش

تحويل می دادم و از یخچال به پایین می پریدم، احساس می کردم که "چقدر مانند آدم بزرگ ها دارم کاسی می کنم" و راه پول در آوردن را هم بلدم.

از آن زمان تا کنون بیش از ۳۴ سال گذشته و من همچنان لذت پول درآوردن و فعالیت در این راستا را نتوانستم هیچ وقت فراموش کنم.

وقتی رانندگی را فرا می گیریم دیگر تفاوتی نمی کند که برند اتومبیل چه باشد، هر چه باشد از پس راندن آن بر خواهیم آمد. باور من ظرف این ۳۴ سال عمر اضافه شده به مقطع ۶ سالگی ام و ۱۷ سال سابقه کاری حرفه ای در زمینه بازاریابی این است که "فقط کافیتست راه و روش تجارت کردن و اداره کسب و کار را بیاموزیم" و ما بقی آن را هم به کمک سایر متخصصین به جلو ببریم.

کسب و کار و اداره کردن آن می تواند خیلی ساده باشد اگر بتوانیم به نحو صحیح آن را اداره نماییم و می تواند مانند کابوسی وحشتناک برای زندگی و کسب و کار ما باشد اگر نتوانیم آن را درست هدایت کنیم.

به عنوان یک مربی کسب و کار، تجربه به من ثابت کرده که برای

یادم می آید طمانیکه برای اولین بار در سوپر مارکت عمومی خودم، زمانی که بیش از ۶ سال سن نداشتم، رفتم روی یخچال صندوقی مغازه نشستم و از عمومی خودم تقاضا کردم اجازه دهد مشتریانی را که بستنی می خواهند را من به آنها بستنی بدهم؛ خوب در خاطر دارم که به خاطر جثه کوچک و وزن سبک حتی چند باری هم به داخل یخچال بستنی ها افتادم، اما لذت پول گرفتن از دست مشتریان و تحويل بستنی به آنها، هیچ وقت از ذهنم پاک نشد. یادم می آید عمو به من می گفت تو بستنی را به مشتری بده و بعد به آنها بگو برای حساب کردن مبلغ آن به پای پاچال مراجعه کنند؛ اما من مخالفت کردم و گفتم نه! گفتم اینجوری معلوم نیست چه شخصی پول بستنی را حساب کرده و چه شخصی نپرداخته و اگر مغازه شلوغ باشد شما متوجه نخواهید شد.

به همین خاطر یک کاسه برداشتم و همزمان با تحويل بستنی به مشتری پول آن را هم می گرفتم.

یادم هست در پایان وقت کاری، زمانیکه کاسه پر از پول را به عمو

آیا استارت‌آپ شما در آینده می‌تواند از نظر اقتصادی توجیه داشته باشد؟

در بسیاری از وبلاگ‌ها و مطالب آموزشی کارآفرینی به کسانی که در ابتدای راه اندازی یک کسب و کار هستند توصیه شده است که درباره‌ی جزئیات کاری که می‌کنند داده‌ها و اطلاعات کافی گردآوری نمایند

برای مثال ابزارهای آماری مانند گوگل آنالیتیکس معرفی می‌گردد. بسیاری هم این کار را انجام می‌دهند و مثلاً گوگل آنالیتیکس را برای وب سایت یا اپ موبایل شان راه اندازی می‌نمایند. اما اغلب این افراد نمی‌توانند از آماری که از طریق این ابزارها گردآوری می‌شود استفاده لازم را ببرند و صرفاً به مشاهده‌ی تعداد بازدیدها یا دفعات نصب برنامه اکتفا می‌نمایند.

این ابزارها پر هستند از داده‌های گوناگون و انوام و اقسام فرم و گزارش، و تا زمانیکه ندانید که با آن‌ها چکار می‌خواهید بکنید، احتمالاً وقت تان دارد تلف می‌شود.

هر کارآفرین مصممی که در این راه گام بر می‌دارد پس از مدتی متوجه می‌شود که به جای توجه پراکنده به همه‌سنگه‌ها و آمارهایی متعددی که گوگل آنالیتیکس نشان می‌دهد بهتر است به تعداد معدودی از آن‌ها توجه مداوم و یکدست داشته باشد.

در این مطلب و مطالب بعدی نگاهی جامع و دقیق به سنجه‌هایی که برای درک درست و ارتقای یک کسب و کار نوپا لازم است خواهیم انداخت.

هدف از انتشار این مطلب و مطالب بعدی کمک به استارت‌آپی‌ها و کارآفرینان تازه‌کار برای پاسخگویی به این پرسش است که آیا کسب و کار نوپا در آینده می‌تواند از نظر اقتصادی توجیه داشته باشد یا خیر؟

کسی از یک استارت‌آپ انتظار ندارد که در روزها و ماه‌های اولیه راه اندازی اش سودآوری کند. در واقع برای مدتی هر کسب و کار نوپا، در حال هزینه کردن است و درآمدی نخواهد داشت به این امید که به مرور، میزان درآمد به اندازه‌ای برسد که هزینه‌ها را پوشش دهد و از آن بیشتر گردد تا به سود برسد.

در بسیاری از کسب و کارهای نوپا که برای ورود به مراحل گسترش سرمایه جذب می‌نماید حتی با اینکه آن کسب و کار به مرور در جذب مشتری به موفقیت‌هایی می‌رسد اما افزایش تعداد مشتری‌ها، نگه‌داری آنان، ارائه خدمات مناسب و جلب رضایتشان هزینه‌های بیشتری را تحمیل می‌نماید که کار را برای مدیریت و سرمایه‌گذاران از این جهت که آیا در آینده ادامه آن مدل کسب و کار توجیه اقتصادی دارد یا خیر، دشوار می‌کند.

خوشبختانه برای اینکار، یک سری ابزارها وجود دارند. یک راه بسیار خوب برای درک هر مدل کسب و کاری، پاسخ دادن به یک پرسش ساده است:

آیا درآمدی که از مشتریان کسب می‌نمایم از هزینه‌ای که برای جذب آنها می‌کنم بیشتر است؟

در اصل، پاسخ دادن به این سوال، تلاش برای درک اقتصاد هر کاربر است و برای رسیدن به پاسخ مناسب، به ۲ سنجه بسیار مهم نیاز داریم:

CLV – Customer Lifetime Value ارزشی که از یک مشتری در طول تعاملات با او ایجاد می‌شود

CAC – Cost to Acquire a Customer هزینه جذب یک مشتری

کارآفرینان تازه‌کار، اغلب نسبت به هزینه‌های جذب مشتری بیش از اندازه خوشبین هستند. ریشه این خوشبینی، این تصور است که مشتریان نسبت به محصول یا خدمت ارائه شده خیلی مشتاق هستند و به هر ترتیب که شده می‌آیند و محصول یا سرویس را می‌خرند. اما واقعیت بسیار با این تصور متفاوت است و مشتریان به این آسانی به چیزی که ساخته‌اید توجه نمی‌کنند. در نتیجه شما باید هزینه‌های زیادی را صرف بازاریابی و تبلیغات نمایید که باز هم ممکن است تاثیر زیادی نداشته باشند.

هزینه جذب یک مشتری

این هزینه به این شکل تعریف می‌شود: مجموع تمامی هزینه‌هایی که برای بازاریابی و فروش انجام شده، تقسیم بر تعداد مشتریانی که بعد از آن اضافه می‌شوند.

در روزها و ماه‌های اولیه از شروع یک کسب و کار، با توجه به اینکه تعداد مشتریان جذب شده به طور طبیعی کم می‌باشد اگر

هزینه زیادی برای بازاریابی انجام شود، این عدد، خیلی زیاد خواهد شد. به این دلیل، یک استارت‌آپ بیشتر از اینکه

برای بازاریابی هزینه کند، از توان اعضای تیم برای جذب مشتریان جدید استفاده می‌کند. که این کار موجب

می‌شود تا به عدد منطقی‌تری برای محاسبات آینده برسیم.

Customer Lifetime Value

همه می‌دانیم که هزینه جذب یک مشتری جدید از هزینه‌ای که برای نگه‌داری یک مشتری قبلی

صرف می‌شود بیشتر است. بنابراین گسترش زمانی و افزایش تعداد دفعات خرید توسط مشتریان

فعلی، منطقی و برای کسب و کار مفید است. به همین شکل، دانستن CLV به ما کمک می‌کند تا انرژی و منابع خود را بر روی کانال‌ها و روش‌هایی که منجر به جذب مشتریان پرسود

می‌شود متمرکز کنیم. شما باید مدل بازاریابی و استراتژی‌های مشتری‌مداری تان را طوری

طراحی و اجرا کنید که در طول زمان سود و ارزش بیشتر برای برند شما ایجاد کند تا یک

فروش اولیه.

در واقع شما باید کاری کنید که CLV کسب و کارتان از CAC آن بیشتر شود.

به طور ساده، CLV اینگونه محاسبه می‌شود:

میانگین ارزش یک فروش (فاکتور) تعداد فروش‌های تکراری میانگین زمانی که یک

مشتری معمولی حفظ می‌شود (به ماه یا سال)

برای مثال، ارزش یک عضو باشگاه بدنسازی که ماهیانه ۱۰۰ هزار تومان شهریه پرداخت

می‌کند و ۳ سال به آن باشگاه می‌رود، می‌شود:

۱۰۰.۰۰۰ تومان ضربدر ۱۲ ماه ضربدر ۳ سال = ۳۶۰۰.۰۰۰ تومان

در همین مثال ساده می‌بینید که یک عضو برای آن باشگاه در سال ۱.۲۰۰.۰۰۰ تومان درآمد

ایجاد می‌کند و تا زمانی که این درآمد از هزینه‌های صرف شده برای جذب آن مشتری بیشتر

باشد، آن مشتری سوددهی ایجاد می‌کند. بنابراین، اگر آن باشگاه بدنسازی مثلاً دو ماه عضویت

رایگان ارائه کند، موجب شود تعداد افراد زیادی عضو شوند تا بلکه از میان آنان تعداد بیشتری عضویت

غیر رایگان را ادامه دهند.



گزارشی با عنوان «مطالعات تطبیقی تأمین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط در جهان؛ تجربه هند» به وضعیت SME ها در این کشور پرداخته است.

توسعه کسب و کارهای کوچک و متوسط به عنوان عامل مهم توسعه اقتصادی کشورها شناخته می‌شود. این کسب و کارها از طریق ایجاد کارآفرینی و خلق نوآوری، سبب ایجاد اشتغال و افزایش درآمد و در نتیجه سبب رشد اقتصادی می‌شوند. «مطالعات تطبیقی تأمین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط در جهان؛ تجربه هند» نشان می‌دهد علی‌رغم نقش کلیدی این بنگاه‌ها در اقتصاد، در ایران این کسب و کارها همچنان با چالش‌ها و مشکلات اساسی مواجه هستند. هدف از انجام این مطالعه، بررسی و بهره‌گیری از تجربیات کشورهای موفق و روش‌ها و استراتژی‌های به کار گرفته شده توسط سیستم‌های مالی این کشورها در تأمین مالی، حمایت از این بنگاه‌ها و مرتفع ساختن مشکلات پیش روی آنها است.

بر اساس آمار بانک جهانی در سال ۲۰۱۵، کشور هند با تولید ناخالص داخلی ۷۵۱۲ میلیارد دلار بر اساس برابری قدرت خرید، سومین اقتصاد دنیا پس از چین و آمریکا بوده که توانسته است علی‌رغم وجود چالش‌های اقتصاد جهانی، رشد مثبت خود را حفظ کرده و پارامترهای اقتصاد کلان خود از جمله تورم، کسری مالی و تراز حساب جاری را بهبود ببخشد. بخش بنگاه‌های کوچک و متوسط به عنوان یک بخش پویا و فعال در اقتصاد این کشور در پنج دهه گذشته مطرح بوده است. طبق گزارش سال ۱۵ - ۲۰۱۴ وزارت خانه بنگاه‌های کوچک و متوسط هند، نرخ رشد سالانه این بنگاه‌ها در فاصله سال‌های ۱۴ - ۲۰۰۷، به طور متوسط ۴.۴ درصد برآورد شده و در نتیجه انتظار می‌رود که در پایان سال ۲۰۱۴ تعداد بنگاه‌های کوچک و متوسط در این کشور به ۴۸۸ میلیون بنگاه رسیده باشد.

مهمترین منبع تأمین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط در هند بانک‌ها هستند. با این وجود دولت با هدف تأمین حداقل ۴۰ درصد از کل منابع مالی در دسترس برای بنگاه‌های کوچک و متوسط از طریق منابع بانکی، در پی تسهیل اعطاء و افزایش میزان تسهیلات ویژه برای بخش صنایع کوچک و متوسط است. قسمت کوچک تری از تأمین مالی بنگاه‌های کوچک و متوسط نیز از طریق بخش غیر بانکی و مؤسسات متنوعی انجام می‌شود که در این بخش فعالیت دارند.

بنگاه‌های کوچک و متوسط، موتور رشد و توسعه اقتصادی

بنگاه‌های کوچک و متوسط (SMEs) موتور رشد و توسعه اقتصادی در همه کشورهای در حال توسعه و اقتصادهای آزاد هستند؛ به طوری که امروزه جهان به این واقعیت معترف است که این بنگاه‌ها نقش کاتالیزوری در فرآیند توسعه ایفا کرده و بر خلاف تصور رایج موجود

که بنگاه‌های کوچک و متوسط را رقیب صنایع بزرگ می‌پندارد، اغلب تکمیل‌کننده فعالیت آن‌ها هستند. در حقیقت صنایع کوچک و متوسط خالقان بزرگ اشتغال و تجارت هستند که حدود نیمی از تولید ناخالص داخلی در کشورهای بالا را تشکیل می‌دهند. به علاوه این صنایع با تولید کالاهای جدید و متنوع، نقش مهمی در افزایش رقابت‌پذیری در بازارهای جهانی دارند. بررسی‌های شرکت تأمین مالی بین‌المللی (IFC) نشان می‌دهد که حدود نصف تا دو سوم از بنگاه‌های کوچک و متوسط در بخش رسمی اقتصاد، از کمبود دسترسی به منابع مالی مناسب آسیب می‌بینند. بنابراین مسئله تنوع بخشیدن به منابع تأمین مالی و تسهیل دسترسی به اعتبار برای بخش بنگاه‌های کوچک و متوسط به دلیل نقش قابل توجه آن در اقتصاد کشورها، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

هند با داشتن گستره جمعیتی بسیار وسیع، فضای کارآفرینی رو به رشد، یک بازار داخلی عظیم و یک حکومت مردمی پایدار، توانسته است جایگاه خود را به عنوان یکی از قدرت‌های اقتصادی بزرگ در دنیا استحکام بخشد. طبق پیش‌بینی‌های بانک جهانی و صندوق بین‌المللی پول، در سال ۲۰۱۶ و ۲۰۱۷ رشدی معادل ۷.۵ درصد در انتظار این کشور است. با این وجود اقتصاد این کشور با چالش‌هایی از جمله کاهش صادرات، کمبود زیرساخت، موانع کسب و کار و سرعت کند اعمال اصلاحات مواجه است. بنابراین برای حصول اطمینان از ادامه حرکت رو به جلوی اقتصاد و نیز تأمین نیازهای جمعیت فزاینده، اقتصاد هند نیاز به رشدی سریع دارد. بخش بنگاه‌های کوچک و متوسط هند، به دلیل نقش حیاتی در شتاب بخشیدن به رشد و توسعه اقتصادی پایدار و افزایش اشتغال، تولید صنعتی و صادرات، از اهمیت بسیاری برخوردار هستند. به همین دلیل حمایت از این بنگاه‌ها و تسهیل در امر تأمین مالی آن‌ها در دستور کار دولت هند قرار گرفته و سیاست‌های متنوعی در جهت رفع چالش‌های موجود بر سر راه این بنگاه‌ها ابداع شده است.

اقتصاد کشور هفتاد و دو ملت

اقتصاد هند، اقتصادی متنوع است و زراعت سنتی روستایی، کشاورزی مدرن، صنایع دستی، گستره وسیعی از صنایع مدرن و صنعت و خدمات انبوهی را در بر می‌گیرد. اندکی کمتر از نصف نیروی کار هند در بخش کشاورزی اشتغال دارند. علی‌رغم این مسئله، خدمات با در اختیار داشتن حدود یک سوم نیروی کار این کشور، منبع اصلی رشد اقتصادی و منشا خلق نزدیک به دو سوم از تولیدات اقتصادی هند محسوب می‌شود.

بر اساس آمار بانک جهانی در سال ۲۰۱۵، کشور هند با تولید ناخالص داخلی ۷۵۱۲ میلیارد دلار بر اساس برابری قدرت خرید، سومین اقتصاد دنیا پس از چین و آمریکا بوده و با تولید ناخالص داخلی ۲۰۷۴ میلیارد دلار بر اساس قیمت‌های جاری هفتمین اقتصاد جهان پس از آمریکا، چین، ژاپن، آلمان، انگلستان و فرانسه به شمار می‌آید. با این وجود این کشور واقع در جنوب آسیا، جزء کشورهای با درآمد متوسط پائین محسوب می‌شود. زیرا با جمعیت ۱۳۱۱ میلیون نفر در سال مذکور، در تولید ناخالص داخلی سرانه

رتبه ۱۲۱ را بر اساس برابری قدرت خرید (با ۵۷۳۰ دلار بین‌المللی) و رتبه ۱۳۱ را بر اساس قیمت‌های جاری (با ۱۵۸۲ دلار آمریکا) را در بین ۱۶۹ کشور مورد بررسی دارد. در سال ۲۰۱۵ بیشترین سهم ارزش افزوده را در اقتصاد هند، بخش خدمات با ۵۲.۶ درصد از تولید ناخالص داخلی و پس از آن بخش صنایع و معادن با ۳۰ درصد و در آخر بخش کشاورزی با ۱۷.۴ درصد داشته است.

