



**آیماکام حامی شهرخلاق خوراک کرمانشاه**  
شرکت آیماکام واقع در شهرک بیستون کرمانشاه در عرصه فعالیت تولیدی محصولات بسته بندی شده سبزیجات منجمد خوراکی، خشک و میوه خشک با داشتن نشان سیب سلامت آماده همکاری با همه ارگان ها و سازمان ها خواهد بود

مدیر مسئول نشریه: حامد دست نشان ۰۹۳۵۵۲۱۴۶۹۲

رایگان

یکشنبه ۱۴۰۰/۱۰/۱۹

نشریه خبری - تحلیلی کسب و کار ایران شماره ۲

کسب و کارهای کرمانشاه نیاز به دیده شدن دارند.

## جای خالی نمایشگاه کسب و کار در کرمانشاه

فعالیت های مرتبط با اشتغال و توسعه و بهبود کسب و کار در دستگاه ها و مراکز مرتبط دولتی و خصوصی به صورت جزیره ای انجام شده و هر مجموعه ای به صورت مستقل عمل می کند. نداشتن اتحاد و یکپارچگی بین دستگاه ها و مراکز مرتبط با کسب و کار در کرمانشاه باعث شده باوجود انجام فعالیت های متعدد، هیچ نمود و اطلاع رسانی همگانی و جدی در این خصوص انجام نشده و هم افزایی ظهور نکند. راهم نمودن بستری برای شبکه سازی و هم افزایی کسب و کارهای مرتبط، ایجاد محیطی پویا برای حضور مدیران ارشد با هدف تامین نیازهای کسب و کار خود و شناخت نیازهای موجود در فضای کسب و کارها و برآوردن آنها از طریق شبکه سازی ایجاد شده فعالیت خود را برنامه ریزی کرده و از همه دستگاه ها و مراکز مرتبط با محیط کسب و کار کرمانشاه برای برپایی این نمایشگاه دعوت به همکاری می تواند بعمل آید.

### نکاتی مهم در ایجاد ایده های ثروت ساز

خیلی ها به اشتباه فکر می کنند ایده ثروت ساز باید یک ایده خاص باشد، اما واقعیت این است که هر ایده اجرایی خاص می خواهد تا تبدیل به یک ایده ثروت ساز شود، ساده ترین ایده ها با اجرایی متفاوت، ثروت ساز می شوند و خاص ترین افکار با اجرایی بد شکست می خورند. ادامه در صفحه ۳

### ایجاد و توسعه

### مراکز خدمات توسعه کسب و کار

### کارآفرینی پاره وقت و ایده های ناب

### -فرهنگ الکترونیک



### نشست تخصصی در دفتر معاونت پژوهش دانشگاه آزاد اسلامی کرمانشاه برگزار شد



### ایجاد و توسعه مراکز خدمات توسعه کسب و کار

خدمات توسعه کسب و کار (BDS) کلیه خدمات غیرمالی مورد نیاز کسب و کارهای تولیدی از مرحله ایجاد تا پشتیبانی است که زمینه پایداری واحدهای تولیدی در عرصه رقابت در حوزه حقوقی، بازر و بازاریابی، بازرگانی، منابع انسانی، مدیریت ارتقای سطح فناوری و ... فراهم می آورد. این خدمات برحسب شرایط بنگاه و محیط کسب و کار متغیر می باشد. و ارائه دهندگان خدمات کسب و کار اشخاص حقیقی و حقوقی هستند که با ارائه خدمات مشاوره ای، مهندسی، آزمایشگاهی در حوزه های مورد نیاز کسب و کارهای تولیدی از جمله خدمات مالی و بازرگانی، منابع انسانی، بهبود مدیریت، ارتقای سطح فناوری اطلاعات و تولید و ... زمینه ارتقای رقابت پذیری، توسعه بازار و سودآوری واحدهای تولیدی را محقق می سازند.

