



## خلاصه کتاب پیش به سوی کارآفرینی (اثر: جیمز آر. کوک)

### مقدمه

اهداف این کتاب، راهنمایی شما برای آغاز و ادامه کسب و کار، آموزش مدیریت کسب و کار، ایجاد انگیزه برای راهاندازی کسب و کارهای تازه و معرفی کارآفرینان مشهور است.

کارآفرینان کسانی‌اند که با ایجاد محصولات و خدمات نوین مورد نیاز مردم، به پاداش‌های اقناع‌کننده دست می‌یابند؛ از هیچ، کسب و کاری جدید خلق می‌کنند؛ به رغم مخاطرات بسیار، مبدع کارهای جدید می‌شوند؛ به تنهایی و بدون دخالت مدیریت، تصمیم می‌گیرند که چه مقدار از سرمایه خود را گسترش دهند، یا آن را محدود کنند؛ آنها بنیان‌گذاران شرکت‌ها و پدیدآورندگان مفاهیم و ایده‌های جدیداند؛ با تمام نیرو و اراده از عقاید خود دفاع می‌کنند؛ و باورهای خود را با اراده‌ای خلل‌ناپذیر به پیش می‌برند و در برابر آنچه دیگران غیرممکن یا ناکارآمد می‌پندارند، ایستادگی می‌کنند.

شاخصه تمام کارآفرینان موفق، خلاقیت، نوآوری، ریسک‌پذیری، استمرار کار بیش از دیگران و انجام کار بیش از حد نیاز است. تقریباً، تمام کسانی که به قله موفقیت رسیده‌اند، از تمام اشخاصی که به حد آنان نرسیده‌اند، بیش‌تر و سخت‌تر کار کرده‌اند؛ تحقیق و مطالعه کرده‌اند و دقیق‌تر برنامه‌ریزی کرده‌اند. آنها ضمن پرهیز بیش‌تر، به خود «نه» گفته‌اند و مشکلات بیش‌تری را از سر راه برداشته‌اند. مهارت در سرمایه‌گذاری و مدیریت مدبرانه‌ی کسب و کار، توزیع مجدد ثروت را تضمین می‌کند. در سطور زیر، مقوله‌های: یافتن زمینه کاری مناسب، آغاز و راهاندازی آن، کارمندیابی، اصول و راه‌کارهای برنده شدن، مدیریت، بازاریابی، فروش، اثرقوانین مالیاتی، تنوع بخشی، کناره‌گیری و فروش کسب و کار به اختصار ارائه شده است.

### ۱) آغاز کار یک مبارزه است:

اساسی‌ترین گام برای یک کارآفرین، تصمیم‌گیری برای راهاندازی و آغاز کار است. آغاز کسب و کار جدید به شجاعت و همت بسیاری نیاز دارد. مشکلات کسب و کار تنها با ایستادگی و پشتکار برطرف می‌شوند. هر کسب و کار تازه علاوه بر مشکلات معمول، مشکلات خاص خود را نیز دارد و کارآفرین در شروع کار مجبور است راه خود را از میان طیف بی‌پایان مشکلات باز کند. البته تمام این مسائل و مشکلات قابل حل‌اند. کسانی که مقاومت می‌کنند و از مشکلات نمی‌هراسند، به موفقیت‌های چشمگیری نائل می‌گردند. گاه، پول پاداشی نیست که فوراً به دست آید؛ اما تجربه می‌تواند از مثال‌ها طلا ارزشمندتر باشد. هرچه ثروت خود را دیرتر به دست آورید، بیش‌تر خواهد بود.