بررسی‌های بانک جهانی از میزان فقر در هند در سال ۲۰۱۲ نشان داده است که از هر ۵ نفر هندی یک نفر فقیر است، یعنی ۲۰ درصد جمعیت (حدود ۲۶۰ میلیون نفر) فقیر محسوب می‌شوند که ۸۰ درصد آنها در روستاها زندگی می‌کنند. با این حال هندوستان با ۴۹۷ میلیون نیروی کار، دومین کشور جهان بعد از چین با ۸۰۶ میلیون نیرو در سال ۲۰۱۴ بوده است. بخش بنگاه‌های خرد، کوچک و متوسط به عنوان یک بخش پویا و فعال در اقتصاد هند در پنج دهه گذشته مطرح بوده است. این بنگاه‌ها نه تنها نقش مهمی در فراهم کردن فرصت‌های شغلی بیشتر و کم هزینه‌تر برای کارفرما در مقایسه با صنایع بزرگ دارند، بلکه به صنعتی شدن مناطق روستایی و کم‌تر توسعه یافته این کشور نیز کمک می‌کنند. نتیجه فعالیت این بخش در اقتصاد، کاهش عدم توازن‌های منطقه‌ای، اطمینان از توزیع عادلانه‌تر درآمد و ثروت و کاهش فقر است. به منظور تجهیز صنایع کوچک و متوسط به قابلیت‌های مورد نیاز برای رقابت در بازارهای جهانی، دولت هند سیاست‌های نوآورانه و متنوعی را طراحی کرده و در برنامه‌های توسعه پنج ساله خود، مسیر توسعه این بخش را

مشخص کرده است.

طبق گزارش بانک توسعه آسیایی (ADB)، هند بعد از چین، با داشتن ۴۸۸ میلیون کسب و کار کوچک و متوسط، دومین کشور جهان از نظر تعداد این کسب و کارها بوده است؛ به طوری که در پایان مارس ۲۰۱۴، بالغ بر ۱۱۱.۳ میلیون نفر در این بخش مشغول به کار بوده که در مقایسه با سال قبل از آن، رشدی معادل ۴.۹ درصد داشته است. همچنین در پایان مارس ۲۰۱۳، این کسب و کارها ۳۷.۵ درصد از ارزش افزوده تولیدات کارخانه‌ای را ایجاد کرده بودند.

کمیسیون برنامه‌ریزی هند برآورد کرده است که کل تقاضای اعتبار بخش بنگاه‌های کوچک و متوسط در پایان مارس ۲۰۱۴ معادل ۲۸۰.۴ میلیارد روپیه بوده که ۷۰ درصد از آن مربوط به تقاضای سرمایه‌گردش و ۳۰ درصد نیز تقاضای مربوط به سرمایه ثابت است. کل عرضه اعتبار نیز در پایان مارس ۲۰۱۴ معادل ۱۲.۳۸ میلیارد روپیه تخمین زده شده که نشان دهنده یک شکاف ۵۶ درصدی در بازار اعتبار است. انتظار می‌رود که این شکاف تا پایان مارس ۲۰۱۷ به ۴۳ درصد کاهش یابد، چرا که اعتبارات مربوط به بخش بنگاه‌های کوچک و متوسط در بانک‌ها، سالانه ۲۰ درصد رشد می‌کند.



5

گزینه برای کارآفرینی با کمترین سرمایه اولیه

منابع مالی محدود و نداشتن سرمایه‌ی اولیه زیاد، موانعی مشترک در بین بسیاری از علاقمندان به کسب و کار است؛ اما این محدودیت بدین معنی نیست که برای شروع کارآفرینی گزینه‌های دیگری وجود ندارد! اگر شما ترکیبی مناسب از مهارت، اخلاق و دانش بازاریابی داشته باشید، شروع کسب و کار با پول بسیار کم نیز امکان‌پذیر است. به عقیده‌ی کریس گی‌یو (Chris Guillebeau) نویسنده‌ی کتاب استارت‌آپ ۱۰۰ دلاری، برای موفق شدن در یک پروژه‌ی کسب و کار، به‌خصوص پروژه‌های که برای راه‌اندازی آن ذوق و شوق دارید، فکر کردن دقیق به آن دسته از مهارت‌هایتان که می‌تواند برای حل مشکلی از دیگران مفید باشند، به‌ویژه فکر کردن برای یافتن راهی جهت ترکیب آن مهارت‌ها، اهمیت زیادی دارد.

اگر به کارآفرینی علاقمندید و برای شروع کسب و کار شخصی خود ذوق و شوق دارید ولی نگران نداشتن پول کافی برای شروع هستید، این پنج گزینه را مد نظر قرار دهید:

۱. چیزی بسازید.

اگر در ساختن عروسک، مجسمه، لوازم دکوری، اپلیکیشن و هر چیز دیگری مهارت دارید گزینه‌ی اول شما برای کارآفرینی استفاده از این مهارت‌تان است. بله، ساختن هر چیزی هزینه‌های اولیه‌ای دربر خواهد داشت، اما معمولاً این هزینه‌های آن قدر هنگفت نیست که نیاز به سرمایه‌ی اولیه‌ی آن‌چنانی داشته‌باشد. از طرفی، چون برای ساختن این‌گونه محصولات یا خدمات نیاز به اجازه‌ی دفتر کار ندارید، هزینه‌ی فرآیند تولید خیلی زیاد نخواهد شد و در نتیجه بخش زیادی از درآمد شما از فروش این محصولات سود خالص خواهد بود. تصمیم اینکه چه چیزی بسازید بر عهده‌ی خودتان است، اما برای فروش محصولات گزینه‌های زیادی در اختیار دارید.

اگر تمایل به فروش فیزیکی محصولات داشته باشید می‌توانید به سراغ مغازه‌ها و فروشگاه‌های محله یا شهر خود بروید و یا مستقیماً به آن‌ها بفروشید یا قفسه‌ای از آن فروشگاه را اجاره کنید و محصولات خود را در آن قرار دهید و یا محصولات خود را در فروشگاه‌ها عرضه کنید و درصد مشخصی از فروش محصولات را به صاحب فروشگاه بدهید. به لطف اینترنت این روزها فروش محصولات راحت‌تر از قبل شده و می‌توانید محصولات تولیدی خود را به‌صورت آنلاین نیز در معرض دید مشتریان قرار دهید. مکان‌های زیادی برای فروش آنلاین کالای دست‌ساز شما وجود دارد:

بسیاری از صاحبان کسب و کار محصولات خود را در سکوها‌ی مختلفی برای فروش می‌گذارند تا به بهترین شکل در معرض دید قرار بگیرند. مهم این است که حواستان به به روز بودن انبار در سایت‌های مختلف باشد. اگر می‌خواهید بیشتر درباره‌ی روش‌های فروش محصولات دست‌ساز بدانید این پست Life hacker را چک کنید.

۲. واسطه‌گری در فروش یک کالا یا خدمات

اگر به هر دلیل قصد ساختن چیزی را ندارید، می‌توانید واسطه‌ی فروش کالا یا خدمات دیگران باشید و از این راه کسب درآمد کنید. بسیاری از

صاحبان کسب و کار با دوباره‌فروشی (واسطه‌گری) محصولاتی که قبلاً توسط شخص یا کمپانی دیگری ساخته شده‌اند، کسب و کارهای بزرگی راه‌اندازی کرده‌اند. اینکار می‌تواند از راه‌ها و کانال‌های مختلف انجام شود:

– دراپ‌شیپینگ (Drop shipping)

دراپ شیپینگ یکی از روش‌های خرده‌فروشی و از تکنیک‌های مدیریت زنجیره‌ی ارزش است که در آن شخص یا کمپانی خرده‌فروش بدون انبار کردن محصولات (و به‌طور کل بدون داشتن انبار) سفارش را از مشتری گرفته و برای تولیدکننده یا عمده‌فروش ارسال می‌کند و از این طریق کالا را یک‌راست از انبار دیگران برای مشتری ارسال می‌کند.

اگر به این روش علاقه دارید، یک فروشگاه آنلاین درست

کنید (قالب‌های آماده‌ی وبسایت‌های اینترنتی این‌گونه

فروشگاه‌ها با هزینه‌های مناسبی قابل دسترس

است.) و با شرکت‌هایی که خدمات دراپ شیپینگ

به‌خصوص امور مربوط به پذیرش سفارش

را برای شما انجام می‌دهند شریک شوید.

به‌عنوان مثال، Shopify که یک بستر

تجارت الکترونیک آنلاین است، راهنمای

خوبی برای دراپ‌شیپینگ دارد.

– فروشگاه‌های ارزان قیمت و حراج‌های

گاراژی

اگر از آن دسته از افراد تیزبین باشید و احیاناً اهل خرید و فروش اجناس دست‌دوم باشید می‌دانید که این‌جور اجناس را کجا می‌توانید پیدا کنید. می‌توانید در فروشگاه‌های دست دوم فروشی، آنتیک فروشی‌ها، بازارهای دست‌دوم فروشی و حراج‌های خانگی محصولات جالبی را پیدا کنید و آنها را با بهایی بیشتر از آنچه خریده‌اید در فروشگاه اینترنتی خود به‌صورت آنلاین بفروشید. یک مثال موفق اینکار صوفیا آموروسو، مؤسس Nasty Gal است. آموروسو شروع به خرید و بازفروش لباس‌های قدیمی و خاص در eBay کرد، و شرکتش تا حدی رشد کرد که در سال ۲۰۱۱ بیست و چهار میلیون دلار درآمد داشت و بیش از ۲۰۰ کارمند استخدام کرد. کتاب او دختر رئیس نگاهی الهام‌بخش به شروع کار او دارد.

۳. خدمات بفروشید.

یک راه دیگر برای شروع کسب و کار و کارآفرینی با حداقل سرمایه، فروش خدمات به جای یک محصول فیزیکی است. تنوع خدماتی که می‌توانید ارائه دهید به پیش‌زمینه، مهارت‌ها و علایق شما بستگی دارد. بعضی خدمات مستلزم مدارج تحصیلی بالا هستند، مثل حسابداری، و برخی دیگر تنها دانشی ابتدایی برای انجام کار لازم دارند (مثل مراقبت از کودکان در منزل، چمن‌زنی، رانندگی و ...).

اگر تصمیم گرفتید از طریق استفاده از مهارت‌های شخصی

خود از راه فروش خدمات کارآفرینی کنید، یکی از

مهم‌ترین مسائل، تهیه یک برنامه‌ی برای ساخت

و تقویت نام تجاری شماست. باید مطمئن شوید

اسم شما و نام تجاری کسب و کارتان در

مقابل دیدگان مشتریان بالقوه‌ی شما قرار می‌گیرد. از شبکه‌های اجتماعی و روش‌های کم‌هزینه‌ی دیگر برای تقویت نام تجاری خود استفاده کنید. داشتن وبسایت راهی مفید برای نشان دادن نمونه کارهای شما به مشتریان و حتی سرمایه‌گذاران است. تجارب و سوابق خود را لیست کنید، و درباره‌ی صنعت یا حوزه‌ای که در آن فعالیت می‌کنید وبلاگ‌نویسی را آغاز کنید تا به مرور بازدیدکننده جلب کنید.

۴. معاملات کالا به کالا، خدمات با خدمات!

برای کارآفرینان جوانی که با کمترین سرمایه کسب و کار خود را راه‌اندازی می‌کنند استفاده از تمامی منابع موجود مهم است. اگر توانایی انجام خدماتی را برای سایر کسب و کارهای نوپا و کوچک دیگر دارید و آن‌ها نیز می‌توانند گوشه‌ای از نیازهای شما را برآورده کنند، حتماً به سراغ آن‌ها بروید و پیشنهاد همکاری دهید. شاید به این راحتی پاسخ مثبت دریافت نکنید، ولی چیزی را از دست نخواهید داد. از مهارت‌های خود برای کمک به دیگران استفاده کنید و مطمئن باشید نتیجه‌ای که می‌خواهید را به‌دست خواهید آورد.

اگر کالا یا قطعاتی دارید که از آن‌ها استفاده نمی‌کنید و جزو وسایل بی‌مصرف شماست، از کامپیوتر قدیمی گرفته تا قطعات الکترونیکی و ... افرادی هستند که به آن‌ها نیازمندند. از تمامی منابع خود استفاده کنید.

۵. از خدمات کم هزینه استفاده کنید.

در تمامی مراحل کارآفرینی، از آغاز تا مرحله رشد و توسعه، در کنار روش‌های اثربخش و البته گران‌قیمت، ابزارها و روش‌های کم‌هزینه نیز وجود دارد. کافی است خلاق باشید و با برنامه.

از طریق ابزارها و بسایت‌های متعددی در اینترنت می‌توانید وبسایتی کم‌هزینه طراحی کنید و بدون پرداخت هزاران دلار به طراحان، سیستم خرید و فروش آنلاین ایجاد کنید.

شبکه‌های اجتماعی ابزاری ارزان قیمت است که به شما این امکان را می‌دهد که با میلیون‌ها کاربر در ارتباط بشوید. از عکس‌ها، نوشته‌ها و ویدئوهای خلاقانه و پرطرفدار استفاده کنید، محتوای مناسب خلق کنید و برای خود نام و نشان معتبر ایجاد کنید.

شروع کسب و کار مستلزم ابتکار و شوق و ذوق برای ایده‌ای است که در سر دارید. وقتی کاری که از انجامش لذت می‌برید را پیدا کنید، احتمال یافتن راهی که همه چیز را درست و مرتب کند بیشتر می‌شود. پس اگر به کارآفرینی علاقمندید یک ایده‌ی مناسب برای شروع کار پیدا کنید. ایده‌ای که مشکلی از مشتریان را برطرف کند. ایده‌ای که شما را به هیجان بیاورد! کارآفرینی از آنجا آغاز می‌شود.



پول‌سازی با شهرت مجازی

نفوذگران شبکه‌های اجتماعی چگونه پول‌دار می‌شوند؟



نفوذگری می‌تواند آغاز کسب درآمد باشد. بسیاری

از برندها که به دنبال معرفی کردن خود هستند اما نمی‌خواهند از طریق

یک فرد مشهور اقدام کنند به این نفوذگران روی می‌آورند. قبلاً آدم «مشهور» یا به قول

خارجی‌ها «سلبریتی» به کسی گفته می‌شد که روی پرده نقره‌ای یا در جعبه جادویی ظاهر می‌شد. هر

کسی بازیگر، خواننده یا ورزشکار بود قطعاً آدم مشهوری بود اما کسی که بیکار در خانه نشسته بود نمی‌توانست یک

آدم مشهور باشد. حالا شبکه‌های اجتماعی مثل اینستاگرام روی کار آمده‌اند. آن‌ها قدرت جدیدی به آدم‌ها داده‌اند؛ آدم‌ها

می‌توانند در خانه بیکار باشند اما از بازیگر تئاتر و سینما هم مشهورتر باشند. دلیلش هم واضح است، آدم‌ها بیش از آنکه به

سینما بروند و فیلم ببینند تا با بازیگران آشنا بشوند، با گوشی‌های همراه خود مشغول بازی هستند و دائم در شبکه‌های

اجتماعی می‌چرخند. طبیعی است که برای آن‌ها مشاهیر اینستاگرامی بر جسته‌تر از بازیگر تلویزیونی می‌شود. در دنیای

مجازی کسانی وجود دارند که به آن‌ها اینفلوئنسر یا نفوذگر می‌گویند. آن‌ها زندگی شخصی خود یا بخشی از آن را

برای همگان به نمایش درمی‌آورند و در مقابل به ذهن و زندگی مخاطب یا طرفدار خود نفوذ می‌کنند. حالا به

جای اینکه مجله را ورق بزنید یا کانال تلویزیون را عوض کنید تا مشاهیر را ببینید، به صفحات مجازی آن‌ها

سر می‌زنید. نفوذگران همه‌جا هستند از اینستاگرام گرفته تا فیسبوک و توئیتر؛ همه شبکه‌های مجازی

عرضه جویانگه نفوذگران است.

نامحسوس

تبلیغ می‌کنند.

کسی حتی روحش هم

خبردار نمی‌شود که عکس

به اشتراک گذاشته شده در حقیقت

یک تابلوی تبلیغاتی است. بسیاری از ویدئوهای

آموزشی در اینستاگرام پیش از آنکه چیزی را آموزش

بدهد، در حقیقت چیزی را تبلیغ می‌کند. شما به ظاهر می‌بینید

که شیوه مصرف یکی از لوازم آرایشی به نمایش گذاشته شده اما در

حقیقت به دنبال تبلیغ آن محصول آرایشی است.

برندهایی که به نفوذگران شبکه‌های اجتماعی روی می‌آورند آنقدر هم ساده

نیستند که پول خود را هدر بدهند. آن‌ها می‌دانند از طریق چه کسی تبلیغ کنند. اکثر

برندهای معروف ابتدا حساب کاربری شخص را برای چند ماه زیر نظر می‌گیرند تا از پرفرمدار

بودن او اطمینان حاصل کنند. علاوه بر آن فرد معروف باید با افراد ارتباط برقرار کند. باید بگوید

که این لباسی که در عکس بر تن دارد را از کجا خریداری کرده‌است. برندها این را هم دنبال می‌کنند

تا از آن اطمینان حاصل کنند. اینکه شخص یک میلیون دنبال کننده داشته باشد برای برند مورد نظر کافی

نیست تا محصول خود را برای تبلیغ به دست او بسپارد؛ او باید بتواند با همه این یک میلیون نفر ارتباط برقرار

کند و آن‌ها را با خود در درازمدت درگیر کند.

شبکه‌های اجتماعی انقلابی در زندگی روزمره و سبک زندگی آدم‌ها ایجاد کرده‌است. آدم‌هایی که شاید هیچ‌گاه

نمی‌توانستند در زندگی‌شان موفق شوند اکنون به لطف شبکه‌های اجتماعی به موفقیت‌های بزرگ دست پیدا می‌کنند.

