

ستگا

شماره نهم، آبان ۱۳۹۳، ۲۱ صفحه



# هاوارد شولتز

## موسس کافی شاپ‌های زنجیره‌ای استارباکس

چرا شرکت‌های نوپا در  
عرضه کسب و کارهای تجاری  
شکست می‌خورند؟»

**لزوم تنوع بخشی  
در سبد سرمایه‌گذاری**

۴ ابزار برای لمس  
بهتر محتوا در وب

**استراتژی‌های  
بازاریابی برای  
کسب و کارهای  
کوچک**

**چهارمین  
استار تاپ  
گرایند  
تهران**



معرفی کارآفرین ..... معرفی هاوارد شولتز موسس کافی شاپ های زنجیره ای استارباکس

موفقیت شخصی ..... معرفی شخصی ..... استقلال مالی

کارآفرینی ..... نوآوری و کارآفرینی

کسب و کار اینترنتی ..... ۴ ابزار برای لمس بهتر محتوا در وب

گزارش ویژه ..... چهارمین استارتاپ گریند تهران

مدیریت کسب و کار ..... چرا شرکت های نوپا در عرصه کسب و کارهای تجاری شکست می خورند ؟

بورس ..... لزوم تنوع بخشی در سبد سرمایه گذاری

خبر ..... اخبار کارآفرینی

معرفی کتاب ..... کتاب حداکثر موفقیت

معرفی سایت ..... سایت cofounderslab

خلاصه کتاب ..... خلاصه ای از کتاب بابای پولدار، بابای بی پول

## سرمقاله

### زندگی مالی خوب برای شما چه معنایی دارد؟



آیا این زندگی از دید شما، داشتن یک خانه در یک شهر خاص است؟ آیا داشتن یک اتومبیل شخصی با یک برند خاص است؟ آیا داشتن یک زندگی لوکس با امکانات عالی است؟ آیا داشتن یک بنیاد خیریه و تحت پوشش قرار دادن عده زیادی بچه بی سرپرست است؟ وجه مشترکی که هر کدام از اهداف بالا با یکدیگر دارند، وجود پول و ثروت است. بدون پول و ثروت، امکان ایجاد یک زندگی مالی خوب وجود ندارد. بدون پول و ثروت نمی توانیم کنار اهداف خود تیک بزنیم و آنها را به واقعیت مبدل سازیم. اما مهم تر از بدست آوردن پول و ثروت، نگاه داشتن و مدیریت آن است. ثروتمندان و افرادی که در زندگی توانستند از هیچ، به قله های ثروت برسند اعتقاد دارند بدست آوردن سواد مالی بسیار مهم تر از بدست آوردن پول است. این افراد روش های آموزشی مدارس و دانشگاهها را برای عصر حاضر مناسب و کافی نمی دانند و معتقدند که «مدرسه ها کارمندپرورند و نه کارآفرین پرور». پول گوشه ای از قدرت است، از آن قدرتمندتر آموزش مسائل مالی است. پول می آید و می رود، اما دانش مدیریت پول در ذهن شما و همواره یاریگر شما است، لذا اگر چگونگی کارکرد پول را بیاموزید، بر آن چیره می شوید و آن وقت می توانید به فکر تیک زدن اهداف مالی خود باشید. رابرت کیوساکی مدرس بزرگ سرمایه گذاری و کارآفرینی می گوید: «اگر همه پول های دنیا را جمع کنیم و بین همه مردم دنیا به طور مساوی تقسیم نماییم، ۳ الی ۵ سال طول می کشد تا پول دوباره به دست افرادی که دارای آن بودند برگردد!» این جمله تاکیدی به ترجیح داشتن دانش مالی نسبت به داشتن پول می باشد. معمولاً دانش مالی را می توان فرایند تجربه و تقویت ۴ حوزه زیر دید:

۱. حسابداری: حسابداری، معنای واقعی باسوادی مالی است. بدون دانش حسابداری، قطعاً کاخ های ثروت شما فرو می ریزند.
۲. سرمایه گذاری: سرمایه گذاری را می توان دانش واداشتن پول به پول درآوردن اطلاق کرد.
۳. شناختن بازارها: این حوزه مربوط به دانش شناخت عرضه و تقاضا در بازار است. در این حوزه ما باید بتوانیم تصمیم بگیریم که آیا سرمایه گذاری در وضعیت کنونی بازار درست است یا خیر؟
۴. قانون: عدم شناخت قوانین، میتواند به تنهایی مانع رشد ما در مسیر موفقیت مالی شود. یک سازمان و یک فرد حقیقی را که از مهارت های فنی حسابداری و سرمایه گذاری و روند بازار آگاه هستند، در نظر بگیرید. یکی از قوانین مالیات و بهره برداری از امتیازات داشتن شرکت آگاه و دیگری ناآگاه است. تفاوت حرکت و پیشرفت این دو همانند راه رفتن و پرواز کردن است و در دراز مدت نتیجه این دو بسیار متفاوت خواهد بود. دانش مالی، از برآیند و هم افزایی مهارت های بالا ایجاد می شود. اگر می خواهید اهداف مالی خود را تیک بزنید و به ثروتی چشمگیر برسید، ترکیب این ۴ مهارت برایتان بسیار ضروری است. بدون توجه به اصول علمی مدیریت مالی، هرگونه موفقیتی را به حساب شانس بسیار زیاد باید گذاشت. ما در کلینیک موفقیت سستا به دنبال این هستیم که با تیمی متخصص ابزارهای مناسب برای ارتقا دانش مالی را جمع آوری و ارائه کنیم.



شماره نهم، آبان ۱۳۹۳، ۲۱ صفحه



محمدجواد احمدپور  
نجمه اشکوری  
سرمدبیر: نجمه اشکوری  
مدیر هنری: علی کریمی

صاحب امتیاز:  
مرکز کارآفرینی سستا  
مدیر مسئول: رضا ضیایی  
شورای سیاست گذاری:  
رضا ضیایی

آدرس: خیابان سپهدقونی - کوچه خسرو - پلاک ۱۶ - واحد ۵

تلفن: ۸۸۸۱۴۷۳۲

آدرس سایت: mag.cetka.ir

آدرس ایمیل: mag@cetka.ir



محمد جواد احمدپور  
جزو موسسین مرکز کارآفرینی ستکا

## استارباکس عجین است با مردی قدبلند و خنده رو به نام هاوارد شولتز

«ما برند استارباکس را ابتدا با کارکنانمان ساختیم و نه با مشتریانمان. زیرا ما باور داریم بهترین راه برآورده نمودن انتظارات مشتریانمان، استخدام و آموزش کارکنان عالی است. ما بر روی کارکنانمان سرمایه‌گذاری می‌کنیم.»

با الهام از فرهنگ جنوب اروپا، شرکت قهوه استارباکس، فرهنگ جدیدی در قهوه‌خوری در سراسر جهان ایجاد کرده است. این شرکت ۲۱۱۶۰ قهوه‌خانه در سراسر دنیا دارد و حدود ۱۵۱۰۰۰ کارمند تمام‌وقت در این قهوه‌خانه‌ها مشغول به کار هستند. این شرکت در ۵۵ کشور دنیا شعبه دارد. فروش سال گذشته این شرکت حدود ۱۵ میلیارد و سیصد میلیون دلار بوده است. برند این شرکت در حال حاضر ۶۱امین برند باارزش دنیا است. لطفاً قبل از ادامه مقاله یکبار دیگر عده‌ها را مرور کنید!

### استارباکس چگونه شروع شد؟

اولین کافی‌شاپ با نام استارباکس در سال ۱۹۷۱ در شهر سیاتل با همکاری جری بالدوین، زو سیکلو گوردون بوکرکار خود را آغاز نمود. در آن فروشگاه قهوه خام و تجهیزات مختلف مرتبط با آن به فروش می‌رسید. آن‌ها به‌آرامی در حال توسعه کسب‌وکار خود بودند تا این که در سال ۱۹۸۲ هاوارد شولتز کارآفرین مدنظر ما که در آن زمان مدیر بازاریابی استارباکس بود در سفری به ایتالیا

متوجه موضوع جالبی شد. در آنجا فرهنگ خاصی برای گذراندن اوقات در قهوه‌خانه‌ها وجود داشت که در آمریکا دیده نمی‌شد. او در شهر میلان قهوه‌خانه‌هایی را مشاهده کرد که در آن‌ها پیش‌خدمت‌ها با آداب خاص و خوش‌رویی با مشتریان برخورد می‌کردند، تجربه‌ای که او بعدها از آن تحت عنوان «حضور در تئاتر» یاد کرد. برای هاوارد جالب بود که مردم محلی نه برای صرف قهوه بلکه برای گپ زدن با دوستان خود به قهوه‌خانه می‌روند. این گونه بود که در ذهن او جرقه‌ای زده شد: «بهتر است در کنار فروش پودر قهوه، به مشتریان خود قهوه آماده هم عرضه کنیم. محیط کارمان باید متفاوت باشد. ما باید نه خدمت، نه محصول، بلکه «تجربه» عرضه کنیم. محیط ما باید محل دیدن دوستان باشد. فرهنگ قهوه‌خانه‌های ایتالیا را به آمریکا می‌بریم ...»

او بعد از بازگشت به آمریکا، ایده قهوه‌خانه را با سهامداران مطرح کرد. در آن زمان عقیده عمومی بر این امر استوار بود که قهوه باید تنها در منازل افراد تهیه شود، بنابراین پیشنهاد شولتز از جانب سه شریک دیگر پذیرفته نشد. آن‌ها معتقد بودند که ورود به عرصه فروش نوشیدنی، باعث انحراف مسیر و مانع

از رسیدن به هدف موردنظر خواهد شد. پس‌از آن در سال ۱۹۸۵، شولتز به‌تنهایی یک سری کافی‌شاپ زنجیره‌ای تحت نام Il Giornale را تأسیس نمود. در سال ۱۹۸۷ سرانجام هاوارد با کمک تعدادی سرمایه‌گذار توانست نام تجاری و املاک استارباکس را خریداری و به‌عنوان مدیرعامل شرکت جدید و تحول‌یافته استارباکس باهدف گسترش فرهنگ قهوه‌خوری ایتالیایی در آمریکا شروع به کار کند. همین ایده به‌ظاهر ساده که به‌طور خلاصه می‌توان آن را عرضه «یک تجربه جدید در رفتن به قهوه‌خانه» نامید، توانست استارباکس را به شرکتی باشهرت فراوان تبدیل کند. به‌این‌ترتیب، آنچه استارباکس را از رقبای متمایزی می‌کند، گونه جدید خلق ارزش برای مشتری است.



### قدری از زندگی

#### شخصی هاوارد شولتز

هاوارد شولتز در ۱۹ ژوئیه ۱۹۵۳ در بروکلین ایالت نیویورک متولد شد. پدر او در جوانی سرباز ارتش بود و بعدها راننده کامیون



اگر دارای اعتماد به نفس کافی نیستید به کاری بپردازید که در نتیجه انجام آن نسبت به خویشتن احساس رضایت و شادمانی کنید.

وین دایر

استارباکس ثبت کنند و در صف‌های طولانی منتظر نباشند.

■ ورود استارباکس به بازار تبلیغات فیلم‌هایی که در گیشه کمتر از حد مورد انتظار فروش داشته‌اند.

■ کارت‌های هدیه استارباکس در شعبه‌ای در سیاتل. این کارت‌ها به جزء جدایی‌ناپذیر کیف پول میلیون‌ها مشتری وفادار استارباکس تبدیل شده‌اند.

■ فروش و عرضه ترکیب‌های جدید قهوه در کافی‌شاپ‌های خود

■ کارت «آهنگ روز» با تصویر خواننده، مشتریان با دریافت این کارت‌های رایگان می‌توانستند به سایت آی‌تیونز مراجعه و آهنگی که نام آن روی کارت درج شده بود را مجانی دانلود کنند.

### درس‌هایی از هاوارد شولتز

۱. مهم‌ترین قدم در ایجاد وفاداری مشتری، تمرکز بر برانگیختن احساسات او است. صاحبان کسب‌وکارهای کوچک باید تلاش کنند مشتریان‌شان به محصولات و کالاهای آن‌ها علاقه‌مند شوند. برای انگیزه دادن به خودتان و کارمندان، آدابی را رعایت کنید که همان هیجان و سرمایه احساسی را بازگرداند که در ابتدای شکل‌گیری ایده کسب‌وکارتان داشتید.

۲. به تیم‌تان بگویید که می‌خواهید مردم از کالای شما چه چیزی را حس کنند و در این باره با آن‌ها گفت‌وگو کنید. اینکه مشتری نسبت به کالاها یا خدمات شما چه احساسی دارد و روابط احساسی که در نتیجه آن شکل می‌گیرد، بر بازگشت مجدد او به سوی شما به شدت تأثیرگذار است. باید لحظات متعالی برای مشتری ایجاد کنید. تجربه‌ای که به مشتری ارائه می‌کنید، باید پیامی باشد که هر برندی در خود دارد. این‌ها همگی شکل‌دهنده ارزش پیشنهادی به مشتری هستند.

۳. نمی‌توانید فقط منتظر باشید که مشتری خودش به سوی شما بیاید.

