



توصیه‌هایی به جوانانی که تصمیم دارند به زودی یک کار آفرین موفق شوند

مشکلات محصولات ساخته

شده را شناسایی کنید!

طبق یک آمار جالب و منتشر شده توسط اداره کار آلمان، خلق یک محصول جدید در ۴۲ درصد از مواقع با شکست روبه‌رو می‌شود چرا که معمولاً نیازی به آن محصول و وجود ندارد و همین نکته قبل از تولید به درستی بررسی نشده است! بنابراین و قبل از هر تصمیمی، یک کار آفرین موفق به جای این که محصولات جدید و اعجاب برانگیز تولید کند باید به دنبال این باشد که مشکلات محصولات مشابه را شناسایی و برطرف کند. به گزارش یوکن و در ادامه به نکاتی اشاره خواهد شد که شما باید قبل از کار آفرین شدن از آن‌ها مطلع باشید.

● سعی نکنید که راه صد ساله را یک شبه طی کنید

حتی شرکت‌هایی مثل باهو و آمازون که به کسب موفقیت یک شبه شهرت دارند، نیز به سه سال زمان نیاز داشتند تا به درآمدزایی برسند. بسیاری از شرکت‌ها برای رسیدن به موفقیت مد نظر، بیش از ۱۰ سال تلاش می‌کنند بنابراین اگر برای کسب درآمد به طور مثال از طریق راه اندازی استارت آپ خود برنامه ریزی کرده‌اید، خود را برای یک مسیر تقریباً طولانی و دشوار آماده کنید اما به آینده هم امید زیادی داشته باشید.

● روی نقاط قوت خود متمرکز شوید

موفقیتی که در پی آن هستید، به دنبال نقاط قوت شما به وجود خواهد آمد بنابراین بیشتر وقت خود را روی این نقاط متمرکز کنید. تمام افراد نقطه ضعف دارند. پیشنهاد می‌کنیم که آن‌ها را فراموش کنید یا این که فردی را برای برطرف کردن آن‌ها استخدام کنید. تمرکز روی نقاط ضعف باعث می‌شود که از بهترین حالت خود دور شوید و زمان بهینه خود را از دست بدهید.

● تیمی از افراد مناسب را در اطراف خود جمع‌آوری کنید

هیچ کاری را نمی‌توان به تنهایی انجام داد. ما به کمک نیاز داریم اما باید مطمئن شویم که این کمک‌ها از محل مناسبی دریافت می‌شوند. شکست استارت آپ‌ها در ۲۹ درصد از مواقع مربوط به تیم ناکارآمدی است که فراهم کرده‌اند. بنابراین پیشنهاد می‌کنیم که برای ارزیابی اعضای تیم خود زمان بیشتری را صرف کنید؛ بهترین‌ها را انتخاب و برای پیشبرد هدف خود آن‌ها را استخدام کنید.

● ارزش نوآوری‌های خود را درک کنید

اگر خودتان ارزش خدمات و نوآوری‌های خود را درک نکنید، خرید آن‌ها توسط سایر مردم غیر ممکن خواهد شد چرا که مصرف‌کنندگان نمی‌دانند که شما قصد فروش چه محصولی را دارید. محصول را به ساده‌ترین و واضح‌ترین شکل ممکن معرفی کنید تا مصرف‌کننده تشخیص دهد که آیا به خدمات و محصول شما نیاز دارد یا خیر.

● مشتری‌های خود را بشناسید

بسیاری از کارآفرینان با تشخیص نوع مشتریان خود دچار مشکل می‌شوند. اگر شما توان پاسخ به چنین سوال ساده‌ای را ندارید، پس بازاریابی را عملاً غیر ممکن می‌کنید. اگر بتوانید با صراحت و دقت بیشتری این موضوع را تشریح کنید، بازاریابی هدفمندتر و موفق‌تری خواهید داشت؛ این موضوع در نهایت به فروش بالاتر منجر خواهد شد.

● از اشتباهات دیگران درس بگیرید

اشتباهات می‌توانند فرصت‌های یادگیری فوق‌العاده‌ای را ایجاد کنند اما برای یاد گرفتن از آن‌ها مجبور نیستیم که خودمان آن‌ها را تجربه کنیم. بسیاری از کارآفرین‌ها در قدم‌های ابتدایی با شکست مواجه می‌شوند؛ بنابراین پیشنهاد می‌کنیم که دلایل شکست آن‌ها را بررسی کنید و از راه‌هایی که به آن شکست‌ها منجر می‌شوند، دوری کنید. با این کار می‌توانید در زمان، پول و استرس صرفه جویی کنید.