امروزه نقش و اهمیت خدمات توسعه کسب و کار در توسعه کمی و کیفی بنگاه های کوچک و متوسط در سطح جهان به خوبی شناخته شده و به عنوان ابزاری برای توسعه بنگاه ها مورد توجه سیاست گذاران قرار گرفته است. خدمات ارائه شده توسط مراکز خدمات توسعه کسب و کار در بسیاری از کشورها دارای رشد سالانه مناسبی است. یکی از علل عمده چنین رشدی، رشد تقاضای خدمات مشاوره ای توسط بنگاه های کوچک و متوسط از یک سو و رشد عرضه خدمات توسط ارائه کنندگان خدمات توسعه کسب و کار از سوی دیگر می باشد.

با توجه به مأموریت های ویژه سازمان صنایع کوچک و شهرک های صنعتی ایران در ایجاد زیرساخت مناسب شامل امکانات فیزیکی و خدمات نرم افزاری به منظور توسعه فناوری و ارتقای توان رقابت پذیری کسب و کارهای تولیدی، مطالعات ایجاد مراکز خدمات فناوری و کسب و کار همزمان با ایجاد شهرک های فناوری در دستور کار سازمان و شرکت های استانی منتخب قرار گرفته است.

مرکز خدمات فناوری و کسب و کار مرکزی است که در شهرک های فناوری و یا شهرک های صنعتی بزرگ به منظور ایجاد امکانات مناسب جهت استقرار ارائه کنندگان خدمات کسب و کار در زمینه های مختلف نظیر فنی و مهندسی، فناوری، مدیریت، مالی و حقوقی، بازاریابی، آموزشی و ... احداث می گردد. در این مرکز علاوه بر بهره مندی مشاوران از فضای فیزیکی مناسب جهت دفتر کار، استفاده از امکانات مشترک نظیر سالن کنفرانس و جلسات، کلاس های آموزشی، کتابخانه و ... وجود دارد. این مرکز توسط شرکت استانی به صورت دائم یا موقت ایجاد و مالکیت و بهره برداری آن در اختیار سازمان می باشد (سایت سازمان صنایع کوچک شهرک های صنعتی).



### سبک زندگی بازاریابی چگونه ساخته می شود؟

بخش بندی سبک زندگی در بازاریابی یک عمل تجاری است که اطلاعات مربوط به مشتریان را به زیر گروه ها تقسیم و طبقه بندی می کند. برنامه های وفاداری مشتری نمونه ای از روشی برای ردیابی اطلاعات جمعیتی است. در صورت دریافت مزایایی مانند تخفیف ناچیز، مشتریان انگیزه می یابند به شما ملحق شوند. و می توانید اطلاعات اساسی مانند تولد، جنسیت، آدرس و موارد دیگر را جمع آوری کنید. این به شما امکان می دهد تا خرید را پیگیری کرده و روندها را مشخص کنید. بخش بندی سبک زندگی در بازاریابی یک عمل تجاری است که اطلاعات مربوط به مشتریان را به زیر گروه ها تقسیم و طبقه بندی می کند. این یک روند مداوم است زیرا جمعیت تغییر می کند و سلیقه ها با گذشت زمان ممکن است متفاوت باشد. روندهای جدید و تغییرات اجتماعی مشخص می کند که مردم در آینده چه خواهند کرد یا چه می خواهند. بنابراین مهم است که مراقب چنین تغییراتی باشید و مرتباً رویکردهای بازاریابی خود را تعدیل کنید. زیر گروه ها براساس نحوه زندگی مشتری ها و آنچه دوست دارند ایجاد می شوند. آنها ناشی از جمع مشتریانی هستند که برای برند یا سازمان شما مهم هستند. باید شناسایی شوند تا بتوانید آنچه را که نیاز دارند، آنچه را که می خواهند، و آنچه که آنها از شما یا شرکت شما می خواهند کسب کنید - تمام اطلاعاتی که برای موفقیت شما ضروری است. برنامه های وفاداری مشتری نمونه ای از روشی برای ردیابی اطلاعات جمعیتی است. در صورت دریافت مزایایی مانند تخفیف ناچیز، مشتریان انگیزه می یابند به شما ملحق شوند. و می توانید اطلاعات اساسی مانند تولد، جنسیت، آدرس و موارد دیگر را جمع آوری کنید. این به شما امکان می دهد تا خرید را پیگیری کرده و روندها را مشخص کنید. برای برآوردن نیازهای زیر گروهی که از آن استفاده می کند می توانید محصولات و خدمات را بهبود بخشید و تاکتیک های بازاریابی را می توان به سمت آن مخاطب هدایت کرد. به نوبه خود، این زیر گروه ها به برند وفادار تر می شوند زیرا این برند همچنان پاسخگوی نیازهای آنها است. این یک رابطه همزیستی است که به نفع هر دو طرف است.