### ۲) چگونه زمینه کاری مناسبی بیابید:

شغل فعلی شما منبعی غنی از ایده‌ها و مفاهیم است. نیازهای بی‌پاسخ مانده بهترین راه برای یافتن یک فرصت کاری‌اند. دفترچه یادداشت کوچکی تهیه کنید. یک صفحه را به «نیازها» و صفحه بعد را به «خطاها»



اختصاص دهید و هر روز از چیزهایی که دلخوری و نیازهایی را که تشخیص می‌دهید در آن یادداشت کنید. در هر کسب‌وکار باید به دنبال فرارفتن از حد فعلی ارائه خدمات یا روش‌های فعلی انجام کارها باشید. یک کسب و کار می‌تواند نتیجه کشف راهی جدید، بهتر یا ناشناخته، برای انجام یک کار باشد. باید، آنچه به دنبال هستید، مشکلی را حل کند یا نیازی را پاسخگو باشد. **فرمول موفقیت ارائه خدمات کمی بهتر و کمی بیشتر است.** رفتارهای مبتنی بر بی‌تفاوتی، بی‌دقتی و لاپالایی‌گری و خدمات ناکافی، فرصت‌های کسب و کار ایجاد می‌کنند. ایده خدمات رسانی؛ در کسب و کار، بهترین تضمین‌کننده موفقیتی است که می‌توانید داشته باشید. باید عاشق خدمت‌رسانی باشید، یعنی کمال‌گرایی مصمم باشید که هدفش آسودگی و خشنودی مشتری است. زندگی خدمت است و کسی پیشرفت می‌کند که به هم‌نوعان خود کمی بیشتر و بهتر خدمت کند. اعتبار بیشتر و خدمات بهتر است که وفاداری مشتری را تضمین می‌کند. قبل از اینکه به موفقیت عظیمی دست یابید، به ماه‌ها و سال‌ها تلاش و کار و زحمت نیاز دارید. کارتان را با پروژه‌های کوچک ولی مورد نیاز شروع کنید. شما چیزی می‌خواهید که بتوانید ده سال یا بیشتر به تولید آن ادامه دهید، در این صورت است که سود واقعی به دست خواهید آورد.

کارهای کوچک خدماتی، سریع‌ترین و راحت‌ترین کارها برای شروع هستند. باید در تولید کالاها و ارائه خدمات، بالاتر از حد وظیفه عمل کنید. فرصت یعنی روشی بهتر برای ارائه خدمات و رفع نیازهای جامعه بشری. به یاد داشته باشید بزرگان بزرگ، ده یا بیست‌سال در پستی و بلندی‌ها دست و پا می‌زنند و سختی‌ها را تحمل می‌کنند. اگر احتیاجات، خواست‌ها و ناامیدی‌ها را دقیق بررسی کنید، فرصتی را کشف خواهید کرد. چرا ناراضی هستید؟ چه چیزی شما را عصبی می‌کند؟ چه آرزویی دارید؟ دلتان چه می‌خواهد؟ چگونه می‌توانید مشکلات دیگران را حل کنید و خواست‌ها و نیازهای آنان را پاسخگو باشید؟ باید زندگی را برای مشتریان خود بهتر، ساده‌تر، شادتر و پرمفعت‌تر کنید. برای شروع، کارهای خدماتی، ساده‌تر از کارهای تولیدی‌اند. تنها تحولی که در یک کسب و کار خدماتی به آن نیاز دارید ارائه خدمات برتر است. وقتی خدمات ضعیف را بررسی کنید، به فرصت‌های بی‌شماری دست خواهید یافت. شرکتی که محصولی جدید تولید می‌کند باید بر کیفیت تأکید کند و به دنبال فروش‌های قابل تکرار و همیشگی باشد. پس از آغاز کار، ایده‌ها و فرصت‌های جدیدی به ذهن‌تان خطور خواهد کرد که پاداش‌های بزرگ‌تری خواهد داشت.

شاید شما تصمیم به خرید کسب و کاری دارید. در صورت داشتن سرمایه لازم، این کار مزایای مشخصی دارد. برای موفق شدن و کشف موقعیت‌ها و متحول کردن آنها به ابتکار کارآفرینی نیاز دارید.