باید تلاش کنید سبک زندگی مشتری را تعیین کرده و کسب‌وکار یا محصولاتتان را با زندگی او هماهنگ کنید. یکی از روش‌هایی که استارباکس برای ورود به سبک زندگی مشتری از آن استفاده کرده، اپلیکیشن مخصوص استارباکس است که از این طریق پیشنهادهای خود را به مشتری می‌فرستد و او را درگیر می‌کند.

آموزش، مشاوره شغلی و تخفیف محصولات برای آن‌ها را شامل می‌شد و هدف منحصربه‌فردش این بود که کارمندان در موفقیت سهیم باشند. او آموزش کارمندان را بخش مهمی از کسب‌وکار خود به حساب می‌آورد. در نتیجه این موضوع باعث شد که این سازمان بزرگ پابرجا بماند. این نشان می‌دهد که شولتز مسئله ارتباط با کارمندان را در مرکز استراتژی خود برای رشد شرکت در نظر گرفته بود.

### استارباکس و محبوبیت جهانی

موفقیت استارباکس تنها به کشور آمریکا محدود نبوده و نیست، این نام محبوبیت و موفقیت جهانی دارد. امروزه در خیابان‌های مختلف بسیاری از شهرهای بزرگ جهان، کافی‌شاپ‌های استارباکس به چشم می‌خورد. عمده شهرت کافی‌شاپ‌های زنجیره‌ای استارباکس، منوی اختصاصی آن‌هاست که در آن تنوع قهوه‌ها بسیار زیاد است؛ در نتیجه به‌منظور آسان‌تر شدن انتخاب نوع و طعم قهوه برای مشتریان و همچنین امکان تست ترکیبات مختلف، منوها به‌صورت هفتگی تغییر می‌کنند.

### نشان استارباکس

نام این شرکت از شخصیت استارباکس، یکی از شخصیت‌های «موبی دیک»، رمان معروف هرمان ملویل، گرفته شده و نشان استارباکس یک پری دریایی دارای دو دم را نشان می‌دهد.

### برخی از ابتکارهای شولتز برای توسعه استارباکس

استارباکس شرکتی بسیار نوآور است. جالب است بدانید که در سال ۲۰۱۳ این شرکت به‌عنوان ۱۱۹امین شرکت نوآور دنیا شناخته شد. در ادامه فهرستی از نوآوری‌های این شرکت را مشاهده می‌کنید:

■ مشتریان می‌توانند قبل از رسیدن به کافی‌شاپ، سفارش‌های خودشان را از طریق اپلیکیشن موبایل

شده بود. وضع مالی خوبی برای بزرگ کردن دو پسر و یک دختر خود نداشت. شولتز از سال‌های ابتدای زندگی‌اش تشویق شد به دانشگاه برود و راه موفقیت و طی کردن پله‌های آکادمیک را پیش بگیرد تا به‌عنوان اولین نفر در خانواده‌شان از دانشگاه فارغ‌التحصیل شود. او در کتابش با نام «با تمام وجود عمل کن: چطور استارباکس از یک لیوان قهوه شروع شد» می‌نویسد که چطور برای شروع کارگری می‌کرد، حتی مجبور می‌شود خونش را بفروشد، زیر بار قرض برود تا بتواند مخارج دانشگاهش را بدهد.

او بعد از دانشگاه، وارد شغل فروش و بازاریابی در یک قهوه‌فروشی ساده به نام استارباکس شد. شرکتی که بعداً در سمت مدیرعامل آن را متحول کرد. در حال حاضر از او به‌عنوان یک کارآفرین، سرمایه‌دار، نویسنده و مدیر ارشد اجرایی آمریکا یاد می‌شود.

هاوارد شولتز هر روز ساعت ۵:۳۰ دقیقه صبح از خواب برمی‌خیزد و سه روزنامه سیاتل تایمز، وال استریت ژورنال و نیویورک تایمز را مطالعه می‌کند و بیش از دو دهه است که این عادت را ترک نکرده است. ساعت ۶ صبح سر کارش حاضر می‌شود تا ۷ شب هم به کار ادامه می‌دهد. همین پیگیری‌های او استارباکس را امروز به این جایگاه رسانده است. افرادی که فرصت نشست و برخاست با هاوارد شولتز را داشته‌اند می‌گویند او چنان با هیجان و علاقه در مورد برنامه‌هایش صحبت می‌کند که بلافاصله بعد از جلسه شما هم تصمیم می‌گیرید یکی از طرح‌های عقب‌افتاده خود را به‌سرعت اجرا کنید.

### نیاز به کارکنان وظیفه‌شناس و باکیفیت

شولتز به‌منظور تغییر روند این تجارت، طرحی را سازمان‌دهی کرد که بر کارکنان باکیفیت تمرکز داشت از همان آغاز هدف وی تبدیل شرکت محلی به شرکت ملی بود و به‌منظور تحقق این امر به کارکنان وظیفه‌شناس نیاز داشت که کار مایه افتخارشان باشد و این نگرش مثبت را به مشتری منتقل کنند. شولتز مجموعه‌ای مزایای کارکنان را طراحی کرد که خدمات درمانی، امتیاز خرید سهام،



ستکا با همکاری مرکز آموزش و تحقیقات صنعتی ایران

برگزار می کند:

کارگاه کاربردی

# هوش مالی

برخی از مطالب این کارگاه:

- اصول برنامه ریزی و کنترل مالی شخصی
- روش تهیه صورت های مالی و بودجه ریزی شخصی
- ابزارهای رابرت کیوساکی برای موفقیت مالی
- روش های کسب درآمد فرعی
- بیمه و نقش آن در موفقیت مالی

۳۵ دقیقه فیلم آموزش  
رایگان را همین حالا در  
سایت ستکا ببینید.

زمان:

۲۱ آذر

مکان: سالن

سمینار مرکز آموزش و

تحقیقات صنعتی

ایران

هدیه یک جلد کتاب کیوساکی برای ثبت نام تا تاریخ ۱۸ آذر

اطلاعات تکمیلی و آشنایی با مدرس از طریق مراجعه به سایت

[www.Cetka.ir](http://www.Cetka.ir)



# آخرین دوره های آکادمی مجازی ستکا

مهندس  
ضیایی

رایگان

دوره  
با  
آشنایی مقدماتی  
هوش مالی



دکتر  
مهران

رایگان

دوره



نگاهی به بازارهای مالی

مهندس  
مظاهری



دوره  
مکانیسم سیستم اقتصادی

ستکا  
آکادمی مجازی

مهندس  
دهقان

رایگان

دوره



Excel

آشنایی با نرم افزار

مهندس  
مرادی

رایگان



دوره

نظریه رنگ ها در  
طراحی وب

دوره  
راه اندازی کسب و کارهای موفق



دوره  
تفصیلی آموزش بازار سهام ایران



دوره های ویژه

بدون محدودیت مکان و زمان در دوره های آکادمی مجازی ستکا شرکت کنید

ستکا  
آکادمی مجازی

[www.CetkaAcademy.ir](http://www.CetkaAcademy.ir)



# استقلال مالی و انواع درآمدها



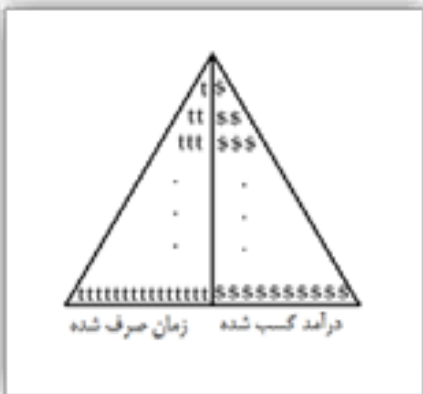
مجتبی بهاری  
مدیر کلینیک موفقیت ستکا



درآمدهای فعال: به درآمدی که از فعالیت مستقیم فرد ناشی شود، درآمد فعال می‌گویند. برای کسب ریال به ریال از درآمد فعال نیاز به حضور فیزیکی فرد است. راننده تاکسی، پزشک، کارمند، فروشنده بیمه و ... دارای درآمد فعال می‌باشند. درآمد این افراد رابطه مستقیم با میزان زمانی که برای شغلشان می‌گذارند، دارد و در صورتی که برای مدتی مشغول به کار نباشند، درآمد آن‌ها نیز قطع می‌شود. راننده تاکسی برای کسب درآمد باید در خیابان مشغول به کار باشد و در صورتی که یک هفته، دست از کار بکشد درآمدی نیز نصیب او نمی‌شود. این رابطه برای پزشک، کارمند، فروشنده بیمه و ... نیز صدق می‌کند. زندگی افرادی که درآمد فعال دارند یک زندگی مثلثی است!

**به روند خود ادامه می‌دهد؟**  
استقلال مالی: استقلال مالی به این معناست که برای گذران زندگی با سطح آسایش مطلوب خود، نیاز به حضور فیزیکی و صرف زمان برای به دست آوردن پول نباشیم. اگر سطح آسایش مطلوب فردی، یک زندگی با هزینه ماهیانه ۵ میلیون تومان باشد و این فرد، بدون نیاز به صرف زمان و حضور فیزیکی، بیش از ۵ میلیون تومان درآمد داشته باشد، به استقلال مالی رسیده است.  
**حال چگونه بدون نیاز به حضور فیزیکی و صرف زمان، درآمد داشته باشیم؟**  
در ادامه با توضیح کامل درآمدهای فعال و غیرفعال و مقایسه این دو، پاسخ این سؤال را خواهیم داد.

در شماره قبلی این نشریه، ادبیات ثروتمندان را بررسی کردیم و گفتیم یکی از لغاتی که ثروتمندان زیاد از آن استفاده می‌کنند درآمد است. همچنین در مورد انواع درآمدها توضیح مختصری دادیم. حال در این نشریه به توضیح اصطلاح استقلال مالی، بحث و بررسی و مقایسه درآمدهای فعال و غیرفعال و در نهایت راه رسیدن به استقلال مالی می‌پردازیم.  
**درآمد ماهیانه شما چقدر وابسته به زمان و حضور فیزیکی شما است؟**  
تابه حال به این فکر کرده‌اید که اگر برای شما حادثه‌ای رخ دهد و برای مدتی محدود و یا حتی برای همیشه از کارافتاده شوید، چه تغییری در درآمد شما ایجاد می‌شود؟ آیا متوقف می‌شود یا

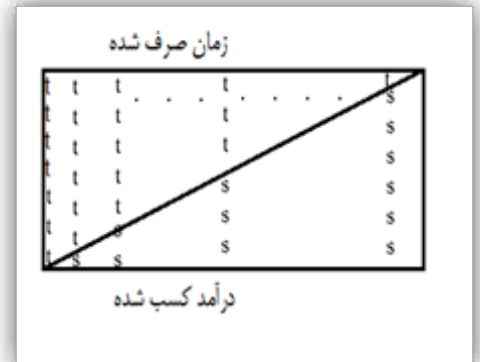


اگر فرد یک ساعت در روز کار کند، یک واحد پول دریافت می‌کند، اگر ۲ ساعت کار کند، ۲ واحد پول دریافت می‌کند و اگر کل ۲۴ ساعت را کار کند ۲۴ واحد پول کسب می‌کند. مشکل این نوع درآمد، محدودیت مکانی و زمانی آن است. فرد محدود به ۲۴ ساعت و محدود به مکان است و همزمان نمی‌تواند در چند مکان و در هر مکان ۲۴ ساعت کار کند!





درآمد غیرفعال: به درآمدی که از فعالیت غیرمستقیم فرد هم ناشی شود، درآمد غیرفعال می‌گویند. سرمایه‌گذار سهام، طلا، ملک و املاک یا یک صاحب کارخانه از این دسته هستند. یک سهامدار شرکت مخابرات ۲۴ ساعته در حال درآمدزایی است. می‌پرسید چگونه؟! در هر ساعت از شبانه‌روز مردم در حال استفاده از خدمات شرکت مخابرات هستند و به ازای هر تماسی که گرفته می‌شود، سودی نصیب شرکت مخابرات می‌گردد و این سود در نهایت در انتهای سال به سهام‌داران می‌رسد! می‌بینیم که برای به دست آوردن سود بیشتر در انتهای سال، نیازی به کار و فعالیت بیشتر در شرکت مخابرات برای سهامدار نیست. این رابطه برای سرمایه‌گذاری در زمینه‌های دیگر مثل طلا، ارز، ملک و املاک و ... نیز صدق می‌کند. همچنین میزان تولید در یک کارخانه و افزایش درآمد، رابطه مستقیمی با حضور فیزیکی صاحب کارخانه ندارند. ممکن است صاحب کارخانه هم‌اکنون، با خانواده خود به سفر رفته باشد اما تولید کارخانه قطع نشده است. جریان درآمدی غیرفعال، ریسک‌های مالی زندگی را کاهش می‌دهد. با توجه به اینکه این نوع از درآمد نیاز به حضور مستقیم فرد ندارد، در صورت بروز مشکلات و حوادث، امراض، سفرهای ضروری و ... جریان آن قطع نمی‌گردد. مثال دیگر از داشتن درآمد غیرفعال، خرید خانه و اجاره دادن آن است. زندگی افرادی که دارای درآمد غیرفعال می‌باشند یک زندگی مستطیلی است!



