مجله موفقیت

دو هفته نامه

در کار و زندگی 2





اگر من بخواهم یعنی میشود؟

راه راست و درست چیست؟

آیا برای من دیر نشده است؟

www.wfl.ir

ارتباط با ما:

تلفن های دفتر :

۰۲۱۸۸۰۶۳۱۹۷

۰۲۱۸۸۲۱۰۵۳۸

موبایل :

سرکارخانم فروغی۰۹۱۹۴۲۰۰۷۴۹

شماره پیامک :

۳۰۰۰۱۶۰۸۰۹۰۰۰۰

آدرس سایت :

www.workforliving.com

www.wfl.ir

آدرس ایمیل :

info@workforliving.com

ایمیل مکاتبه با مدیریت:

mrmajed@yahoo.com

فهرست عناوین

سخن آغازین ۱

درباره کالج بین المللی موفقیت.....۲

بیوگرافی موسس ۳

اهداف و نگرش ما.....۴

آموزش ۵

***

مقاله های مثبت اندیشی و موفقیت.....۶

شکر گذاری - آگاهی

کار مورد علاقه ام چیست ؟

باخدا همه چیز ممکن است ؟

***

مقاله های کارآفرینی و مدیریت موفق ۱۶

هفت اشتباه بزرگ در راه اندازی تجارت موفق

استراتژی ها و تاکتیک های مدرن در تجارت

***

مقاله های موفقیت مالی و سرمایه گذاری.....۲۱

بورس کالا چیست؟

تاریخچه بورس کالا و سایر بورس های کالایی در دنیا

طبقه بندی بازارهای مالی

سخن آغازین



خواستن ، توانستن است .
سلام دوست خوبم
خیلی زود روزها سپری شد و نوبت شماره دوم مجله رسید
امیدوارم از شماره قبلی استفاده برده باشید و با راهنمائی های خود ما را در بهتر شدن هر چه بیشتر مجله یاری کنید.

فراموش نکنید که این مجله شماست . لذا با ارسال مقاله های ارزنده ، ارائه پیشنهاد های خوب و کمک در طراحی و آماده سازی این مجله به یاری ما آمده و امکان رسیدن مجله ای با محتوای عالی و بصورت رایگان را در اختیار همه فارسی زبانان جهان قرار دهید.

امسال پنجمین سال برگزاری کلاس های رایگان موفقیت است و هر شنبه ساعت ۱۸:۳۰ چشم براه شما عزیزان هستیم . امیدوارم این شنبه هم آفریدگار مهربان امکان خدمت گذاری به من عطا کند و چشمم به صورت زیبای شما مهربانان روشن شود.در چند شماره آینده سعی خواهیم کرد خلاصه ای از مباحث مطرح شده در هر کلاس را برای شما عزیزانی که امکان حضور ندارید ،ارائه نمائیم. دست حق نگهدار شما.

با احترام

محمد رضا ماجد

درباره کالج و مدرسه موفقیت

گروه کار برای زندگی در سال ۱۳۷۶ با هدف اشاعه کاربرد ان ال پی ، علوم موفقیت و فرهنگ مثبت اندیشی در زندگی و کار پا به عرصه وجود گذاشت.

ابتدا فعالیت خود را در ارتقاء مهارت های کسب و کار و سرمایه گذاری افراد متمرکز نمود و بازارهای بورس سهام ، کالا ، مسکن و تجارت الکترونیک را به عنوان بهترین بازارهای موجود برای حوزه کارآفرینی و سرمایه گذاری افراد برگزید.

سپس با توجه به نیاز مبرم جامعه به مباحث مثبت نگری ، هدف یابی ، برنامه ریزی و ارتباط موثر با دیگران حوزه فعالیت خود را افزایش و به ارائه مباحث فوق اختصاص و از طرفی با توجه به پائین بودن راندمان کار در شرکت ها با ریشه یابی مسئله و با بهره گیری از علم کاربردی ان ال پی درصدد پاسخگوئی به بخشی از مسائل جامعه کاری کنونی نیز پرداخت ، ما حصل این کوشش ها در قالب دوره های مختلف Life & Busines Choaching به دهها شرکت ، کارخانه و همچنین افراد نیازمند به کمک برای یافتن راه بهتر زیستن تبلور یافته است.

ما معتقدیم هرچند در زمانه حاضر پول و ثروت در زندگی روزانه بسیار موثر شده است اما نباید ما را از ارزشهای اخلاقی و هدف والائی که بخاطر آن به این جهان آمده ایم دور کند .لذا با برنامه ریزی صحیح باید کاری کرد تا پول بسختی برای ما کار کند نه ما برای پول.

همچنین در حوزه مثبت اندیشی و موفقیت ما باور داریم زندگی امروزه ما ناشی از تصویر ذهنی است که از خود و جامعه خود داریم و با تغییر این تصویر ذهنی و باورها می توانیم شاهد تغییرات شگرفی در زندگی خود باشیم.

بیوگرافی پایه گذار مدرسه و مجله موفقیت و ثروت



محمد رضا ماجد مربی کار و زندگی Life & Business Coach

هدف:تلاش در جهت شناخت قابلیت های انسان و یافتن راههای موفقیت در کار و زندگی ازطریق ارتقاءمهارتهای زندگی، کسب وکاروسرمایه گذاری

تحصیلات و مدارک:

- دانشجوی دوره دکترای حرفه ای مدیریت کار و کسب DBA دانشگاه تهران
- فارغ التحصیل دوره MBA مدیریت کارآفرینی با گرایش بازار یابی از دانشگاه تهران
- دانش آموخته MBA گرایش استراتژیک از MRFI
- فارغ التحصیل دوره مدرسی کار آفرینی از دانشگاه شریف
- دانش آموخته NLP برنامه ریزی عصبی کلامی یا تکنیک های مهندسی ذهن
- فارغ التحصیل کارشناسی برق - الکترونیک
- کاندیدای مدرک بین المللی تحلیل گری حرفه ای مالی و بورس CFA

سوابق کار و تجربیات:

22 سال سابقه اجرائی دولتی وخصوصی درسمت مدیرعامل،عضو هیئت مدیره مدیربازرگانی، بازاریابی و فروش
14 سال سابقه تدریس در دانشگاه ها،مجتمع های آموزش عالی ،دبیرستانها و هنرستان های فنی و حرفه ای
23 سال سابقه به عنوان سخنران، پژوهشگرومدرس دوره های موفقیت،موفقیت مالی وموفقیت در کار و کسب

- کارآفرین در حوزه های تجارت الکترونیک ، بازارهای مالی ، بورس و مدرسه و مجله موفقیت
- تدوین۵ جلد کتاب در زمینه روانشناسی معاملات، موفقیت مالی، روشهای سرمایه گذاری و تحلیل گری موفق
- ارائه صدها مقاله در روزنامه ها و مجلات مختلف
- راه اندازی چندین سایت و مجله الکترونیکی موفقیت ازجمله"کار برای زندگی" با بیش از ۲۰۰۰ مقاله کاربردی
- مدیر معاملات در کارگزاری های بورس داخل و خارج کشور
- سرمایه گذار و فعال بازارهای مالی از ۱۳۸۱
- مدیر کارگروه ابزارهای نوین مالی (کالا) در بورس

اهداف و نگرش ما

آرمان ما : ساختن جامعه ای مثبت ، موفق و مهربان از طریق کاستن از آلام بشری ، ایجاد امید و باور در دلها و توانمند سازی انسانها

ماموریت ما(Mission):

شناخت و شناساندن توانائی های شگفت انگیز انسان و بهره گیری هر چه بیشتر از آن برای موفقیت همه جانبه و احساس رضایت ، خوشبختی و صلح درونی در انسانها است.

چشم انداز ما(Vission):

موسسه علمی، تحقیقاتی و آموزشی موفقیت در کار و زندگی با هدف توسعه علوم کاربردی این شاخه و رسیدن به سطحی از موفقیت در تغییر رفتار مخاطبان که شاخص و مرجعی برای دیگر موسسات مشابه منطقه گردد. (تا سال ۱۴۰۰ شمسی)

رویکردها و فعالیت های ما:

۱- کمک به مثبت اندیشی و موفقیت روز افزون افراد ، به وسیله ارتقاء مهارت های کار و زندگی (از طریق آموزش و Life and Business Coaching) بر اساس آموزه های بزرگان ، تکنیک های NLP و اصول موفقیت و مثبت اندیشی

۲- - فراهم آوردن همه ابزارهای موفقیت مالی ، موفقیت در کار و کسب ، مدیریت و بهره وری و سرمایه گذاری ، در یک جا .



آموزش

در عصر حاضر برای پیشرفت و انطباق با شرایط اجتماعی و اقتصادی هیچ گریزی نیست مگر ارتقاء دائم مهارتهای زندگی و کار و کسب .