### ۳) چگونه شرکت خود را راه‌اندازید:

مصرف‌کنندگان، فرمانروایان واقعی بازارند؛ لذا شما باید با ارائه کالاها و خدمات پرمزیت آنان را راضی نگهدارید. گام‌های اساسی راه‌اندازی کسب‌وکار، عبارت است از: تدوین طرحی برای کسب و کار (تعیین خدمت یا محصول و فهرست کردن اهداف و مقاصد)؛ تنظیم بودجه برای نخستین سال عملیات کسب و کار،



تهیه سرمایه، انتخاب وکیل، نامگذاری شرکت، به ثبت رساندن آن، جمع‌آوری اطلاعات پیرامون رقبا و بازار و بهبود مهارت‌هایی که در حیطه روابط انسانی قرار می‌گیرند.

باید بر شکاف بازاری متمرکز شوید که می‌توانید در آن برنده باشید. یکی از بهترین همکاری‌ها، همکاری یک کاسبکار و یک مخترع یا دانشمند است. باید در شروع کسب‌وکار جدید، پیرامون رقبا، قیمت‌گذاری، بازاریابی و توزیع، اطلاعات دقیقی جمع‌آوری کنید. شخصیتی خوب، که دانش جذب مشتریان و اثرگذاری بر آنان را داشته باشد، سکوی پرتاب برای نیل به فروشی موفق است. مشاوره با یک حسابدار تحصیل‌کرده‌ی خوب و تدوین یک برنامه‌ی مالی شفاف ضروری است. به پنج سال زمان و ده برابر بودجه‌ی اولیه نیاز است تا به درآمد زایی برسید. فلسفه حاکم بر شرکت‌های موفق نشان‌دهنده‌ی ضرورت تعهد به کیفیت، خدمات، ارزش و اطمینان‌پذیری است. مطمئن‌ترین شالوده تولید، کیفیت است؛ پس شما نیز باید ضمن عرضه بهترین خدمات، مشتری را اصل بدانید؛ به همه قول‌های خود جامه عمل بپوشانید؛ کسب و کاری کیفیت مدار ایجاد کنید و در انجام کارهای کیفی اصرار ورزید و ترکیب این اصول است که یک مؤسسه موفق را پابرجا نگه می‌دارد.

#### ۴) چگونه کارمند بگیرید و روابط خود را تنظیم کنید:

روابط میان کارفرما و کارمند رابطه‌ای برابر و درست مانند بزرگراهی دو طرفه است و براساس سود مشترک و تقریباً برابر تنظیم می‌شود. کارمندان خون جاری کسب و کارند. بهترین شکل روابط انسانی، ارائه خدمات به طور متقابل است. افرادی را استخدام کنید که از خودتان توانا تر باشند. تمام روابط جدید انسانی یک دوره کوتاه مدت ماه عسل را طی می‌کنند. اگر در این دوره کاستی‌ها و انحرافات را دیدید باید بدانید که فقط در حال مشاهده نوک یک کوه یخ هستید. شما باید با مشورت مشاور بیمه، بیمه‌ای مطمئن با توان بالای محافظت بخرید. مهم‌ترین دارایی اصلی فرد اعتبار است؛ پس باید بتوانید درباره کارهایی که درست انجام نشده‌اند، بی‌رودربایستی سؤال کنید.

سعی کنید هرگز یک اشتباه را دوبار تکرار نکنید. از سویی دیگر، شخصی که می‌خواهد کسب و کار بزرگی راه بیندازد، نیاز به عدالت دارد.

یک کارآفرین باید محیط کاری‌ای ایجاد کند که در آن، امکان رشد و پیشرفت برای افراد وجود داشته باشد. بررسی مواردی چون سابقه کاری، معرفی‌نامه‌ها، و نتایج امتحانات، عموماً در انتخاب کارمندان مفیدند و بر برداشت کلی شما از فرآیند مصاحبه اثر می‌گذارند. بهتر است با کارمندان جدید قرارداد رسمی ببندید. هیچ‌دو نفری نمی‌توانند منظور دقیق خود را شفافاً به هم تفهیم‌نمایند. هرگز بدون توافق مشاور حقوقی خود چیزی امضا نکنید. (هرقدر هم که به نظر بی‌خطر بیاید).