می‌کنند و نیازی به سرمایه اولیه ندارند: یک راه‌حل دیگر ممکن پیدا کردن این‌گونه کسب‌وکارها است. برای افرادی که سرمایه اولیه ندارند، مزیت این مدل کسب‌وکار، ریسک خیلی کم آن‌ها است، زیرا ابتدای کار، پای پول به میان کشیده نمی‌شود! یکی از این کسب‌وکارها، فعالیت در شرکت‌های بازاریابی چند سطحی تحت نظر وزارت صنعت، معدن و تجارت است.

### راه‌های ایجاد درآمد غیرفعال:

با توجه به اینکه شخص، سرمایه اولیه دارد یا خیر راه‌های مختلفی برای ایجاد درآمد غیرفعال وجود دارد:

۱. افرادی که سرمایه اولیه دارند: این افراد با پولی که دارند یکی از دو کار زیر را انجام می‌دهند:
  - سرمایه‌گذاری: مثلاً خرید ملک و اجاره آن، سرمایه‌گذاری در سهام، اوراق مشارکت و ...
  - ایجاد سیستم: مثلاً تأسیس یک کارخانه تولیدی، یک شرکت خدماتی و ... که با استخدام افراد مختلف و ارائه محصول، درآمد غیرفعال ایجاد شود.

فرد در ابتدای کارش، خیلی زحمت می‌کشد و ممکن است حتی هیچ درآمدی نداشته باشد. حتی ممکن است جریان درآمدی او منفی باشد! یعنی کار برایش هزینه‌بر است. بعد از مدتی تلاش، به جایی می‌رسد که به همان اندازه که زمان می‌گذارد، کسب درآمد می‌کند. اما اگر دوام بیاورد و ادامه دهد، به جایی می‌رسد که با صرف زمان اندکی در روز و حتی بدون نیاز به حضور فیزیکی، به درآمدهای خیلی زیادی می‌رسد.

با توجه به تعاریفی که از درآمدهای فعال و غیرفعال شد، متوجه شدیم چگونه بدون نیاز به گذاشتن وقت در ازای پول، درآمد داشته باشیم. برای رسیدن به استقلال مالی نیز، باید درآمدهای غیرفعال ایجاد کنیم که مجموع آن‌ها، بیشتر از مجموع هزینه‌های ما برای داشتن یک زندگی مطلوب باشد.

### رسیدن به استقلال مالی:

۱. بررسی کنید طبق شرایطی که دارید، کدام دسته برای شما مناسب‌تر است؟
۲. سپس در آن دسته، با تحقیق و بررسی، زمینه فعالیت خود را مشخص نمایید. به‌طور مثال یک نفر، سرمایه اولیه ندارد، اما دانش تخصصی در زمینه بورس پیدا کرده است. این شخص می‌تواند با اخذ مدارک سازمان بورس اوراق بهادار، مجوز سبده‌گردانی بگیرد و با پول دیگران در بورس سرمایه‌گذاری کند و در درآمد غیرفعال سرمایه‌گذار شریک شود.
۳. هر چه زودتر شروع کنید! به قول بزرگی در شروع کردن صبر نکنید، اما در مسیر ثروتمند شدن صبر کنید...

۲. افرادی که سرمایه اولیه ندارند: این افراد از طریق یکی از روش‌های زیر می‌توانند به درآمد غیرفعال برسند.
  - مشارکت با سرمایه‌گذاران دیگر: این افراد ممکن است ایده‌ای برای ارائه یک محصول یا خدمت داشته باشند و با یک سرمایه‌گذار شریک شده و یک سیستم ایجاد می‌کنند یا اینکه دانش و تجربه خیلی خوبی در سرمایه‌گذاری داشته باشند و با افرادی که پول دارند، شریک شده و سرمایه‌گذاری نمایند.

- جمع‌آوری تدریجی سرمایه: راه دیگر برای ایجاد درآمد غیرفعال این است که از منبع درآمدهای فعال هر ماه یا هر سال خود مبلغی را جدا کرده و از مبالغ خرد شروع به سرمایه‌گذاری کنیم تا اینکه این مبلغ، به حدی چشم‌گیر برسد و به دسته اول ملحق شویم، افرادی که سرمایه اولیه دارند! همه‌ی ما پزشکانی را دیده‌ایم که در کنار کار پزشکی که یک درآمد فعال محسوب می‌شود، به فعالیت‌های جانبی مثل سرمایه‌گذاری در ملک و املاک نیز مشغول می‌شوند، که درآمد غیرفعال محسوب می‌شود. این پزشکان، معمولاً از این دسته به شمار می‌روند.
- پیدا کردن کسب‌وکارهایی که درآمد غیرفعال ایجاد







# نوآوری رمز ماندگاری یا شکست؟

من نویسنده مقاله برای مجلات و روزنامه‌ها نیستم. من شرکت کوچک خود را اداره می‌کنم و گاهی حس و حال و تحلیل خود از وقایع اطرافم را در چند سطر می‌نویسم. دوستانی که ماهنامه کارآفرینی ستکارا اداره می‌کنند این یادداشت‌ها را مطالعه کرده بودند و دعوت کردند که یادداشتی به همین سبک برای ماهنامه بنویسم. اگر این سبک و سیاق را دوست نداشتید، مجله‌تان را عوض نکنید، کافی است از سردبیر بخواهید که دیگر مطلبی از من چاپ نکند!



حسن اطاعت

مدیرعامل شرکت ایده‌های نوین پارسیان

عکس گرفتن، همیشه با عذاب حسابگری هزینه و تعداد باقی‌مانده از نکاتیو، آمیخته بود. برای رهایی از این کابوس، کسی باید کاری می‌کرد و ما خبر نداشتیم که کسی در کدک، این کار را کرده است: اختراع دوربین دیجیتال. آن‌ها پیشاپیش برای مرگ نکاتیو آماده بودند و با اختراع دوربین دیجیتال، به پیشواز عصر جدید رفته بودند، اما چرا اکنون کدک به تاریخ پیوسته است؟ چرا دوربین دیجیتال من و شما، کدک نیست؟ اگر به قول پیتر دراگر، دو وظیفه اصلی هر کسب‌وکار، نوآوری و بازاریابی است، پس چرا این شرکت عظیم آمریکایی با آن سابقه درخشان و با این نوآوری به‌موقع، اکنون وجود خارجی ندارد؟

سال ۶۲ در آخرین تعطیلات تابستانی دوره دبیرستان، به‌جای مطالعه برای کنکور، هوس کردم در کلاس‌های عکاسی و فیلم‌سازی ثبت‌نام کنم. آن زمان تمام راه‌ها در صنعت فیلم و عکس، به کدک ختم می‌شد. نکاتیوهای کدک، گران و مرغوب بودند و تمام حرفه‌ای‌های این صنعت، هیچ برند دیگری جز کدک را قبول نداشتند. ما از نکاتیوهای آگفا استفاده می‌کردیم که هر کاست آن فقط برای سه دقیقه فیلم‌برداری سوپر هشت کفایت می‌کرد و برای ظهور باید به آلمان ارسال می‌شد. چهل روز طول می‌کشید تا کاست‌ها از آلمان برگردد و چشمان به زیارت سه دقیقه فیلمی که گرفته بودیم روشن شود. برای عکس هم از نکاتیوهای ۳۶ تایی فوجی استفاده می‌کردیم و لذت

نمی‌زند، پس موضوع چیست؟ شاید حلقه گمشده‌ای در کار است.

نگاهی به تاریخچه شرکت‌های قدیمی که برخلاف کدک، خود را با شتاب تحولات تکنولوژی تطبیق داده و همچنان به حضور قدرتمند خود در بازار ادامه داده‌اند و شرکت‌های جدید که در همین دنیای پرشتاب متولد شده‌اند و بیشتاز تغییرات هستند، این راز را برملا می‌کند که ایده‌های ناب و نادر، اختراعات مفید و سودمند، طرح‌های انقلابی و هیجان‌انگیز و تحقیقات دقیق و معتبر، تنها در صورتی به نیروی پیش‌برنده کسب‌وکارها تبدیل می‌شوند که با جریان کارآفرینی در هم آمیزند. درک تحولات تکنولوژی، فهم سلاقی بازار، پیش‌بینی روندهای کسب‌وکار و سرمایه‌گذاری در خلق و پرورش ایده‌های نو، تنها نیمی از راز ماندگاری در اقتصاد عصر حاضر است. نیم دیگر، کارآفرینی است: ورود خلاقانه به دنیای کسب‌وکار و خلق ارزش بر اساس ایده‌های جدید. میدانم که با خواندن

حلقه گمشده  
خب، ما که به نوآوری نیاز نداریم، آن‌ها هم که نوآوری کردند و ورشکست شدند. پیتر دراگر هم که حرف مفت



نوآوری ما، نوآوری آن‌ها  
چند ماهی است که جلسات گپ مدیریتی در شرکت کوچک ما، به ایده پردازی برای ایجاد کسب‌وکار اختصاص یافته است. در هر نشست، ده‌ها ایده بیان می‌شود که هیچ‌کدام، جدید نیست، خلاقانه‌ترین آن‌ها، روایت متفاوتی از ایده‌ای است که قبلاً در آن سوی آب، اختراع و عرضه شده است. با این‌همه خلاقیت در نسخه‌برداری از ایده‌ها و محصولات و خدمات و سیستم‌ها و روش‌های موجود، اساساً چه نیازی به نوآوری است؟ ما خیلی که هنر کنیم از همین شیوه‌های موجود، به‌درستی استفاده می‌کنیم و به بیش از آن نیازی نداریم! راه ساده‌تر، پیوستن به یکی از جریان‌های انحصار و تسلط در اقتصاد فعلی است که حتی زحمت به‌کارگیری ایده‌های موجود را هم ندارد و حداقل تا باز شدن درها به روی تجارت جهانی، تضمین شده است. با این اوصاف، نوآوری کیلویی چند؟!



از هر فرصتی استفاده کن؛ تمام زندگی، خود فرصتی است. فردی که فراتر از همه می‌رود، معمولاً کسی است که جرات بیشتری به خرج می‌دهد.

دیل کارنگی



این جمله، استیو جابز را در ذهن خود مجسم کردید و به ستایش قدرت شگرف وی در ایده‌پردازی و خلق محصولات جدید و عرضه جهانی آنان پرداختید، اما من در مورد استیو جابز صحبت نمی‌کنم. من در مورد شما صحبت می‌کنم. اگر قصد دارید وارد فضای کسب‌وکار شوید و خود را برای اقتصادی رقابتی و جهانی آماده کنید، به ترکیب این دو مفهوم ببینید: نوآوری و کارآفرینی.

### روی زمین راه بروید

از نوآوری شروع کنیم: شما مدیرعامل کره زمین نیستید. کسی از شما انتظار ندارد که مشکلات لاینحل بشریت را به یک اشاره حل کنید. البته اگر این کار را بکنید، لطف کرده‌اید ولی فعلاً آنچه مهم است این است که من تا این جای مقاله، ۷۷۵ کلمه فارسی را با کیبورد انگلیسی لپ‌تاپ خود تایپ کرده‌ام. شما اگر نوآور و ایده پرداز هستید، کافی است همین یک مشکل را حل کنید: من به راه‌حلی نیاز دارم که بتوانم لپ‌تاپ اورجینال با حروف فارسی و انگلیسی داشته باشم. نه عربی و نه برچسبی.

حالا که دست به کار شده‌اید یک راه‌حل هم برای این چای کیسه‌ای پیدا کنید که اگر از فنجان بردارم، نعلبکی را کثیف کاری می‌کند و اگر بماند، چای را تلخ و سیاه می‌کند.

از شوخی گذشته، نوآوری به همین سادگی است. سال‌ها پیش که سوسک‌ها تهران را فتح کرده بودند، مطلبی در همشهری چاپ شد که سوسک‌ها از کانال فاضلاب حمام و توالت وارد خانه‌ها می‌شوند. بنده خدایی هم آمد و یک راه آب پلاستیکی ساخت که سوسک‌ها نتوانند از آن بالا بیایند و از آن سال تا حالا شاید میلیون‌ها قطعه از این محصول فروخته شده باشد.

### کسی مسئول حمایت از شما نیست

گلایه از بها ندادن به ایده‌ها و نوآوری‌ها، گلایه از عدم سرمایه‌گذاری روی ایده‌های جدید، گلایه از نبود شرکت‌های venture capital در ایران، گلایه از مافیای و ... گلایه‌هایی واقعی هستند اما کسی گوشش به این حرف‌ها بدهکار نیست. شما که مخترع هستید، راه موفقیت

ساده باش. اگر پیچیده‌ترین قانون رباتیک را برای اختراع خود به کار گرفته‌اید، مهم نیست. مهم این است که کاری را که آن روبات انجام می‌دهد در یک جمله ساده بیان کنید.

کوچک باش. بزرگ‌ترین شرکت‌ها هم روزی کوچک بوده‌اند. کسب‌وکار خود را کوچک بسازید و تا زمانی که چاره‌ای جز بزرگ شدن ندارد، اصراری بر توسعه آن نداشته باشید.