این افراد به کمک همین شبکه‌های اجتماعی کسب درآمد می‌کنند. راه آن هم ساده است: «نفوذگری». برای آن‌ها همه‌چیز

در دنیای مجازی محدود شده‌است. آن‌ها واقعاً به دنبال کننده‌های خیلی زیادی نیاز ندارند تا در کار خود موفق شوند. کافی است

همان تعداد کمی از افرادی که دنبال سر خود راه انداخته‌اند را به راه خودشان بکشانند. اگر تسلط و نفوذ کافی روی همان افراد

داشته باشند می‌توانند آن‌ها را متقاعد کنند که مثل او زندگی کنند. گاهی یک نفر تنها هزار دنبال کننده دارد اما همه آن‌ها را با خود

درگیر کرده و می‌تواند آن‌ها را وادار کند مثل او لباس بپوشند یا بخورند یا زندگی کنند. برندها هم برای اینکه به این افراد پیشنهاد

کار بدهند روی همین مسائل تأکید دارند. آن‌ها به میزان درگیری او با دنبال کننده‌ها توجه می‌کنند. آنچه دستخوش تغییر و

تحول شده، مفهوم شهرت است. شهرت به دنبال مجازی راه پیدا کرده و افراد برای اینکه به آن شهرت دست پیدا

کنند خودشان را بازیچه مشاهیر و نفوذگران دنیای مجازی می‌کنند. در دنیایی که شبکه‌های اجتماعی

حضور دارند، این تغییر و تحولات هر روز شدیدتر می‌شود. هر کسی بیشتر بتواند دوام خود

را در این عرصه حفظ کند، موفق‌تر است.

پول‌سازی با شهرت مجازی

نکته جالب توجه این است که نفوذگری می‌تواند آغاز کسب درآمد باشد. بسیاری از برندها

که به دنبال معرفی کردن خود هستند اما نمی‌خواهند از طریق یک فرد مشهور اقدام

کنند به این نفوذگران روی می‌آورند. برندها در گذشته عموماً به بازیگران یا

فوتبالیست‌های سرشناس روی می‌آوردند تا از این طریق فروش خود را

بیشتر کنند. هنوز هم این روش مرسوم است. یعنی این افراد مشهور

به وسیله‌ای برای تبلیغ تبدیل می‌شدند. آن‌ها تابلوی تبلیغاتی

متحرک یک شرکت می‌شدند. اما این روش تبلیغ همیشه

با خطراتی همراه بوده‌است. از یک سو شرکت و از

سوی دیگر بازیگر یا فرد معروف همیشه در

معرض خطر بدنامی قرار داشته‌است.

اما سلبریتی‌های مجازی

داستان دیگری دارند.

آن‌ها به

صورت

چگونه ”جک ما“ با علی بابا از فرش به عرش رسید؟

وقتی رستوران های زنجیره ای KFC در چین قصد استخدام نیرو داشت، ۲۴ نفر برای شغل درخواست دادند و ۲۳ نفر هم پذیرفته شدند، فقط یک نفر رد شد

هم بازی کردیم، با هم به صورت مکاتبه ای رفیق شدیم و در سال ۸۵ به دعوت آنها به استرالیا رفتم، یک ماه حضور تابستانه من در استرالیا زندگی من را تغییر داد؛ من در مدرسه شنیده بودم که چین ثروتمندترین و شادترین کشور جهان است اما وقتی استرالیا را دیدم با خودم گفتم : ”اوه خدای من، همه چیز با اون چی شنیدم فرق داره!!“ از آن روز یاد گرفتم متفاوت فکر کنم.

شکست های متعدد

زندگی جک ما به نحوی دراماتیک سرشار از شکست های متعدد است: او دوبار در امتحان های مقطع ابتدایی مردود شد و سه بار هم در مقطع متوسطه در امتحان رد شد! دو بار برای ورود به دانشگاه ناکام ماند و سرانجام هم در بدترین دانشگاه شهرش به تحصیل زبان انگلیسی مشغول شد. ده بار برای ثبت نام در دانشگاه هاروارد اقدام کرد و هر ده بار ناکام ماند! وقتی از دانشگاه فارغ التحصیل شد برای استخدام اقدام کرد اما سی بار ناکام ماند! تنها کسی بود که از میان بیست و چهار نفر داوطلب کار در KFC انتخاب نشد، و برای کار در اداره پلیس هم حتی انتخاب نشد!! جک ما از میان این انبوه شکست و رد شدن ها برخاست و از تلاش دست نکشید. او سرانجام با حقوقی ناچیز به تدریس زبان انگلیسی در یک دانشگاه مشغول شد تا یک اتفاق برای همیشه مسیر زندگی او را عوض کرد: جک با اینترنت آشنا شد...جک در سال ۱۹۹۵ به عنوان مترجم یک گروه تجاری به ایالات متحده سفر کرد. وقتی دوستش اینترنت را به او نشان داد جک درکمال ناباوری هرچه تلاش کرد نامی از هیچ شرکت چینی نیافت، با دیدن این مساله جک دریافت پتانسیل فراونی برای استفاده از اینترنت جهت تسهیل همکاری شرکت های چینی با جهان بیرون

وجود دارد. جک به همراه دوستانش تصمیم گرفت یک صفحه اینترنتی به نام Chinapage راه اندازی کند و محصولات و تولیدکنندگان چینی را به جهان معرفی کند. به سرعت انبوهی از ایمیل ها مبنی بر درخواست همکاری به جک ما ارسال شد. جک دریافت اینترنت برای رونق تجارت و کسب و کارهای کوچک قدرت بی نظیری دارد.

چرخ های زنگار گرفته ماشین دولت، کسب وکار شما را به حرکت در نخواهند آورد، برای حرکت سریع باید خودتان اقدام کنید.

ما که به قدرت اینترنت ایمان داشت تصمیم گرفت با یک مجموعه دولتی همکاری کند تا این تجارت را گسترش دهد، اما نظام ناکارآمد بوروکراسی و خلا دید درست در میان مدیران باعث شد بسیاری از برنامه های آینده جک به وقوع نپیوندد و او سرانجام از این مجموعه جدا شد. پس از این مسئله او در وزارت تجارت خارجی و همکاری اقتصادی مشغول به کار شد و توانست ارتباطات مفیدی با افرادی قدرتمند بسازد. اتفاقی که برای آینده او بسیار مفید بود. به طور مثال او در این دوره با جری یانگ، از بنیان گذاران یاهو آشنا شد.

تاسیس علی بابا

جک در سال ۱۹۹۹ برای بار دوم اقدام به تاسیس یک کسب و کار اینترنتی کرد. او کار دولتی خود را رها کرد و با همراهی هجده نفر از جمله همسرش در آپارتمان خود سایت علی بابا (Alibaba) را تاسیس کرد. او که از تجربه کار با ارگان های دولتی سرخورده شده بود با هدف تسهیل تجارت بین المللی و فروش اجناس برای کسب و کارهای کوچک چینی وارد عمل شد و این سایت را تاسیس کرد.

در سال های اولیه کار علی بابا، جک ما تلاش کرد تا از شرکت های فعال در دره سیلیکون (قلب فناوری اطلاعات آمریکا) سرمایه جذب کند که در ابتدا ناکام بود اما سرانجام توانست از بانک Goldman Sachs مبلغ ۵ میلیون دلار و از Softbanks هم مبلغ ۲۰ میلیون دلار سرمایه جذب کند.

رقابت با EBAY

در سال های اول دهه ۲۰۰۰ میلادی کار برای علی بابا راحت نبود. با اقت سرمایه گذاری در شرکت های کامپیوتری توسط سرمایه گذاران، کار علی بابا برای جذب سرمایه سخت شد. علاوه بر دشواری در تامین سرمایه، با ورود EBAY به بازار خرده فروشی در چین رقابت شدیدی شکل گرفت. EBAY که با خرید رقیب چینی علی بابا Each.net و سرمایه گذاری هنگفت قصد قبضه کردن بازار چین را داشت وارد جنگ با علی بابا شد.

در پاسخ به EBAY علی بابا سایت Taobao را راه اندازی کرد. عرضه مستقیم محصولات از مشتریان به مشتریان بدون هیچ گونه تعرفه و کارمزد در مقابل کارمزد تقریبا بالای EBAY کار را برای توسعه Taobao راحت کرد. با توجه به اینکه اکثر کاربران چینی از سرویس پرداخت غربی استفاده نمی کردند جک ما سرویس پرداخت الکترونیکی Alipay را راه اندازی کرد. این سرویس توانست با جلب اعتماد کاربران چینی بازار بزرگی را برای علی بابا به همراه بیاورد. Taobao گرچه از کاربران برای

عرضه محصولشان پولی دریافت نمی کرد اما آگهی هایی که برای آنها پول پرداخت شده بود را در رده بالاتری قرار می داد. با گسترش کاربران اینترنتی چینی و توجه به این مسئله که جک ما و همکارانش بازار چین را بهتر می شناختند، توانستند کار را بر رقیب آمریکایی سخت کنند. سرانجام پس از چند سال تلاش علی بابا و Taobao توانستند EBAY را از عرصه رقابت در چین خارج کنند و رتبه اول بازار را به دست آورند. در سال ۲۰۰۵ که EBAY روزهای خوبی را در چین سپری نمی کرد از جانب مدیران EBAY پیشنهاد همکاری به جک ما داده شد اما او این پیشنهاد را رد کرد. در عوض جک ما با کمک جری یانگ یکی از بنیان گذاران یاهو توانست یک میلیارد دلار سرمایه جذب کند.

مدل تجارت علی بابا

علی بابا از یک مدل تجاری (برای آشنایی با انواع مدل های تجاری این مقاله را بخوانید) B2B بهره می برد. در این مدل از تجارت علی بابا خریداران و تاجران جهانی را با کسب و کارهای چینی و خدماتشان آشنا می کرد. در این مدل استفاده از سایت برای مصرف کنندگان رایگان بود اما عرضه کنندگان خدمت باید هزینه استفاده از سایت را پرداخت کنند. گرچه در ابتدا اکثر سایت های مشابه خارجی عنوان می کردند که برای همکاری نباید به چینی ها اعتماد کرد اما با گسترش روز افزون بازار چین، این بی اعتمادی رفع شد و اکنون سایت علی بابا میلیون ها کاربر دارد.

مدل دیگر کاری علی بابا برای زیر مجموعه Taobao مدل C2C است. در این مدل کاربران محصول خود را مستقیما به همدیگر عرضه می کنند. در زمان عرضه سهام علی بابا در بازار بورس نیویورک در سال ۲۰۱۲؛ ارزش این شرکت به حدود ۲۰۰ میلیارد دلار رسیده بود و ثروت جک ما نیز از رقم قابل توجه ۲۰ میلیارد دلار عبور کرده بود. جک ما که روزگاری شکست های پرتعدادی را تجربه کرده بود اکنون مدیرعامل بزرگترین شرکت فروش اینترنتی جهان است و به عنوان ثروتمندترین چینی شناخته می شود. آنچه جک ما را از فرش به عرش رساند، تلاش بی وقفه، آینده نگری و دید درست اقتصادی بود، جک ما به خوبی فرصت بزرگ اینترنت را درک کرد و از موفقیت سایت هایی مثل EBAY و Amazon در آمریکا درس گرفت و این الگو را به دقت در چین پیاده کرد.

در پایان توجه شما را به چند سخن از آقای جک ما جلب می کنیم:

فرصت ها جایی نهفته اند که محدودیت ها آنجا قرار دارند. از رقباى خود درس بگیر اما تقلید نکن، تقلید باعث نابودى شما مى شود.اگر تسليم نشوى هنوز اميدى هست؛ تسليم شدن خود بزرگترین شکست است.

به جای یادگرفتن از موفقیت های دیگران از شکست های آنها درس بگیر، اکثر افرادی که شکست می خورند مشخصه مشترکی دارند اما موفقیت می تواند از راه های مختلفی به دست آید. هرگز روی قیمت رقابت نکن بلکه روی سرویس ها و نوآوری رقابت کن. فرصت‌های زیادی پیش روی شما است، همه را نمی‌توان به دست آورد، اگر یک فرصت خوب را به دست آورید کافی است. مسیر رشد را پله پله طی کنید

سنتی ها علیه کسب و کارهای نوین اینترنتی

این روزها کسب و کارهای سنتی علیه کسب و کارهای دیجیتالی بسیج شده اند و با تمام توان به دنبال جلوگیری از گسترش و فعالیت آنها هستند. هرچند جنگ میان سنت و نوآوری در همه دنیا اتفاق می افتد، اما باید دید ساختارهای ایران اجازه ادامه فعالیت به کسب و کارهای دیجیتالی جوان را می دهد یا سنتی ها پیروز خواهند شد.



یک روز صدا و سیما می خواهد «آپارات» رقیب جوانش را فیلتر کند، روز دیگر فروشگاه های IT می خواهند با اتهام قاچاق، در فروشگاه های مجازی را تخته کنند. دیگر روز رییس اتحادیه مشاوران املاک از خراب کردن «دیوار» می گوید و فردایش رییس اتحادیه موسسات توریستی و اتومبیل کرایه تهران، ترمز «اسنپ» و «تپسی» را می کشد.

پرده اول: صدا و سیما علیه آپارات

اواخر مهرماه خبر شکایت سازمان صدا و سیما از سایت های آپارات، آپارات کودک و سایت سینمای خانگی فیلمو به بیرون درز کرد. موضوع شکایت انتشار محتوای تولیدی صدا و سیما توسط کاربران این سایت ها بود، محتوایی که در سایت های خارجی بارها منتشر شده بود. اما از آنجا که زور صدا و سیما به خارجی ها نمی رسد یا حداقل شکایت از آنها چندان به صرفه نیست، این نهاد قدرتمند تنها از سایت های داخلی شکایت کرد که البته منجر به حذف لینک این سایت ها از کافه بازار شد.

هرچند این شکایت با پادرمیانی وزارت ارتباطات به نظر می رسد ختم به خیر شده است، اما همچنان سایه تهدید صدا و سیما بر پخش کنندگان محتوای آنلاین سایه انداخته است.

پرده دوم: بازار علیه فروشگاه های اینترنتی

در کشوری که چندان از ابزارهای کافی برای سنجش بازار و رصد کالای قاچاق برخوردار نیست، رییس اتحادیه فناوران رایانه تهران با هشدار نسبت به رشد قارچ گونه فروشگاه های مجازی مدعی شد: ۹۸ درصد کالاهای قاچاق در فروشگاه های مجازی فروخته می شود.

سید مهدی میرمهدی گفت: طبق آمارهای غیررسمی نزدیک به ۲۰ هزار فروشگاه اینترنتی در سایت ای نماد مجوز دارند؛ اما بنده این آمار را تایید نمی کنم و به گمانم حجم فروشگاه های مجازی باید کمتر از این مقدار باشد، برخی آمار نیز حکایت از این دارد که ۶۰۰ تا ۷۰۰ هزار واحد صنفی بدون مجوز نماد اعتماد اخذ کردند.

رییس اتحادیه فناوران رایانه درباره داد و ستد فروشگاه های مجازی در بازارهای کشور گفت: بالغ بر ۵۰ درصد گردش مالی در بازار با وجود



فروشگاه های مجازی و اینترنتی صورت می گیرد. متأسفانه با رشد و توسعه فروشگاه های مجازی، برخی از واحدهای صنفی رو به تعطیلی رفتند و کارگران آنها نیز بیکار شدند. چند روز پس از این اظهارات نیز نایب رییس اتاق اصناف ایران از پلیس فتا درخواست کرد در زمینه برخورد با خرید و فروش کالاهای قاچاق از طریق فضای مجازی ورود کند.

ابراهیم درستی افزود: دلالت و افرادی که در زمینه مبادله کالاهای قاچاق فعال هستند، اقدام به خرید و فروش این کالاها از مجاری مختلف فضای مجازی می کنند که عمده آن از طریق شبکه های اجتماعی مختلف صورت می پذیرد.



پرده سوم: املاکی ها علیه دیوار

هرچند «دیوار» تنها سایتی نیست که در آن آگهی های اجاره و فروش املاک را منتشر می کند، اما محبوبیت این سایت سبب شده تا رییس اتحادیه مشاوران املاک به فکر خراب کردن دیوار باشد. حسام عقبایی، رییس اتحادیه مشاوران املاک سه روز گذشته گفت: دیوار از یک سو باعث ضرر به صنف مشاوران املاک شده و از سوی دیگر ریسک معاملات را بالا برده است.

وی افزود: من به واسطه دفاع از صنف خودم، اپلیکیشن دیوار را خراب می کنم؛ چون مشاوران املاک را حذف کرده است. ۱۲ هزار دفتر مشاور املاک در شهر تهران وجود دارد که با آگهی های سایت دیوار ضرر می کنند. در معاملات مسکن نباید واسطه را حذف کنیم در حالی که دیوار واسطه را حذف کرده است؛ اما نرم افزارهایی مثل آلونک با مشاوران املاک در ارتباط هستند و این راه اصولی و صحیح است.

پرده چهارم: آژانس ها علیه کرایه اتومبیل اینترنتی

قیمت مناسب و منصفانه «تپسی» و «اسنپ» و البته اشتیاق جوانان به استفاده از ابزارهای نوین، سبب شده بسیاری از مردم تهران نیاز خود را برای کرایه اتومبیل از طریق این دو سایت برطرف کنند. در حالی که یکی از این اپلیکیشن ها در تلاش برای گسترش خدمات خود به دیگر کلان شهرهاست، رییس اتحادیه موسسات توریستی و اتومبیل کرایه تهران مانند رییس اتحادیه مشاوران املاک به انتقاد از فعالیت این دو کسب و کار پرداخته است.

قاسم قربانی خواه روز گذشته در ارتباط با فعالیت برخی شرکت هایی که از طریق نرم افزارهای اینترنتی اقدام به ارسال خودرو به مردم می کنند، گفت: فعالیت این شرکت ها به صورت ثبت شرکت انجام شده و تحت نظارت هیچ اتحادیه ای نبوده همچنین خلاء قانونی که بین ثبت شرکت ها و نظارت اتحادیه ها وجود دارد، باعث شده این فعالیت ها به صورت قارچ گونه رشد کند. وی افزود: با توجه به مشکلاتی که اخیراً برای مردم در ارائه این خدمات ایجاد شده و شکایات مکرری که از این شرکت ها به دست مسوولان رسیده، باعث شده تا اتحادیه از اتاق اصناف کشور تقاضا کند که شرکت های ارائه کننده خدمات خودرو را تحت پوشش خود درآورد. قربانی خواه گفت: در حال حاضر تمامی نرم افزارهای ارائه دهنده خدمات خودرو به متقاضیان بدون جواز بوده و تحت نظارت هیچ نهادی نیست و مردم باید توجه داشته باشند که در صورت بروز مشکل هیچ نهادی پاسخگوی ضرر جانی و مالی افراد نخواهد بود. قربانی خواه با بیان اینکه از لحاظ قانونی این شرکت ها موظف به پیروی از قوانین اتحادیه هستند، گفت: هر صنفی باید تحت نظر یک رسته اتحادیه قرار گیرد تا بتواند با توجه به نرخ مصوب اتحادیه به نرخ گذاری برای خدمات ارائه شده خود بپردازد.