#### ۵) چگونه با تکیه بر سه اصل راه خود را هموار کنید:



یک فلسفه عملیاتی سالم، نه تنها چشم‌انداز مورد نظر یک شرکت را مشخص می‌کند، بلکه بنیان اصول مستحکم مدیریت سازمان را می‌گذارد. نخستین اصل در کسب و کار درستکاری است؛ پس درستکاری و تعهد شما باید فراتر از حرف باشد و از عمق وجودتان برخیزد. امانتداری، درستکاری و تعهد موجب می‌شود مردم به شما اطمینان کنند و تجارت شما رونق پیدا کند و روابط کاری فعال شود. یک کسب و کار بزرگ بدون اتکاء بر درستکاری و صداقت، بسیار کم تر محقق می‌شود. صداقت در کسب و کار یعنی: صداقت در احترام صادقانه به تعهد اخلاقی در خصوص کسانی که به شما اعتماد می‌کنند و امور مالی‌شان را به شما می‌سپرنند؛ صداقت در جلوگیری از ساکن ماندن سرمایه سرمایه‌گذاران و صداقت در استفاده از روش‌هایی که در درازمدت، موجب کسب اعتبار، آبرو و موقعیت خوب می‌شوند. هیچ شرکتی بدون صداقت از مراجعه مکرر مشتری منتفع نمی‌شود.

دومین اصل در یک کسب و کار، اجتناب از پذیرش کمک‌های مالی دولتی است؛ چرا که مشکلات مالی، منجر به تلاش مضاعف، راه‌حل‌های خلاق، ایستادگی و اراده می‌شوند. دریافت نکردن چیزی به صورت رایگان، شاخصه‌های شخصیتی ای ایجاد می‌کند که برای موفقیت دائم مورد نیاز است. سومین اصل، سهیم کردن کارمندان در سود شرکت است. وقتی شرکت شما به سودآوری می‌رسد، باید در تقسیم آن با کارمندان سخاوتمند باشید.

## ۶) راه‌های برنده شدن در کسب و کار:

بین رنج بردن و موفقیت رابطه‌ی نزدیک وجود دارد. از خصائل یک کارآفرین صداقت کامل در روبه‌رو شدن با چیزهایی است که درک نمی‌کند. هرگز اراده‌ی لازم برای شروع دوباره را از دست ندهید. نخستین نیاز فردی که می‌خواهد کسب و کاری جدید را پایه‌گذاری کند، اعتقاد محکم به توانایی‌های خویش است. برای موفق شدن نباید دلواپس عقاید دیگران درباره‌ی خود و یا نظریه‌های‌تان باشید. از این که دیگران شما را ریشخند و تمسخر کنند، نهراسید. توجه داشته باشید که محبوب‌ترین سرگرمی نوع بشر بیان کاستی‌های دیگران است. ویژگی همه‌ی کارآفرینان، توانایی فکرکردن به گونه‌ای متفاوت بوده است. موفقیت تنها با سخت‌کوشی، خردمندی، علاقه، اعتماد به نفس و صداقت به دست می‌آید و تأخیرها و موانع، به طرح‌های نو و تلاش‌های مضاعف منجر می‌شوند. هیچ کارآفرینی نباید پاسخ «نه» را از افراد ذی‌نفع بپذیرد. ابرکارآفرینان وجودشان را بذل کسب و کارشان میکنند. خلاقیت، تلاش، الهامات و عشق آنان به شرکت سرازیر می‌شود. شما هم اگر دوام آورید، به کار ادامه دهید و روحیه‌ی جنگندگی را حفظ کنید، می‌توانید به یک ابرکارآفرین تبدیل شوید.