جدید باش. راه‌های جدید کشف کنید، روش‌های جدید ارائه کنید، مهم نیست که این راه و روش‌ها تا چه حد خوبند، مهم این است که قبلاً وجود نداشتند.

حسن اطاعت  
etaat@pni.ir

در این اقتصاد را هم باید اختراع کنید. کسی شما را تشویق نخواهد کرد، کسی شما را حمایت نخواهد کرد. شما در فضایی که به نوآوری نیاز ندارد، نوآوری را انتخاب کرده‌اید. این انتخاب شماسست و بهای آن را هم باید شخصاً بپردازید.

### این نسخه شماسست

هیچ نسخه واحدی برای کارآفرینی و به‌ویژه ترکیب نوآوری و کارآفرینی وجود ندارد. هرکسی راه خود را می‌سازد اما عجالتاً چند نکته را می‌توان یادآوری کرد: مطمئن باش: اکنون که ایده‌ای ناب را به اختراعی مفید تبدیل کرده‌اید و قصد کارآفرینی دارید، مطمئن باشید که موفق خواهید شد. به چیزی جز پیروزی فکر نکنید اما برای بارها و بارها شکست آمادگی داشته باشید.





## کسب و کاری متفاوت و جذاب در چهارمین استارتاپ گراند تهران

نجمه اشکوری

سردبیر ماهنامه کارآفرینی ستکا

غیرممکن‌ها سخن می‌گویند و تنها موانع را می‌بینند.

### بخش دوم برنامه

میهمانان برنامه بعد از پذیرش کم‌کم وارد سالن برگزاری شدند و برنامه با خوشامدگویی میلاد صابری نماینده استارتاپ گراند تهران آغاز شد. میلاد صابری در آغاز از رسالت استارتاپ گراند گفت و اشاره کرد که در رویدادهای استارتاپ گراند علاوه بر شبکه‌سازی می‌خواهیم نگرش جامعه و مسئولین را به کسب‌وکارهای اینترنتی تغییر دهیم

حوزه کارآفرینی وب در سالن شهید قندی سازمان فناوری اطلاعات برگزار شد. یکی از جالب‌ترین اتفاقات این رویداد حضور دو دوست نابینا در میان دوستان کارآفرین بود. این دوستان با تخصص برنامه‌نویسی و بازاریابی آنلاین در این رویداد حضور پیدا کرده بودند تا بتوانند آمادگی لازم برای راهاندازی پروژه اینترنتی مستقل خود را کسب کنند و همچنین نیروهای موردنیاز و سرمایه‌گذار برای پروژه خود جذب کنند. انرژی و هیجان این دو دوست در این رویداد مثال‌زدنی بود برای کسانی که همیشه از نشدن‌ها و

در چهارمین استارتاپ گراند تهران، کارآفرینان و فعالان حوزه وب برای شنیدن داستان موفقیت کسب‌وکاری اینترنتی با موضوع جذاب رستوران و غذا به نام فیدیلو دور هم گرد آمدند. این رویداد با همکاری و حمایت سازمان فن‌آوری اطلاعات و شرکت همکاران سیستم و پرداخت الکترونیک پاسارگاد برگزار گردید.

### بخش اول برنامه

چهارمین رویداد استارتاپ گراند با دوستان و علاقه‌مندان





تا از زاویه بهتری به این قضیه نگاه کنند. همچنین از بعد اجتماعی، کاربران اینترنتی با فضای این کسب‌وکارها آشنا شوند تا بازار بهتری در این حوزه ایجاد شود. اگر مسئولین هم با نگرش دقیق‌تر به این موضوع بپردازند، می‌توانند راهکارهای بهتری به کارآفرینان ارائه دهند. در ادامه بخش دوم برنامه با حضور میثم مشایخی مؤسس و مدیر سایت فیدیلیو آغاز شد.

### میثم مشایخی و راهاندازی سایت فیدیلیو

میثم مشایخی ابتدا در پاسخ به سؤال مجری برنامه از تحصیلات خود در مقطع لیسانس مهندسی صنایع و کارشناسی ارشد MBA گفت و اضافه کرد که کار قبلی من در شرکت فنی و مهندسی راه‌سازی بود. در سال ۸۴ با دوستستانی که در کنارم بودند تصمیم گرفتیم یک استارت‌آپ راه بیاندازیم ولی به دلیل زیاد بودن مشغله‌هایمان همه پراکنده شدند و بعد از سه سال دوباره دور هم جمع شدیم. ایده فیدیلیو همان موقع به ذهن من رسید و این نیازی بود که من داشتم. من به رستوران علاقه داشتم و همیشه برای پیدا کردن آن با مشکل مواجه بودم. این نیاز مهمی برای من بود و من این نیاز را مطرح کردم و ایده اولیه فیدیلیو شد. ۵۰-۶۰ درصد ایده‌های اولیه‌ای که الان در فیدیلیو اجرا می‌شود همان موقع به ذهنمان رسید. فیدیلیو یک برند است و این برای ما خیلی مهم است. ما موقعی که داشتیم آن را می‌ساختیم، ایده‌مان این بود که یک برند در این حوزه راه بیاندازیم. قبل از راه‌اندازی سایت یکی از دوستان از تیم جدا شد و دوست دیگر هم بعد از یک سال با واگذار کردن سهم خود از فیدیلیو خداحافظی کرد. در حال حاضر مدیر و سرمایه‌گذار این پروژه، من هستم.

### سیستم خدمات‌رسانی فیدیلیو

ما از بازار و نیاز مخاطب شروع کردیم تا بتوانیم کسب‌وکارهای مختلفی را در این زمینه راه بیاندازیم. سرویس اولیه فیدیلیو اطلاع‌رسانی درباره رستوران‌ها و کافی‌شاپ‌ها بود. رستوران‌ها را معرفی می‌کرد، نظرات مردم را می‌گیرد و با بقیه به اشتراک می‌رساند. در سال ۸۷ که فیدیلیو راه‌اندازی شد اپلیکیشن‌های موبایل هم آمدند و ما از آن برای بازاریابی استفاده کردیم. در آن زمان که به‌تازگی این اپلیکیشن‌ها وارد ایران شده بودند ما یک اپلیکیشن برای خودمان توسعه دادیم.

### فیدیلیو از سه راه منابع مالی خود را تأمین می‌کند - تبلیغات

**فیدیلیو کلاب:** طراحی باشگاه مشتریان وفادار برای مشتریانی که زیاد به رستوران می‌روند و معمولاً از رستوران‌های خوب استفاده می‌کنند. به اعضا فیدیلیو کلاب، کارت عضویتی ارائه می‌گردد که با این کارت می‌توانند درصدهای تخفیف دریافت کنند. در کنار رستوران‌ها، سرویس‌دهنده‌های دیگری از جمله بهترین عطر فروشی‌ها، برندها و... هم در این مجموعه گنجانده شده است. در قبال این کارت، مشتریان مبلغی را به‌عنوان حق عضویت سالانه پرداخت می‌کنند.

**خدمات مشاوره:** تدوین طرح‌های کسب‌وکار برای رستوران و کافی‌شاپ‌ها

### تیم کاری و بازاریابی فیدیلیو

در حال حاضر تیم فنی، فروش و پشتیبانی فیدیلیو از ۹ نیروی تمام‌وقت، ۲ نفر نیمه‌وقت و ۲ نفر که نیروی دورکاری تشکیل شده است. یکی از اصلی‌ترین منابع ما تیم فنی است، بدون تیم فنی کار کردن غیرممکن نیست ولی سخت است. اگر یکی از اعضای تیم مؤسس، فنی باشد ریسک کار کمتر است. ما مدت‌ها بدون تیم فنی کار کردیم. در آن موقع که ما کارمان را شروع کردیم عطش برای این کار وجود داشت و ما برای بازاریابی جلسات خیلی رسمی و جدی می‌گذاشتیم و از جاهایی شروع می‌کردیم

اولین استارت‌آپ گرایند اصفهان برگزار شد. استارت‌آپ گرایند یک رویداد و گردهمایی در حوزه کارآفرینی و استارت‌آپ‌هاست که در بیش از ۱۲۰ شهر دنیا اجرا می‌شود. این رویداد از تابستان ۹۳ در تهران فعالیت خود را شروع کرده است و فنآوری را با شرکت‌کنندگان در این رویداد به اشتراک گذاشته است. به دلیل استقبال زیاد کارآفرینان حوزه وب و کسانی که قصد وارد شدن به کسب و کارهای اینترنتی را دارند، این رویداد قبل از اینکه پنجمین برنامه خود برسد، در شهر اصفهان با حضور فعالان این حوزه برگزار شد. میهمان ویژه استارت‌آپ گرایند اصفهان، محمدرضا سیاپوری مدیر سایت پی سی دانلود بودند که تجارب خود را در اختیار میهمانان برنامه قرار دادند.

که تا به حال کسی سراغ آن‌ها نرفته بود، مثلاً در اوایل بروشور درست می‌کردیم و به نگهبانان پارکینگ‌های مناطق تفریحی می‌دادیم و از آن‌ها می‌خواستیم به هر کسی که عبور می‌کند بدهند. البته این کار الان خیلی شایع شده است. فیدیلیو در شروع کار، ۵ ماه بدون درآمد و یک سال بدون سود فعالیت کرد و نهایتاً در ۱۰۰ میلیون تومان به نقطه سر به سر رسیده است.

### نکاتی در مورد کاربران و بازار فیدیلیو

بازار ما بازار رستوران‌های متوسط به بالای تهران است. برای اینکه بتوانیم کاربران را به مشتریان وفادار تبدیل کنیم نیاز به صرف زمان است. در راه‌اندازی خود فیدیلیو خیلی حسی جلو رفتیم. اما برای فیدیلیو کلاب ۵۰ صفحه طرح کسب‌وکار نوشتیم و ابعادش را روی کاغذ آوردیم.

در هر کسب‌وکار اینترنتی، کیفیت کاربری که شما جذب می‌کنید خیلی مهم است. به تعداد کاربران اهمیت ندهید بلکه مهم کیفیت کاربران است. در حال حاضر از طریق ابزارهای مختلف، سعی می‌کنیم کاربران را به مشتری تبدیل کنیم. باید با نظرسنجی از کاربران، دریافت نیازهای کاربران و بنج مارک تعداد مشتریان را افزایش داد و مشتریان هدف را به داخل وبسایت آورد.

### در کسب‌وکارهای استارت‌آپی باید صبور بود.

و در آخر میثم مشایخی یکی از دلایل شکست استارت‌آپ‌ها را طرح‌هایی دانست که اعداد و ارقام آن با واقعیت‌ها همخوانی ندارد. و اضافه کرد که من و خیلی از کارآفرین‌های دیگر در حوزه استارت‌آپ‌ها نمی‌توانیم الگوی جامعی برای یک فردی که می‌خواهد در این مسیر قدم بردارد باشیم و خودش باید این روند آهسته و آرام طی کند. نکته دیگر این‌که استارت‌آپ‌ها بیشترین چالش را در ماه‌های اول تجربه می‌کنند و تجربه ثابت کرده است که بیشتر اتفاقات و بدشانسی‌ها در ماه‌های اولیه کار است و مهم این‌که آدم صبور باشد.

### بخش سوم

بعد از پایان قسمت دوم، شرکت‌کنندگان سالن همایش را ترک کردند و به داخل لابی برای صرف شام و آشنایی بیشتر با دوستان خود و شبکه‌سازی دعوت شدند. در این برنامه هم طبق روال قبل، گرفتن عکس یادگاری دسته‌جمعی حسن ختام این برنامه بود.





# ۴ ابزار برای لمس بهتر محتوا در فضای وب



ابوالفضل کارگر

مدیر آکادمی مجازی ستکا



## Feedly

۱- سؤالاتی و جواب‌هایی که در موضوعات و کلمات کلیدی موردعلاقه شما مطرح می‌شود را دنبال کنید و نکات مهم را از آن بیرون بکشید.  
 ۲- با متخصصان در زمینه موردنظر خود آشنا شوید و با آن‌ها ارتباط برقرار کنید.  
 ۳- از رقبای خود اطلاعات بیشتری کسب کنید. موضوعاتی که در مورد رقبای شما مطرح می‌شود می‌تواند در توسعه کسب‌وکار شما مفید باشد.  
 ۴- شبکه خود را گسترش دهید. با افراد در زمینه‌های موردنظر خود ارتباط بیشتری برقرار کنید.  
 ۵- با مشتریان خود تجربه‌ای متفاوت داشته باشید. با این ابزار با پاسخ‌دهی به سؤالات که درباره شرکت شما پرسیده می‌شود تجربه‌ی جدیدی را با مشتریان داشته باشید.

به‌طور حتم در طول زمان به این مسئله رسیده‌اید که از باز کردن پی‌درپی مرورگر خود برای خواندن مطالب یک سایت خسته شده‌اید. سایت موردنظر خود را در مرورگر باز می‌کنید ولی مطلب جدیدی ندارد و این مسئله در طول زمان شما را آزار می‌دهد. حال فکر کنید تعداد این سایت‌ها زیاد باشد. باید برای این مسئله راه‌حلی پیدا کرد. یک ابزار کاربردی برای دسترسی راحت‌تر و مدیریت مطالبی که روزانه علاقه‌مند به خواندن آن‌ها هستید می‌باشد.