● بدون فروش، تجارتی نخواهید داشت

فروش به منزله اکسیر است و جان تجارت شما بدون آن از بین می‌رود. درگیر شدن در بخش‌های طراحی محصول، بازاریابی، برنامه‌ریزی، استخدام نیروی جدید، نام تجاری و ... بسیار مهم است اما فراموش نکنید که کسب و کار خود را برای به دست آوردن پول راه انداخته‌اید و بدون فروش، پول هم در کار نخواهد بود.



پرونده‌ای درباره پیش‌نیازها و ملزومات کار آفرین شدن

به بهانه روز ملی کار آفرینی

بساز و بفروش!

پرونده

کار آفرین شدن برای بیشتر انسان‌ها جذابیت زیادی دارد چون معمولاً کار کردن برای خودمان را بر کار کردن برای دیگری ترجیح می‌دهیم اما این موضوع به همین ختم نمی‌شود. شخصیت اجتماعی، درآمد بیشتر، آزادی در رفتار کاری و موارد بسیاری به جاذبه‌های این عنوان کمک می‌کنند. درباره تعریف کار آفرینی هم باید بدانید که این مهم به فرایند خلق ارزش جدید (مادی یا معنوی) از طریق یک تلاش متعهدانه با در نظر گرفتن ریسک‌های ناشی از آن اطلاق می‌شود. سوم اردیبهشت مصادف با روز بزرگداشت شیخ بهایی است، روزی که در سال ۸۶ از سوی شورای عالی انقلاب فرهنگی به عنوان روز ملی کار آفرین نام‌گذاری شد تا ضرورت توجه جدی و ساختاری به مقوله کار آفرینی در جامعه نشان داده شود. در این پرونده به واکاوی مهم‌ترین مشکلات کارآفرین‌ها خواهیم پرداخت و چند نکته را خطاب به جوان‌ها برای کار آفرین شدن مطرح خواهیم کرد.

واکاوی این موضوع که چرا کار آفرینی رونق نمی‌گیرد؟

دولتمردانی که کار آفرین نیستند و مردمی که عاشق کارمندی‌اند!

این فیلم، گفت‌وگویی بین اوو قایقران ردوبدل می‌شود که ارزش تحلیل دارد.

«توماس مور» از کرایه مسیری می‌پرسد و قایقران می‌گوید: «چلسی به هامپتون، موافق جریان آب، یک و نیم پنی و هامپتون به چلسی، خلاف جهت آب، باز هم یک و نیم پنی! من مطمئن هستم کسی که این قیمت را تعیین کرده، خودش یک بار هم پارو نزده!» به نظر می‌رسد که این مثال در باره بعضی نمایندگان مجلس در کشور خودمان در حوزه کار آفرینی صدق می‌کند چرا که اگر نماینده‌های مجلس با گوشه‌هایی از مشکلات کارآفرین‌ها آشنا و دست و پنجه نرم کرده بودند، به طور قطع در پی اصلاح برخی قوانین بر می‌آمدند.

● پرده سوم: مردمی که عاشق کارمندی هستند

بعضی از مردم دوست ندارند از منطقه امن خود خارج شوند و زندگی و کار خود را با ریسک موفقیت توأم سازند. آن‌ها بی‌حوصله‌تر از آن هستند که به کشف موضوعات جدید بپردازند یا تمایلی داشته باشند که ایده‌ای که نیازهای دیگران را برطرف می‌سازد، در ذهن بپرورانند و در عمل، آن ایده را به کسب و کاری تبدیل کنند. آن‌ها عمدتاً دوست دارند هفت ساعت از زمان خود را به کاری به دور از هر دغدغه‌ای سپری کنند و سپس بقیه روز را در کنار خانواده یا دوستان به سرخوشی‌های روزانه و گاهی بی‌هدف خود بپردازند. چنین افرادی بابت انگیزگی و تنبلی باعث می‌شوند که بی‌حکمتی و غیرمولدی در جامعه تشدید شود. برای این دسته از افراد، زمان با ارزش‌ترین منابع نیست و برای همین شاهد هستیم در بعضی ادارات و سازمان‌ها، کارکنان زمان را گوهر گران‌بهایی که تکرار شدنی نیست، نمی‌پندارند. آن‌ها تفریباتی را می‌کنند که