لیست دوره های آموزشی و کاربردی موفقیت در زندگی، کار و کسب ، مدیریت و سرمایه گذاری موفق

-جلسات رایگان هفتگی مثبت اندیشی و موفقیت هر شنبه ساعت ۱۸:۳۰

- دوره جامع موفقیت مالی(مهندسی ذهن، تحلیل بازار، مدیریت سرمایه و ریسک،روانشناسی بازار و سبد سرمایه گذاری) **درحال ثبت نام دوره پنجم این دوره از اول شهریور برگذار می گردد .**

- دوره جامع موفقیت(شناخت و مدیریت بر خود ،هدف گذاری و برنامه ریزی)

- دوره سلامت جسم و ذهن

- دوره تئوری انتخاب **این هفته روزهای پنجشنبه و جمعه این دوره برگزار می گردد**

تلفن هماهنگی ۰۹۱۹۴۲۰۰۷۴۹

- دوره شخصیت شناسی MBTI:من برای چه کاری؟چه تحصیلی؟وچه ازدواجی مناسب تر هستم ؟

- دوره علمی NLP

- آموزش رایگان زبان انگلیسی (به روش زبان مادری با استفاده از برنامه های رادیو)





آگاهی - شکرگذاری

عبارت زیر برگرفته از کتاب مقدس است:

« هرکس مال وثروتی دارد ، به اوثروت بیشتری داده می شود واواز وفور نعمت بهره مند خواهد شد .هرکس که مال ومنالی نداشته باشد ،حتی آنچه هم دارد از اوپس گرفته خواهد شد »

گویی مفهوم این است که ثروتمندان ثروتمندتر و فقرا فقیرتر می شوند .اما در این عبارت معمایی هست که باید حل شود .

جواب این معما شکرگزاری است .پس :

«هرکس که شکر نعمت کند ، مواهب بیشتری به او داده می شود ووفور نعمت بیشتری خواهد داشت وکسی که ناشکر باشد هرچند نعمتی هم داشته باشد ،آن نعمت از او گرفته خواهد شد .»

اگر برای شکرگزاری وقت صرف نکنی هرگز نعمت بیشتری نخواهی داشت و نعماتی راکه داری هم از دست می دهی .

در قرآن کریم درسوره ابراهیم آیه ۷ هم وعده شکرگزاری تایید شده است : « و (به یاد داشته باشید) هنگامی را که پروردگار شما اعلام کرد اگر شکرگزاری کنید برشما خواهم افزود و اگرناسپاسی کنید ، قطعا عذاب من سخت است »

شکرگزاری در کل زندگی ات که تحت سلطه قانون کائنات است تاثیر می گذارد.اگر از ذهنت بگذر : «از شغلم خوشم نمی آید » «به حدکافی پول ندارم »« اوقدر مرا نمی داند »«بچه ام وبال گردنم شده » ، مطمئن باش میزان بیشتری از همین تجارب را جذب می کنی .

اما اگر درمورد مسائلی فکر کنی که بابت آنها شکر گذار هستی :« عاشق شغلم هستم » « خانواده ام بسیار از من حمایت می کند » « امروز حال و هوایی معرکه دارم» « درعمرم بیشترین برگشت مالیاتی نصیبم شده » **واز ته دل احساس شکرگزاری کنی** قانون جذب می گوید به طور حتم میزان بیشتری از آنها را جذب می کنی . هرقدر احساس شاکر بودنت خالص تروعمیق ترباشد ، بیشتر دریافت می کنی .

هسته اصلی تمام مذاهب شکرگذاری است .حضرت محمد (ص) فرموده است : «شکرگزاری برای نعماتی که دریافت کرده اید ،بهترین تضمین است مبنی براینکه وفور نعمت ادامه دار خواهد بود ».

حضرت مسیح قبل از هر معجزه ای خدا را شکر میکرد .

همچنین حضرت داوود می گفت شکر خداوند را برای آنچه بین زمین وآسمان ها قرار داده است ، به جا آورید.

« صبح که از خواب بیدار می شوی ،خدا را بابت روشنی صبح ، زندگی وقدرتت شکر کن. خدارا بابت خورد و خوراک ولذت زنده بودنت شکر کن .اگر هیچ دلیلی برای شکرگزاری نمی بینی ، ایراد از درون خودت است » (تیکسامی رهبر سوخپوستان شونی)

با این حال هنوز قدرت شکر گزاری برای مردم ناشناخته است ، چرا که **باید آن را به کار ببری** تا اعجاز آن را درزندگی ات ببینی !

مهم نیست کیستی ،کجایی یا در چه شرایطی به سر می بری ، به هرحال اعجاز شکرگزاری کل زندگی ات را دگرگون می کند !من شاهد افرادی بودم که در اوج دلتنگی ،زندگی شان مسرت بخش شد وبه کام دل رسیدند وافرادی که در تنگدستی کامل بودند وثروتمند شدند.

زمانی که توشکرگزاری را عادت زندگی ات قراردهی ،هرروز صبح که از خواب بیدار می شوی ،از اینکه زنده هستی هیجان زده می شوی ، احساس می کنی کاملا عاشق زندگی شده ای ،همه چیز بی دردسر و آسان به نظر می رسد ،زمانی که چالش هااز راه برسند می دانی چطور از پس آنها بربیایی و از آنها درس بگیری.

حرف آخر این است : ناشکری یعنی وقتی خدارا شکر نکنیم ،قدر آنچه را می گیریم نمی دانیم ووقتی ما قدر ندانیم ، یعنی ناخواسته خودمان را محروم می کنیم .طبق قانون جذب هرچیزی مشابه خود را جذب می کند .اگر ما قدر چیزی را ندانیم ، از آن محروم می شویم .

<u>شکر گزاری در واقع احساس است</u> درنتیجه هدف نهایی در کاربرد شکرگزاری یعنی احساس آگاهانه تاجایی که می توانی .از انجایی که احساس تو قدرت ونفوذ دارد اعجاز را درزندگی ات تشدید می کند .



کارمورد علاقه ام چیست؟

یافتن و پرداختن به علاقهٔ واقعی خود در زندگی، تنها به نفع شما نیست. این کار باعث می‌شود که بهترین بخش وجودی خود را با دنیا تقسیم کنید.

شریل ریچاردسون می‌گوید: اگر در کارم به عنوان مربی زندگی، موضوعی را پیدا کنم که باعث دریافت بیشترین ایمیل‌ها، کمک‌ها و نامه‌ها شود، این را انتخاب می‌کردم: «چگونه به علاقهٔ واقعی خود در زندگی پی ببریم؟» شاید شما هم به این مسأله فکر کرده باشید. این احساس را از کودکی خوب می‌شناسیم. در آن زمان، اشتیاق‌مان شعله‌ور بود. اشتیاق جرقهٔ تخیلمان را زد و به تمایلات احساسی و قلبی‌مان قوت بخشید. در لحظه غرق شده بودیم و به هیچ چیز دیگر فکر نمی‌کردیم. حال که بزرگ شده‌ایم، اغلب از فعالیت‌هایی که به تیرگی مسئولیت‌های روزانه‌مان روشنی می‌بخشند، غافل می‌شویم. مشغول برنامه‌های شلوغ و درهم و فهرست کارهایی هستیم که هرگز تمامی ندارند و به ندرت احساس قوی و روح‌بخش اشتیاق – لحظاتی که حیرت زده هستیم، چیزی به ما الهام شده، نزدیک است گریه کنیم و کاملاً تحت تأثیر قرار گرفته‌ایم - را تجربه می‌کنیم.

اکثر ما این خلاء را احساس می‌کنیم. اغلب وقتی به دنبال شغلی هستیم، به فکر کشف علایق‌مان می‌افتیم. مطمئناً اشتیاق، جزء اصلی رضایت شغلی را تشکیل می‌دهد. اما دامنهٔ آن بسیار گسترده‌تر از شغل است. اشتیاق یعنی پیدا کردن چیزی که با روحتان همخوانی دارد، چه نتیجهٔ آن به فیش حقوقی منتهی شود چه خیر. این فرآیند که من آن را مسیر اشتیاق به سوی پیشرفت می‌نامم، می‌تواند کمک کند تا چیزهایی که شما را به دوران شاد کودکی باز می‌گرداند، بیابید.

در پایان، چه به این نتیجه برسید که به جمع آوری شیشه‌های دریایی (Sea glass) علاقمند هستید و یا حفظ جنگل‌های انبوه و یا ورزش‌های رزمی، پرداختن به فعالیت‌هایی که عاشق آن هستید، تمامی جوانب زندگی‌تان را ارتقاء خواهد داد.

گام اول:

اولین گام مسیر اشتیاق به سوی پیشرفت، این است که در زندگی‌تان جایی برای این سفر باز کنید. افزودن این فرآیند به برنامه‌ای کاملاً پر، مؤثر نخواهد بود. در صورت امکان، کارتان را در ساعتی معقول ترک کنید و درگیری‌های اجتماعی را برای مدتی محدود کنید. در حالی که به نیازهای خودتان توجه می‌کنید، به اعضای خانواده و دوستان‌تان اطلاع دهید که برای کمک به نیازهای آن‌ها، کمتر در دسترس‌شان خواهید بود. با تمرکز کردن بر روی خود، رابطهٔ بین قلب و ذهن‌تان را بیابید و در نتیجه توانایی احساس کردن - عنصر لازمهٔ تجربهٔ شادی و لذت – خود را ارتقاء دهید.