## Feedly

این ابزار نه تنها خواندن اطلاعات را برای شما راحت‌تر می‌کند بلکه با پیشنهادهایی که می‌دهد با دروازه‌های جدیدی از اطلاعات روبرو می‌شوید در نتیجه یک ابزار جستجو برای دسترسی به بهترین محتواها نیز می‌باشد.  
 بگذارید توضیح بیشتری بدهم. به‌طور مثال می‌خواهید در زمینه بازاریابی اینترنتی اطلاعات کسب کنید، کافی است در قسمت جستجو این ابزار عبارت موردنظر را وارد کنید. این ابزار وبسایت‌هایی که بیشترین خواننده را دارند در رتبه‌های اول جستجو قرار می‌دهد.

## Pocket

مطمئناً تا به حال به مطلبی در اینترنت برخورد کرده‌اید که در آن زمان وقتی برای خواندنش نداشته‌اید یا در زمانی که به اینترنت دسترسی نداشته‌اید مطلبی برای مطالعه نداشته‌اید. ابزار pocket این مشکل را برای شما حل کرده است. روزانه با مطالب زیادی در وب برخورد می‌کنید که نیاز به مطالعه آن دارید، ولی در آن لحظه وقت کافی ندارید. با ذخیره کردن آن در pocket این کار را انجام دهید.  
 همچنین در pocket می‌توانید مطالب خود را دسته‌بندی کنید. در این ابزار نه تنها مقالات، بلکه انواع فایل‌های دیگری مانند اینفوگرافیک و ویدیو را نیز می‌توانید ذخیره کنید.

این وبسایت‌ها را در لیست خود وارد کنید تا همیشه از مطالب آن استفاده کنید. برای استفاده از این ابزار اکانت بسازید و یا با اکانت جیمیل یا فیس‌بوک خود وارد شوید. هر وبسایتی را که می‌خواهید به لیست خود اضافه کنید در یک دسته قرار دهید. این کار باعث عدم سرگردانی شما برای خواندن مطالب یک سایت می‌شوند. بعد از کامل شدن لیست و دسته‌بندی، شما با یک چارچوب و یک سری از اعداد روبرو می‌شوید و اعدادی که جلوی وبسایت قرار می‌گیرند تعداد مطالب جدیدی است که بروز شده‌اند و شما آن‌ها را نخوانده‌اید. اگر از مطالب یک وبسایت راضی نبودید می‌توانید آن را از لیست خود حذف کنید.

## Google alert

با استفاده از این ابزار می‌توانید مباحث موردعلاقه و موضوعات کاری خود از طریق ایمیل دنبال کنید. Google alert آخرین اخبار، مقالات، ویدیوها و عکس‌های موردعلاقه‌تان را برای شما روزانه ایمیل می‌کند.  
 برای استفاده بهتر از این ابزار نکاتی را در زیر آورده‌ام.  
 ۱. نام شرکت، سایت و نام خود برای دانستن اینکه در دنیای وب در مورد شما چه بحث‌هایی می‌شود، کلمات مناسبی برای دنبال کردن می‌باشد.  
 ۲. با استفاده از این ابزار از رقبای خود اطلاعات روزانه داشته باشید. دنبال کردن آن‌ها می‌تواند برای شما یادگیری داشته باشد.  
 ۳. از صنعت خود اطلاعات داشته باشید. در انتخاب کلمات کلیدی مناسب و مرتبط با صنعت موردنظر خود دقت کنید.  
 ۴. استفاده از google keyword planner می‌تواند در انتخاب کلمات به شما کمک کند.

«در نهایت تأکید من برای استفاده از این ابزار استفاده از پیشنهادها بر اساس تعداد خواننده می‌باشد.»

## Quora

یک ابزار مبتنی بر پرسش و پاسخ که به وسیله کاربران شکل می‌گیرد. برای استفاده از این ابزار باید در سایت ثبت‌نام کنید یا با اکانت جیمیل و فیس‌بوک خود وارد شوید. شما در زمینه‌های مختلف می‌توانید سؤالات خود را مطرح کنید. کاربران و متخصصان زیادی وجود دارند که به سؤالات شما پاسخ بدهند. استفاده‌ی موردی که می‌توانید از این ابزار داشته باشید در زیر آمده است.





وقت خود را با کار پر کنید. اگر خود را در کار غرق نکنید قطعا در غم و ناامیدی غرق خواهید شد.

دیل کارنگی



عطاءاله افتخاری

مدیر عامل شرکت مالی یاس



لزوم تنوع‌بخشی در سبد سرمایه‌گذاری

## انواع ریسک در بازار سهام

روند قیمتی سهام و روند حرکت بازار (شاخص) است. اگر میزان همبستگی روند سهام با هم و با بازار بالا باشد، نشان‌دهنده این است که سطح ریسک سیستماتیک در بازار بالا است.

بورس تهران نیز به‌عنوان یکی از بورس‌های قابل توجه در دنیا جای بحث و بررسی دارد. مشاهدات اولیه و تحقیقات نشان می‌دهد که ریسک سیستماتیک در بورس تهران بالاست. از منظر مفهومی نیز اگر وضعیت کلان کشور را ملاحظه کنیم، مشاهده می‌شود که به‌طور کلی اخبار، حوادث و اتفاقاتی که به کلیت حرکت بازار ارتباط دارند، کم نیست. تحریم‌ها، مذاکرات هسته‌ای، تهدیدات نظامی، نوسانات متغیرهای کلان اقتصادی در کشور و ... سبب بروز و افزایش ریسک سیستماتیک در بورس می‌شوند. لذا، می‌توان بعنوان یک واقعیت این را پذیرفت که بورس تهران در مقایسه با سایر بورس‌ها (خصوصاً بورس‌های بالغ‌تر) دارای ریسک سیستماتیک بالاتری است. نکته‌ای که از نمودار فوق و مباحث مطرح‌شده استنباط می‌شود این است که هرچه ریسک سیستماتیک بورس بالاتر باشد، تنوع‌بخشی و ایجاد سبد سرمایه‌گذاری متنوع ناکارآمد خواهد بود. چرا که به دلیل سطح بالای ریسک سیستماتیک، افزایش تعداد سهام در پرتفولیو تنها ریسک غیر سیستماتیک را کاهش داده و سطح قابل توجهی از ریسک سیستماتیک همچنان باقی خواهد ماند. در چنین شرایطی می‌توان ادعا نمود که اثر تنوع‌بخشی کم خواهد بود. همبستگی بالا در روند حرکتی قیمت‌ها در بورس تهران نشان می‌دهد که عمدتاً قیمت‌ها با تغییرات و اخبار کلان نوسان می‌کنند. البته این نکته بدین معنا نیست که دلیلی برای طراحی سبد سرمایه‌گذاری مناسب در ایران وجود ندارد. بلکه بایستی این امر با دقت بالاتر و با تجدیدنظر در روش‌های معمول طراحی سبد صورت گیرد. اما برای کاهش ریسک سیستماتیک در سرمایه‌گذاری می‌توان به‌جای ایجاد تنوع در سبد سهام، در سبد کلی سرمایه‌گذاری تنوع‌بخشی انجام داد. بدین مفهوم که تقسیم سرمایه‌گذاری به سرمایه‌گذاری در بازار سهام، بازار ارز و طلا، بازار مسکن و سپرده بدون ریسک سبب خواهد شد تا ریسک سیستماتیک بازار سرمایه تا حدی کاهش پیدا کند. چرا که به‌طور شهودی مشخص است حرکت بازارهایی مانند بازار ارز و بازار سهام در شرایط خاص کلان سیاسی و اقتصادی باهم متفاوت و عموماً متضاد هستند. به‌هرحال، توصیه می‌شود باهدف کاهش ریسک سرمایه‌گذاری، تنوع‌بخشی هم در سبد سهام و هم در سبد کلی سرمایه‌گذاری انجام گیرد. نکته نهای به‌عنوان یادآوری این است که حذف کامل ریسک در حوزه سرمایه‌گذاری ممکن نیست و سرمایه‌گذار با قبول سطح معقولی از ریسک بایستی انتظار بازدهی بالاتر از نرخ سود بدون ریسک را خواهد داشت. درواقع اصطلاحاً پاداش تحمل ریسک از سوی سرمایه‌گذاران بایستی بازدهی بالاتری از نرخ بدون ریسک خواهد بود.

زمانی که صحبت از ریسک در بازار سرمایه می‌کنیم، برداشته‌های مختلفی از مفهوم ریسک صورت می‌گیرد. ریسک را می‌توان به‌طور ساده نوسان بازدهی تعریف کرد. وقتی قیمت سهمی با فرکانس و دامنه بالا نوسان می‌کند، اصطلاحاً سهم پر ریسک خوانده می‌شود. در بازار سهام دو نوع ریسک مطرح می‌شود: ریسک سیستماتیک و ریسک غیر سیستماتیک. ریسک غیر سیستماتیک، ریسکی است که در ارتباط با یک سهم خاص باشد. به‌عنوان مثال، لغو مجوز تولید دارو برای یک شرکت دارویی می‌تواند سبب افزایش ریسک سهم شود. این نوع ریسک که مربوط به یک شرکت یا صنعت خاص است، ریسک غیر سیستماتیک می‌گویند. از سوی دیگر، ریسک سیستماتیک ریسکی است که مربوط به کل بازار سهام است و به سهم خاصی ارتباط ندارد. بحران‌هایی چون جنگ، زلزله، بحران‌های مالی و ... از جمله ریسک‌های سیستماتیک است که کل سهام بازار سرمایه را تحت تأثیر خود قرار می‌دهد.

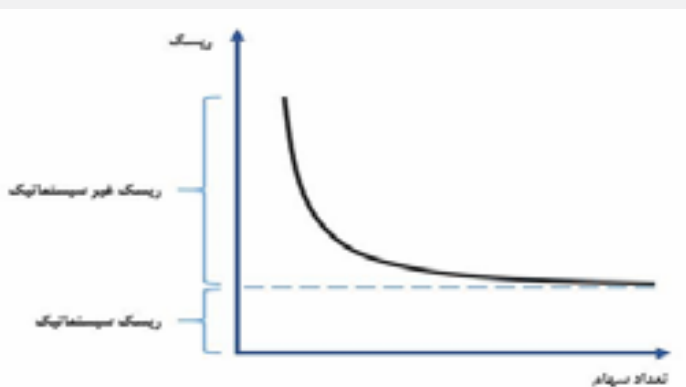
### سبد سرمایه‌گذاری

با توجه به ماهیت ریسک غیر سیستماتیک، امکان کاهش این ریسک در بازار سهام وجود دارد. تشکیل سبد سرمایه‌گذاری (پرتفولیو) راهی برای کاهش ریسک غیر سیستماتیک است. زمانی که شما مجموعه‌ای از سهام که تنوع کافی داشته باشند، خریداری کنید اثرات منفی و مثبت اخبار و وقایع سهام را که عامل ریسک غیر سیستماتیک هستند، کاهش می‌دهید. هرچه تعداد سهام در سبد سرمایه‌گذاری بیشتر باشد، ریسک غیر سیستماتیک پرتفولیو کمتر خواهد بود. البته این امر سبب کاهش بازدهی سبد نیز خواهد شد. چرا که برخی سهام در سبد رشد و برخی افت خواهند کرد که این سبب افت بازدهی سرمایه‌گذاری خواهد شد. فردی به نام مارکوویتز با استفاده از روش‌های کمی نشان می‌دهد که تشکیل سبد سرمایه‌گذاری سبب کاهش بازدهی می‌شود ولی این کاهش بازدهی کمتر از کاهش ریسک است. لذا، سبد سرمایه‌گذاری تکنیکی مطلوب برای سرمایه‌گذاران تلقی می‌شود. تعیین تعداد بهینه سهام در سبد باهدف بیشینه کردن بازدهی و کمینه کردن ریسک مطلبی است که در جزییات نظریه پرتفولیو مدرن (MPT) توسط مارکوویتز مطرح شده است. نکته مهم در خصوص ریسک سبد این است که امکان کاهش ریسک سیستماتیک با تنوع‌بخشی در سبد سرمایه‌گذاری ممکن نیست. بدین معنا که افزایش تعداد سهام در سبد تأثیری در کاهش ریسک سیستماتیک نخواهد داشت. لذا، همواره سطحی از ریسک برای سرمایه‌گذاران در بازار سهام وجود خواهد داشت.

به نمودار روبرو دقت کنید. همان‌طور که ملاحظه می‌کنید با افزایش تعداد سهام در سبد سرمایه‌گذاری ریسک شروع به افت می‌کند. اما این افت تا صفر نیست، بلکه همواره سطحی از ریسک در سبد سرمایه‌گذاری باقی خواهد ماند که از آن تحت عنوان ریسک سیستماتیک یاد می‌شود. با علم به اینکه ریسک سیستماتیک در بازار سهام اجتناب‌ناپذیر است، بازدهی مورد انتظار سرمایه‌گذاران در چنین بازاری طبیعتاً بالاتر از نرخ سود بدون ریسک (نرخ سود بانکی) است.