بعید است نشنیده باشید که اگر تایتانیک در سال ۱۹۱۲ در آن کوه یخ گرفتار نمی‌شد چنان اتفاقی برایش نمی‌افتاد.

درس هایی از تایتانیک برای

شکست نخوردن در یک

کسب و کار جدید

به نقل از مجله ستک‌ا، اما وقتی وارد حوزه استارت‌آپ‌ها می‌شویم، از کوه یخ‌هایی که در مسیر استارت‌آپ‌ها وجود دارد اطلاعی ندارید و دانسته‌های شما تنها محدود به معدود شرکت‌های موققی می‌شود که توانسته‌اند این موانع را دور بزنند.

این موضوع نشان می‌دهد که رسانه‌ها بیشتر تمایل دارند تا بر معدود موضوعات جذاب و جالب تمرکز کنند نه بر موضوعات متداول خسته‌کننده و کسالت‌آور.

اما چنین تمرکزی می‌تواند برای کارآفرینان مضر باشد.

این کار موجب فریب خوردن کارآفرینان می‌شود و سبب می‌شود آنان فکر کنند که میزان موفقیت استارت‌آپ‌ها بیش از آن چیزی است که در واقعیت وجود دارد.

با مروری بر عملکرد استارت‌آپ‌های ناموفق می‌توان ۷ کوه یخ بزرگ بر سر راه همه استارت‌آپ‌ها را این‌گونه برشمرد:

۱. عدم توفیق در یافتن

مشکلات حل‌نشده مشتریان

بنیان‌گذاران بسیاری از استارت‌آپ‌ها گمان می‌کنند ایده‌ایشان آنقدر درخشان است که بهترین اقدامی که می‌بایست انجام دهند ساخت محصول، به نمایش درآوردن آن برای همه و کمی صبر است تا پول به سمتشان سرازیر شود. اما این فریب عمومی یکی از اصلی‌ترین نابودکنندگان استارت‌آپ‌ها ست.

در واقعیت، افراد تمایلی به امتحان کردن محصولات استارت‌آپ‌ها ندارند و به همین دلیل است که مقدمات شکست بسیاری از آن‌ها فراهم می‌شود. مشتریان تنها هنگامی تن به استفاده از آن می‌دهند که متعهد شده باشد مشکلی را از مشکلاتشان حل کند که پیشتر هیچ‌کس قادر به انجامش نبوده است.

برای جلوگیری از برخورد با این کوه یخ، تا زمانی که مطمئن نیستید افراد زیادی حاضر به پرداخت هزینه برای خرید محصولاتان هستند شرکتی راه نیندازید.

۲. عدم تمایل به بازخوردگیری از نمونه‌های اولیه

بسیاری از بنیان‌گذاران تا رسیدن به محصول نهایی اجازه نمی‌دهند کسی محصولشان را ببیند. دلایل زیادی برای چنین اشتباهی وجود دارد. آن‌ها از این می‌ترسند که کسی ایده شان را بدزدد، یا تمایل دارند که شروعی طوفانی داشته باشند تا همتایانشان را شدیداً تحت تاثیر قرار دهند یا فکر می‌کنند تا زمانی که کامل

و نهایی نشده باشد کسی تمایل به خرید محصولشان ندارد. عدم موفقیت در بازخورد گرفتن از مشتریان بالقوه برای یک استارت‌آپ، کشنده و مهلک است. برای جلوگیری از برخورد با این کوه یخ، نمونه اولیه نه چندان گران‌قیمتی از محصولتان را بسازید، در مورد آن بازخورد بگیرید و از بازخوردها و داده‌هایش برای ساخت یک نمونه جدید استفاده کنید. این حلقه بسته را تا زمانی که محصولتان مورد قبول مشتریان بالقوه‌تان قرار گیرد ادامه دهید.

۳. اهمیت ندادن به بازار

اگر انگیزه اصلی شما از راه‌اندازی یک شرکت پول پارو کردن است هرگز دست به راه‌اندازی یک شرکت نزنید. دلیلش ساده است. برای رسیدن به موفقیت می‌بایست هفته‌ای ۸۰ ساعت کار کنید و درآمد ناچیزش را تحمل کنید تا استارت‌آپتان به موفقیت برسد. تحمل چنین حجمی از کار و بازدهی ممکن نیست، مگر آن که ایمان داشته باشید که رسالت زندگیتان بهتر ساختن زندگی مشتریان بالقوه تان با قرار دادن محصولتان در اختیارشان است.

برای جلوگیری از برخورد با این کوه یخ، استارت‌آپتان را به سمت حل یکی از معضلاتی که برایتان مهم است هدایت کنید. اگر بسیاری از مردم از معضل و مسئله مدنظر شما در رنج باشند، شروع خوبی در پیش خواهید داشت.

۴. کمبود مهارت‌های مورد نیاز برای برنده شدن

اگر فکر می‌کنید که کار یک کارآفرین اندیشیدن در مورد موضوعات مهم و استخدام کردن افرادی دیگر برای انجام دادن این کارها در دنیای واقعی است، در افکارتان بازاندیشی کنید. یکی از دلایل عمده شکست استارت‌آپ‌ها این است که بنیان‌گذاران نمی‌توانند کارهایی را که بیش از همه برای شروع به کار یک استارت‌آپ مورد نیاز است را انجام دهند.

۵. در نظر نگرفتن از بین رفتن سرمایه

اگر از خرد خرد پول به دست آوردن کلافه می‌شوید، یک شرکت راه نیندازید.

بسیاری از کارآفرینان قلباً مهندس‌اند. آن‌ها می‌خواهند که محصولی عالی بسازند و چشم جهانیان را با درخشندگی‌اش خیره کنند. آن‌ها مشتاق‌اند که سرگذشت سایر استارت‌آپ‌ها در راه به دست آوردن چند میلیون دلار را بخوانند و با خود فکر کنند که آن‌ها هم می‌توانند همانند آنان عمل کنند. آن‌ها ضریب از دست رفتن سرمایه را در نظر نمی‌گیرند و فرضشان بر این است هنگامی که دوباره نیاز به تجدید سرمایه و پر کردن حساب‌هایشان پیدا کنند سرمایه‌گذاران از در وارد خواهند شد و برای آن‌ها چک می‌کشند.این موضوع هم شما را متوجه کوه یخ بزرگ دیگری می‌کند.

۶. ناتوانی در افزایش سرمایه

اگر تا کنون تجربه افزایش سرمایه برای یک استارت‌آپ را نداشته باشید از مدت زمانی که باید صرف این کار کنید و تعداد دفعاتی که با پاسخ منفی مواجه می‌شوید تا به موفقیت برسید شگفت‌زده خواهید شد.

حتی اگر یک کارآفرین بداند که سرمایه‌اش در حال تمام شدن است باز هم در اغلب موارد کار افزایش سرمایه را دیر شروع می‌کند، به سراغ سرمایه‌گذاران بالقوه‌ی اشتباهی می رود و اطلاعاتی در مورد شرکت در اختیار آن‌ها قرار نمی‌دهد که به سرمایه گذاری متقاعدشان کند. کارآفرینان می‌توانند با همگام ساختن روش افزایش سرمایه شان با مراحل رشد و توسعه شرکتشان از این مشکلات جلوگیری کنند.

به قول یک نقل قول معروف، افزایش سرمایه کاری است که معمولا به مدت ۶ ماه تمام وقت از آدم وقت می‌گیرد که باید پیش از آن که همه سرمایه تان تمام شود به فکرش بیفتید.

۷. تیم ضعیف، رهبری ناتوان

آخرین کوه یخی که استارت‌آپ‌ها را غرق می‌کند نداشتن رهبری توانمند برای استخدام زبده‌ترین و بااستعدادترین افراد مورد نیاز برای به موفقیت رساندن شرکت است.

واقعیت بدیهی این است که اگر شما رهبر بزرگی نباشید، یادگیری تبدیل شدن به چنین رهبری دشوار است. علاوه بر این، مهارت‌های رهبری مورد نیاز برای هدایت یک شرکت ۱۰ نفره بسیار متفاوت از شرکت های ۱۰۰ یا ۱۰۰۰ نفره است.

برای یک استارت‌آپ، رهبر بزرگی که کاریزما دارد و داده‌های ثبت‌شده را برای القا کردن چشم اندازی فشرده برای شرکت رصد می‌کند و بااستعدادترین نیروها را برای درک درست این چشم انداز استخدام می‌کند مورد نیاز است. راه اندازی یک کسب و کار بسیار دشوار است و اگر می‌بینید توان آن را ندارید تا استارت‌آپتان را از میان این کوه‌های یخ نجات دهید مسلماً سرمایه تان به خطر خواهد افتاد.

شرحی بر کارافرین موفق دره سیلیکون

گفتگویی با آقای کامران الهیان

در بین کارآفرینان درهٔ سیلیکون، کارآفرینان ایرانی جایگاه ویژه ای دارند و در چند دههٔ اخیر آنها توانسته اند در توسعهٔ فناوریهای پیشرفته در طیف گسترده ای از نیمه هادی ها تا سامانه های نرم افزاری و فناوری های پیشرفته ژنومیک و زیست فناوری نقش عمده ای ایفا کنند و به اعتبار و حیثیت بالایی برسند.
الهیان : من در دههٔ ۱۳۴۰ در دبیرستان البرز با دیسیپلین دکتر مجتهدی درس می خواندم ولی راستش را بگویم خیلی درسخوان نبودم و به درس و مشق علاقه نداشتم و بعضی وقتها همفکر می کردم بعضی از شیطنت هایم موقعیتم را در مدرسه به خطر انداخته است تا یک فرصتی پیش آمد و پیشقدم یک کار خیر شدم که از بچه های مدرسه و سایر علاقه مندان پول جمع کنم و یک مدرسه در یک منطقه محروم به اسم دکتر مجتهدی بسازیم با موفقیت کار را جلو بردم ولی البته دکتر موافقت نکرد که به اسم او مدرسه را یا یک چنین چیزی گذاشتیم، این اقدام به خود من « یادگار البرز » نامگذاری کنیم یک اسمی فکر میکنم هم روحیه داد که قدری امور تحصیلی را جدیتر بگیرم از طرفی هم آبرویی در مدرسه البرز پیدا کردم که خیلی موقعیت خوبی بود. بعد از گرفتن دیپلم دبیرستان همانطور که گفتم با یک وضعیت تحصیلی متوسط برای ادامهٔ تحصیل به آمریکا آمدم و در دانشگاه پوتا در رشتهٔ رایانه و ریاضیات مشغول به تحصیل شدم، باید بگویم که واقعاً نظام آموزشی خوبی آنجا حاکم بود و من هم خیلی با علاقهٔ تحصیلاتم را تا فوق لیسانس مهندسی رایانه با موفقیت ادامه دادم و واقعاً خیلی چیزها یاد گرفتم و تجربیات خوبی کسب کردم پس از پایان تحصیلات به بی اریا ۲۱ آمدم و در شرکت hp مشغول کار شدم فکر میکنم سال ۱۹۷۸ بود، در hp هم هم مراحل موفقیت را پشت سر میگذاشتم و این فرصت هم برایم فراهم شد که در استفنورد هم دورهٔ طراحی مدارهای مجتمع را بگذرانم که خیلی برایم مغتنم بود بعد در hp طراحی یک تراشه را به عهده من گذاشتند و هرچند که در ابتدا با مشکلاتی مواجه شد ولی کار جلو میرفت و موقعیت خوبی داشتم ولی تصمیم گرفتم شرکت hp را رها کنم و بیابم خودم یک شرکت نوپا راه بیاندازم.

- **خیلی جالب است که شما درحالیکه در hp موقعیت خوبی داشتید و حتما به طور نسبی حقوق خوبی هم میگرفتید ولی این مخاطره را پذیرفتید و این موقعیت را رها کردید و تصمیم گرفتید کسب و کار جدیدی راه بیاندازید.**

الهیان: بله درست است و این نکته قطعاً جوهر کارآفرینی است یعنی قدرت خطرپذیری داشتن و به دنبال هدفهای بزرگ بودن. به هر صورت در سال ۱۹۸۱ با چند نفر دیگر شرکت CAE را تأسیس کردیم و من مدیرعامل بودم در این شرکت روی سامانه های خودکارسازی کار کردیم که به موقعیتهای زیادی رسیدیم تا اینکه شرکت در سال ۱۹۸۴ یعنی بعد از سه سال فعالیت، این شرکت به مبلغ ۷۵ میلیون دلار توسط شرکت تکترونیکس ۲۲ خریداری شد واضح است که خیلی خوشحال بودیم و ۷۵ میلیون دلار در دهه ۱۹۸۰ کم پولی نبود. بلافاصله شرکت سیروس لاجبیک ۳۳ را تأسیس کردیم و من عضو هیئت مؤسس و معاون امور اجرایی شرکت بودم، در این شرکت پنج سال به طور مداوم روی طراحی تراشه و مدارهای مجتمع کار کردیم و دستاوردهای بسیار خوبی داشتیم تا بالاخره شرکت در سال ۱۹۸۹ به شرکت سهامی عام تبدیل شد و ارزشگذاری آن به بیش از ۱۵۰ میلیون دلار رسید؛ و البته باید بگویم که این شرکت در بورس به بیشترین ارزش ۳ / ۵ میلیارد دلار هم دست پیدا کرد.

- **آقای الهیان دو تا نکته قابل توجه است، یکی اینکه در دههٔ**

۱۹۸۰ درهٔ سیلیکون واقعاً درهٔ بوده و کار طراحی تراشه و مدارهای مجتمع بازار خوبی داشته است و دوم اینکه همانطور که گفتید این روحیه کارآفرین بودن واقعاً مشهود است که پس از موفقیت شرکت اول برای شما تازه اول کار بود و دوباره شروع کردید به کار و فعالیت و راه انداختن شرکت جدید.

الهیان: بله هر دو تا نکته که گفتید درست است، من همیشه میخواستم بالا و بالاتر بروم از هر شکستی هم که حالا برایتان می گویم درس گرفتم که بالاتر بروم. به هر صورت بعد از موفقیت سیروس لاجبیک و پول خوبی که به دست آورده بودیم دیگر دست وبالم بازشده بود که به پروژه های بزرگتر فکر کنم در سال ۱۹۸۹ شرکت مومنتا ۲۴ را راه انداختیم و من هم شدم مدیرعامل. ایده بزرگی را دنبال میکردیم، هنوز شبکه واینترنت و اتصال رایانه ها به شبکه مطرح نشده بود ولی من برای اولین بار به دنبال فناوری صفحه لمسی رفتم و رایانه های جدیدی طراحی کردیم که به Pentop معروف شد چون نحوهٔ ارتباط به غیراز صفحه کلید از طریق یک قلم لمسی بود، کار خیلی خوب جلو رفت و محصول خیلی خوبی تولید شد که در آن موقع بینظیر بود من و دوستانم و به طور عمده خودم بسیار سرخوش بودیم و با هیجان محصول را روانه بازار کردیم. البته شبکه فروش ویژه نداشتیم و از طریق فروشگاه های ارائه دهنده محصولات الکترونیکی آن را عرضه کردیم ولی کم کم با عکس العمل منفی بازار روبه رو شدیم فناوری لمسی که در آید غوغا کرد آن موقع هنوز زودهنگام بود و برای همه بیگانه. به فروشندگان فروشگاههای الکترونیکی هم آموزش میدادیم که به خریداران منتقل کنند ولی میدانید که فروشنده های این فروشگاه ها خیلی سریع جابه جا میشوند و لذا خریداران که بهطور عمده با فناوری لمسی بیگانه بودند با فروشندگانی ناآشناتر مواجه می شدند و هیچگونه خدمات پشتیبانی هم برایشان فراهم نکرده بودیم، محصول با شکست تجاری کامل مواجه شد و مرتباً از طرف فروشندگان مرجوع میشد و شرکت به شکست کامل رسید، یک روز متوجه شدم که هیئت مدیره بدون حضور من تشکیل جلسه داده و من را از سمت مدیرعاملی خلع کرده اند و اخراج شده ام. طعم شکست را به معنای دقیق کلمه چشیدم، هرچند که واقعاً فناوری خوبی توسعه پیدا کرده بود و حتی تعدادی از مهندس های ما به اپل رفتند که بعدها در تولید آیپد نقش ویژه ای یافتند ولی پروژه شکست خورده بود. کار را رها کردم و یک سال دور دنیا گشتم و با یک سری افکار مختلف آشنا شدم و به اینجا رسیدم که شکست را هم باید یک موهبت دانست که شاید بعضی مواقع مهمتر از موفقیت برای قدمهای بعدی هم باشد، چراکه باتجربه ای که حاصل میشود قدم بعدی خیلی همه جانبه تر به سوی موفقیت برداشته میشود. در همه امور در زندگی به این امر عقیده داشته ام، یک مرتبه کتف راستم دچار مشکل شد و من که به ورزش تنیس علاقه داشتم شروع کردم به بازی با دست چپ و آنقدر کوشش کردم که با دست چپ هم به خوبی بازی میکردم حالا هم که کتف راستم بهبود پیدا کرده با هر دو دست میتوانم به خوبی بازی کنم که در مقابل بعضی از حریفها، بازی با دست چپ مزیت است.

– **پس ازآن کارها چطور جلو رفت؟**

الهیان: سال ۱۹۹۳ بعد از یک سال گشت وگذار دوباره برگشتم و با علاقه و عزم راسخ با توجه به درسهایی که گرفته بودم مجموعه ای از شرکت های جدید را راه اندازی کردم که در آنها به طور عمده عضو هیئت مؤسس بودم و رئیس هیئت مدیره هم بودم، اجمالاً شرکتها را به قرار زیر میتوانم برایتان ذکر کنم.

نتو مازیک ۲۵ : از ۱۹۹۳ تا ۲۰۰۰ ، در سال ۱۹۹۷ به مبلغ ۳۰۰ میلیون دلار سهامی عام شد، بالاترین ارزش ۶۰۰ میلیون دلار.