## ۷) چگونه کسب و کار جدید خود را مدیریت کنید:

هر چه شرکت شما رشد کند و کارمندان بیشتری استخدام کنید، لازم خواهد شد که روش‌های مدیریتی را بشناسید، تا عملکرد بی‌نقص شما را تضمین کنند. در کسب و کار تازه، شما موتور اصلی و بنیادی کیفیت هستید. مهم‌ترین نکته‌ی قابل ملاحظه برای شما و کارمندان، حذر از اشتباهات است. پیشاپیش برای هیچ چیز پول نپردازید و قبل از پرداخت وجه، کالاها را تحویل بگیرید و الزاماً تصمیمات اساسی در خصوص



اهداف و خط مشی های شرکت را خود اتخاذ کنید. از خود بپرسید آیا تصمیمات را برای افزایش منافع خود می گیرید یا برای مهم جلوه دادن خود. تصمیمات خود را تنها بر پایه ی ملاحظات کاری اتخاذ کنید. پیام شرکت شما باید حاکی از این باشد که شما کاملاً به اصول اخلاقی پایبند اید و بیشترین اهمیت را به منافع مشتریان می دهید.

کارمندان شما باید بارها و بارها آموزش ببینند و افرادی را که عملکرد عالی دارند، تحسین و تشویق کنید. هرگز فرصت صحبت کردن با یک مشتری را از دست ندهید. مدیریت به معنای اجرای موثر نوآوری ها، دستورات و تصمیمات مؤسس شرکت است. کارکرد مدیریتی از کارکرد کارآفرینی جدا است و یکی دانستن کارآفرینی با مدیریت اشتباهی جدی است. کارکرد مدیریت همیشه تحت فرمان کارکرد کارآفرینی است. نخستین کلید مدیریت خوب شرکت کسب اطلاعات دقیق است. «کوک»: می گوید: *او پیوسته از مدیران خود می پرسد "توقع دارند دستمزدشان چقدر باشد و مبلغی را که درخواست می کنند به آنان می پردازد.* او اضافه می کند: شما نمی توانید بازندگان را برنده کنید؛ هویت شخصیت های بی ثبات را تغییر دهید، کم کاران را پرکار کنید، یا به دروغگویان و کلاهبرداران شخصیت بخشید پس تنها یکبار سعی خود را بکنید. اگر می خواهید سریعاً پیشرفت کنید باید آنچه را در اینجا توضیح داده شده بارها و بارها بخوانید و متحقق کنید.

#### ۸) چگونه بازاریابی کنید:

شما باید تمام عناصر بازاریابی قوی را بیاموزید. اگر توصیه های این فصل را دنبال کنید، یک بازاریاب ماهر خواهید شد و شرکتی موفق بنا خواهید کرد. اساس برنامه بازاریابی شما باید آموزش دادن به مشتری باشد. هزاران مقاله جالب و هزاران کتاب وجود دارند که به عنوان راهنماهای اصلی می توان به نحوی تأثیرگذار از آنها استفاده کرد. به «مشتریان» از طریق خبرنامه ها، بولتن های فنی، مقالات مندرج در روزنامه ها، مجلات، یا سمینارها نشان دهید که هدف اصلی شما کمک به بهبود «سلامت»، «سود»، یا «شادی» آنها به طریق ممکن است. وقتی مشتریان باور کنند که انگیزه شما رفع نیازهای آنان است و نه پرکردن جیب خودتان، به طور خودکار فروشنده محبوب آنها می شوید. هدف از تمام کارهایی که در بازاریابی، تبلیغات و فروش انجام می دهید، باید بیان این مطلب باشد که شما به چه طریقی به مشتریان خود سود خواهید رساند.