ریسک سیستماتیک در بورس کشورهای مختلف تفاوت‌های فاحشی با هم دارند. برخی کشورها دارای ریسک سیستماتیک پایینی هستند و برخی کشورها به دلیل شرایط خاص حاکم بر وضعیت اقتصادی منطقه یا کشور دارای ریسک سیستماتیک بالایی هستند. سطح ریسک سیستماتیک بورس کشورها عاملی تعیین‌کننده در جذابیت سرمایه‌گذاری خارجی در آن کشور محسوب می‌شود. هرچه ریسک سیستماتیک بورس کشوری کمتر باشد، سرمایه‌گذاران خارجی بیشتری علاقه‌مند به سرمایه‌گذاری خواهند بود.

روش‌های تعیین سطح ریسک سیستماتیک در بازارهای مالی عموماً مبتنی بر آمار و داده‌های آماری است. یکی از این روش‌ها محاسبه همبستگی (correlation) میان





محمد رضا تشکوری

کارشناسی ارشد MBA، دانشگاه صنعتی شریف



# چرا شرکت‌های نوپا در عرصه کسب و کار تجاری شکست می‌خورند؟

همان‌گونه که در شماره قبل صحبت کردیم، بسیاری از فرصت‌های ویژه کارآفرینی در بازارهای صنعتی و تجاری وجود دارد اما کم‌کان توجه بسیاری از کارآفرینان - خصوصاً کارآفرینان جوان - به سمت بازارهای مصرفی معطوف است. پاره‌ای از دلایل احساسی و روانشناسی وقوع این پدیده به شرح ذیل می‌باشد:

■ همه‌ی افراد به‌نوعی مصرف‌کننده هستند و به‌طور طبیعی به تجربه خود به‌عنوان مشتری نگاه می‌کنند؛ اینکه چه محصولاتی استفاده می‌کنند، چگونه می‌توانند آن‌ها را بهبود ببخشند، چه تغییری در طراحی آن‌ها می‌تواند بدهند و حتی روی دوستان خود تست کنند! ■ بسیاری از بهترین داستان‌های موفقیت در دنیا (گروپان، فیس بوک، گوگل و ...) مربوط به شرکت‌های بازار مصرفی هستند. کارآفرینان آن‌ها را می‌بینند و علاقه دارند تا رفتار آن‌ها را بازتولید کنند.

■ حتی بسیاری از شرکت‌های معمولی بازارهای مصرفی بسیار معروف و شناخته‌شده می‌باشند. بسیاری از مردم از Friendfeed استفاده می‌کنند و می‌دانند به قیمت ۵۰ میلیون دلار فروخته شده است. اما چند درصد از این تعداد می‌دانند که Equal Logic باقیمت ۱,۵ میلیارد دلار فروخته شده است؟ (حتماً نام آن را جستجو کنید!)

■ بازار مصرفی جذاب است. شما می‌توانید به همه بگویید که کجا کار می‌کنید و همه آن را درک می‌کنند (و حتی ممکن است محصولات شما را مصرف کنند).

■ شرکت‌ها چه در کار خود چه در امور قراردادهای دایره‌واژگان خاص خود را دارند که برای عموم ناشناخته است (نرخ بازده؟ وجه ضامن؟ مفصلاً حساب بیمه؟). شما در این بازار به وکیل و حسابرس نیاز دارید.

■ بسیاری از جوانان کارآفرین برای روبرو شدن با مدیران کهنه‌کار صنعت برای مذاکره و بستن قرارداد صد میلیون تومانی وحشت دارند. این کار به نسبت طراحی یک محصول یا خدمت و قرار دادن آن روی اینترنت و امید داشتن به استقبال شدن توسط مردم سخت‌تر است.

البته قابل کتمان نیست که دلایل منطقی و صحیحی هم وجود دارد مانند:

■ چرخه‌های طولانی‌تر: به دلیل ذات بوروکراتیک کار با سازمان‌ها، فرایندهای فروش، پرداخت و ... به‌کندی جلو می‌رود و نیازمند صبر و حوصله‌ی بیشتری است.

■ هزینه‌ی بالای شکست: همه چیز باید در این بازار قبل از عرضه به‌خوبی تست و ارزیابی شود. عرضه

محصول یا خدمت ضعیف در این بازار گران‌تر تمام می‌شود.

■ فرهنگ مردم کارآفرین با مردم در سازمان‌ها کاملاً جداسست. شاید یکی از دلایل سخت اعتماد کردن سازمان‌های بزرگ به شرکت‌ها نوپا همین هم فرهنگ نبودن باشد.

■ زمینه تخصص: به علت پیچیده بودن محصول و رفتار منطقی خریدار، در این صنعت باید سطح بالاتر از تخصص و دانش را در آن حوزه در اختیار داشته باشید. تسلط به محور دانش فنی سخت و درعین حال جزو مهم‌ترین عناصر موفقیت در این بازار می‌باشد.

شاید بتوان گفت برای ورود به بازار مصرفی، یک ایده خوب مهم‌ترین قسمت ماجراست اما در بازار صنعتی ایده تازه آغازگر راه است و مؤلفه‌های دیگری نظیر ترفیعات عالی، زمینه تخصص، اعتبار، ارتباط با بازار هدف، توانایی پیمودن سیکل خرید یک شرکت و ... در راه موفقیت شرکت بسیار مهم هستند.

حالا بیایید به‌جای تمرکز بر موانع و مشکلات بر راهکارهای فائق آمدن به این مشکلات و عوامل شکست اکثر شرکت‌های نوپا در این بازار را باهم مرور کنیم. در ادامه به عمده‌ترین دلایل عدم موفقیت کسب‌وکارهای تجاری و راه‌حل‌های جلوگیری از وقوع آن‌ها می‌اندازیم.

**ریسکی کردن یا سخت نمودن تصمیم خریدار**  
این یکی از مواردی است که در فرایند فروش امکان ابتلا به آن وجود دارد. به‌جز مواردی که خریدار به‌خوبی از توانایی‌های شما آگاه است (پس یکی از بهترین کارها برای فروش محصول یا عقد قرارداد رفتن به سراغ کسانی است که شما را می‌شناسند). خریدار همواره متحمل ریسک می‌شود که به شرکت نوپای شما قرارداد می‌بندد.

خانم Jill Konrath، نویسنده کتاب‌فروش به سازمان‌های بزرگ (Selling to Big Companies) و به‌عنوان کسی که تجربه زیادی در فروش دارد در یک مصاحبه تأکید می‌کند که:

«شما احتیاج دارید به‌جای بزرگ فکر کردن، کوچک فکر کنید. هدف اولیه شما باید گرفتن یک پروژه ابتدایی باشد که به شما شانس اثبات ارزش خود و ایجاد یک رابطه با افراد را در شرکت کارفرما بدهد.

با این نکته، پورتفولیوی خدمات خود را بازمینی کنید و پروژه‌های را که بیشترین شانس را برای محقق شدن دارد مشخص کنید. این پروژه نباید قیمت درشتی داشته باشد. و بهتر می‌شود اگر سریعاً تلاش نکنید که جای

شرکت‌هایی که با کارفرمای شما رابطه طولانی‌مدت دارند را بگیرید. در عوض شما احتیاج دارید در مورد مسائل کسب‌وکاری که بدون متولی است و تا به حال در مورد آن اغماض شده فکر کنید و به کارفرما راه‌حل ارائه دهید.»

درحالی‌که توصیه ایشان ناظر به کار با شرکت‌های بزرگ می‌باشد، همچنان این موارد قابل اجرا بر مشتریان کسب‌وکار کوچک می‌باشد. یک پروژه با محدوده (Scope) مشخص و کوچک باید در مجموعه پیشنهادهای شما باشد. این مورد نباید تعهد زیادی از خریدار را مطالبه کند، باید در مدت‌زمان کم قابل اجرا باشد و هزینه‌چندانی به نسبت بودجه خریدار نداشته باشد. من همچنین می‌خواهم به موارد بالا اضافه کنم که باید جزو کارهایی باشد که شما در انجام آن می‌درخشید و می‌توانید مشتری را در پروژه اول بسیار راضی کنید. یکی از راه‌های کاهش ریسک خریدار ارائه پیشنهاد سنتی «تضمین بازگشت پول» در صورت عدم رضایت می‌باشد.

شاید اقبال به کسب‌وکارهای نرم‌افزار به‌عنوان سرویس (SaaS) و نرم‌افزارهای پردازش ابری برخط نیز در همین نکته نهفته باشد که شرکت‌ها به‌جای پرداخت صدها هزار دلار برای حق استفاده از نرم‌افزار، در نرم‌افزار آنلاین ثبت‌نام کرده و هزینه اندک ماهیانه بابت استفاده از آن می‌پردازد. ارائه نسخه آزمایشی نرم‌افزار (که در ادبیات فروش نرم‌افزار در بازار کسب‌وکار نصب آزمایشی نام دارد) هم از مجموعه راهکارها برای کاهش ریسک و افزایش اطمینان خریدار می‌باشد.

## داشتن ارزش ارائه‌شده مبهم

برخی اوقات کاملاً واضح نیست که کسب‌وکار شما چه عرضه می‌کند، مشتری هدفش کیست و مشکلی که از آن‌ها حل می‌شود چیست. باورکردنی به نظر می‌رسد؟ متأسفانه مشکل مرسوم است.

دیوید کامینگر، مؤسس پاردات (Pardot) درجایی می‌نویسد که سال اول را به دنبال یک ترکیب مناسب محصول-بازار جستجو کرده است.

شرکت‌های نوپا معمولاً چند سال بعد از راه‌اندازی کاملاً متفاوت به نظر می‌رسند. منظوری تغییر محصول یا بازاری است که کارآفرینان در ابتدا انتخاب می‌کنند. دلیل این مهم، تعامل بیشتر و واقعی با مشتریان و شناخت بهتر بازار می‌باشد. تازه در این زمان است که می‌توان متوجه شد چه محصولی و در هر محصولی چه ویژگی برای مشتری ارزشمند است.



اگر شما نتوانید ارزش‌های واقعی مشتری را هدف بگیرید و مشخص کنید که برای چه چیزی پرداخت می‌کنند و کجا می‌توان به آن‌ها دست یافت، هیچ وقت نخواهید توانست فاز ابتدایی کار را از پیش بگذرانید.

### فراید طولانی فروش

فراوند فروش در بازارهای تجاری حدوداً یک سال یا بیشتر طول می‌کشد. این موضوع برای متخصصان حوزه بازارهای مصرفی غیرقابل باور است. چرا که کل فراوند فروش در عرض چند دقیقه (مثلاً در عرضه خرده‌فروشی) تحقق می‌یابد.

هر چند مبلغ فروش بیشتر باشد، معمولاً چرخه فروش نیز بیشتر زمان می‌برد. یک خطر بزرگ در این چرخه طولانی، دست‌یابی دیر هنگام به اولین مشتری است. مخصوصاً اینکه در این بازار شما احتیاج به یک سابقه از کار با مشتریان و یک رزومه پر و پیمان دارید و ساخت این مشتریان مرجع (reference customers) بسیار مهم است. یکی از دلایل نیاز به این مشتریان مرجع، ارجاع به آن‌ها در جلسات فروش با سایر مشتریان جهت اطمینان خاطر دادن به آنان می‌باشد. مشتریان بالقوه همیشه می‌پرسند که چه تعداد مشتری دارید؟ چه محصولات دیگری را تولید کرده‌اید؟ شرکت‌های نوپا معمولاً در یک چرخه باطل می‌افتند. احتیاج به مشتریان مرجع دارند ولی بسیار سخت یا دیر به آن‌ها دست می‌یابند.

یکی از خطرهای طولانی شدن چرخه، کمبود نقدینگی در شرکت و عدم بازگشت سرمایه‌های است که در شرکت نوپای خود سرمایه‌گذاری کرده‌اید. خطر خالی شدن شرکت قبل از بستن یک قرارداد در کمین اکثر شرکت‌های نوپا است.

حالا چه باید کرد؟ اول از همه تلاش کنید با ارزیابی مجدد مدل کسب‌وکار خود با کمک یک کارشناس با تجربه صنعت، چرخه فروش را کوتاه‌تر کنید. یکی از این تلاش‌ها در شرکت‌های فناوری اطلاعات مدل SaaS است که در بالا اشاره شد. این روش حداقل شما را راحت‌تر به مشتریان اول خواهد رساند.

گاهی وقت‌ها چرخه فروش به اندازه حل کردن مشکل نقدینگی کوتاه نمی‌شود. در این شرایط شما باید به دنبال یک منبع تأمین مالی موقت باشید تا خلأ موجود بین دریافت وجه از کارفرما تا مخارج ماهانه شرکت را پر کنید. شاید گزینه فروش محصولات ساده‌تر در حالی که منتظر عقد یک قرارداد بزرگ هستید، عاقلانه باشد.