گام دوم: کاوش کنید

سرنخ ایده‌ها، فعالیت‌ها و رویاهایی که برای روحتان اهمیت بسیاری دارد، در تمام زندگی روزانهٔ شما پنهان شده است. این تمرین‌ها به شما کمک خواهند کرد تا فعالیت‌هایی را که در شما هیجان، انرژی و انگیزه ایجاد می‌کنند، شناسایی کنید.

همین‌طور که این فرآیند را طی می‌کنید، یادداشت‌هایی مفصل از اکتشافات خود را ثبت کنید. خودتان را متعهد کنید که هر هفته یک بار این کار را انجام دهید. بازتاب خود در دیگران را ببینید. تعامل ما با دیگران، بینش ارزشمندی را در خصوص چیزهایی که ممکن است مشتاق‌شان باشیم، در اختیارمان قرار می‌دهد. مادری که به شدت کودکش را تشویق به پیگری کار یا سرگرمی خاصی می‌کند، در واقع شاید اشتیاق پنهان خود برای انجام آن کار را بروز می‌دهد. به افرادی که بیشتر به سمت آن‌ها تمایل دارید – و افرادی که به آن‌ها حسادت می‌ورزید – فکر کنید. به علاوه به دوستان، خانواده و همکاران‌تان، جشن‌های مورد علاقه، نویسنده‌های گرانقدر، معلمین و مقامات عمومی. در مورد آن‌ها چطور، آیا آن‌ها را تحسین می‌کنید یا به آن‌ها غبطه می‌خورید؟ آیا آن‌ها مشغول کاری هستند که شما نیز دوست داشتید آن را انجام دهید؟ فهرستی از ۵ نفر تهیه کنید و دربارهٔ هر یک و کارهایی را که انجام می‌دهند، بنویسید.

به دنبال گنج بروید

در خانه، نشانه‌هایی از علاقهٔ واقعی خود را خواهید یافت. سنگ صیقلی که در سفری آن را برداشته بودید، جایزه‌ای که سال‌ها پیش برای نواختن پیانو گرفتید و یا کوزهٔ سرامیکی که با دوست‌تان ساختید. این موارد را یادداشت کرده و فهرست کنید. کشوها، انباری‌ها و جعبه‌های داخل زیرزمین خانه را بررسی کنید. اقلام مهم را به همراه یک خط دربارهٔ دلیل اهمیت آن‌ها در یادداشت خود بنویسید.

کتاب‌ها، مجله‌ها و فیلم‌هایی که انتخاب می‌کنیم، نشانه‌هایی از جریان اشتیاق ما هستند. به دنبال نشانه‌ها باشید. از قفسهٔ کتاب‌ها شروع کنید. آیا پر از کتاب‌هایی در خصوص حیوانات است یا ورزش؟ افسانه‌های تاریخی یا داستان‌های هیجان انگیز؟ فهرستی از سبک‌های ادبی و موضوعات مورد علاقهٔ خود تهیه کنید.

به فروشگاه فیلم‌های ویدئویی محله‌تان سر بزنید و فیلم‌هایی را که بیش از یک بار تماشا کرده‌اید، یادداشت کنید و نیز فیلم‌هایی که واکنش‌های عاطفی از قبیل خنده، گریه یا عصبانیت در شما ایجاد کرده‌اند. هر نوع الگو و موضوع را شناسایی کنید و بنویسید و بالاخره، مدتی را در کیوسک مطبوعاتی سپری کنید و به مجله‌ها نگاه کنید. هر نوع عنوانی که توجه شما را به خود جلب می‌کند، اتومبیل خارجی، پرورش گیاه، سفر، ورزش، حیوانات خانگی و...

را فهرست کنید. ۵ موضوع برتر را انتخاب کنید و آن‌ها را به ترتیب به میزان اهمیت‌شان فهرست کنید. همین طور که به این فرآیند ادامه می‌دهید به فعالیت‌هایی که هر روز انجام می‌دهید توجه کنید، فعالیت‌هایی که بدون فکر کردن زیاد، خود به خود به ذهن‌تان خطور می‌کنند. به یاد داشته باشید که گاهی اوقات، آنچه که بیش از همه دوست داریم در همین نزدیکی قرار دارد.

گام سوم: طلا را پیدا کنید

وقت آن است که تمام این‌ها را یکجا جمع کنید و ببینید به چه چیزی دربارهٔ خودتان پی برده‌اید. این کار، شما را برای برداشتن گام‌هایی در جهت کشف علاقهٔ واقعی‌تان در زندگی آماده می‌کند. بعد از ظهری را کنار بگذارید تا یادداشت‌هایتان را کاملاً بخوانید. از خود بپرسید متوجه چه موضوعات و الگوهایی می‌شوید؟ به چه موضوعاتی پیوسته تمایل داشته‌اید؟ شاید تعجب کنید که (برای مثال) به تمامی موضوعات مربوط به جغرافیای ملی توجه داشته‌اید.

گام چهارم:

حال علاقهٔ واقعی‌تان را وارد زندگی خواهید کرد. یکی از حوزه‌های علاقمندی را از مواردی که کشف کرده‌اید، انتخاب کنید و برنامه‌ای تنظیم کنید تا بیشتر آن را بشناسید. شاید متوجه شوید که به حوزهٔ مورد علاقه‌ای که سال‌ها پیش آن را به دلیل مشغولیات دیگر رها کرده بودید، پی برده‌اید. یا شاید به حوزه‌ای علاقمند هستید که تا کنون به آن پی نبرده بودید. از این‌که چیز جدیدی را امتحان می‌کنید، نترسید. اگر این به راستی حوزهٔ مورد علاقهٔ شما باشد، ارزش خطر کردن را دارد. به یاد داشته باشید، هم اکنون دست به کار شدن، مهمتر از آن است که یک دورهٔ کامل را برنامه ریزی کنید. بیشتر افراد روی یادداشت‌های خود خیلی فکر می‌کنند تا ببینند در کدام حوزه موفق‌تر خواهند بود. این کار واقعاً اتلاف وقت است. وقتی پای اشتیاق به میان می‌آید، کامل بودن و عالی بودن اهمیتی ندارد. فقط آن چیزی را انتخاب کنید که قلب‌تان را به تپش می‌اندازد و به آن عمل کنید. چه فکر کنید که در این حوزه مهارت خواهید داشت چه خیر. هدف این است که دست به کار شوید تا ببینید که مرحلهٔ بعدی این سفر، شما را به کجا خواهد کشاند. فرض کنیم که شما به هنر و طراحی علاقمند هستید. برنامهٔ کاری‌تان شاید چیزی شبیه به این باشد:

رفتن به کتابخانه و مرور کتاب‌هایی در خصوص نقاشی و تصویرگری. بعد از ظهر به موزه هنر می‌روم و دربارهٔ سبک‌هایی که دوست دارم یادداشت‌برداری می‌کنم. به دیدن دوستم می‌روم تا راجع به کار او به عنوان یک تصویرگر صحبت کنم. دربارهٔ کلاس‌ها و انجمن‌های هنر محله‌مان تحقیق می‌کنم تا بتوانم با افرادی که به این مسأله علاقمند هستند، ملاقات کنم و در یک کلاس طراحی ثبت نام می‌کنم.

همین طور که در کاوش‌های خود عمیق‌تر می‌شوید، حواس‌تان باشد که قبل از برداشتن گام‌های اولیه، در دام تفکر دربارهٔ نتیجه نهایی نیافتید. این کار اتلاف وقت است. به جای این‌که نگران این باشید که بعد از تمام کردن نقاشی‌هایتان چگونه باید آن‌ها را بفروشید، روی آموختن طراحی از طریق رفتن به کلاس تمرکز کنید. برای این‌که به آیندهٔ دور فکر نکنید، جای خالی جملهٔ زیر را پر کنید. سپس آن را با حروف بزرگ بنویسید و جلوی چشمان‌تان نصب کنید.

امروز برای پیشرفت در.... چه کار ساده‌ای می‌توانم انجام دهم؟

همین‌طور که شروع می‌کنید به کشف چیزهایی که در شما ایجاد انگیزه کرده و سرزنده‌تان می‌کند، به یاد داشته باشید که پرداختن به فعالیت‌های مورد علاقه‌تان، فقط به نفع شما نیست. این کار باعث می‌شود که بهترین بخش وجودی خود را با دنیا تقسیم کنید.

کلیدها

از این سؤال‌ها به عنوان سکوی پرتاب تحقیق‌های‌تان استفاده کنید و برای پاسخ دادن به هر یک وقت بگذارید. اما به جواب‌های‌تان بیش از حد فکر نکنید. فقط اولین چیزی که به ذهن‌تان خطور می‌کند را روی کاغذ پیاده کنید.