سعی کنید تمام کتاب های تبلیغاتی لازم را که می توانید در حین نوشتن آگهی به آنها مراجعه کنید، در دسترس داشته باشید. انتخاب محل مناسب برای کسب و کار شاید مهم ترین گام در کسب و کار باشد. برای شرکت خود به دنبال نامی عالی باشید که نشان دهنده کسب و کارتان باشد. هدف بنیادین هر نوع تبلیغاتی جا انداختن کسب و کار شما در ذهن مشتری است. بازاریابی خوب به معنای کارمندی مؤدب است و نه گروهی آدامس به دهان که دائم از خود تعریف می کنند و از کمی وقت استراحت می نالند. هر



کسب و کاری تنها یک دلیل برای بقا دارد و آن هم انجام کاری به موقع برای مشتریان است. برای موفقیت به تجربه و تلاش بسیار نیاز دارید و نقطه آغاز تمام موفقیت ها، خواست و اراده ی فرد است.

#### ۹) چگونه بفروشید:

سه روش برای رشد یک کسب و کار وجود دارد: (۱) جذب مشتریان جدید (۲) افزایش میزان سفارش های مشتریان (۳) افزایش دفعات سفارش مشتریان.

مشتریان کنونی شما بهترین مشتریان آتی شما هستند. بازاریابی نیز باید نیروی برانگیزاننده شما باشد. بازاریابان می پرسند مشتری چه می خواهد؟ مشتری چه انتظاری دارد؟ شرایطی که ما باید مهیا کنیم تا مشتری تمایل به معامله پیدا کند چیست؟

مشخصات یک فروشنده خوب عبارت است از: (۱) توانایی هماهنگ شدن با دیگران (۲) سختکوشی (۳) توانایی فکرکردن در ابعاد بزرگ. ارائه یک استراتژی بازاریابی نوین و یافتن راهی تازه برای دستیابی به مشتریان، شیوه هایی هستند که باید مد نظر قرار دهید.

#### ۱۰) چگونه مالیات ها بر کسب و کار شما اثر می گذارند:

قسمت معینی از سود حاصل از کسب و کار شما باید برای پرداخت مالیات ها لحاظ شود. برای پرداخت مالیات ها باید با استفاده از راه های قانونی برنامه ریزی کنید. پرداخت مالیات ها باید بر اساس آنچه که دولت مقرر کرده است، صورت گیرد. همه چیز را در مورد مالیات ها بخوانید و با وکلا و حسابداران مشاوره کنید. هدف شما باید تنظیم صورت حساب های مالیاتی در چارچوب قانون باشد. برای پرداخت های دقیق و منظم مالیاتی خود برنامه ای تهیه کنید. گمراه کردن اداره دارایی می تواند عواقبی جدی در پیش داشته باشد. برای راهنمایی های دقیق در مورد استراتژی های مالیاتی که بر کسب و کار شما تاثیر می گذارد باید با یک مشاور مالیاتی آگاه و یک حسابدار خبره مشورت کنید. هیچ درآمدی را بدون مالیات از آن خود نکنید.

#### ۱۱) چگونه به کسب و کار خود تنوع بخشید:

وقتی شرکت شما کاملاً جا افتاد و کارها به خوبی پیش رفت، وقت آن است که به تنوع بخشی در کسب و کار فکر کنید. بهترین نوع تنوع بخشی، شرکت را به سوی یک کسب و کار شراکتی سوق می دهد. تنوع بخشی باید با کسب و کار اولیه شما هماهنگ باشد. برای اینکه کسب و کاری موفق باشد، باید یک نفر در جزئیات دقیق عملیات روزانه کار غرق شود. برای بقا در یک کسب و کار باید استاد اصول و جزئیات آن شوید که البته این امر به سال ها تجربه نیاز دارد و دست کم پنج سال لازم است تا در کسب و کاری خاص استاد شوید.