ارتباطات سنتیلیوم ۲۶ : از ۱۹۹۷ تا ۲۰۰۸ که روی ADSL کار کردیم در سال ۲۰۰۰ با ارزش ۷۰۰ میلیون دلار سهامی عام شد، بالاترین ارزش ۴ میلیارد دلار.

پلانت وب ۲۷: از ۱۹۹۶ تا ۲۰۰۹ ، در سال ۲۰۰۹ توسط شرکت مونوتایپ ۲۸ خریداری شد. اکتلیس ۲۹ : که در کار شبکه بود و از ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۹ با آنها همکاری کردم. بیسیم ۳۰ : در آن به عنوان سرمایه گذار و عضو هیئت مدیره همکاری داشتم از ۲۰۰۳ شروع شد و ۲۰۰۹ به مبلغ ۳۳۰ میلیون دلار توسط برادکام ۳۱ خریداری شد. این تقریباً همه شرکتها بود البته چند تای دیگر هم هست و یکی دو تا شکست دیگر هم داشتم که به سنگینی مومنتا نبودند. این تجربیات را جمع کردم و یک VC راه انداختم به اسم گلوبال کاتالیست ۳۲ که در سال ۱۹۹۹ تا حالا فعال است و مجموعه شرکای قابلی داریم، در سطح بین المللی و در مراحل مختلف در شرکتهایی که فناوری های نوآورانه و ارزشمندی ارائه کنند سرمایه گذاری میکنیم و از آن مهمتر آموزش و هدایت و راهبری شرکتهای نوپا است که با علاقه مندی دنبال میکنیم، علاوه بر اینها در کشورهای مختلف از ژاپن و سنگاپور تا اکراین و آذربایجان نسبت به توسعه کارآفرینی و سرمایه گذاری و غیره همکاری دارم.

- **خیلی خیلی هیجان انگیز است، برایتان آرزوی موفقیتهای بیشتر داریم. آقای الهیان شما همانطور که گفتید از همان دوران دبیرستان به کارهای نیکوکارانه هم علاقه داشتید و پشتناز بودید، سالهای اخیر هم در کارهای نیکوکارانه فعال بودید و همین طور فعالیت های اجتماعی دیگری هم داشتید در این موارد هم ممنون میشویم که توضیح دهید.**

الهیان : بله درست است، من فکر میکنم این هم بخشی از زندگی است البته من همیشه به کارهای نیکوکارانه ای علاقه مند هستم که به قول معروف ماهی گیری یاد میدهد نه اینکه ماهی بذل و بخشش کند، کارهای متعددی کردیم همسرم زهره جان هم در این امور یار و همکار پروپا قرص است. با اسکول آنلاین شروع کردیم که به مدارس کشورهای محروم برای توسعه و آموزش فناوری اطلاعات کمک می کرد بعد ریلایف اینتر نشنال را راه انداختیم که موقع زلزله بم هم توانستیم به خانه سازی در روستاهای زلزله زده کمک کنیم بالاخره حالا هم گلوبال کاتالیست فاندیشن را داریم.

در این بنیاد بیشتر به توسعه آموزش کودکان و نوجوانان در مناطق محروم به ویژه در راماله و مناطقی از فلسطین کمک میکنیم البته لازم است همیشه از نیکوکاران دیگری هم که در بعضی طرحها با ما همراهی می کنند ذکری داشته باشیم در برنامه هایی هم که به توسعهٔ اقتصادی و توسعهٔ پایدار به ویژه با همکاری سازمان ملل متحد، کمک می کند نیز من همیشه با علاقه همکاری داشته ام.

- **خیلی سپاسگزاریم آقای الهیان نکاتی که گفتید بسیار ارزشمند بود و از آنها استفاده خواهیم کرد. اگر خسته نشده اید میخواهیم خواهش کنیم نگاهی هم به روند توسعه فناوری داشته باشید و در این زمینه نیز دیدگاه تان را بیان بفرمائید.**

الهیان: من مدلی از اقتصاد نوآورانه در ذهن دارم و فکر میکنم عصر طلایی کارآفرینی را حادث خواهد کرد. مدلی که در این زمینه ساخته ام که بعضی از قسمتهای آن را برای شما شرح می دهم. اولین مؤلفه، ارزش افزودهٔ نوآوری در فناوری اطلاعات است که اگر از کارهای یدی شروع کنیم و به سمت خودکارسازی برویم ارزشهای بالاتری حادث میشود. برای روشن شدن این مدل بیایید مثالی را بررسی کنیم؛ مثلاً کار گلدوزی روی پارچه را در نظر بگیریم، اگر کار گلدوزی فقط با سوزن و نخ و به طور دستی انجام شود شاید بیش از روزی چند دلار نتواند ارزش تولید کند ولی به دنبال اختراع چرخ خیاطی مکانیکی، توان تولید و ایجاد ارزش بالاتر رفت، همین طور چرخ

خیاطی الکترومکانیکی و بعد الکترونیکی که میتوانست برنامه پذیر باشد، ارزش تولید را بالاتر و بالاتر بردند بعد هم چرخ خیاطی هایی که میتوانستند DVD در آنها قرار دهند و طرح هایی که میخواستند را به راحتی پیاده میکردند ارزشهای بیشتری تولید کردند، ولی در حال حاضر چرخ خیاطی هایی داریم که یک آیپد درون آنها است و به اینترنت متصل هستند و دیگر کار خلاقانه در طراحی و گلدوزی بی انتها شده است و ظرفیت تولید ارزش نیز بسیار بالاتر رفته است، می توانید طراحی ارزشمندی انجام دهید و مستقیماً به بازار جهانی عرضه کنید و درآمد کلانی به دست آورید، حالا فکرش را بکنید این روش نوآوری به کمک فناوری اطلاعات را در هر زمینه دیگری نیز میتوانید اعمال کنید، مثلاً از عکاسی و طراحی صنعتی گرفته تا موضوعات دیگر و دقت کنید در این زمینه اینترنت است که نقش ویژه ای ایفا میکند، چه در زمینهٔ نرم افزار، چه در زمینه محتوا و چه برای ارتباط و دسترسی و شنیدهاید که اینترنت به صورت برای همه، هر زمان و هر کجا خیلی امور را درگرون کرده است مثلاً عینک گوگل را ۱۵۸۳در نظر بگیرید که چه تحولاتی میتواند پدید آورد و این روزها هم که شنیده اید صحبت از اینترنت اشیا است، دیگر با فناوری IPv6 همه چیز را میتوان به اینترنت متصل کرد و دیگر دنیای جدیدی پدید آمده است که خلاقیت و نوآوری بسیار زیاد و واقعاً بیکرانی را طلب می کند و ببینید در توسعه فنآوری از هر لایه که بالاتر بروید موج جدیدی از نوآوری پدید میآید که تحول زیادی به همراه دارد، هرچند در سطح هر لایه میتوانیم افقی هم حرکت کنیم و نوآوری داشته باشیم ولی هر چه در لایه ها بالاتر برویم نوآوریها متفاوت هستند و تحول و دگرگونی اساسی پدید میآورند. به هر صورت باید در زمانهای مناسب از یکلایه به لایه دیگر رفت و لذا به نظر من مؤلفهٔ مهم بعدی در نظر گرفتن زمان مناسب برای تولید ارزشهای خلاقانه است اگر نفر اول باشید که یک نوآوری را مطرح میکنید ارزشهای زیادی کسب خواهید کرد ولی اگر حرکت زودهنگامی انجام دهید ممکن است دچار مسئله شوید داستان مومنتا را که برایتان گفتم زودتر از زمان مناسبش بود و به شکست انجامید.





فرهنگ کسب و کار در تایلند

نباید انتظار داشته باشید که یک رابطه کاری با تایلندی‌ها به سرعت پیش برود. تایلندی‌ها زمان زیادی برای شناخت شما صرف خواهند کرد.

ارتباطات کاری همیشه رسمی است و در این میان کاربرد زبان بدن از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. احترام به مرتبه و سن در جامعه تایلندی ضروری است. بزرگ‌ترین فرد در هر گروه فرد ارشد محسوب می‌شود و باید با احترام با او برخورد شود. به دلیل اهمیت تایلندی‌ها به احترام و ادب، اغلب نه گفتن برای آنها بسیار سخت است؛ بنابراین به هر نوع علامت منفی در زبان بدن آنها توجه کنید. گرچه ممکن است لباس پوشیدن تایلندی‌ها برای برخی غربی‌ها به نظر محافظه‌کارانه بیاید، اما مردم تایلند به طور کلی بسیار آرام و خونسرد هستند و اگر یک فرد خارجی آداب تایلندی را رعایت نکند، به ندرت به آنها برخورد خواهد کرد. گرچه شما باید با برخی رسوم ساده آشنا باشید و از برخی کارها یا نظرها اجتناب کنید. به دلیل دشواری رفت و آمد در شهرهای بزرگ تایلند بسیاری از مدیران اجرایی خارجی تمایلی به برنامه‌ریزی بیش از دو جلسه در روز ندارند. ترافیک در بانکوک بسیار بد است به طوری که بسیاری از تایلندی‌ها جلسات را از ماشین‌هایشان از طریق تلفن‌های همراه، لپ‌تاپ‌ها و دستگاه‌های فکس هدایت می‌کنند. اگر می‌خواهید از ترافیک وحشتناک بانکوک اجتناب کنید، می‌توانید همیشه با قایق در این کشور سفر کنید.

بیشتر تایلندی‌ها بودایی هستند به جز بخش‌هایی در جنوب که بسیاری از مردم آن مسلمان هستند. بیشتر تعطیلات بودایی‌ها در ماه‌های آوریل و مه است و کارمندان تایلندی در این ماه‌ها به تعطیلات می‌روند. بنابراین بهترین زمان برای انجام کسب و کار در تایلند بین ماه‌های نوامبر و مارس است.

بررسی پیشینه فرهنگ کسب و کار در تایلند

از چه چیزی باید اجتناب کنید

از هرگونه نظر منفی در مورد تایلند و پادشاه این کشور باید به شدت اجتناب شود. اگر به تایلند و پادشاه آن توهین کنید هرگونه شانس را در ایجاد روابط خوب با تایلندی‌ها از دست خواهید داد و حتی ممکن است تا پای مراجع قضایی پیش بروید. بسیار معمول است که هنگام ورود به خانه تایلندی‌ها کفش‌تان را در آورید. مردم تایلند در مورد پاکیزگی بسیار حساس هستند و پوشیدن کفش در منزل چندان مورد قبول نیست.

آداب کسب و کار

مردم تایلند ترجیح می‌دهند پیش از بحث پیرامون کسب و کار، روابط شخصی ایجاد کنند. پیش از اتخاذ هر تصمیمی و در بسیاری از سطوح مسائل نیاز به بحث مکرر خواهد داشت. بنابراین پیش از اینکه هر چیزی شروع شود، چند جلسه ترتیب داده خواهد شد.

جلسات اولیه همیشه طی ناهار شکل خواهند گرفت و سرگرمی بخشی از توسعه روابط کسب و کار است. زبان بدن در ارتباطات تایلندی‌ها

مهم است و احترام و ادب باید همیشه نشان داده شود. توجه به زبان بدن و پاسخ‌های غیرمستقیم در راستای اجتناب از پریشانی و سوءتفاهم کمک شایانی خواهد کرد.

قرار ملاقات برای جلسات باید از قبل ترتیب داده شود. ایده خوبی است که جزئیات جلسه را از روز قبل برنامه‌ریزی کنید. با به موقع رسیدن به جلسه، احترام خود را نشان می‌دهید. هم از خارجی‌ها و هم از تایلندی‌ها انتظار می‌رود به موقع به جلسه برسند. حضور به موقع در یک جلسه برای تأثیرگذاری خوب ضروری است. زمانی که وارد اتاق می‌شوید از شما دعوت خواهد شد تا بنشینید و فردی که با او ملاقات می‌کنید به شما نشان خواهد داد که کجا می‌توانید بنشینید. باید تا زمانی که این اتفاق می‌افتد در جای خود بایستید. پس از معرفی اولیه به فرد تایلندی، باید کارت ویزیت خود را با دست راست و به ارشدترین فرد حاضر در اتاق تحویل دهید. یک طرف کارت شما باید حاوی اطلاعات به زبان تایلندی باشد.

برای خواندن کارت ویزیت طرف تایلندی زمان بگذارید و نظر مودبانه‌ای در مورد آن بدهید. زبان کسب و کار در این کشور، تایلندی است. گرچه برخی شرکت‌های بین‌المللی وجود دارند که از زبان انگلیسی برای بیشتر فعالیت‌هایشان استفاده می‌کنند.

شیوه لباس پوشیدن در تایلند ظاهر برای مردم تایلند مهم است. شیوه لباس پوشیدن در تایلند محافظه‌کارانه است. مردان کت و شلوار مشکی با پیراهن سفید می‌پوشند. با شیوه لباس پوشیدن خود از سوی تایلندی‌ها قضاوت خواهید شد؛ بنابراین باید کفش‌های شما تمیز باشد و باید برای محل کار و جلسات لباس‌تان را هوشیارانه انتخاب کنید.

زنان در کسب و کار تایلند

بسیاری از زنان در تایلند کار می‌کنند و زمانی که با تفاوت‌های حقوق در برخی کشورهای دیگر مقایسه کنیم در می‌یابیم که زنان تایلندی قادر هستند معاش قابل توجهی را به دست آورند. به طور متوسط آنها ۹۰ درصد حقوق یک مرد را در یک شغل مشابه دریافت می‌کنند، که بالاتر از کشورهایی مانند ایالات متحده آمریکا است.

گرچه بسیاری از زنان تایلندی هرگز به مقام ارشد در سازمان‌شان دست نخواهند یافت. اغلب زمان زیادی برای زنان طول می‌کشد تا از نردبان ترقی شرکت بالا بروند اما با وجود بیشتر شرکت‌های بین‌المللی که در این کشور فعالیت می‌کنند به نظر می‌رسد این شیوه رو به تغییر است. در این مورد تبعیض جنسیتی در محل کار وجود دارد اما رفتار غیرمحترمانه نسبت به زنان عموماً تحمل نخواهد شد. کارگران ممکن است تبعیض سنی و نژادی را در تایلند تجربه کنند. اتحادیه‌هایی برای مشاغل بسیاری در تایلند وجود دارند. اعتصاب کردن در تایلند به طور خاص معمول نیست اما برخی اوقات به خدمات عمومی مانند حمل و نقل ضربه زده است. کارفرمایان معمولاً تلاش می‌کنند برای رسیدن به توافق، با اتحادیه‌ها کار کنند و در نتیجه از اعتصاب کارگران پیش از وقوع جلوگیری کنند.

گام‌هایی برای رشد

خلاقیت‌تان



دارد و هیچ کس تا به حال این داستان را نخوانده یا نشنیده است. صفحه اول آن را باز کنید و سه خط اول داستان را بنویسید.

حال به صفحه آخر بروید و سه خط آخر کتاب را پیدا کنید. آن‌ها را بنویسید. کتاب را ببندید. به عنوان روی جلد نگاه کنید. عنوان کتاب را بنویسید.

مثال

صفحه اول: پانزدهم اردیبهشت بود. درست نیمه بهار. طبیعت جوان و سرزنده، پر از امید و غرور بود. درست مثل من، منی که فقط بیست سال داشتم و هنوز زندگی را پیش روی خود می‌دیدم. دو سال از ورودم به دانشگاه می‌گذشت. و ترم اول دانشگاه، تقریباً به همه گروه‌های دانشجویی سری زده بودم و دوستانی برای خودم دست و پا کرده بودم، اما از سال دوم بیشتر روزها را به تنهایی می‌گذراندم.

صفحه پایانی: اسلحه‌ای که رو به من نشانه رفت و صدایی که گفت: «بلیت بخر وگرنه شلیک می‌کنم». حتماً می‌توانید تصور کنید ددین فردی اسلحه به دست، پشت میز بلیت فروشی فیلم، آن هم در دانشگاه چقدر تعجب آور بود. فردی که اسلحه پلاستیکی خود را به این و آن نشانه می‌گرفت و با بازیگوشی تمام همه را به خنده و خرید بلیت وا می‌داشت. البته آن روز من بلیت خریدم و اسلحه شلیک نشد، اما فیلم «مکالمه» سرآغاز دوستی من و او شد.

مغز، خاستگاه خلاقیت

همه ما به خوبی می‌دانیم نیم کره مغز مسئول فعالیت‌های روزمره و واقعگرایانه، محاسباتی و منطقی است و در عوض نیم کره راست عهده دار کارهای حسی و شهودی، خلاقانه و دریافت‌های ادراکی است، اما عصب‌شناسان معتقدند برای انجام کامل یک فرآیند خلاقه، بسته به میزان خلاقیت، ناحیه‌های مختلفی از مغز باید به صورت اشتراکی نقش‌هایی را ایفا کنند. برای درک عصب‌شناسی خلاقیت، شناخت سه نوع شبکه مغزی لازم است.

اولین شبکه که با نام شبکه توجه اجرایی (Executive Attention Network) شناخته می‌شود، زمانی وارد عمل خواهد شد که انسان تمامی ذهنش را به انجام کارهایی مانند حل مسئله‌ای پیچیده یا درک موضوعی دشوار متمرکز کند، فعالیت‌هایی که اغلب نیازمند استفاده از حافظه فعال (working memory) هستند.

این شبکه عصبی ارتباطی کارآمد بین مناطق بیرونی قشر پیش فوقانی (prefrontal cortex) و نواحی پشتی لب‌آهیانه‌ای (parietal lobe) برقرار می‌کند. دومین شبکه با نام شبکه تصور (Imagination Net- work) یا شبکه پیش فرض (Default Network) درست همزمان با ساخت شبیه‌سازی‌هایی ذهنی براساس تجارب گذشته اشخاص فعال می‌شود.

این فعال‌سازی می‌تواند در خلال یادآوری، تفکر درباره آینده و متصورشدن حالات و پیش‌آمدهای مختلفی برای زمان حال صورت بگیرد. این شبکه همچنین نقش بسزایی در انجام فعالیت‌هایی ذهنی مانند حدس زدن تصورات و تفکرات دیگران که با نام شناخت اجتماعی از آن یاد می‌شود، ایفا می‌کند.