۱. تصور کنید که کتاب فروشی محله‌تان دارد موجودی کتاب‌های خود را به یک گروه از کتاب‌ها محدود می‌کند. اگر تصمیم با شما بود که یک موضوع باقی‌مانده را انتخاب کنید، کدام را انتخاب می‌کردید؟
۲. اگر سال آینده بتوانید ۳ شغل جدید و مختلف را امتحان کنید، آن شغل‌ها کدام خواهند بود؟
۳. فرض کنید که قرار است ۳ چیز در زندگی به دیگران بیاموزید، این ۳ مورد، چه چیزهایی خواهند بود؟
۴. اگر اجازه داشتید که تغییری نیرومند و مثبت در دنیا ایجاد کنید، چه کوچک و چه بزرگ، آن تغییر چه چیزی می‌بود؟
۵. تا کنون چه تغییرات شخصی را اعمال کرده‌اید و به دیگران چگونه کمک می‌کنید تا آن‌ها نیز آن کار را انجام دهند؟

پی بردن به علاقهٔ واقعی در زندگی: ۳ داستان از موفقیت‌ها

فردی در جوانی به موضوع مورد علاقهٔ خود پی‌برد. او تجارت را به اندازهٔ خوانندگی دوست داشت. اما زمانی که تصمیم گرفت این دو حرفهٔ متضاد را با هم ترکیب کند، علاقهٔ واقعی خود را یافت. او اکنون برای خود یک کار تجاری دارد و در عین حال، از طریق خوانندگی علائق خودش را ابراز می‌کند. او برای ترکیب استعدادهایش با یکدیگر، راهی برای زندگی کردن به شیوهٔ حقیقی خود پیدا کرد. او می‌گوید: «اشتیاق من به مربوط به اجرای آواز و خوشحالی شنوندگان نیست. علاقهٔ واقعی من در این است که دیگران را در لذت خود سهیم کنم.» او در هنگام خوانندگی، احساس بی‌آلایشی و جاودانگی می‌کند. این حالت خوشی است که دیگران را تشویق به تجربه کردن آن می‌کند. او می‌گوید: «اگر هنوز علاقهٔ واقعی خود را کشف نکرده‌اید، به سمت چیزهایی بروید که احساس کمال به شما می‌دهند. سپس به ندای درون‌تان گوش کنید و فقط یکی را انتخاب کنید.» او به کسانی که می‌دانند به چه چیزی علاقه دارند این توصیه را می‌کند: «آن را باور داشته باشید و به آن عمل کنید.»

شخصی که در نوجوانی به کار طراحی لباس می‌پرداخت، در ۳۰ سالگی در شغل خود به بن‌بست رسید. آنقدر به طراحی لباس بی‌علاقه شد که به فعالیت‌های دیگر پرداخت. اما سپس فرصتی برای تدریس یافت. او به یاد می‌آورد: «همین که وارد کلاس شدم، متوجه شدم که اصلاً اشتیاقم را از دست نداده‌ام. تدریس هنر به دیگران، علاقه‌ام را دوباره شعله‌ور کرده و اکنون از آن سیر نمی‌شوم.»

او که اخیراً مدیر بازاریابی خلاق و پروژه‌های ویژه در مدرسهٔ طراحی شده است، می‌گوید وقتی تسلیم اشتیاق شد، امکانات غیر منتظره را به روی خود باز کرد. او به شاگردان و کسانی که به دنبال کشف علاقهٔ واقعی خود هستند، توصیه می‌کند: «یک علاقهٔ واقعی سالم و قدرتمند، با گذر زمان کمرنگ نشده و یا تخلیه نمی‌شود. بلکه ما را وادار می‌کند تا به

درون ذات خود برویم و چیزی را بیرون بکشیم و عرضه کنیم. از آنجا که یک شبه به نتیجه نمی‌رسیم، باید صبور باشیم. جستجوی اشتیاق اغلب از مجراهای کوچکی شروع می‌شود و در طول زمان خودش را نشان می‌دهد. بنابراین نسبت به خود و انتخاب‌تان مهربان، سخاوتمند و بی‌پروا باشید.»

خانمی هنگامی به علاقهٔ واقعی خود پی برد که درگیر گرفتن طلاق بود. در طول فرآیند جدا شدن، عبارتی مدام در ذهنش تکرار می‌شد: «این پارچه (زندگی مشترک) آن‌قدر پاره شده که دیگر نمی‌توان تعمیرش کرد.» او چگونه به آرامش می‌رسید؟ او در بافندگی که امکان بروز خلاقیت‌هایش را فراهم می‌کرد، تأثیری التیام‌بخش یافت و شروع کرد به خلق طرح‌هایی برای بافتنی. در آن‌ها تصاویر و سمبل‌هایی (از قبیل قلبی‌باز) وجود داشت که بازتاب زندگی جدید او به عنوان زنی مجرد بود. خیلی زود این سرگرمی به اشتیاقی تکامل یافته ارتقا یافت. «تا به امروز بافندگی آرامش ذهنی من بوده است و روزنهٔ خلاق و قدرتمندی است که به من اجازهٔ خلق و طراحی می‌دهد.»

او آن قدر به این هنر علاقه و اشتیاق دارد که به افراد سرطانی آموزش می‌دهد تا از بافندگی برای بیان داستان‌های خود استفاده کنند. او حتی کتابی در زمینهٔ این طراحی‌ها نوشته است. او به حس عمیقی که بافندگی برایش به ارمغان آورده، وابسته شده است. «وقتی با کاموا کار می‌کنم، احساس سر زندگی، تمرکز و هماهنگی با تمامی چیزهای اطرافم می‌کنم و از همه چیز دنیایم راضی هستم.»

یافتن و پرداختن به علاقهٔ واقعی خود در زندگی، تنها به نفع شما نیست. این کار باعث می‌شود که بهترین بخش وجودی خود را با دنیا تقسیم کنید.



با خدا همه چيز ممكن است

"با خدا" ، همه چيز ممكن است : خدايي شدن و معجزه كردن
براستي اعجاز چيست ، كاركرد آن كدام است و چگونه رخ مي دهد ؟
شايد همه ما در زندگي فردي و يا اجتماعي خويش ، با تنگناهايي مواجه شده ايم ؛ اما نادرند افراديكه در چنين شرائطي شاهد معجزه الهي شده و خدا را با تمام وجود خويش ديده و حس كرده باشند و از آن پس مسير حركت زندگي خويش را با تغييري بنيادين مواجه سازند .

هو العزيز

پيام پيام آور صلح و رحمت الهي ، حضرت ختمي مرتبت (ص) و رئيس مذهب ، امام جعفر صادق (ع)
در سالگرد ميلاد نور :
"با خدا" ، همه چيز ممكن است : خدايي شدن و معجزه كردن
براستي اعجاز چيست ، كاركرد آن كدام است و چگونه رخ مي دهد ؟
شايد همه ما در زندگي فردي و يا اجتماعي خويش ، با تنگناهايي مواجه شده ايم ؛ اما نادرند افراديكه در چنين شرائطي شاهد معجزه الهي شده و خدا را با تمام وجود خويش ديده و حس كرده باشند و از آن پس مسير حركت زندگي خويش را با تغييري بنيادين مواجه سازند . اما در ميان اين نادر افراد ، عاشقان و شيفتگاني هستند كه با ديدن رخ يار ، مسير فناء في الله را برگزيده و همه زندگي خويش را وقف نمايانده " او " مي كنند و رسالت خويش را در تجلي " الله " قرار مي دهند و با تمام وجود و هستي خويش ، پيام آور پيام الهي مي شوند . انچه را با تمام وجود درک کرده اند به جامعه بشري انتقال مي دهند و در مقابل ، هيچ مزد و پاداشي در خواست نمي كنند

براستي محتواي اين پيام چيست ؟
" اعجاز " در هنگام بروز "عجز و ناتوانی " ، تنگنا و بحران – اگر رخ دهد ، اطلاعات وسيعی

به ما مي رساند و ميتواند دليلي بر رسالت رسول الهي باشد . اما : " چرا ؟ " آيا معجزه يک حادثه است و يا تابع مکانيزمي قابل تکرار و اساسا همواره در " جريان " ؟

راز نهفته در سوالات فوق ، در رابطه بين " احتمالات " و " اطلاعات " نهفته است ؛ يعني :