شکاف بازاریابی راهی برای استفاده مجدد از مهارت ها و دارایی هاست . شکاف های بازاریابی شامل استراتژی جسورانه و جدید برای بهبود فروش است. هرگز با هیچ فرد ناشناس یا برای هیچ پروژه ناشناخته ای قرارداد طولانی مدت نبندید. باید زمان مناسبی برای ورود به بازار انتخاب کنید . دانش سرمایه گذاری پر از داستان های کسانی است که در خلاف جهت آب شنا کرده اند و به موفقیت های عظیمی دست یافته اند. هیچ چیز در دنیا نمی تواند مانع پیشرفت یک شخص مصمم ، معتقد و مصر باشد .

## ۱۲) چگونه با رکود در کسب و کار برخورد کنید:

کاهش مخارج و هزینه ها را اولین اولویت شرکت قرار دهید. با تمام نشریات و جراید ادواری حیطه کسب و کار خود مشترک شوید و دقیقاً آنها را مطالعه کنید. غرور ناشی از دستیابی به ثروت، زمینه ساز رکود است . برای حفظ پول به تجربه و مدیریت دقیق نیاز است.

همواره، کسی که نقطه ی غروری داشته از آن نقطه ضربه خورده است. وقتی واقعاً بر این باورید که شخصی والا هستید، در پرتگاه احمق نمایاندن خود ایستاده اید ( صفحه ۲۷۶ ).

فروتنی یک ویژگی حیاتی است که به شما اجازه می دهد از سد موانع و مشکلات عبور کنید. هرگز کنترل شرکت خود را به کسی وامگذارید. با امیدواری و استقامت در دوران رکود، می توان با برنامه ریزی مجدد، تعهدات مالی را در اقساط مدت دار پرداخت نمود. در دوران رکود باید از وسوسه ها پرهیز کرد. آگاه باشید که با تقلب یا دزدی از شجاعت و مهارت دور می شوید.

## ۱۳) چگونه از کار کناره بگیری :

بسیاری از کارآفرینان پس از کسب ثروت و امنیت ، اشتیاق خود را به نو آوری از دست می دهند. شخصی که فکر می کند تمام کارهایی را که در توانش بوده انجام داده است اصلاً «فکر» نمی کند. **کیفیت، حاصل تجارب متخصصی است که از هزاران جزئیات تکامل یک محصول درکی کامل دارد .** یک ضرب المثل اسپانیایی می گوید : چشمان صاحب اسب ، اسب را چاق می کند . آیا یک شرکت می تواند پس از آنکه بنیان گذار خود را از دست داد، همچنان به کیفیت و خدمات رسانی خود ادامه دهد . به جای فروش شرکت، عاقلانه تر آن است که هدف ارزشمندی را در نظر بگیرید و بخشی از سودهای حاصله از کسب و کار خود را در راه آن هدف صرف کنید . در راه اهداف ارزشمند و نیکوکارانه، تا بی نهایت می توان پول خرج کرد . **بدترین کاری که می توانید انجام دهید، جمع آوری ثروتی عظیم برای تحویل به فرزندان و نوادگان خود پس از مرگتان است .** چنین میراثی بازماندگان شما را تضعیف خواهد کرد. وقتی افراد را از تلاش برای ادامه زندگی و امرار معاش بی نیاز می کنید، خیلی چیزها را از آنها می گیرید. سختی به همراه خود مهارت و توانایی می آورد. شرایط معمولی برای هر کس، کار سخت ، تهذیب نفس ، فراگیری و اندوختن است و به محض اینکه بازماندگان از نیاز به چنین سعی و کوششی رهایی می یابند، دیر یا زود از لحاظ





جسمی و روحی نابود می شوند. همه باید قبل از اینکه فرصت خلاقیت و تلاش برای رسیدن به خوشبختی را از فرزندان خود بگیرند، به این موضوع فکر کنند.

کسب و کار شما در وهله نخست باید سود رسانی به دیگران باشد نه سود اندوزی برای خود. باید این نکته را به یاد بسپارید که پول به خودی خود ارزش کمی دارد و آنچه با پول انجام می دهید اهمیت دارد.