مثلاً اگر در حال نوشتن یک پروژه نرم‌افزاری بزرگ هستید، انجام یک سری پروژه‌های کوتاه‌مدت انفرادی (freelance) می‌تواند یک راه‌حل باشد. اگر قبلاً جایی کارمند بوده‌اید، انجام یک سری کارهای مشترک و موقت برای مدیر سابق خود می‌تواند نقدینگی لازم را برای عبور از این تنگه صعب‌العبور فراهم کند. پس در واقع لازم است شما دو جا و دو برابر قبل کار کنید. برای مقابله با این حجم کار احتیاج به یک چشم انداز قوی و حس خوش‌بینی دارید. و البته این کار یک شمشیر دو لبه است، اگر ذهن خود را متوجه کارهای جانبی زودبازده کنید، دیرتر رشد خواهید کرد ولی احتمال رشد شما بیش از پیش خواهد بود.

### اشتباه خرج کردن در شرکت نوپا

شما می‌توانید شش ماه اول را مشغول طراحی محل کسب‌وکار خود با وسایل و اثاثیه گران و فضای اداری باشید یا بر خود کسب‌وکار تمرکز کنید. مدیران بی تجربه خصوصاً آن‌هایی که تجربه یک سازمان با دفتر مجلل را

دارند معمولاً در ابتدا ولخرجی بسیاری می‌کنند. نه تنها نقدینگی زیادی را تلف می‌کنند بلکه طرز فکر غلطی هم هست. مدیران باید تمرکز خود را بر کسب درآمد بگذارند نه هزینه کردن.

برخی از کسب‌وکارها هیچ انتخابی ندارند. خرده‌فروشی‌ها، رستوران‌ها و دفاتر بازرگانی باید مجهز باشند چرا که باید درهای خود را به روی مشتری باز کنند اما بسیاری از کسب‌وکارها نیازمند این کار نیستند. حتی اگر می‌توانید جای فیزیکی اجاره نکنید و در خانه کار کنید.

تلاش کنید با زیرساخت‌های حداقلی شروع کنید. بسیاری از کسب‌وکارها حتی به پرسنل دفتری تمام‌وقت نیاز ندارند. از افرادی استفاده کنید که پاره‌وقت برای شما کار می‌کنند. استخدام سریع ممکن است برای شما



گران تمام شود و تمرکز شرکت را از بین ببرد. آقای پاتریک هال در نشریه فوربس پیشنهاد می‌کند که شما باید دیر استخدام و سریع اخراج کنید. او می‌نویسد: کارمندان هزینه زیادی به شما تحمیل می‌کنند و می‌توانند حتی این هزینه را با عدم تناسب خودشان با شرکت بیشتر کنند. این علت اهمیت عقب‌نشینی و تفکر دوباره در مورد هر یک از استخدام‌هایی است که انجام می‌دهید.

البته گرچه با استخدام کند موافقم ولی اخراج سریع سخت‌تر از چیزی است که گفته می‌شود. اخراج معمولاً تبدیل به یک درام می‌شود و گرفتاری و هزینه ایجاد می‌کند که می‌تواند برای یک شرکت کوچک مخرب باشد.

پاول گراهام (یک سرمایه‌گذار در شرکت‌های نوپا) خاطر نشان می‌کند که برعکس چیزی که فکر می‌کنید، استخدام زیاد می‌تواند سرعت شما را کاهش دهد. استخدام و معرفی دوجانبه شرکت و فرد، ارتباط وی

با دیگران، منتقل کردن چشم‌انداز شرکت به آن‌ها و درونی شدن چشم‌انداز در آنان همه و همه زمان‌بر است و احتمالاً نمی‌خواهید درگیر آن‌ها شوید مگر اینکه آن افراد محصول شما را تولید کنند یا آن را بفروشند.

### عدم وجود یک فرایند سود ده و مقیاس‌پذیر

این مسئله مهمی در ارائه‌دهندگان خدمات مانند آژانس‌های بازاریابی است. احتمالاً شما هم در مورد کسب‌وکارهای کوچکی شنیده‌اید که کمر مدیر آن زیر آخرین کارهای گرفته‌شده شکسته است. روزی وی تصمیم می‌گیرد که کسب‌وکار را تعطیل کند. چرا؟ به دلیل اینکه او و تیمش سخت تلاش می‌کنند ولی به‌سختی پولی به دست می‌آورند. بعد از گذران مدت طولانی نگرانی در مورد حقوق ماهانه، بالاخره کار تعطیل می‌شود.

چند سال قبل، جان واریلو، یکی از موفق‌ترین کارآفرینان در عرصه خدمات فضایی، در کتابی تحت عنوان «ساختن برای فروختن» (Built to sell) اشاره می‌کند که بعد از چندین سال کشمکش که مدیر کسب‌وکار حتی از فروختن یک محصول عاجز می‌ماند (به دلیل ارزش کمی که در آن است).

برای سودآوری و رشد شما باید یک کسب‌وکار مقیاس‌پذیر (Scalable) با فرایندهای قابل تکرار ایجاد کنید. وگرنه پروژه‌های بسیار تأثیری روی سودآوری شما نخواهد گذاشت. این مشکل به دو دلیل ایجاد می‌شود: اول سود شما را می‌کاهد. شما هیچ وقت بهره‌ور نخواهید شد اگر همیشه در حال انجام چیز تازه‌ای باشید و دوم اینکه شما هیچ وقت هیچ تخصص عمیقی که کسب‌وکار شما را متمایز کند نخواهید ساخت اگر شما همیشه در حال نوک زدن به این کار و آن کار باشید.

برخی از درس‌های وی در مور ساخت فرایندهای سود ده و تکرارپذیر عبارتند از:

- عدم کار تخصصی و تمرکز در یک عرصه شما را مجبور به استخدام آدم‌های عمومی می‌کند که در نهایت شما را تبدیل به یک گزینه متوسط می‌کند.
- با برگرداندن کارهایی که در حیطه استاندارد شما نیست ثابت کنید که در تخصص گرای جدی هستید. در این مقاله تلاش کردیم با دلایل واقعی شکست کسب‌وکارها و راهکارهای مواجه با آن آشنا شویم. امید است با به‌کارگیری این نکات در کار خود احتمال موفقیت خود را در این‌گونه کسب‌وکارها افزایش دهید.







## مراسم روز انتخاب آواتک برگزار شد

# avatech

ACCELERATE THE FUTURE

پس از داوری و انتخاب تیم‌ها، دوره اصلی شتابدهی آواتک شروع خواهد شد. در این دوره آواتک حمایت‌های مربیگری، آموزش و مالی خود را برای تیم‌های انتخاب شده ادامه خواهد داد.

شتابدهنده شدند. این تیم‌ها پس از دو ماه آموزش و مربیگری چهارشنبه ۱۲ آذر از طرح خود دفاع کردند تا در صورت پذیرش به مرحله اصلی شتابدهی راه یابند.

چهارشنبه ۱۲ آذر مراسم روز انتخاب آواتک در محل استقرار این گروه در دانشکده فنی دانشگاه تهران برگزار شد. دو ماه پیش با شروع دوره پیش‌شتابدهی آواتک، ۲۰ استارت‌آپ وارد این

## استان‌های پیش‌تاز در سرمایه‌گذاری صنعتی



در پروژه‌های با این پیشرفت صورت نگرفته است. سرمایه تخصیص یافته در پروژه‌های با پیشرفت ۸۰ تا ۱۰۰ درصد برابر با ۱۷۴ تریلیون و ۹۱۱ میلیارد ریال بوده است. براساس جدول اعلام شده می‌توان گفت کمترین سرمایه‌گذاری صورت گرفته در پروژه‌های صنعتی در هفت ماه منتهی به مهر ماه به مناطق آزاد اقتصادی اختصاص داشته است، به طوری که مناطق آزاد ماکو، اروند، کیش، انزلی و ارس کمترین حجم سرمایه‌گذاری را داشته‌اند و برخی از این مناطق هیچ سرمایه‌گذاری صورت نداده‌اند.

مدت زمان مورد بررسی برابر با ۴ هزار و ۶۵ تریلیون و ۹۰۸ میلیارد ریال بوده است. سرمایه‌ای که در پروژه‌های با پیشرفت فیزیکی ۲۰ تا ۴۰ درصد به ۴۴۳ تریلیون و ۵۲۶ میلیارد ریال، پروژه‌های با پیشرفت فیزیکی ۴۰ تا ۶۰ درصد ۳۳۲ تریلیون و ۸۲۸ میلیارد ریال و پروژه‌های با پیشرفت فیزیکی ۶۰ تا ۸۰ درصد برابر با ۲۳۲ تریلیون و ۹۲۴ میلیارد ریال بوده است. اما در این مدت کمترین سرمایه‌گذاری در پروژه‌های با پیشرفت فیزیکی ۸۰ تا ۱۰۰ درصد صورت گرفته به طوری که در برخی از استان‌ها هیچ سرمایه‌گذاری

دنیای اقتصاد: آمار اعلام شده در هفت ماه منتهی به مهر ۹۳ بیانگر آن است که بیشترین حجم سرمایه‌گذاری صنعتی در پنج استان فارس، کرمان، خوزستان، بوشهر و آذربایجان شرقی صورت گرفته و مناطق آزاد اقتصادی با کمترین حجم سرمایه‌گذاری در پروژه‌های صنعتی مواجه بوده‌اند. از سوی دیگر بیشترین حجم سرمایه‌گذاری به پروژه‌هایی با پیشرفت صفر تا ۲۰ درصد اختصاص داشته است. براساس آمار اعلام شده حجم سرمایه‌گذاری صورت گرفته در پروژه‌های با پیشرفت فیزیکی صفر تا ۲۰ درصد در

مرکز کارآفرینی ستکا با همکاری موسسه ثروت آفرینان برگزار می کند:

هدیه ویژه برای  
ثبت نام تا ۲۰ آذر

# سمینار

The Seminar on Iranian Sales Geniuses

ساده، حرفه ای، قدرتمند

سخنران و مدرسین



مهندس احمد اکبریان  
مدیر عامل و مدیر عامل سابق  
شرکت پارس پتروشیمی



دکتر حمزه انصاری  
مدیر عامل و مدیر عامل سابق  
شرکت پارس پتروشیمی



مصطفی امیرحسین  
طاهری  
مدیر عامل و مدیر عامل سابق  
شرکت پارس پتروشیمی



دکتر رضا تقی  
مدیر عامل و مدیر عامل سابق  
شرکت پارس پتروشیمی



# نوانبع فروش ایرانی



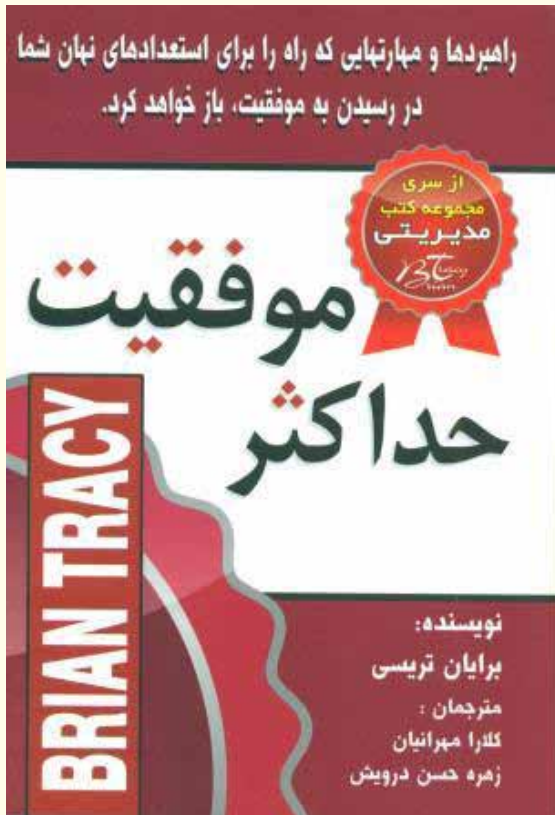
- بررسی تکنیک‌های کاربردی و مؤثر موفقیت فروش در وضعیت عدم ثبات اقتصادی
- ایجاد تحول در میزان فروش مؤثر در شرکت‌ها و سازمان‌های فروش محور
- جدیدترین متد افزایش قدرت جذب در فروش (حضوری - تلفنی)
- فرایند فروش تلفنی مؤثر چیست؟

برای کسب اطلاعات بیشتر و ثبت نام به سایت

Cetka.ir مراجعه کنید.

## معرفی کتاب

## معرفی کتاب «حداکثر موفقیت»



در جست‌وجوی کتابی با قدرت ترقی ناگهان در ذهنتان هستید؟ راه دوری نروید.

کتاب حداکثر موفقیت برایان ترسی یک زنگ هشیاری برای خلق معجزاتی برای همه ما در درون ما می‌باشد. این کتاب نکات مهم و اصلی مربوط به درون ما را بیان می‌کند.

برایان ترسی یکی از مقامات بزرگ دنیا در زمینه کسب موفقیت شخصی و کامیابی می‌باشد. در کتاب حداکثر موفقیت به شما یک سیستم اثبات‌شده و تأثیرگذار را معرفی می‌کند که نتیجه ۲۵ سال تحقیق و بررسی او می‌باشد، که شما می‌توانید برای گرفتن نتایج بهتر در هر نقطه‌ای از زندگی‌تان از آن استفاده کنید.