(Information = Function (Probability

!اطلاعات تابعي است از احتمالات
يعني هر چه احتمال وقوع عملي بيشتر باشد ، اطلاعاتي که از وقوع آن عمل بدست مي آوريم ، کمتر است و هرچه احتمال وقوع عملي کمتر باشد ، اطلاعاتي که از وقوع آن عمل بدست مي آوريم بيشتر خواهد بود . به عنوان مثال در نظر بگيريد که سوار بر اتومبيلي قديمي و فرسوده مي شويد . در اينصورت ذهنا انتظار شنيدن صداهاي زائد در هنگام حرکت اتومبيل خواهيد داشت، اينک اگر چنين صداهايي شنيده شود ، براي شما عجيب نخواهد بود به حدي که اصلا واکنشي هم از خود نشان نخواهيد داد . اما اگر صدايي نشنويد ، براي شما اعجاب آور خواهد بود ! از خود واکنش نشان مي دهيد ، از صاحب ماشين سوال مي کنيد و ...
به همين دليل است که شما ، امروز صبح ، با وقوع طلوع خورشيد ، اطلاعاتي را بدست نياورديد و عکس العمل خاصي را هم بروز ندايد که اگر مي داديد ، احتمالا جامعه عاقلان شما را بگونه اي ديگر مي نگريستند ! به هنگام غروب خورشيد امروز نيز تعجب نخواهيد کرد ، بهت زده نمي شويد و واکنشي نشان نمي دهيد . شفاي بيمار مبتلا به سرماخوردگي تعجب آفرين نيست ، لذا از بکار بردن لفظ " شفا " نيز ابا خواهيد داشت . اما شفاي يک بيمار جواب شده ، توجه همگان را بخود جلب مي کند ! اگر غذاي ما هزاران بار از کشتزارها حاصل آيد ، حمد وشکري هم در پي نخواهد داشت ، اما اگر از آسمان فروريزد ... : " الله اکبر... " پس در هنگام بروز هر " عجز و نتوانستني " ، اگر " توانستن " محقق شود ، شاهدي خواهيم بود بر " اعجاز " و و هر چه احتمال اين " شدن " کمتر ، امکان تحقق اعجاز بيشتر ؛ جرا که در چنين حالتي مي توان " او " را ديد و " او " اراده فرموده که ديده شود ! و اراده او تخلف ناپذير است ...
و پيامبران ؛ کساني هستند که حجابي براي تجلي " او " نمي شوند و در هر حال و موقعيتي (جريان) ، پيام وسيع خود رابه بشريت مي رسانند :

هو الله الذي لا اله الا هو ، الملک القدوس السلام المومن المهيمن العزيز الجبار المتکبر سبحان الله عما يشرکون ...
يعني : " با خدا " همه چيز ممکن است : خدايي شدن و معجزه کردن
اي محمد ! بخوان ...
من نمي توانم .... (عجز و ناتواني)
بخوان ...
و آنگاه توانست :
بنام "او" که مربي توست ! که خالق عالم هستي است ...
و تو اي پيامبر ! هرگز نمي دانستي کتاب چيست ؟!!! و ايمان کدام است ؟!!!
و سپس پاداش " او " :
و انه لقول " رسول کريم " !

اما بسيارند که در موقعيت بروز اعجاز و شرائط تجلي " او " ، خويش را متجلي مي کنند ! و ناظر اعجاز را به تحسين خويش وامي دارند و پاداش "او" را با "جايزه نوبل " معامله ميکنند ! و درست در همين حال است که نظام هوشمند عالم هستي در گوششان نجوا می کند :

مارميت اذ رميت و لكن "الله" رمي ! و آنان " پديده " خواهند بود و نه " جاويد" و زندگي شان " پروژه " و نه " پروسه " و " اعجاز " در دستان آنان " يک حادثه " و نه " يک جريان ! "

اينک مكانيزم " اعجاز " را با هم مرور مي كنيم : آنگاه كه در تنگناي " اضطرار " قرار مي گيريم ، يعني در شرائطي كه صادقانه آنچه را در توان داشته ايم ، انجام داده ايم و علي رغم همه تلاش خود ، نتيجه مطلوب و حياتي را بدست نياورده ايم ؛ پيام " او " در رسالت پيامبر گرامي اسلام اينست :

" ياس و نااميدي " از رحمت من ، بزرگترين گناه است . يعني :
" در شرائط اضطرار ، هر چه احتمال تحقق مطلوب كمتر ، احتمال تجلي رحمت پروردگار بيشتر! "

اينک رسالت خويش را شناسايي كن : بگذار " او " اولا در زندگي ات متجلي شود و سپس بخواه تا " او " را براي همگان متجلي سازي ! ؛ يعني در شرائط اضطرار : به سراغ ميته نرو ! دروغ نگو ! رشوه نده ! نزول نكن ! خيانت نكن ! عزتت را نفروش ! يوسف باش ! و آنگاه : " او " متجلي شود :

" امن يجيب المضطر اذا دعاه و يكشف السوء "
و امروز جامعه ما در جريان دستيابي به انرژي هسته اي ، در چنين تنگنايي است و مي تواند يكبار ديگر شاهد تجلي " او" در برابر چشمان ناظر جامعه بين الملل باشد . آيا اين ملت ميتواند در سال پيامبر اعظم ، پيامبر پيام رسالت پيامبر خويش (ص) ، در جهان پرآشوب حيله و تزوير – خشونت و زور - حق كشي و بي عدالتي امروز باشد ؟

ببخشش
کنترل خشم
لبخند و شادی
آئین زندگی
فکرتان را تغییر دهید

مقالات بيشتر در سايت : http://workforliving.com/Default.aspx?tabid=۴۲۲



هفت اشتباه بزرگ در راه اندازی تجارت موفق

راه اندازی تجارت مسلما پر فراز و نشیب خواهد بود. هر اندازه که با دقت و دانش پیش بروید، باز هم مرتکب اشتباهاتی خواهید شد. اما اگر ذهن خود را آماده کنید و به تجربیات دیگران توجه کنید، می توانید از وقوع بسیاری از این اشتباهات پیشگیری کنید.
در این فرصت به ۷ اشتباه بزرگ تازه کاران و راه حلهائی برای گریز از آنها اشاره می کنیم.

اشتباه اول: راندن یک ماشین تندرو در جاده ای خاکی

همه ما شنیده ایم که برای آغاز هر کار، به محرکی قوی و شور و شوق فراوان، احتیاج است. اما داشتن این حرارت اولیه به تنهایی کاری از پیش نمی برد.
شما به یک برنامه احتیاج دارید.
در زمینه تجارتتان، درخصوص مشتریان و رقبای خود عمیقا تحقیق کنید و یک مدل حقیقی و مفید برای تجارت خود ساخته و روی یک سوال مهم تکیه کنید:
چگونه می خواهید پول در بیاورید؟
فرض کنید که در صدد باز کردن یک مغازه هستید. محلی را انتخاب می کنید که باید هزینه اجاره آنرا بپردازید. ممکن است مخارج زیادی نیز برای تهیه دکورمناسب متحمل شوید بدون آنکه به نحوه بازگشت این هزینه ها بیاندیشید. محصولات شما کامل نیستند و به فکر بازاریابی هم نیستید. قطعا پس از چند ماه تجارت شما سقوط خواهد کرد.
نکته:هیچ روز کاری خود را بدون برنامه طی نکنید.

اشتباه دوم : ارزان فروشی

از یک کودک بخواهید که بین یک کریستال ۱۲ وجهی بدلی و یک قطعه الماس، یکی را انتخاب کند. کودک کریستال را انتخاب خواهد کرد. تازه کاران تجارت نیز به همین صورت عمل می کنند، فریب کمیت را می خورند و به کیفیت اهمیت نمی دهند.
آنها می اندیشند که اگر جنسهای ارزان قیمت را عرضه کنند، فروش بهتری خواهند داشت و بزودی میلیونر خواهند شد.
اما این تصور غلط است.
تازه کاران دنیای تجارت قیمتهای محصولات و خدمات خود را بسیار پائین در نظر می گیرند و به

این ترتیب در طول زندگی کاری خود نگران پول درآوردن خواهند بود و حتی زمانی که سفارشی دریافت می کنند، خوشحال نخواهند شد زیرا فروش برای آنها سود کافی به همراه نخواهد داشت.
قبل از قیمت گذاری، همه چیز را بسنجید. هزینه های ثابت و متغیر را محاسبه کنید.
روشهای تجاری و قیمتهای رقبا را مورد توجه قرار دهید و استراتژی فروش و بازاریابی خود را بهینه کرده و درآمد قابل قبول خود را در نظر آورید.
نکته:کریستالهای بدلی را به الماسها ترجیح ندهید.

اشتباه سوم: راه اندازی تجارت فقط برای هیجان

بیشتر اشخاصی که در حال راه اندازی یک تجارت هستند، افرادی رویایی، خیال پرداز و ماجراجو هستند که بیشتر به دنبال هیجان می گردند. این افراد به جای تفکر و تحمل جزئیات دشوار این کار، به فکر پیش روی هستند و می خواهند که مسائل و بحرانها را به نوعی پشت سر بگذارند تا دوباره به میدان بازی برگردند و ماجراهای آن را دنبال کنند.
اما خستگی و ملالت از همین مسائل جزئی به تدریج ظاهر زیبای تجارت را به خطر خواهد انداخت، هدف تجارت کسب درآمد است و به مخاطره انداختن وضعیت فعلی در این حیطه نمی گنجد.
نکته:تجارت را وسیله ای برای هیجان انگیز کردن زندگی قرار ندهید.