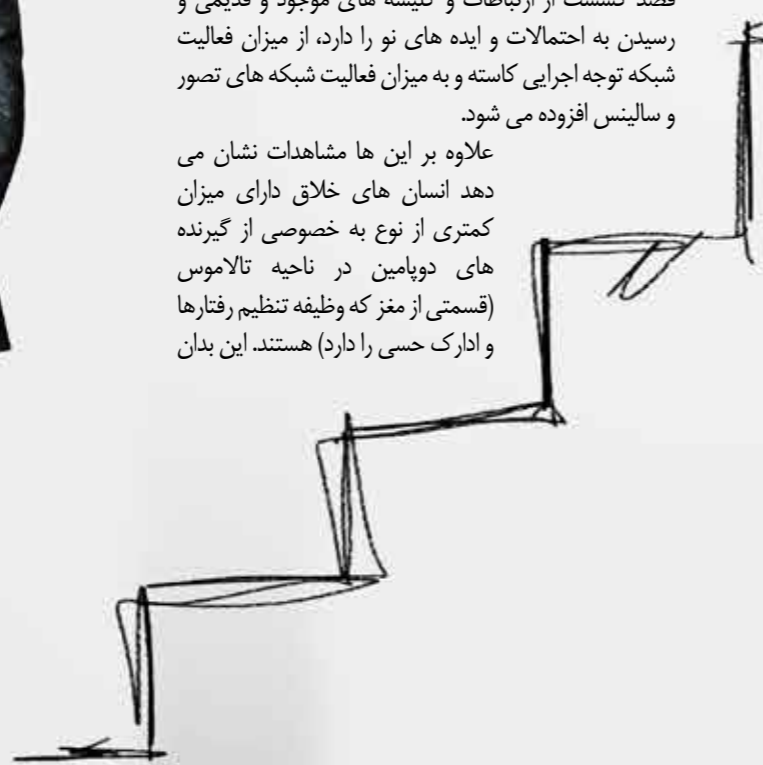
شبکه تصور شامل نواحی عمیق درون قشر پیش فوقانی و قسمت‌های میانی لب‌گیجگاهی (temporal lobe)، در ارتباط با بخش‌های مختلف درونی و بیرونی قشر آهیانه‌ای است، اما سومین شبکه با نام شبکه سالیانس (Salience Network)، ارتباط تنگاتنگی با کارکردهای پیچیده مغز، مانند ارتباطات، رفتارهای جمعی و خودآگاهی دارد. این شبکه با جمع‌آوری اطلاعات شناختی، حسی و عاطفی از محیط بیرونی و درونی افراد فعالیت می‌کند و شامل قسمت‌های جلویی اقشار پشتی (dorsal cortices) و قشر اینسولار (insular cortex) است.

البته بسته به نوع خلاقیت، میزان همکاری کردن یا نکردن آن بین شبکه‌های عصبی متفاوت خواهد بود، برای مثال زمانی که انسان قصد گسست از ارتباطات و کلیشه‌های موجود و قدیمی و رسیدن به احتمالات و ایده‌های نو را دارد، از میزان فعالیت شبکه توجه اجرایی کاسته و به میزان فعالیت شبکه‌های تصور و سالیانس افزوده می‌شود.

علاوه بر این‌ها مشاهدات نشان می‌دهد انسان‌های خلاق دارای میزان کمتری از نوع به خصوصی از گیرنده‌های دوپامین در ناحیه تالاموس (قسمتی از مغز که وظیفه تنظیم رفتارها و ادراک حسی را دارد) هستند. این بدان

معناست که احتمالاً تالاموس میزان کمتری از اطلاعات را فیلتر می‌کند و بنابراین اطلاعات بیشتری برای ایجاد پیوندها و ارتباطات غیرمعارف که لازمه هر نوع کار خلاقه است، در دسترس خواهد بود.

آنچه باعث تکامل خلاقیت از نسلی به نسل دیگر بشر شده است، نه فقط تکامل فیزیولوژی مغز، خصوصیات روان‌شناسانه افراد نیز بوده است، برای مثال انسان‌های خلاق عموماً شخصیتی باز، پذیرا و تجربه‌گرا دارند، اما آنچه می‌تواند برای انسان مهم و کارگشا باشد شاید در پس این حقیقت پنهان شده که خلاقیت نوعی توان مندی است، بدین معنا که با آموزش، تمرین و تربیت قابل اکتساب است. شاید با انجام تمرین‌های روزانه مشابه آنچه در ابتدای مقاله آمد یا هر نوع بازی و آزمون ذهنی، بتوان اندکی به میزان خلاقیت خود افزود و به افزایش میزان آن در نسل‌های بعد کمک کرد.



۹ شهر برتر کسب و کار جهان کدامند؟

موسسه «گرنِت تورنتون» با تلفیقی از ۲۲ معیار مختلف رشد اقتصادی و فعالیت‌های کسب و کار، شاخص پویایی جهانی را تعریف کرد و طبق این شاخص بهترین مقاصد کسب و کار جهان را معرفی کرده است.

انتخاب مکان جدیدی برای شروع یا گسترش فعالیت‌های تجاری و کسب و کار، یکی از تصمیمات پریسک است. بدون تحقیقات کافی و داشتن اطلاعات محلی، سرمایه‌گذاران ممکن است در انتخاب مکان جدید برای سرمایه‌گذاری، با ضرر و زیان‌های پنهان، زیرساخت‌های معیوب و بی‌ثباتی سیاسی روبه‌رو شوند.

برای حل این مشکل، موسسه «گرنِت تورنتون» با تعریف شاخص پویایی جهانی (GDI)، با کمک ۲۲ شاخص برای ارزیابی قدرت دسترسی مالی، بازار کار، فناوری، رشد بازار و شرایط راه‌اندازی کسب و کار، جزئیات دقیقی از شرایط رشد در اقتصادهای پیشرو جهان ارائه می‌کند. به‌گزارش سی‌ان‌ان، در این مطالعه، سنگاپور به عنوان بهترین مقصد سرمایه‌گذاری و راه‌اندازی فعالیت‌های کسب و کار معرفی شده است. این کشور امسال با ۶ پله صعود نسبت به سال قبل حائز رتبه نخست شده است. استرالیا با دو پله نزول نسبت به رده‌بندی قبلی به رتبه سوم فهرست شهرهای برتر کسب و کار جهان سقوط کرده اما به لطف رشد سریع در دو شهر بسیار پویای خود یعنی سیدنی و ملبورن، همچنان جزو ۵ مقصد برتر از نظر راه‌اندازی کسب و کار و بازار کار محسوب می‌شود. اما ظهور هلسنینکی، پایتخت فنلاند، به عنوان قطب فناوری، یکی از مهم‌ترین عواملی است که به این کشور اروپای شمالی کمک کرده تا به‌طور مشترک در رتبه سوم این رده‌بندی با استرالیا قرار بگیرد. این کشور به عنوان یکی از ۵ مقصد برتر فناوری، تامین مالی و شرایط شروع کسب و کار انتخاب شده است. سوئد مانند همسایه خود یعنی فنلاند، با وجود مالیات‌های سنگینی که اخذ می‌کند، در بخش فناوری و فراهم آوردن شرایط کسب و کار امتیاز بالایی کسب کرده و با چهار پله صعود نسبت به رتبه سال قبل خود، در رده پنجم قرار گرفته است. اما سریع‌ترین رشد را در این رده‌بندی، اسلوانی با ۲۷ پله صعود به‌خود اختصاص داده و توانسته به رتبه ششم این رده‌بندی صعود کند. اسلوانی این رشد را مرهون بهبود قابل توجه رشد بازار و فناوری خود است و سرمایه‌گذاران پیش‌بینی می‌کنند که این رشد اسلوانی همچنان ادامه یابد. سوئیس، دیگر کشور رو به رشد اروپایی است که نشانه‌هایی بهبود از بحران بزرگ مالی را از خود بروز داده و کسب و کار در این کشور از بخش مالی پویا و شرایط مساعد شروع کسب و کار بهره‌مند شده است. این کشور از نظر شاخص پویایی جهانی در رتبه هفتم قرار گرفته است. رتبه هشتم این رده‌بندی در اختیار کشور نفت‌خیز نروژ است که به میزان قابل توجهی درحال تبدیل شدن به یک مقصد محبوب بیزنس جهان است. این کشور به لطف زیرساخت‌های عالی و تقویت بازار کار خود توانسته در این رده‌بندی دو پله صعود کند. کانادا، تنها کشوری است که از قاره آمریکا جزو ۱۰ کشور برتر این رده‌بندی قرار دارد اما رتبه این کشور نسبت به سال قبل دو پله تنزل یافته است ولی رتبه دهم در اختیار یک آسیایی یعنی تایوان است. این جزیره خودمختار به لطف داشتن بازار کار قدرتمند و پیشرفت در حوزه فناوری با ۹ پله صعود نسبت به رده‌بندی سال قبل، به جمع ۱۰ کشور برتر جهان در شاخص پویایی و شرایط مساعد فعالیت کسب و کار پیوسته است.



4

درس استراتژیک ایتالیا برای توسعه ایران

تحلیل و تجویز راهبردی:

پیشرفت ایتالیا برای ما چهار درس استراتژیک دارد:

۱ - یکی از سازوکارهای ما برای تحریک انگیزه پیشرفت، دیدن پیشرفت‌های اطرافیان و همسایگان است. بنابراین بازدید و موشکافی پیشرفت آنان یک سازوکار پیشرفت است. وظیفه هر کدام از ماست که یک تجربه موفق را از همسایگان بیابیم و با دیگران به اشتراک بگذاریم. وجود نشانه‌های پیشرفت در کشورهای همسایه اصلاً نباید مایه حسرت ما باشد بلکه باید این اثرهمسایگی را اهرم کنیم.

۲ - یکی از آموزه‌های کلیدی تفکر استراتژیک جستجوی فرصت‌ها، حتی در نقاط تاریک، منفی و چالش‌هاست. از یک منظر مهاجرت‌نخبگان یک تهدید ملی است اما از دیگر سو درون همین تهدید بسیار بزرگ، فرصتی بی‌نظیر نهفته است. اگر از این زاویه به این مساله نگاه کنیم ایران یکی از گسترده‌ترین شبکه‌های خارج از کشور را دارد که می‌تواند از آن استفاده کند.

۳ - جزو اقلیت غیرمنطقی باشیم و نه اکثریت منطقی.

آدم‌های بامنطق وضعیت موجود را می‌پذیرند اما این آدم‌های غیرمنطقی هستند که دنیا را تغییر می‌دهند. اگر جزو معدود آدم‌هایی هستید که فکر می‌کنید در اقلیت هستید و برای کشور تلاش می‌کنید بدانید که رسالت بزرگی بر دوش شماست.

۴ - در تفکر استراتژیک ما مفهومی داریم به نام چرخه‌های رشد. مهم آنست که نقاط اهرمی پیدا کنیم تا آن چرخه‌های رشد فعال شود.

گسترش روابط بین‌المللی یکی از آن اهرم‌هاست. تنها با یک قید آن هم «تامین منافع ملی» هر چقدر در روابط بین‌المللی، پیمان‌های دو و چندجانبه، سازمان‌ها و سازوکارهای بین‌المللی حضور بیابیم، برای ایران مفید است. تعامل با فضای بین‌الملل، به ما اندیشه عمیق‌تر و انگیزه بیشتری را برای بهبود می‌دهد.

از امروز کفایت جهانی‌تر زندگی کنیم. چه یک خانه دار باشیم چه یک استاندار. خانه دار می‌تواند توریست‌های خارجی را به خانه خود دعوت کند و استاندار می‌تواند پتانسیل‌های خود را به سرمایه‌گذاران خارجی نمایش دهد.

سوال خیلی‌هاست که ایتالیایی‌ها با فرهنگی مشابه ما چگونه توانستند توسعه پیدا کنند؟ پاسخ من معمولاً این است که خودم هم دقیقاً نمی‌دانم ولی چهار نکته را می‌توانم بیان کنم:

۱ - **اثر همسایگی:** وقتی شما ببینید که کشورهای همسایه شما دارند پیشرفت می‌کنند انگیزه می‌یابید که شما هم تغییر کنید و به سمت پیشرفت حرکت کنید. کما اینکه رشد آسیای جنوب شرقی محرک اصلاحات در چین شد. ایتالیایی‌ها هم که شاهد رشد و بازسازی کشورهای همسایه خصوصاً فرانسه که خود را دائماً با آنها مقایسه می‌کنند بودند انگیزه اصلاح یافتند.

۲ - **اثر مهاجرت:** اقتصاد ایتالیا در سالهای جنگ جهانی وضع ناگواری داشت و به همین دلیل مهاجران زیادی را به کشورهای دیگر فرستاد. وقتی از بلژیک قرار شده بود ذغال سنگ وارد کنند، شرط کرده بودند که کارگران آن از ایتالیا بروند تا فشار بیکاری کم شود. اصولاً این کشور در سالهای بعد از جنگ جهانی یک کشور مهاجرپرست بود.

۳ - **وجود اقلیت کارآفرین و پرتلاش:** در همه کشورها هستند کسانی که راضی به وضع موجود باشند و نسبت به پیشرفت کشور بدبین و همواره بر نقاط ضعف تمرکز کنند و یاس را تئوریزه. اما می‌شود اقلیتی پیدا شوند که بر این روحیه ناامیدی غلبه کنند و با تلاش مضاعف نشان دهند که در همین شرایط غیرآید آل نیز می‌توان کار جدی کرد. در ایتالیای بعد از جنگ کسانی ظاهر شدند که قابلیت کارآفرینی زیادی داشتند و با تلاش خیره‌کننده‌ای به بقیه ثابت کردند که می‌شود پیشرفت کرد. یکی از آنها کسی است که شرکت معروف انی یکی از دستاوردهایش است. امثال او و دستاوردهایش اعتماد به نفس را در جامعه ایتالیا تزریق کرد و به جامعه کمک کرد که بر یاس و ناامیدی غلبه کنند.

۴ - **پیوستن و حضور در اتحادیه اروپا:** به ایتالیا کمک کرد تا راحت‌تر مسائل داخلی خود را حل کند. شما اگر در جمع افراد معنویت‌گرا قرار بگیرید ناخودآگاه به معنویت بیشتر گرایش می‌یابید. اگر در جمع بچه‌درسخوان‌ها باشید پیشرفت تحصیلی را جدی‌تر خواهید گرفت. همین قیاس در مورد کشورها نیز مطرح است. اصولاً در توسعه و ادبیات‌گذار اقتصادی شاخصی به نام نزدیکی به بروکسل مطرح است یعنی هر چه کشورهای شرق اروپا به بروکسل نزدیک‌تر بودند و احتمال پیوستن خود را به این اتحادیه بیشتر می‌دیدند بهتر و سریعتر می‌توانستند مسائل و موانع داخلی توسعه خود را حل کنند.

پرونده ویژه

استرس شغلی



محمدعلی چمنیان
عضو هیأت رئیسه
انجمن مدیران صنایع خراسان

چگونه از استرس، ابزاری برای پیشرفت بسازیم؟

در دنیای پرسرعت و پرتغییر کنونی، روزی سپری نمی‌شود که در آن صحبت از استرس به میان نیاید. اما معنی دقیق این واژه چیست؟ آیا پارادایم ذهنی جامعه، مبنی بر اینکه استرس یک عامل منفی است و باید تا حد امکان آن را کاهش داد، با واقعیت انطباق دارد؟

استرس در لغت به معنای حالت انگیزختگی روانی ناشی از محرک بیرونی است و در فارسی معادل دقیقی ندارد و از واژه‌هایی مانند ترس، نگرانی، دغدغه، اضطراب و... در موقعیت‌های مختلف استفاده می‌شود. این لغات اگرچه هر کدام بخشی از بار معنایی را به همراه دارند، اما هیچ کدام به تنهایی معنایی جامع و مانع از استرس ارائه نمی‌دهند. از نظر علم فیزیولوژی، استرس یکی از واکنش‌های بدن به شرایط اضطرابی است که باعث افزایش گردش خون، ضربان قلب، قدرت و دقت بینایی و شنوایی می‌شود و به انسان غار نشین در گریز از خطر کمک می‌کرده است. این واکنش را در اصطلاح "fight-or-flight" می‌گویند. اما مسئله اینجاست که در عصر پرازدحام امروزی، بدن ما به محرک‌هایی از جمله ترافیک، آلودگی صوتی، نگرانی از آینده‌ی مبهم و صدها عامل دیگر نیز همین واکنش را نشان می‌دهد. عواملی که علی‌رغم خطرناک بودن، از کنترل انسان خارج است و این پاسخ فیزیولوژیک کمکی به حل مسئله نمی‌کند. این جنبه از استرس است که به دلیل احساس درماندگی از حل معضلات منجر به عوارض جسمی و روانی می‌گردد و روانشناسان در تلاشند تا از فشار آن بر جسم و روان افراد بکاهند. اما استرس انواع دیگری نیز دارد.

روی دیگر سکه‌ی استرس، انگیزختگی ناشی از محرک‌هایی است که در حوزه تاثیرگذاری ما قرار دارند. به عبارت دیگر ما می‌توانیم با بهره‌گیری از افزایش سطح عوامل فیزیولوژیک مانند افزایش توان ذهنی، قدرت شنوایی و بینایی و در مجموع با عملکرد بهتر ناشی از این ارتقای توانمندی‌ها بر روی نتایج تاثیرگذار باشیم. این میراث واقعی اجداد غارنشین ماست که می‌تواند در زندگی امروز نجات‌بخش باشد. در اصلاح این نوع از استرس را "eustress" به معنای استرس خوب یا مثبت می‌نامند. در مقابل نوع اول که به آن "distress" یا استرس منفی می‌گویند.