در این کتاب روش‌ها، ایده‌ها و مفاهیمی را یاد می‌گیرید که مورد استفاده افراد موفق در هر زمینه و در هر جایی قرار گرفته است. شما با خواندن این کتاب یاد می‌گیرید که چگونه راه را برای استعدادهای نهفته فردی خود در کسب موفقیت‌های شخصی خود باز کنید. شما مثبت‌تر و متقاعدتر خواهید شد در هر کاری که می‌خواهید انجام دهید نیرومندان متمرکز می‌شوید.

قدم‌به‌قدم در این کتاب، طرح مفصلی در زمینه کامیابی و موفقیت ارائه می‌شود که شامل اصول ثابت‌شده‌ای است که برگرفته از علم روان‌شناسی، مذهب، فلسفه، تجارت، علم اقتصاد، سیاست، تاریخ و دانش ماورای طبیعت می‌باشد. این ایده‌ها با مجموعه‌ای از مراحل اطلاعاتی و سرعتی ترکیب می‌شوند که شما را به سمت دستیابی به موفقیت‌های بزرگ‌تر از آنچه تا به حال تصور می‌کردید، هدایت می‌کند.

این کتاب بیشتر از آنکه یک کتاب کمکی باشد یک کتاب دفترچه راهنمای شخصی برای فاتحان با عملکرد بالا می‌باشد.

علاقه‌مندان برای اطلاعات بیشتر در مورد این کتاب و تهیه آن می‌توانند به سایت Shop.Cetka.ir مراجعه کنند.

## معرفی سایت

<http://www.cofounderslab.com>



خواهد بود و به گروه بزرگی از کارآفرینان و استعداد های بیشتری دسترسی پیدا می‌کنند.

با مراجعه به این سایت با حجم نسبتاً قابل توجه از کاربران فارسی زبان مواجه خواهید شد، این سرویس به صورت هوشمند اقدام به شناسایی مکان کاربران کرده و در صفحه نخست، کاربران نزدیک به کشور و شهر خودتان را به شما معرفی می‌کند. در صفحه نخست سایت می‌توانید هم تیمی‌های خود را بر حسب شهر، گروه یا رشته و نوع فعالیت جستجو کنید و پروفایل آن‌ها را بخوانید و با مهارت هایشان آشنا شوید.

**تیم قوی = بنیان قوی = شانس بهتری برای موفقیت**  
یکی از بزرگترین چالش‌های هر استارت‌آپی پیدا کردن هم تیمی و شریک است، کسی که همانند شما به دنیای کارآفرینی و در دسرهایش علاقه مند باشد و تا پایان شما را همراهی کند. سایت cofounderslab بزرگترین جامعه‌ای از بنیانگذاران، مشاوران و کارورزان برای کمک به راه اندازی و رشد یک کسب‌وکار است. این سایت تا به حال باعث ارتباط پیدا کردن کارآفرینان بسیاری با یکدیگر شده است. به طور سنتی کارآفرینان، شرکای خود را از بین خانواده و دوستان خود انتخاب می‌کنند ولی با مراجعه به این سایت دامنه انتخاب آن‌ها نامحدود

# خلاصه‌ای از کتاب بابای پولدار، بابای بی پول

## نکات کلیدی از کتاب:

- آدم‌ها وقتی واقعاً فقیر می‌شوند که از تلاش کردن ناامید شوند، مهم‌ترین مساله وارد شدن در میدان و شروع کردن به کار است.

- اغلب آدم‌ها یک عمر درباره پولدار شدن حرف می‌زنند و خواب آن را می‌بینند، ولی هیچ کاری نمی‌کنند. داشتن ماشین و خانه حسابی لزوماً به معنای پولدار شدن نیست. - آدم‌های پولدار قبل از پولدار شدن ابتدا پایه‌های یک امپراتوری مالی را می‌ریزند و در آینده میلیونر می‌شوند. - موقعیت‌های زندگی در زندگی می‌آیند و می‌روند این‌که آدم‌ها بدانند که چه موقع باید تصمیم بگیرند، مهارت بزرگ و مهمی است.

- زندگی بهترین معلم انسان‌هاست، زندگی با حرف زدن و سخنرانی کردن به آدم‌ها چیز یاد نمی‌دهد، چراکه این جور یاد دادن مال مدرسه است.

- زندگی غالباً با آدم‌ها حرف نمی‌زند، بلکه با یک تلنگر آزاردهنده، انسان را در مسیر خاصی قرار می‌دهد.

- تلنگر و فشار زندگی یعنی حرف زدن او، زندگی با تلنگر و فشارها می‌گوید پا شو می‌خواهم به تو چیزی یاد بدهم.

لازم است درس‌های زندگی را خوب یاد بگیرید و درست عمل کنید و گرنه زندگی دائماً به شما فشار می‌آورد و هلتن می‌دهد.

- زندگی آدم‌ها دو جور است، برخی منتظرند تا زندگی هایشان دهد و برخی هم عصبانی می‌شوند و مقاومت می‌کنند، زندگی انسان‌ها را به زور هل می‌دهد، در این بین عده‌ای خسته می‌شوند وعده‌ای هم می‌جنگند و از تلنگرهای زندگی چیز یاد می‌گیرند. - انسان‌هایی که در برابر تلنگرهای زندگی خسته‌اند و مقاومت نمی‌کنند، دائماً منتظر یک تغییر ناگهانی یا معجزه‌ای هستند که قرار است مشکلات آن‌ها را حل کند، در واقع این زندگی است که آن‌ها را هر جا دلش می‌خواهد می‌برد و به اطاعت وادار می‌کند. - افراد از خطر کردن می‌ترسند و به جای فکر کردن به برنده شدن برای امنیت کاری خود اهمیت بیشتری می‌دهند.

- اغلب کارمندان و شاغلین، کارفرما را مشکل پولدار نشدن خود می‌دانند، در حالی که مشکل از خود آن‌ها سرچشمه می‌گیرد، آن‌ها به خاطر مشکلاتشان دائماً کارفرما را سرزنش و سعی می‌کنند کارفرما را عوض کنند در حالی که باید خوشان را عوض کنند. - اغلب آدم‌ها در تلاشند که همه مردم به‌جز خودشان را عوض کنند، افراد تغییر نخواهند کرد مگر این‌که خودشان بخواهند.

- آدم‌های فقیر و متوسط جامعه برای پول کار می‌کنند در حالی که آدم‌های ثروتمند کاری می‌کنند که پول برای آن‌ها کار کند.

- یک آموزش درست، به انرژی، صبر و اشتیاق فراوانی نیازمند است، خشم هم جزئی از این فرمول است، چراکه صبر ترکیبی از خشم و عشق است.

- فرزندان ما نیازمند آموزش‌هایی کاملاً متفاوت برای شناخت قوانین مختلف دنیایند. آموزش پایه موفقیت است، به همان اندازه که مهارت‌های تحصیلی برای انسان ضروریست، مهارت‌های مالی و اقتصادی نیز برای او مهم است.

- برای اغلب افراد پول بیشتر یعنی قرض بیشتر، اگر در قضایای مالی همه چیز را بر مبنای ترس بگذاریم کارکردن برای پول آسان‌تر است.

- اغلب آدم‌هایی که دخل و خرجشان با هم نمی‌خواند فکر می‌کنند مشکلاتشان با درآمد بیشتر حل می‌شود، در حالی که مشکل آن‌ها درآمد کم آن‌ها نیست، بلکه مشکل از نداشتن آموزش‌های مالی نشات گرفته است.

در آخر کیوساکی در کتابش می‌گوید که پول، فقط یک ایده است. اگر پول بیشتری می‌خواهید فقط فکرتان را عوض کنید. هر انسان خودساخته‌ای با پول کم و یک ایده، کارش را آغاز و سپس آن را به کار بزرگ‌تری تبدیل کرده است. برای شروع به کار فقط چند دلار کافی است و سپس می‌توان آن را به ارقام زیادی تبدیل کرد. آموزش و درایت درباره پول، بسیار مهم هستند. زود شروع کنید کتاب بخريد، به سمینار بروید، تمرین کنید و با کم شروع کنید. آن چیزی که در ذهن شماست تعیین می‌کند که چه چیزی در دست‌های شما باشد.



در این کتاب، رابرت کیوساکی با هدف ارائه آموزش در قالب بازی مونوپولی و طی کردن مسیر آن گردش مالی را آموزش می‌دهد. در بازی مونوپولی به جای یک مسیر دو مسیر داخلی و خارجی دیده می‌شود و هدف بازی خروج از مسیر داخلی است. تعبیر رابرت از بازی مونوپولی بازی من بدو آهو بدو» است. بازی «من بدو آهو بدو» نوعی تعقیب و گریز مخرب در رقابت ناسالم است. در این بازی افراد برای تأمین نیازها و پرداخت بدهی‌های خود ناچارند، دائماً برای کارفرما کار کنند تا بتوانند بدهی‌های خود را پرداخت نمایند.

متأسفانه افراد در مدرسه راجع به پول در آوردن و خرج کردن آن هیچ چیزی یاد نمی‌گیرند، تمام تلاش آن‌ها در مسیر کار تنها برای کارفرما و صاحبان شرکت‌ها سودمند است. افراد باید خودشان را از «چرخه من بدو آهو بدو» و کار کردن برای کارفرما و پول بیرون بکشند.

در کتاب بابای پولدار و بابای بی پول ۶ درس را مطرح می‌کند:

۱. پولدارها برای پول کار نمی‌کنند.
۲. علت نیاز به سواد مالی
۳. برای خودت کارکن
۴. تاریخچه مالیات‌ها و قدرت شرکت‌های بزرگ
۵. پولدارها پول خلق می‌کنند
۶. برای یادگرفتن کارکنید نه برای پول درآوردن

رابرت دو پدر داشت، یکی پولدار و دیگری بی پول، پدر بی پول او بسیار تحصیل کرده باهوش و دارای مدرک دکترا و پدر پولدار او کلاس هشتم را هم تمام نکرده بود. دیدگاه‌های پدران او نسبت به پول با یکدیگر تفاوت بسیاری داشت.

هر دو در کارشان موفق بودند و درآمد قابل توجهی داشتند، با این همه، یکی تمام عمر برای پول درآوردن زحمت می‌کشید و در نهایت نیز صورت بدهی‌هایی را که باید پرداخت می‌کرد را به ارث گذاشت و دیگری یکی از ثروتمندان هاوایی شد و وقتی مرد، میلیاردها دلار ارث برای خانواده و امور خیریه باقی گذاشت.

رابرت می‌گوید: دیدگاه‌های پدران او نسبت به پول با یکدیگر تفاوت بسیاری داشت؛ و به دلیل داشتن دو پدر توانستم اطلاعات گوناگونی را کسب کنم، بنابراین ناچار به گوش سپردن به حرف‌های هر دو آن‌ها بودم تا بتوانم از میان حرف‌های آنان چیزهایی را که در زندگی آنان تأثیرات مثبتی گذاشته است را گزینش کنم. فرزند دو پدر قوی بودن این امکان را برای من فراهم آورد تا با مقایسه آرای آن‌ها با یکدیگر تأثیر تفکراتشان را بر زندگی‌شان بررسی کنم، در این جریان فهمیدم که انسان‌ها زندگی‌شان را بر اساس افکارشان تنظیم می‌کنند.

پدر بی پولم معتقد بود که درس بخوانم و مدرک بگیریم و شغل پردرآمدی داشته باشم، ولی پدر پولدارم مرا به درس خواندن و پولدار شدن و این‌که نقش وفایده پول چیست، تشویق می‌کرد. پدر پولدار معتقد بود که او برای پول کار نمی‌کند بلکه این پول است که برای او کار می‌کند. پول یکی از نمادهای قدرت است اما آموزش استفاده درست از پول، قدرت بیشتری را به همراه می‌آورد، پول می‌آید و می‌رود و انسان با آموزش و آشنایی با نحوه استفاده صحیح از آن می‌تواند بر آن مسلط شده و ثروتمند شود. پولدارها برای پول کار نمی‌کنند.

پدران من هر دو سخت کار می‌کردند، با این تفاوت که یکی از آن‌ها به محض روبه‌رو شدن با مشکلات مغزش را تعطیل می‌کرد و پدر دیگرم در این شرایط مغزش را به فعالیت وادار می‌نمود، این طور شد که در درازمدت روزبه‌روز پولدارتر شد.

دو پدر من دارای تفکرات متضادی بودند، بدین شکل که پدر بی پولم معتقد بود پولدارها باید مالیات بیشتری را بپردازند و پدر پولدارم معتقد بود مالیات گرفتن در واقع نوعی تنبیه برای تولیدکننده و پاداش برای کسانی است که در تولید نقش ندارند.

پدر بی پولم معتقد بود که در صورت داشتن پول، آن را محکم بگیرم و با آن ریسک نکنم، در حالی که پدر پولدارم معتقد بود، باید یاد گرفت که با پول چه طور ریسک کرد.

برای پدر بی پولم حمایت شغلی و استفاده از مزایای آن گاهی از خود شغل مهم‌تر بود، در حالی که پدر پولدارم به خوداتکایی کامل در مسایل مالی اعتقاد داشت.

پی سی دانلود

لذت دانلود را با ما تجربه کنید!

[www.p30download.com](http://www.p30download.com)



p30

download

The joy of downloading!



*The Joy Of Download*

Are You Downloader?