اشتباه چهارم: غفلت از بازاریابی

تعداد کمی از صاحبان تجارتهایی که تازه تاسیس شده اند برای بازاریابی اهمیت قائل می شوند و برنامه و بودجه خاصی برای آن اختصاص می دهند، زیرا تصور می کنند که بازاریابی یک خرج غیر ضروری است و یا به علت شکستهای مقطعی از تاثیر بازاریابی در فروش مایوس می شوند.
بازاریابی، فروش فرد را تضمین می کند. اما به یاد داشته باشید که فروش هر روز محدود به همان روز است و لزوما فرآیندی ادامه دار نیست.
نمی توان از مرحله طرح و برنامه مستقیما به مرحله فروش رسید و بازاریابی را فراموش کرد.
این اشتباه از ناآگاهی افراد نسبت به چرخه فروش ناشی می شود. اولین افرادی که برای راه اندازی تجارت به آنها احتیاج دارید، بازاریابها هستند. بازاریاب ها هستند که می توانند شما را به دیگران معرفی کنند. پس از آن موقعیت فروش فراهم خواهد شد.
نکته:قبل از ارسال پیام آشنایی، به دنبال معامله نباشید.

اشتباه پنجم: اسارت در تجارت به جای ریاست به آن

هنگامی که فردی ۳ یا ۴ وظیفه معین را در ۷ روز هفته انجام می دهد نیازی به بهره گیری از شیوه های مدیریتی احساس نمی شود.
در آغاز به کار یک تجارت نیز، اتفاقات ناگهانی اما قابل پیش بینی بوقوع می پیوندد که می توان آنها را توسط تجربیات شخصی یا با استفاده از روش آزمون و خطا حل کرد.
اما همین طور که تجارت شما رشد می کند،مسائل پیچیده تر خواهند شد و این دو روش دیگر پاسخگوی آن ها نخواهند بود.
شما مسئول همه چیز هستید. شما باید اهداف تجارت را تعیین کنید و روش ها را انتخاب کنید، یا شخصی را برای انجام این وظیفه منصوب کنید.
بدون داشتن سیاست معین و شفافی در مورد مشخصات مشاغل، استخدام ها، اخراج ها، تعطیلات، نحوه جبران کمبودها، چگونگی ترفیع ها و... شرکت و تجارت نوپای شما در معرض آسیب ها و خطرات جدی قرار خواهد گرفت و نهایتا" تجارت شما ضعیف خواهد شد.
توجه کنید که کتاب راهنمای قوانین شرکت شما (حتی در حد یک صفحه) باید وجود داشته باشد.
نکته:اختیارات و وظایف خود را فراموش نکنید.

اشتباه ششم: پیش بینی ناقص بودجه

تازه کاران تجارت معمولا" نیازهای مالی خود را دست کم می گیرند. این افراد، در ابتدای کار هزینه زیادی را صرف خرید لوازم اداری و محصولاتی می کنند که ممکن است بسیار تخصصی تر از آن چه باشد که به آن نیاز دارند. هم چنین به این موضوع توجه نمی کنند که اکثر مشتریان به طور اقساط خرید می کنند و بازگشت پول به کندی انجام می گیرد.

به همین علت مشاوران مدیریت معمولا" پیشنهاد می کنند که پس از محاسبه بودجه مورد نیاز خود برای راه اندازی تجارت، حداقل ۵۰٪ به آن اضافه کنید. به این ترتیب برای مدیریت ریسک های احتمالی آماده خواهید شد.

نکته:در مورد بودجه واقع بین باشید.

اشتباه هفتم: روابط غلط

شروع هر فعالیتی احتیاج به کار فراوان و سیستم پشتیبان دارد. فشار تعهدات زمانی و مسائل مالی باعث بروز مشکلاتی در روابط خواهد شد.

باید قدری از بار خود را سبک کنید و از کمک نزدیکان و دوستان خود در حد امکان استفاده کنید.

نکته:نگذارید که یک اشتباه باعث یک عمر پشیمانی شود.

بسیاری از اشتباهات به این دلیل بروز می کنند که تازه کاران تصور می کنند که تمام کارها را باید خود به تنهایی انجام دهند.

به جای این کار بهتر است نقاط قوت خود را بشناسید و کمبودهای خود را بپذیرید و بعضی از امور را به دست متخصصین خاص آن بسپارید.

هنگامی که به مسائل و شکست های اجتناب ناپذیر برخورد می کنید، این ضرب المثل قدیمی را به یاد بیاورید که:هر شکست پلی است برای پیروزی های آینده.

استراتژی ها و تاکتیک های مدرن در تجارت



تاکتیک های جدید تجارت اغلب بر ایجاد برندها و محصولات بین المللی تاکید دارد، اما قبل از ایجاد هر محصول، ارزیابی تقاضای بالقوه در سراسر دنیا اهمیت بسیار زیادی دارد. بااینکه کمپانی ها و شرکت های بسیاری این جنبه را در تولید یک برند یا محصول جدید در نظر می گیرند اما برخی از شرکت فقط بر کسب تحسین و استقبال جهانی و شناخته شدن در سراسر دنیا متمرکز می شوند. و نتیجه چیزی نخواهد بود جز ناامید شدن مشتری و فروش ناامیدکننده.

کمپانی های بخش تولید و خدمات دریافته اند که برای دستیابی به اقتصاد معیار باید سیاست های مدیریتی برپایه استراتژی های جدید بیزنس طرح ریزی کنند. قادر به فروش یک محصول خاص یا به بازار آوردن یک برند در سطح جهانی به افزایش کارایی فعالیت های مرتبط صنعتی آنها مثل بسته بندی محصول، گرافیک و تبلیغات آنها نیز کمک می کند. همچنین می توانند از منافع ناشی از استفاده تکنولوژی، مشخصات محصول و مواد خام متداول نیز بهره ببرند. اما حرف زدن درمورد حفظ آن حضور جهانی بسیار ساده تر از انجام آن است. ساده ترین راه حل شرکت ها تشخیص اولویت ها در کشورهای مختلف و ایجاد تغییرات کوچک در طرح پایه محصول است. این بهترین راه برای بهینه کردن محصول یا خدمات برای بازار جهانی و محلی است. استراتژی های بیزنس با مدیریت کارآمد جریان های سرمایه منابع انسانی و سایر عوامل تولید در ارتباط است.

استفاده از فناوری اطلاعات در تقریباً همه انواع فرایندهای صنعتی با رشد استراتژی ها و تاکتیک ها در ارتباط است با کمک اینترنت، اطلاعات مربوط به ایده ها و طرح های جدید بسیار سریع در سراسر جهان پخش می شود. به همین دلیل است که استراتژی هایی که از رشد محصولات یا تسهیلات حمایت می کند باید با سرعتی بیشتر از قبل حرکت کند. هر تاکتیک یا استراتژی بیزنس که به روز نباشد، در دستیابی به اهداف دپارتمانی و سازمانی ناکارآمد تلقی خواهد شد.

استراتژی های جدید بیزنس بر استفاده از آخرین ابزارهای ارتباطی مثل کنفرانس های ویدئویی و ایمیل برای بهبود ارتباط در سازمان و همچنین با مشتریان تاکید دارد. تکنیک های مدیریت پروژه که در برخی از بزرگترین کمپانی های چندملیتی مثل سونی، اینتل، مایکروسافت، تایم و سایرین استفاده می شود بر مبنای این استراتژی های بیزنس است. با عادی شدن ادغام شرکت های چند میلیارد دلاری، کمپانی ها بر ایجاد استراتژی های خلاقانه تر به جای تمرکز خالی بر تکنیک های پذیرفته شده تمرکز می کنند. سازمان هایی مثل Merck و Glaxo-Welcome که با ادغام چند شرکت رشد کرده اند، خط تولید محصول بین المللی خود را با کمک استراتژی ها و تکنیک های بیزنس تشخیص داده اند.

با کمک استراتژی های خرید، غول های جهانی مراکز تولید را در محل های صنعتی با کمترین هزینه و در کمترین زمان ممکن تشکیل می دهند. اگر استراتژی های مدرن بیزنس به کار روند، می توانند تفاوت های کشوری را به راحتی از میان بردارند. از این استراتژی ها می توان برای روش های خلاق مدیریت پروژه که به ایجاد یکپارچگی و اقتصاد فروش کمک می کند، استفاده کرد. این تکنیک ها خلاقیت علمی را تشویق کرده و به ایجاد توانایی اجرای تعهدات و ارائه استانداردهای بالاتر رضایت مشتریان کمک می کند. استراتژی های مدرن بیزنس بر محور تولید و بازاریابی محصولات و برندهای بین المللی که بعدها وارد بازارهای محلی می شوند استوار است. به همین ترتیب، در دنیای امروز که رو به جهانی شدن است، بحث بومی سازی جزء لاینفک تقریباً کلیه استراتژی ها شده است.