اکنون، پس از این دسته‌بندی، می‌توان پارادایم ذهنی غالب را به چالش کشید و از تاثیر استرس مثبت بر کسب نتایج مطلوب سخن گفت. برای مثال داشتن استرس مثبت هنگام انجام یک مصاحبه‌ی شغلی می‌تواند، با افزایش سطح آدرنالین در خون، منجر به تمرکز حواس، درک بهتر موقعیت و ارائه پاسخ‌های مناسب شود. حتی می‌توان پا را فراتر نهاد و ادعا کرد برخی از احساسات انسان بدون داشتن چاشنی استرس مثبت عملی نمی‌شوند. به گفته دونالد توبسینگ (Donald Tubesing) استرس مانند فلفل است که وجود مقدار کافی از آن باعث بهبود طعم غذا شده و کمبود آن غذا را بی‌روح می‌کند. آیا بدون داشتن استرس مثبت برای کسب نتیجه‌ی مطلوب، یک ورزشکار می‌تواند از

حداکثر قوای جسمی و ذهنی خود، در رقابت با سایر ورزشکاران، استفاده کند؟ آیا حس مسئولیت‌پذیری یا احساس مسئولیت در قبال نتایج، بدون استرس مثبت قابل تصور است؟ برای اثبات این نظریه می‌توان نمونه‌های واقعی را نیز مورد تجزیه و تحلیل قرار داد.

برای نمونه یک کارآفرین را در نظر بگیرید. به گفته رید هافمن بنیان‌گذار لینکدین "کارآفرینی پریدن از صخره و ساخت یک هواپیما در مسیر سقوط است". شاید بهتر از این نتوان استرس موجود در موقعیت یک صنعت‌گر را تشبیه کرد. همانطور که می‌دانیم یک کارآفرین، در صورت نرسیدن به نتیجه مطلوب، متحمل هزینه‌های زیادی خواهد شد که در فضای دشوار کسب و کار کشور ممکن است دیگر آینده‌ای برای وی متصور نباشد. اما در مقابل، هیچگاه یک مدیر دولتی در قبال نرسیدن به اهداف تعیین شده پاسخگو نبوده و بجز تغییر جایگاه، آنهم در موارد نادر، هزینه‌ی دیگری را نیز متحمل نشده است. بنابراین می‌توان میزان استرس موجود در این دو محیط را به عنوان دوسر طیف در نظر گرفت و نتایج آن را باهم مقایسه کرد.

هنگامی که کارآفرین خود را مانند مستاجری موقتی در صنعت ببیند، سرمایه‌گذاری بلندمدتی برای آن انجام نخواهد داد.

حال براساس پارادایم ذهنی غالب که استرس را امری منفی تلقی کرده و نبود آن را موجب کسب نتایج بهتر می‌داند، باید نتایج عملکردی و خروجی‌های بخش دولتی (که در آن استرس در قبال نتایج بسیار پایین است) از سطح مطلوبی برخوردار باشند، درحالی که واقعیت چیز دیگری است. حتی می‌توان اینطور استنباط کرد که نبود سطح معینی از استرس مثبت باعث افت عملکرد بدنه دولت شده است.

بنابراین بهتر است با تفکیک ابعاد استرس، نسبت به تقویت بخش‌های موثر آن اقدام و با ریشه‌یابی علمی برای حذف عوامل استرس‌زای محیطی، که منجر به استرس‌های منفی می‌شوند، برنامه‌ریزی کرد. برای نمونه، می‌توان از استرس مثبت به عنوان عامل انگیزه‌بخشی که قوای جسمی و ذهنی را برای رسیدن به هدف همراستا می‌کند، استفاده کرد. اثبات شده است که این استرس باعث افزایش حافظه، بالا رفتن سطح هوشیاری، کاهش خستگی و حتی بهبود عملکرد سیستم ایمنی بدن می‌شود؛ به نحوی که دیده شده است افرادی که درحال انجام پروژه‌های استرس مثبت را تجربه می‌کنند، کمتر دچار بیماری می‌شوند. اما در سوی دیگر باید همزمان به کاهش ریشه‌ای عوامل استرس‌زای منفی نیز توجه کرد. برای نمونه، در مثال موردی فوق در محیط صنعت، عواملی مانند بی‌ثباتی و ابهام در قوانین و سیاست‌ها باعث سرخورده‌گی و نگاه کوتاه مدت کارآفرینان به کسب و کار خود می‌شود. به عبارت دیگر، هنگامی که کارآفرین خود را مانند مستاجری موقتی در صنعت ببیند، سرمایه‌گذاری بلندمدتی برای آن انجام نخواهد داد. همین عامل باعث می‌شود تا رویکرد سرمایه‌ای و بلندمدت به نیروی انسانی در صنعت کاهش یابد که خود یکی از ریشه‌های اصلی بروز استرس منفی در نیروی کار است. لذا در صورت طرح ریزی مناسب برای تسهیل فضای کسب و کار و افزایش ثبات، می‌توان نگاه بلندمدت و مالکانه به صنعت را در کارآفرینان تقویت کرد تا در نتیجه‌ی نگاه سرمایه‌ای به نیروی انسانی، امید به آینده را در ایشان تقویت و موجب کاهش استرس منفی در نیروی کار شویم. در انتها، باید متذکر شد که استرس، واقعیت جدایی‌ناپذیر زندگی مدرن است و در کنار هر تغییر و جهشی در زندگی، رد پای آن قابل مشاهده است. در اولین روز کاری، هنگام سخنرانی، در اولین ملاقات‌ها و... پس اگر در زندگی تان استرس کم است، بدانید که وقت تغییر است.

مشاغل پر اسـتـرس

عمر را کوتاه می کنند

بر اساس مطالعه جدیدی که در نشریه "روانشناسی فردی" به چاپ رسیده، مشاغل پر استرس با اختیاراتِ شغلی محدود، منجر به کاهش طول عمر کارمندان می شود.

کار کردن در مشاغل پرتنش و به ویژه در شرایطی که کارفرما حق مدیریت و کنترل را از کارمندان خود سلب می کند و اختیاراتِ شغلی آنها را محدود می سازد نه تنها بسیار خسته کننده و طاقت فرساست بلکه این استرس دائمی می تواند حتی منجر به کاهش طول عمر کارمندان شود. افزایش اختیارات شغلی کارکنان حتی در مشاغل پرتنش می تواند برای پرسنل و نیروی کار، انگیزه بخش و مفید باشد. "اریک گونزالز - مول" استادیار "منابع انسانی و رفتار سازمانی" در دانشکده تجارت Kelley در دانشگاه ایندیانا ای آمریکا و نویسنده ارشد این مقاله گفت: ما در این مطالعه دریافتیم افراد در مشاغل پر استرس با اختیارات محدود در مقایسه با کارمندانی که کنترل و اختیارات بیشتری در شغل خود دارند در سنین پایینتر و جوانتر می میرند.

به گزارش یونایتد پرس، متخصصان در این مطالعه همچنین دریافتند که برعکس این وضعیت نیز صادق است یعنی احتمال مرگ زودرس در کارمندان مشاغل پر استرسی که کنترل و مدیریت بالایی بر شغل خود دارند تا ۳۴ درصد کاهش پیدا می کند. متخصصان معتقدند کارمندان و کارگرانی که در مشاغل سخت و استرس زا کار می کنند و در عین حال آزادی بسیار اندکی در پیشبرد امور شغلی خود دارند در نهایت به دلیل عدم رضایت از شرایط کاری، به رفتارهای ناسالم نظیر استعمال سیگار، بی تحرکی و تغذیه ناسالم روی می آورند در حالی که افزایش اختیاراتِ شغلی کارکنان حتی در مشاغل پرتنش نیز می تواند برای پرسنل و نیروی کار، انگیزه بخش و مفید باشد.



افزایش چشمگیر افسردگی،
استرس، و اضطراب کارمندان دنیا

متأسفانه افسردگی و استرس در میان کارمندان به طور چشمگیری افزایش یافته است و این زنگ خطر برای موفقیت کسب و کار است. متأسفانه افسردگی و استرس در میان کارمندان به طور چشمگیری افزایش یافته است و این زنگ خطر برای موفقیت کسب و کار است.

سلامت روانی کارمندان موضوعی است که بر موفقیت نهایی هر کسب و کاری در این دنیا اثر می گذارد. اگر شمار هر یک کسب و کار هستتید و سلامت هیجانی کارمندان تان تاکنون در صدر فهرست اولویت های تان در ۲۰۱۶ نبوده است، باید آن را در اولویت قرار دهید. اخیراً نتایج تحلیل ۳ ساله داده های برنامه ی جهانی کمک به کارمندان نمایی واضح از این موضوع به تصویر کشید- کارمندان در مقایسه با قبل برای مشکلات سلامت هیجانی جدی تر و شدیدتری نیاز به کمک دارند. گروهی از پژوهشگران شرکت من، ورک پلیس آپشن، جمعیت ثابتی به تعداد بیش از ۱۰۰۰۰۰ کارمند را در سراسر آسیا، آفریقا، خاور میانه، آمریکای شمالی، و آمریکای جنوبی بررسی کردند. این کارمندان بازنمای ۵ گروه کارمند در دنیا بودند که هر گروه دربرگیرنده ی کارمندان حداقل ۴ منطقه بود. ما از ۲۰۱۲ تا ۲۰۱۴ هر مورد را که به منظور دریافت حمایت با مرکز برنامه ی کمک به کارمندان تماس گرفته بود بررسی کردیم. آنچه پی بردیم این بود که تعداد کل تماس ها و اسامی مرتبط با مشکلات سلامت هیجانی در طول این ۳ سال تقریباً ثابت ماند. با این حال، ماهیت این تغییرها با سرعت هشداردهنده ای در حال تغییر است:

- در طول این ۳ سال از هر ۱۰ مورد، ۴ مورد با مشکلات سلامت هیجانی ارتباط داشته اند (۴۲ درصد در ۲۰۱۲؛ ۳۸ درصد در ۲۰۱۳؛ ۴۲ درصد در ۲۰۱۴)
- بین ۲۰۱۲ و ۲۰۱۴ تعداد مواردی که با افسردگی کارمندان دست به گریبان بوده اند ۵۸ درصد افزایش داشته است.
- تعداد مواردی که از اضطراب کارمندان رنج می برند ۷۴ درصد افزایش داشته است.
- تعداد مواردی که از استرس کارمندان رنج می برند ۲۸ درصد افزایش داشته است.
- روی هم رفته، افسردگی، استرس، و اضطراب کارمندان ۶ درصد موارد سلامت هیجانی را در ۲۰۱۴ تشکیل می دهد.

این اعداد ۲ روند قابل توجه را بازتاب می دهند که در سراسر جهان روی کسب و کار تاثیر می گذارد. کارمندان بیش تر و بیش تری آشکارا با مشکلات بسیار جدی سلامت روانی مانند افسردگی، استرس، و اضطراب دست به گریبان هستند. و در عین حال، به نظر می رسد آن ها که با این مشکلات دست به گریبان هستند پیش تر به درخواست کمک تمایل دارند.

وقتی به نتایج این تحلیل به تفکیک مناطق جغرافیایی نگاه می کنید، یک الگوی تقریباً ثابت در مناطق سراسر دنیا قابل مشاهده است:

درصد افزایش گزارش مشکلات سلامت هیجانی بین ۲۰۱۴-۲۰۱۲

منطقه	افسردگی	استرس	اضطراب
آسیا	۷۳ درصد	۲۰٫۱ درصد	۳۲٫۱ درصد
اروپا، خاورمیانه، آفریقا	۴۱٫۷ درصد	۲۷٫۱ درصد	۸۴٫۲ درصد
آمریکای شمالی	۲۵٫۶ درصد	۳۲٫۷ درصد	۷۱٫۲ درصد
آمریکای مرکزی و جنوبی	۵۵٫۳ درصد	۴۰٫۹ درصد	۲۲٫۹ درصد

تفسیر از معنی همه ی این ها خیلی ساده است. نمونه های مشکلات سلامت هیجانی گزارش شده مانند افسردگی، استرس، و اضطراب در حال افزایش است. در عین حال، ناپسند پنداشتن درخواست کمک برای این مشکلات در بیش تر بخش های جهان به آرامی در حال کم رنگ شدن است. به همین خاطر، کسب و کارها باید با دقت بسنجند آیا ساختارهای حمایتی مناسب را برای کمک به موفقیت شخصی و حرفه ای کارمندان شان دارند یا نه.





ناصرصادقی

استرس شغلی

دولتی و شاغلان غیردولتی موضوع یک تحقیق کاربردی قرار گیرد ، در صورت انجام و ارائه گزارش صادقانه ، می توان راه کارهای واقعی خوبی را برای کاستن از ضعفهای کنونی و تقویت روحیه و نشاط بخش خصوصی ارائه داد.

طبیعی بنظر می رسد که تنظیم رفتارهای اجتماعی و یافتن روش های قانونمند برای کاستن از استرس های شغلی ، بویژه در بین شاغلان غیردولتی ، می تواند بخش بزرگی از مشکلات مبتلابه جامعه از قبیل اعتیاد ، طلاق ، افت تحصیلی ، تنزل اخلاق ، فساد مالی و مواردی که اکنون جامعه ایرانی با آن دست به گریبان است را کاهش دهد و این موضوعی نیست که با نامگذاری سال یا دادن شعار ، قابل تحقق باشد بلکه اولاً نیازمند شهامت و روراستی در بیان ضعف هاست و دوم محتاج هشدار همگانی برای تحریک عزم و اراده عمومی به تغییر در رفتار و سوم که از همه مهمتر است ، توجه دادن دولت به اجرای درست و بموقع قوانین و تذکر به قوه قضائیه برای زدودن تبعیض های روا و ناروا در نظارت و قضاوت است.

به امید آن که این اشارات بتواند تلنگری برای اقدامی جدی باشد.

یا فعال اقتصادی بخش خصوصی ، که معمولاً کار او را شغل آزاد می نامند ، پیوسته و به مقدار زیاد ، با حیات و حیثیت و بود و نبود او سروکار دارد. شاغل غیردولتی ، خودش تصمیم گیرنده و خودش مجری و ناظر بر اعمال و رفتار و بهره بردار از تلاش هایی است که با تدبیر و بکارگیری تمام منابع شخصی خویش ، البته با رعایت قوانین حاکم بر کارش ، برای گذران زندگی و تأمین رفاه و امنیت و آتیه خود و خانواده اش انجام می دهد و بصورت غیرمستقیم عهده دار تأمین رونق و رفاه عمومی جامعه از طریق پرداخت مالیات و انواع عوارض به دولت نیز می باشد.

بنظر می رسد که برای یافتن چاره مناسب جهت کاستن از استرس های شغلی ، چه در بخش دولتی یا خصوصی ، مقایسه ی اثر و تبعات استرس بر روی زندگی و کار یک شاغل دولتی و اندازه آن ، با استرس های یک شاغل غیردولتی ضروری باشد. اگر مقایسه استرس شغلی شاغلان



از دستگاه ها یا سازمانهای دولتی و وابسته به دولت ، تقریباً بطور تضمینی اشتغال و دریافت حقوق و مزایای ماهانه و سپس مستمری بازنشستگی و حتی پرداخت مستمری پس از فوت به عائله و بازماندگان او برقرار می شود و لذا شخص و خانواده اش از تأمین حداقلی و به اصطلاح آب باریکه مطمئن می شوند و اگر انگیزه ای باشد ، برای بیشتر از آن تلاش خواهند کرد. بنابراین می توان گفت که شاغلان در بخش دولتی ، در طول زندگی ، استرس بزرگ ناشی از نگرانی معاش و درآمد مستمر و تأمین آتیه را در مقایسه با غیر شاغلان دولتی ندارند. استرس این دسته از هموطنان ، بیشتر ناظر بر روابط سیستماتیک اداری و جابجایی های متناسب با مأموریتهای منطقه ای و یا سختی و حجم کارهای ارجاعی و داشتن یا نداشتن ابزار و امکانات کمکی برای انجام بهتر وظایف قانونی ایشان است. سابقه و تجربه نشان داده است که در مقابل خساراتی که شاغلان دولتی چه بصورت مادی یا معنوی به مردم یا کشور می زند ، حتی اگر مورد مؤاخذه قرار گیرند و توبیخی در پرونده پرسنلی ایشان درج گردد ولی باز ، همان آب باریکه برقرار است. استرس و سختی های کار این دسته از شاغلان ، بیشتر در زمینه چگونگی حفظ موقعیت شغلی یا شرایط ارتقاء آن یا پاسخگویی در برابر مقامات مافوق و از این قبیل است که به دلیل برخورداری از حمایتهای قانونی دولت و عدم سرمایه گذاری شخصی برای بکارگیری امکاناتی همچون ساختمان و خودرو و ابزار کار و سایر موارد مشابه از منابع شخصی ، اگر استرسی هم وجود داشته باشد موقتی و قابل تحمل و در کوتاه مدت قابل فراموش شدن است.

استرس شاغلان غیردولتی

اما استرس در بخش خصوصی ، از جنسی دیگر است. یک شاغل بخش خصوصی ، ضمن نقش داشتن در تأمین امنیت اجتماعی بطور مستقیم ، همواره در معرض انواع نابسامانی هایی است که از فضای عمومی کسب و کار که گاه متأثر از تصمیم گیریهایی یا اشتباه یا نابهنگام شاغلان دولتی است به او تحمیل می شود و این تحمیل مستقیماً در شرایط و نحوه زندگی او و اعضای خانواده او اثر می گذارد. استرس شاغل غیردولتی

استرس ، آنطور که تعریف می شود یک فشار روانی یا احساسی است که بیشتر از حد تحمل فرد باشد و طبیعی است که استرس در افراد متفاوت است بنحوی که ممکن است عاملی که برای یک فرد استرس ایجاد می کند در فرد دیگر ، هیچ اثری نداشته باشد. استرس را می توان در حوزه های مختلف و در شرایط زمانی و مکانی گوناگون ، برای افراد یا گروه هایی از انسان ها مورد بررسی قرارداد. آنچه مهم بنظر می رسد ، آن است که از حاصل بررسی های انجام شده در مورد استرس ، بتوان به راه هایی برای کاهش آن که مترادف با امنیت روانی و سلامت بیشتر است ، دست یافت. هرچند استرس در درجه اول روی جسم و روان انسان (حتی سایر موجودات زنده) اثر می گذارد و از این جهت مهمترین حوزه بررسی استرس حوزه سلامت جسمی و بهداشت روانی است ، اما امروزه در زندگی مدرن شهری ، اشتغال نیز یکی از حوزه هایی است که انواع استرس ها می تواند در شرایط متفاوت و به مقادیر متغیر ، عملکردهای شخصی و اجتماعی افراد را بصورت جدی و گاه تا حد بحران ، تحت تأثیر قرار دهد. شنیده ایم که یکی از علت های خودکشی در ژاپن ، استرس و فشارهای روانی ناشی از کار مفرط است که افراد ضعیف تر را به نابودی می کشاند. هرچند این مطلب ممکن است ریشه در فرهنگ و سوابق تاریخی یک ملت داشته باشد ، اما بطور کلی استرس پدیده ای است که با فطرت و ساختار روانی نوع بشر سروکار دارد و هر نژاد و ملیتی ، به اقتضای شرایط زمانی و مکانی ، تحت تأثیر استرس های تحمیل شده از جانب طبیعت و نیز نوع زندگی و شرایط کار و مراودات داخلی و خارجی خودش قرارداد. در این مجال کوتاه فقط به استرس شغلی در ایران نگاه می کنیم و با یک تقسیم بندی کلی ، آن را به استرس در مشاغل دولتی و بخش خصوصی تقسیم کرده و در پایان سعی می کنیم برای بالاتر بردن بازدهی کارمندان دولت و فعالان اقتصادی بخش خصوصی و همچنین کاهش خسارات مادی و معنوی ناشی از استرس ، چاره جویی کنیم.