#### ۱۴) چگونه شرکت خود را بفروشید:

اگر روزی تصمیم به فروش کسب و کار خود بگیرید، باید وکیل و حسابداری که رابطه نزدیکی با آنها دارید، به بهترین نحو، معامله ای مناسب را برای شما ترتیب دهند. شما در وهله نخست باید سعی کنید بهترین پیش پرداخت را دریافت کنید. قراردادهای دراز مدت و پرداخت های مدت دار می توانند برای فروشنده فاجعه بار باشند. هنگام تصمیم گیری باید حضوراً با متخصصان مشورت کنید و این مسائل را حضوری با وکیل و حسابدار خود در میان بگذارید تا از ریزترین جزئیات فروش کاملاً آگاه شوید. باید قبل از معامله، درباره ی خریدار، تحقیق کاملی انجام دهید و از خریدار چک های تضمینی معتبر دریافت کنید.

#### ۱۵) آنچه پس از موفقیت نباید انجام دهید:

از قدرت اقتصادی خود علیه رقابت آزاد استفاده نکنید. با حمایت از تصویب قوانین دست و پا گیر، رقبا را از رده خارج نکنید. به دنبال استفاده از یارانه ها و کمک های دولتی نباشید. هیچ مرد یا زنی که لیاقت نام کارآفرین را داشته باشد، دولت را برای دریافت یارانه ها، وام ها و کمک ها نمی دوشد. **آن قدر غرور داشته باشید که از وسوسه دریافت «چیزی» در قبال «هیچ» اجتناب کنید.** اگر قرار است کسب و کاری سال های سال موفق باشد باید درک روشنی از آنچه ارائه محصولاتش را میسر کرده است و آنچه برای رقابت در یک بازار آزاد لازم است داشته باشد. منافع شخصی باید در راستای تولید محصولات و خدماتی جدید به کار رود که قبل از سودآوری به نفع مصرف کنندگان باشد. فروتنی را از یاد مبرید و از نشان دادن واکنش های تند به انتقادهای پرهیزید! ارتباط خود را با دیگران قطع نکنید. با مردم در آمیزید و آنها را به دلیل آزارهایی که به شما می رسانند، ببخشید. روش مواجهه با نگرش های منفی مبتلا به کارآفرینان، استفاده از متانت و تعقل در واکنش به خصومت و انتقاد است. از اظهار نظر درباره آنچه نمی دانید، پرهیزید. شما تنها بخشی جزئی از هر موضوع را می دانید؛ پس چگونه شما می توانید بدون آنکه هرگز کتابی را ورق زده باشید، در مورد موضوعات مختلف اطلاع داشته باشید. از صحبت در مورد مباحث خارج از حیطه مهارتی خود دوری کنید. اگر شما توصیه های کتاب را به طور کامل دنبال کنید و اگر کتابهایی را که در کتاب نامه توصیه شده اند، مطالعه و بررسی کنید، بی شک موفق خواهید شد.

**شما فرصت دستیابی به میزانی از ثروت را دارید که افراد نادری روی زمین تاکنون در اختیار داشته اند.** تمام تلاش خود را در راستای اخلاق به کار برید؛ خدمت کنید و ایمان داشته باشید.





این کتاب حاوی شرح تجربیات کارآفرینان بسیاری است که به علت محدودیت فضا، در اینجا تنها به پاره ای از آنها اشاره شده است و خواندن بقیه آنها را مؤکداً توصیه می کند.

#### مآخذ و منابع :

۱- کوک، جیمز آر. (۱۹۹۷). *پیش به سوی کارآفرینی*. مترجم: میترا تیموری (۱۳۸۲)، اصفهان، نشر آموزه ۲۶۷۴۱۹۰ (۰۳۱۱).

۲- Cook, James R. (۱۹۹۷). *Entrepreneur The Start-Up*. New York, Truman Talley.

تهیه و تنظیم: مرتضی جعفرزاده