مدیریت زمان

بازاریابی و فروش

مدیریت استراتژیک

خلاقیت و کار آفرینی

مقالات بیشتر در آدرس :

http://workforliving.com/Default.aspx?tabid=۳۹۹



بورس کالا چیست؟

بورس کالا چیست؟ بورس کالا بازاری متشکل و سازمان یافته است که در آن به طور منظم کالا یا کالاهاي معيني با روش هايي مشخص مورد معامله قرار مي‌گيرند . معمولا در اين بازار تعداد زيادي از عرضه‌كنندگان، كالاهاي خود را به خريداران عرضه مي نمايند.

هرچند از نظر تئوري طبقه‌بندي‌هاي متعددي براي بورس كالا وجود دارد؛ اما با گسترش بازارها، عملا چندين نوع ازنظام هاي اقتصادي بورس كالا در قالب يك تشكل متمركز قرار گرفته است. به طور معمول بورس‌هاي كالايي را در كنار بورس‌هاي اوراق بهادار تعريف مي‌كنند. رسم است كه كالاهاي خام و فرآوري نشده مانند فلزات، پنبه، گندم، برنج و... در بورس كالا داد و ستد مي شون

اهداف و مزاياي بورس كالا بي شك از مهمترين اهداف تاسيس بورس كالا ايجاد بازاري قانونمند، شفاف سازي معاملات و قيمتها ، حذف واسطه گريهاي غيرضروری و مبادله آزاد كالا بين عرضه كنندگان و تقاضا كنندگان است. حضور مستمر نهادهاي نظارتي ، توليدكنندگان، مصرف كنندگان و تجار به همراه حضور كارشناسان و ناظران ، بازاري شفاف و عاري از خلل در روند عرضه و تحويل كالا را نويد مي دهد. در واقع خريداران و فروشندگان در بورس كالا با خيالي آسوده ازخريد و فروش خود ، از مزاياي مترتب بر قوانين و مقررات حاكم بر بورس برخوردار مي‌شوند.

مهمترين اهداف بورس كالا را مي توان به شرح زير خلاصه نمود:

- ايجاد بازاري منسجم ، سازمان يافته و قانونمند براي تسهيل داد و ستد نقدي و آتي كالا ، كه در آن قيمت ها به صورت شفا ف و در اثر تقابل آزاد عرضه و تقاضا كشف مي شود.

•سامان دهي بازار كالاهاي خاص نظير محصولات فلزی كشاورزي ، انرژي و پتروشيمي از طريق مكانيزم اجرائي ناظر بر تعهدات و منافع طرفين معامله.
•كشف قيمت كالاها براساس تعامل و تقابل عرضه و تقاضا و نياز بازار.
•حذف واسطه گري و واسطه هاي غيرضروري در معاملات و خريد و فروش مستقيم بين فروشنده و خريدار.
•كاهش نوسانات مخل بازار و امكان انتقال ريسك.
•كاهش ريسک بين فروشنده و خريدار به دليل اجراي عمليات از طريق اتاق پاياپاي.
•امكان انجام معاملات نقدي و آتي كالا با استفاده از ابزارهاي مناسب.
•فراهم سازي تسهيلات مالي براي خريد و فروش.
•تحليل آماري وضعيت بازار و ارائه خدمات مشاوره در پيش‌بيني نوسانات بازار كالاها به منظور كمك به طرفين معاملات در برنامه ريزي و انجام به موقع تعهداتشان.
•حركت از يک بازار سنتي به سمت بازار مدرن سرمايه و كالا و تعامل بهتر و قوي تر با بازارهاي بين المللي.
•استفاده از مكانيزم فروش سلف در جهت كسب نقدينگي براي بنگاه هاي توليدي
•استفاده از مكانيزم معاملات آتي در جهت كاهش ريسك بازار و نيز رونق بخشيدن به بازار كالا و حفظ منافع توليد كنندگان و مصرف كنندگان

بورس كالا چيست؟

به طور كلي، مراجعه كنندگان به بورس كالا را مي توان در دو دسته بندي جداگانه قرار داد:

•دسته اول كساني هستند كه مي‌خواهند از ريسك نوسان كاذب قيمت ها در امان باشند و در واقع بورس‌هاي كالا، به عنوان خطرپوش شناخته مي‌شوند، مانند توليدكنندگان كالا، مصرف كنندگان عمده.
•دسته دوم، بر خلاف گروه اول كساني هستند كه از نوسانات قيمت استفاده كرده و سود خود را حداكثر مي كنند. در بورس‌هاي كالا، اين گروه با نام سوداگران (Speculator) شناخته مي‌شوند.

دست اندركاران بورس كالا
توليدكنندگان و بازرگانان مواد اوليه :

همواره يكي از بزرگترين مشكلات توليد كنندگان در ايران مشكل تهيه مواد اوليه به دليل عدم شفافيت بازار، نامعلوم بودن روند آتي قيمت محصولات و ناكارآمدي نظام تعيين قيمت و توزيع محصولات بوده است. ايجاد بورس كالا ، آهنگ نويد بخشي براي رفع مهمترين بخش از فرآيند عمليات يك واحد توليدي است.
توليدكنندگان مي توانند با استفاده از ابزارهاي داد و ستد در بورس ، در برابر نوسانات قيمت ايمن شوند و با خريد و فروش قراردادهاي سلف و آتي، ريسك قيمت را پوشش دهند.
بازرگانان نيز مي توانند با همين روش با اطمينان خاطر بيشتري از قيمتهاي آتي براي صادرات و واردات محصولات موردنظرشان تصميمگيري نمايند.

مصرف‌كنندگان:

صنايعي كه مواد عرضه شده در بورس كالا را به عنوان مواد اوليه خود دريافت مي نمايند،

نقش بسيار مهمي در بازاربرعهده دارند. طبيعتا اين صنايع نيز براي برنامه ريزي توليد خود، تمايل دارند از خطرات ناشي از نوسان قيمتها ايمن شوند و با برآوردي مطمئن از قيمت تمام شده، به توليد اقتصادي بپردازند. براي اين گروه، بورس كالا مكان مطمئني براي خريد مواد اوليه، دريافت اطلاعات موثق در مورد روند قيمت‌ها و در نتيجه تضمين سود شركت است.

سازمان‌هاي ناظر ، ارائه كنندگان خدمات جنبي و كارشناسان تحليل گر بازار:

هر چند اين نهادها و افراد به طور مستقيم در مبادلات شركت نمي‌كنند، اما وجود آنها در رونق يا امنيت بازار ضروري است. شركتهاي بيمه، بانكها، انبارها، شركتهاي حمل و نقل، اتاق پاياپاي وكارشناسان تحليل گر از جمله ارائه دهندگان اين خدمات و تسهيلات هستند.

بورس كالا چيست؟
برخلاف سازمان بورس اوراق بهادار، شركت بورس كالا صرفا رسالت عرضه سهام شركت‌ها را عهده‌دار نيست و در بعد رسالت عرضه كالا بايد هيات‌مديره شركت بورس كالا در تركيب خود، حداقل دو نفر صاحب‌نظر داراي مقبوليت بين توليدگنندگان و خريداران و دانش حرفه‌اي و كاربردي در زمينه خريد و فروش كالاهاي مورد معامله را داشته باشد.

بورس كالا چيست؟
يك بازار متشكل و سازمان‌يافته كه به طور منظم كالاهاي معين از جمله فلزات و مواد معدني (كاني‌ها)، انرژي، محصولات كشاورزي در آن با سازوكار خاص مورد معامله قرار مي‌گيرد.

الزام‌هاي قانوني بورس كالا چيست؟
تا قبل از تصويب برنامه سوم توسعه اقتصادي كشور، براي راه‌اندازي بورس كالا، خلا قانوني وجود داشت، اما با توجه به ماده ۹۵ از بند «ج» برنامه سوم توسعه دولت موظف شد نسبت به ايجاد بورس كالا با همكاري دستگاه‌هاي ذي‌ربط اقدام كند.

بورس كالا چه منافعي را به دنبال دارد؟
سازماندهي بازار اوليه (عرضه اوليه) و شفافيت بازار از جهت عرضه، تقاضا، قيمت واقعي كالا و تصحيح ساختار بازار، شفاف بودن نحوه انجام معاملات خريد و فروش اعم از عرضه‌هاي اوليه يا ثانويه، برخورداري توليدكنندگان و تجار از مزاياي مترتب به قوانين و مقررات حاكم بر بورس، افزايش كارآيي و بهره‌وري بازاريابي و شفافيت و سهل‌الوصل بودن اطلاعات معامله‌ها را مي‌توان از جمله حداقل منافع و اهداف بورس كالا برشمرد.

چه گروه‌هايي با بورس در تعامل نزديك هستند؟
توليدكنندگان، كارگزاران، بازارسازان و تجار در تعامل نزديك با اين بورس قرار دارند كه تركيب پيشنهادي براي سهامداران بورس كالا براي كارگزاران ۲۰درصد، صنوف ۴۰درصد، نهادهاي مالي ۱۰درصد و مردم ۳۰درصد است.