استرس شاغلان دولتی

در بخش دولتی ، همه می دانیم که به محض استخدام بکنفر در هر یک

چندی پیش خبری مبنی بر اینکه ایران دومین کشور افسرده دنیا پس از عراق است در فضای رسانه‌ها پیچید. خبری که تعجب بسیاری را برانگیخت که چرا کشور ما باید پس از یک کشور زده صدرنشین کشورهای افسرده دنیا باشد؟ اگرچه صحت و سقم این خبر از سوی کارشناسان و روانشناسان پس از انتشار آن مورد تردید قرار گرفت اما آنچه قابل ذکر بوده، این است که به هر حال کشور ایران براساس بررسی‌های موجود جزو کشورهای شاد دنیا به شمار نمی‌آید، به طوری که بنا بر برخی آمارها ایران در جدول رده‌بندی شادترین مردم جهان از میان ۱۵۷ کشور جهان در جایگاه ۱۰۵ قرار گرفته است. آمارها نشان می‌دهد از هر ۵ ایرانی یک ایرانی اختلال روانپزشکی دارد و ۲۵ درصد مردم کشور در معرض اختلال افسردگی هستند و حتی طبق برخی از آمارها ۲۰ تا ۲۱ درصد مردم افسرده شده‌اند. همانطور که می‌دانیم، افسردگی می‌تواند ارتباط مستقیمی با اقتصاد، فرهنگ و سطح رفاه اجتماعی مردم داشته باشد. به گفته بسیاری از روانشناسان، مسائل اقتصادی بااحساس شادی و غم در آنها مرتبط است، به طوری که گاهی یک بدهی هر چند ناچیز می‌تواند منجر به یک افسردگی طولانی‌مدت شود. برای مثال در کشوری مانند ایتالیا با بروز بحران اقتصادی بیش از ۴ درصد مردم افسرده شدند.

مسائل مادی حتی با مساله‌ای مانند

خودکشی بی‌ارتباط نیست. تجربه ما درباره آمارهای خودکشی در کشور نشان می‌دهد شهرهای محروم‌تر آمارهای بالاتری از نظر میزان خودکشی دارند. صدرنشینی استان‌های محروم در زمینه خودکشی نیز این موضوع را تایید کرده است. از طرفی روحیه افسرده به مراتب بازتاب بدی بر فضای اقتصادی به جا خواهد گذاشت و تاثیر آن در شاخص‌هایی چون بهره‌وری و بازدهی کار بسیار مشهود خواهد بود. براساس آمارهای سال ۹۱ ایران در میان ۱۱۰ کشور دنیا از نظر کیفیت زندگی رتبه ۸۷ را با شاخص ۵.۳۴۳ داشته است. همچنین در سال گذشته نیز موسسه پژوهشی لگاتوم هشت زیرشاخص رفاه ایران و جایگاه آنها را میان ۱۴۲ کشور اینگونه تعیین کرده است:اقتصاد رتبه ۱۰۵، کارآفرینی رتبه ۹۲، حکومت و حکمرانی ۱۲۲، بهداشت ۶۷، امنیت و ایمنی رتبه آموزش ۶۵، آزادی‌های فردی رتبه ۱۳۱ و سرمایه اجتماعی رتبه ۱۱۵. بر این

اساس ایران تا رسیدن به مرحله مطلوب اقتصادی فاصله بسیاری دارد. با این وجود از آن جایی که حالات روانی مردم و روحیه آنها در شاخص‌های اقتصادی تاثیر گذار است، باید به تحلیل چگونگی تاثیر مسائل روانی بر اقتصاد کشور بپردازیم.

مهدی تقوی،استاد دانشگاه:

افسردگی ساعت کاری مفید را کاهش می‌دهد

روحیات و حالات روانی تاثیر مستقیمی بر اقتصاد کشورها به جا می‌گذارد، به ویژه در رابطه با بهره‌وری نیروی کار. هر چه بهره‌وری بیشتر باشد، تولید بیشتر خواهد شد. بخش عمده‌ای از نیروی کار کشور بهره‌وری ندارد. ساعت‌های کار طولانی می‌شود بدون اینکه این روند طولانی چیز مفیدی به اقتصاد اضافه کند. نیروی کار عمدتا افسرده و بدون انگیزه است و البته بسترهای فرهنگی به ویژه فرهنگ کار بر شدت ناراحتی‌ها و نارضایتی‌های آنها افزوده است. چنین افرادی نمی‌توانند خلاق و نوآور باشند یا حتی کمترین تحولی در شاخص‌های اقتصادی در مسیر مثبتی ایجاد کنند. در کشور ما همه مسائل از جمله مسائل اجتماعی و فرهنگی دست به دست هم داده و وضعیت اقتصادی کشور را بغرنج‌تر می‌سازد. جمعیت جوان کشور رفاه ندارد یا شاید جای تنوع و سرگرمی‌های کشورهای توسعه‌یافته را در کشور خود خالی می‌بیند. از آن جایی که همه‌چیز از رشد گرفته تا توسعه بستگی به نگرش و طرز فکر نیروی کار دارد، نیروی کار افسرده اقتصاد را منزوی‌تر خواهد کرد. کشورهای اروپایی میزان مشخصی از کار، تفریح و سرگرمی دارند حال آنکه در کشور ما کار جای برخی از سرگرمی‌ها و تفریح را گرفته بدون اینکه بازتاب مثبت ساعت‌های طولانی کار در اقتصاد مشاهده شود. فرهنگ کار در کشور ما غلط است و قوانین نابرابر و غیرعادلانه مردم را سر خورده‌تر از قبل کرده است.

STRESS

اصغر مشبکی،استاد دانشگاه:

تاثیر شادی بر تولید

شادی و شاد بودن آثار مستقیمی روی بهره‌وری و به تبع آن روی تولید دارد. هرچقدر نیروی کار شادتر باشد، بهره وری بیشتر خواهد بود. براساس یک تحقیق مقایسه‌ای از کشورهای در حال توسعه با توسعه‌یافته نشان داده کشورهای در حال توسعه نیمه شادتر از کشورهای توسعه‌یافته هستند و توسعه‌یافته‌ها شادترند. این تجربه نشان می‌دهد کشورهای شادتر بهره‌ورتر و توسعه‌یافته ترند. بهره‌وری در کشورهای شاد حتی ۳۰ درصد بالاتر از کشورهای دیگر است. افسردگی روی ذهن انسان اثر می‌گذارد و ذهن روی باور و باور هم روی عملکرد و توانایی‌ها. تمام شاخص‌های اقتصادی از تولید گرفته تا صادرات و درآمد مردم هم ازتباط تنگاتنگی با این موضوع خواهد داشت. افراد شاد بهره‌وری و تولید بیشتری خواهند داشت. زمانی هم که تولید بالا برود قیمت‌های تمام شده کاهش می‌یابد و با کاهش قیمت‌های تمام شده قدرت خرید مردم هم بالا خواهد رفت و به این ترتیب رشد اقتصادی افزایش خواهد یافت. ناگفته نماند که روحیات و حالات روانی مردم در فرهنگ و اعتقادات آنها نیز به مراتب اثر می‌گذارد. با در نظر گرفتن این مجموعه به هم پیوسته ضرورت داشتن یک ملت شاد احساس می‌شود.

آلبرت بغزبان،استاد دانشگاه:

اقتصاد رشد یافته ایجاد انگیزه می‌کند

مشخصا این دو یعنی رشد و روحیه شاد تاثیر متقابلی روی هم می‌گذارند. به این رشد است که در درجه اول روی روحیه تاثیر می‌گذارد و تاثیر روحیه بر رشد اقتصادی در مرحله دوم است. زمانی که رشد اقتصادی فراهم شده و تورم کاهش پیدا کند، مردم رضایت بیشتر و به مراتب شادی بیشتری به دست خواهند آورد و به همین ترتیب هر چه عدالت اقتصادی برقرارتر باشد، مردم خوشحال‌تر خواهند بود.

همه اینها بر رشد اثر مثبت می‌گذارد. در درجه بعدی و راندمان بعدی است که روحیه شاد مردم بر اقتصاد اثر گذار خواهد شد. اقتصاد عادلانه در مردم ایجاد انگیزه و علاقه می‌کند. حداقل این است که مردم می‌دانند نتیجه تلاشی که می‌کنند در نهایت به جیب آنها بر خواهد گشت وگرنه زمانی که فرهنگ کار نادرست است، عدالت برقرار نیست و اقتصاد پر است از اختلاس و فسادهای مالی و انتظار نمی‌رود که مردم شاد باشند. اقتصاد توسعه‌نیافته خود به خود مردم را غمگین خواهد کرد. بنابراین اول باید اقتصاد در مردم ایجاد انگیزه کند و به آنها روحیه شاد بدهد و پس از آن است که روحیه شاد بر اقتصاد اثر می‌گذارد.



اولین تولیدکننده فروکتوز در ایران
The First Fructose Producer in Iran
تنها پالایشگاه غلات کشور
The Only Grain Refinery in Iran



گاهی اوقات برخی از رفتارهای خشونت‌آمیز با سرو صدا انجام می‌شود و اکثر مواقع فردی که چنین رفتاری دارد در انتها خودش متضرر می‌شود. اگر مدیر سازمانی باشد بتدریج کارمندان لایق و خوب خود را از دست می‌دهد و اگر هم کارمند باشد، موجبات اخراج خود را فراهم می‌کند. اما بیشتر مواقع خشونت‌های موجود در محل کار هوشمندانه‌تر و بدون سرو صدا صورت می‌گیرد. مثلاً فردی که دست به چنین خشونت می‌زند، ظاهراً رفتار بسیار محترمانه‌ای دارد، به طوری که اطرافیانش به او اعتماد دارند و احترام می‌گذارند اما او از اعتمادشان سوءاستفاده کرده و به آنها خیانت می‌کند. در برخی موارد، قربانی حتی متوجه نمی‌شود چه اتفاقی افتاده است. ممکن است فردی که دست به خشونت علیه دیگران می‌زند فردی بسیار باهوش و متمرکز روی کارش باشد و گاهی اوقات به موفقیت‌هایی نیز دست پیدا کرده باشد. مثلاً ارتقا یافته و مورد احترام مدیران قرار گرفته و نقش مهمی در محل کار به عهده او گذاشته شده باشد. چنین فردی برای آزار رساندن اطرافیان خود و کارمندان دیگر قدرت عمل بهتری پیدا می‌کند و می‌تواند دیگران را تهدید به اخراج و زندگی کاری‌شان را به جهنم تبدیل کند.

خشونت فیزیکی:

خشونت در محل کار فقط به خشونت‌های کلامی خلاصه نمی‌شود، بلکه خشونت فیزیکی مانند ضرب و جرح، تحت تعقیب قرار گرفتن و تیراندازی را هم دربرمی‌گیرد. به طوری که در برخی از کشورها آمار خشونت فیزیکی در محل کار بسیار بالا گزارش شده است که متأسفانه به طور معمول بیشتر موارد بدون گزارش باقی می‌ماند. این خشونت‌ها در هر جا و هر زمانی ممکن است رخ دهد و تقریباً هیچ کس در امان نیست.

خشونت VIOLENCE

به یاد داشته باشیم:

- خشونت در هر دو صورت بر زندگی و کار افراد تأثیر گذار بوده و این روند در دراز مدت به طور فزاینده‌ای منجر به کاهش تعداد روزهای کاری مفید، افزایش هزینه های مربوط به بالابردن ضرایب ایمنی در محیط کار، توان بخشی طولانی مدت پس از مواجهه با خشونت و هزینه های اجتماعی غیرمستقیم است. از دیگر نتایج استرس و خشونت، می‌توان به کاهش روابط سالم بین فردی که موجب تخریب ارتباط کاری موثر بین همکاران شده و محیط کار رابه محلی همراه با ناراضیتهای مبدل می‌گرداند اشاره نمود.
- خشونت در محل کار، انواع متفاوتی دارد که به طور کلی می‌توان آن را در دودسته روانی و فیزیکی قرار داد
- خشونت کلامی غالباً شامل رفتار بد کلامی کارمندان نسبت به یکدیگر یا سوء استفاده از قدرت شان است. این خشونت دربرگیرنده انواع تهدید، تحقیر، آزار و اهانت به دیگران است. این نوع رفتارها باعث ایجاد احساسات بد در افراد می‌شود. خشونت در محل کار موضوعی است که اگر جلوی آن گرفته نشود، الگوی رفتاری نامناسب ایجاد می‌کند. البته رفتار تند و تیز رئیس سازمانی را مادامی که توهین آمیز نباشد نمی‌توان به خشونت تعبیر کرد. چراکه مدیران سازمان‌ها به دنبال بیشترین کارایی سازمان‌شان هستند اما گاهی اوقات برخی مدیران از قدرت‌شان سوءاستفاده و با کارمندان‌شان بدرفتاری می‌کنند.



دکتر حسن حقیقی

دبیر کار گروه ارتقاء سلامت کار انجمن مدیران صنایع خراسان

خشونت پدیده‌ای تاریخی است که در ادوار گذشته نیز وجود داشته است. اما علیرغم پیشرفت‌های روزافزون بشری این پدیده هنوز هم با برجاست و فارغ از ملیت، نژاد، طبقه اجتماعی و حتی میزان توسعه یافتگی کشورها همچنان خشونت جزئی از زندگی روزمره شده است. خشونت هر چند پدیده‌ای تاریخی است لیکن یک پدیده اجتماعی نیز می‌باشد اگر چه میزان و شدت آن در کشورها و حتی در فرهنگ‌های گوناگون متفاوت می‌باشد اما بعنوان یک پدیده چند بعدی هم علت و هم معلول بسیاری از آسیب‌های اجتماعی است. عوامل مختلفی باعث استرس و خشونت در محیط کار میگردد ولی با کمی اغماض میتوان عوامل ذیل را موثرتر در بروز خشونت شغلی دانست: ویژگیهای نقش، روابط کاری، ساختار و جو سازمانی. در این باره پژوهشگران به ویژه با استفاده از نظریه نقش سعی کرده اند مسایل مربوط به استرس را شناسایی کنند و دریابند که فشار های ناشی از نقش تا چه اندازه در پدید آمدن استرس شغلی تأثیر دارند بنابراین در نتیجه این پژوهش ها چهار نوع ویژگی برای نقش بر شمرده اند.

(۱) ابهام نقش (۲) کمباری نقش (۳) گرانباری نقش (۴) ناسازگاری نقش

علل ایجاد خشونت و استرس در محیط کار:

در حال حاضر استرس و خشونت بر میلیون ها کارگر که در سراسر جهان مشغول کار در مشاغل خدماتی هستند تأثیر گذار بوده و این روند در دراز مدت به طور فزاینده‌ای منجر به کاهش تعداد روزهای کاری مفید، افزایش هزینه های مربوط به بالابردن ضرایب ایمنی در محیط کار، توان بخشی طولانی مدت پس از مواجهه با خشونت و هزینه های اجتماعی غیرمستقیم است. از دیگر نتایج استرس و خشونت، می‌توان به کاهش روابط سالم بین فردی که موجب تخریب ارتباط کاری موثر بین همکاران شده و محیط کار رابه محلی همراه با ناراضیتهای مبدل می‌گرداند اشاره نمود.

خشونت کلامی:

خشونت کلامی غالباً شامل رفتار بد کلامی کارمندان نسبت به یکدیگر یا سوء استفاده از قدرت شان است. این خشونت دربرگیرنده انواع تهدید، تحقیر، آزار و اهانت به دیگران است. این نوع رفتارها باعث ایجاد احساسات بد در افراد می‌شود. خشونت در محل کار موضوعی است که اگر جلوی آن گرفته نشود، الگوی رفتاری نامناسب ایجاد می‌کند. البته رفتار تند و تیز رئیس سازمانی را مادامی که توهین آمیز نباشد نمی‌توان به خشونت تعبیر کرد. چراکه مدیران سازمان‌ها به دنبال بیشترین کارایی سازمان‌شان هستند اما گاهی اوقات برخی مدیران از قدرت‌شان سوءاستفاده و با کارمندان‌شان بدرفتاری می‌کنند.



Courier Service Company

پست سریع بین المللی و داخلی

با ۳۶ سال تجربه در صنعت پست سریع با برند TNT



دفتر مرکزی

تهران، بزرگراه حقانی غرب، بین دیدار و آفریقا، پلاک ۳۵
۱۸۵۸ | ۰۲۱-۸۸۲۰۲۲۲۰

دفتر مشهد

بلوار سجاده، مجتمع تجاری افرا، ط ۵، واحد ۵۰۳
۰۵۱-۳۷۶۶۲۴۹۳ - ۳۷۶۶۲۴۸۸

www.pdexp.com

[instagram.com/pdexp](https://www.instagram.com/pdexp)

[telegram.me/pdexp](https://t.me/pdexp)

واردات



Import

صادرات



Export

خدمات گمرک



Customs Clearance

خرید اینترنتی



Online Shopping