مهندس حسین صادقی | مشاور مدیریت

شاید برای‌تان این سوال پیش بیاید که چرا با وجود این همه برنامه‌ریزی برای رونق کار آفرینی در کشور، هنوز به نقطه مطلوبی در این حوزه نرسیده‌ایم. در ادامه این مطلب به سه دلیل اصلی‌تر که باعث این ناکامی شده‌اند، اشاره می‌شود.

● پرده اول: دولتمردانی که اهل کسب و کار نیستند

نامزد سابق ریاست جمهوری حزب جمهوری خواه یعنی «میت رامنی»، دلیل اصلی انتخاب شدنش را در سال ۲۰۱۲، تجربه کسب و کاری و دانست و به تازگی گفته است: «می‌خواهم بندی در قانون اساسی داشته باشیم تا بگوید که رئیس جمهور باید قبل از آن که رئیس جمهور آمریکا شود، حداقل سه سال سابقه اشتغال به کسب و کار داشته باشد.» در ایران نیز البته چنین قانونی نداریم ولی این نکته جای تامل زیادی دارد. به عنوان مثال حداقل ما به یاد نداریم که هیچ کدام از وزرای بازرگانی در دولت‌های مختلف کشورمان قبل از زمان وزارت با چند میلیون تومان از پول خودشان کسب و کاری را راه اندازی و مدیریت کرده باشند. به نظر می‌رسد تا زمانی که فردی در گود چنین ماجراهایی قرار نگیرد، شناخت درستی از مشکلات نخواهد داشت و نتیجه‌اش هم سیاست‌گذاری‌های در ست برای حل مشکلات نخواهد بود.

● پرده دوم: نماینده‌هایی که با کار آفرینی آشنا نیستند

«سرتوماس مور» در فیلم «مردی برای تمام فصول» هر بار برای رسیدن به خانه پادشاه باید توسط قایق از رودخانه‌ای عبور می‌کرد. در یکی از سکانس‌های

۴ سوال مهمی که پاسخ مثبت به آن‌ها پیش‌نیاز کار آفرین شدن است

آیا من می‌توانم یک کار آفرین موفق شوم؟

آیا خلاق هستید؟

تفکر خلاق برای یک کار آفرین از نان شب هم واجب‌تر است. اگر ایده پرور و خلاق نیستید، به دنبال کار آفرینی نروید چون آب در هاون کوبیدن است. شما باید هر لحظه در ذهن‌تان به ایده‌های جدید فکر کنید. اگر می‌توانید راه‌های جدیدی برای حل مشکلات پیرامون‌تان پیدا کنید، باید به شما تبریک تفت چون خلاق هستید.

آیا مستقل هستید؟

شاید شما در گام اول تلاش‌تان به نتایجی برسید که برخلاف تصور خودتان و اطرافیان‌تان باشد. اگر مستقل نباشید کارتان گره خواهد خورد. هر چند نباید مشاوره گرفتن از صاحبان فکر و تجربه را فراموش کنید و به بهانه مستقل بودن دچار تک‌روی شوید. مشاوره بگیرید، همفکری کنید و در نهایت خودتان تصمیم بگیرید.



آیا قادر به مذاکره هستید؟

مهارت‌های مذاکره به شما کمک می‌کند تا کسب و کار خود را از خطرات احتمالی نجات بدهید، پول کمتری خرج کنید، دوستان و همراهان بیشتری به دست آورید و در قراردادها و مناقشات کاری بتوانید از حقوق خود صیانت کنید. این مهارت یکی از مهم‌ترین پیش‌نیازها برای یک کار آفرین موفق شدن است.

آیا توان مواجهه با ریسک را دارید؟

اگر جواب شما به این سوال «خیر» است، کار آفرینی برای شما مناسب نیست چرا که ممکن است در مسیر کار آفرینی به کرات زمین بخورید و مجبور باشید همه چیز را از نو بسازید. اگر توان مقابله با فشارهای کاری و استرس را ندارید، تلاش برای کار آفرین شدن را رها کنید و به فکر شاغل شدن در حرفه دیگری باشید!