اعضاي هيات‌مديره بورس كالا بايد چه ويژگي‌هايي داشته باشند؟
بايد از مقبوليت و توانمندي فردي براي تصميم‌سازي و تصميم‌گيري متناسب با شرايط بازار برخوردار باشند .
در اين ميان، دبيرخانه بورس كالايي در بورس فلزات مستقر است كه نياز به تدوين حجم زيادي از مقررات بوده كه تا چند سال اين روند نيز ادامه خواهد داشت و براي بالا رفتن قدرت آيين‌نامه‌ها ديدگاه‌هاي صاحبنظران باتجربه و كاربردي ضروري احساس مي‌شود .

آيا نوع فعاليت بورس كالا تغيير خواهد كرد؟

بورس کالا که ناشي از ادغام بورس فلزات و بورس اوراق بهادار است از نظر نوع فعالیت هیچ تغییري نخواهد کرد و فقط نحوه ساختار حقوقي آن/ مالیکت آن متفاوت خواهد بود و همانند روال گذشته بخشي از کالاها براساس حراج حضوري و کشف قیمت واقعي انجام خواهد شد.
در بورس کالا عضویت در هیات‌مدیره با نهادهاي مالي و تولیدکنندگان کالا است و اسامي نمایندگان شرکت‌هایي که به عنوان اعضاي هیات‌مدیره شرکت بورس کالاي ایران (سهامي‌عام) انتخاب شدند براي تایید صلاحدید به سازمان بورس و اوراق بهادار ارائه شد.

تاریخچه بورس کالا و سایر بورسهای کالایی در دنیا

جايگاه بورس هاي كالا در جهان

بررسي روند پيدايش و تكامل بورسهاي كالا در جهان حاكي از آن است كه ظهور و بسط فعاليت هاي اين گونه بازارها در عرصه اقتصاد كشورها از قرن ۱۹ به بعد در پي پاسخ گويي به برخي از نيازمندي هاي اقتصادي و در بسياري موارد رفع برخي تنگناها و موانع در بازار كالاها بوده است.

به عبارت ديگر ، وجود برخي مشكلات در بازار كالا (چه در بخش عرضه ، تقاضا و چه در بخش توزيع) و به تبع آن نوسانات قيمت كالاها و همچنين برخي از نارسايي ها و ناكارآمدي هاي بازارهاي سنتي از يك طرف و مزايا و منافع ايجاد و راه اندازي بورسهاي كالا و توانمندي آنها در رفع مشكلات فوق الذكر از طرف ديگر، مهمترين انگيزه و عواملي هستند كه موجب پديدار شدن بورس هاي كالا در صحنه اقتصاد كشورهاي مختلف گشته اند.

نارسايي هاي بازار سنتي در شكل هاي نوسانات كاذب و عدم شفافيت در كشف قيمت و فقدان تضمين هاي لازم براي معامله گران از مهمترين دلايل راه اندازي بورس هاي كالايي در كشورهاي جهان بوده است.

در چنين شرايطي راه اندازي بورس هاي كالايي و به تبع آن، استفاده از ابزارهاي مشتقه به ايجاد يك نظام سازمان يافته داد و ستد و توزيع كالاها در كشور هاي مختلف منجر شده و راه ورود به بازارهاي جهاني را براي كشورها تسهيل نموده است . از اين رو هم اكنون صد ها بورس كالايي مدرن در سراسر جهان دايز مي باشد كه از قديمي ترين آنها مي توان به موارد ذيل اشاره كرد :

1- بورس تجاري شيكاگو (CME) با ۱۷۰ سال سابقه

2- بورس فلزات لندن (LME) با ۱۳۰ سال سابقه

3-بورس كالاي نيويورک(NYMEX)

4- بورس كالاي توكيو(TOCOM)

5- بورس كالاي شانگهاي(SHFE)

6- بورس كالاي هند(MCX)



طبقه بندی بازارهای مالی

بازارهای مالی بر پایه معیارهای متفاوتی قابل طبقه‌بندی هستند:
طبقه‌بندي بر اساس نوع دارايي
طبقه‌بندي بر اساس مرحله عرضه اوراق بهادار
طبقه بندي بر اساس سررسيد تعهدات مالي

بر اساس نوع دارايي، مي‌توان بازار اوراق بهادار را به دسته‌هاي زير تقسيم‌بندي كرد:

الف- بازار سهام در این بازار، سهام شرکت‌ها که نشانگر مالکیت دارنده آن در شرکت است، دادوستد می‌شود.

ب - بازار اوراق بدهی بازاری است که در آن ابزارهای با درآمد ثابت(اوراق قرضه) دادوستد می‌شوند.

ج - بازار ابزارهاي مشتق بازاري است براي معاملات ابزارهايي مبتني بر دارايي‌هاي مالي يا فيزيكي كه از آن جمله مي توان به اختيار معامله و قرارداد آتي اشاره كرد.

طبقه بندي بر اساس مرحله عرضه اوراق بهادار:
بازار دست اول (اولیه) شرکت‌ها، مؤسسات و بنگاه‌های اقتصادی برای تأمین منابع مالی مورد نیاز خود به مبالغ هنگفتی نیاز دارند که اغلب این منابع را در مقابل واگذاری اوراق بهادار خود، به‌دست می‌آورند. واگذاری اوراق بهادار و تأمین اعتبار برای اولین بار در بازار دست اول انجام می‌شود. به عبارت دیگر در بازار دست اول، اوراق بهادار برای نخستین بار منتشر می‌شوند. براین اساس فروشنده اوراق بهادار در واقع همان ناشر اوراق بهادار است.
بازار دست دوم (ثانویه) پس از عرضه اوراق بهادار در بازار اولیه و به منظور آن که این اوراق بتوانند مورد دادوستد قرار گیرند، به بازار دیگری نیاز است که به آن بازار ثانویه اوراق بهادار گفته می‌شود. در این بازار، اوراق قابلیت دادوستد پیدا مي‌كنند. وجود بازار دست دوم، صرفاً به این دلیل است که قابلیت نقدشوندگي اوراق بهادار منتشر شده در بازار دست اول را افزایش دهد، ضمن این‌که شرایطی فراهم می‌آورد که قرض‌دهندگان و قرض‌گیرندگان در صورت لزوم به آسانی بتوانند تصمیمات سرمایه‌گذاری خود را تغییر داده، به فروش اوراق بهادار خریداری شده یا خرید اوراق بهادار دیگر اقدام نمایند.

دادوستد در بازار دست دوم به دفعات نامحدود انجام می‌شود و بنابراین با جابجا شدن مالکیت ابزارهای مالی قابل دادوستد در آن بازار، قدرت نقدشوندگی زیادی ایجاد می‌شود. در این حالت، از نقد شدن پیش از سررسید بدهی واحدهای متقاضی سرمایه یا ناشران اوراق بهادار جلوگیری می‌شود و در نتیجه ضربه‌های کمبود نقدینگی تأثیر محدودتری بر واحدهای سرمایه‌گذار خواهد داشت.

طبقه بندي بر اساس سررسيد تعهدات مالی:

الف) بازار پول

بنا به تعریف، بازار پول بازاری برای دادوستد پول و دیگر دارایی‌های مالی جانشین نزدیک پول است که سررسید کمتر از یک‌سال دارند. همچنین می‌توان از بازار پول به عنوان بازار ابزارهای مالی کوتاه مدت با ویژگی اندک بودن ریسک عدم پرداخت، نقدشوندگی و ارزش اسمی زیاد نام برد. تمرکز فعالیت این بازار در استفاده از ابزارهایی است که به اشخاص و بنگاه‌های تجاری این امکان را می‌دهند که به سرعت نقدینگی خود را به میزان مطلوب درآورند.

ب) بازار سرمایه

برپایه طبقه‌بندی بازار مالی با نگرش به سررسید دارایی‌ها، بازار سرمایه به بازار دادوستد ابزارهای مالی با سررسید بیشتر از یک سال و دارایی‌های بدون سررسید اطلاق می‌شود. این بخش از بازار مالی نقش مهمتری در گردآوری منابع پس‌اندازی و تأمین نیازهای سرمایه‌گذاری واحدهای تولیدی دارد. بازار سرمایه نسبت به بازار پول بسیار گسترده‌تر است و از تنوع ابزاری بیشتری برخوردار است.

مهمترین کارکرد بازارهای مالی شامل بازارهای پول، سرمایه و بیمه در اقتصاد ملی، تجهیز منابع پس اندازی و هدایت آن به سوی فعالیتهای مولد اقتصادی است، ضمن آنکه تعیین قیمت وجوه و سرمایه، انتشار و تحلیل اطلاعات و توزیع ریسک اقتصادی نیز اغلب در شمار کارکردهای این بازارهاست.

روانشناسی جذب ثروت

انواع قراردادهای قابل معامله

مدیریت سرمایه و ریسک

مقالات بیشتر در آدرس :

http://workforliving.com/Default.aspx?tabid=۳۹۸



www.wfl.ir

www.workforliving.com