### اقتصاد رفتاری برای بازاریابی: تبدیل اطلاعات به ترغیب

شرکت هایی که اقتصاد رفتاری را در استراتژی بازاریابی در نظر می گیرند ۸۵٪ رشد فروش و ۲۵٪ حاشیه سود نسبت به رقبای دارند. بسیاری از کسب و کارها از اطلاعات برای تأثیرگذاری بر تصمیمات خرید مشتری استفاده کرده اند، اما آن ها زمانی که می خواهند از آن اطلاعات استفاده کنند عناصر انسانی را کنار می گذارند. اقتصاد رفتاری مطالعه اثرات متغیرهای روانشناختی، شناختی، احساسی، فرهنگی و اجتماعی در تصمیمات اقتصادی افراد و موسسات و اینکه چگونه این تصمیمات متفاوت از تئوریهای کلاسیک هستند، می باشد. این مقاله به بررسی اقتصاد رفتاری در بازاریابی می پردازد. شرکت هایی که اقتصاد رفتاری را در استراتژی بازاریابی در نظر می گیرند ۸۵٪ رشد فروش و ۲۵٪ حاشیه سود نسبت به رقبای دارند. یکی از اشتباهات بزرگی که شرکت ها می کنند هنگامی که از اطلاعات برای تأثیرگذاری بر رفتار مشتری استفاده کنند فرض بر این می گیرند که مردم انتخاب های منطقی می کنند. بسیاری از کسب و کارها شروع به استفاده از اطلاعات برای تأثیرگذاری بر تصمیمات خرید مشتری کرده اند، اما زمانی که می خواهند از آن اطلاعات استفاده کنند عناصر انسانی را کنار می گذارند. در نتیجه، کسب و کارها به جهانی از طراحی اقتصاد رفتاری وارد می شوند که اغلب منجر به ناامیدی و رسیدن به این نتیجه می شود که خود اطلاعات بد است. اما در واقعیت اطلاعات باعث شکست نمی شود. این یک حقیقت است که بسیاری از شرکت ها نمی دانند چگونه اطلاعات را دسته بندی کنند. باید در نظر بگیریم که وقتی کسی تصمیم به خرید چیزی می کند معمولاً تصمیم، ترکیبی از عوامل منطقی و غیرمنطقی است. اما صرف این که مردم همیشه منطقی نیستند به این معنا نیست که غیرقابل پیش بینی هستند. برای تفسیر واژه حکیمانه "غیرمنطقی قابل پیش بینی" ارائه شده توسط دان آربلی، مردم ممکن است منطقی عمل نکنند، اما می توان بر این تکیه کرد که آن ها به صورت غیرمنطقی عمل می کنند. و بازاریابی کلاً در رابطه با تغییرات اقتصاد رفتاری است.



### تفکر سیستمی در مدیریت چیست و چه ویژگی ها و کاربردهایی دارد؟

تفکر سیستمی در مدیریت که از آن به عنوان یکی از پایه‌های اصلی رشد و پیشرفت نظام‌مند هر سازمانی یاد می‌شود، هر سیستم را به اجزای مرتبط به یکدیگر تقسیم می‌کند. هرکدام از این اجزا در واقع زیرمجموعه سیستم اصلی هستند و عملکرد هرکدام نیز به طور مستقیم و غیرمستقیم بر دیگر اجزا تأثیر می‌گذارد. تفکر سیستمی در بسیاری از زمینه‌ها به غیر از مدیریت، مثل بیولوژی، زبان‌شناسی و جامعه‌شناسی هم مورد استفاده قرار گرفته است اما تفکر سیستمی در مدیریت پروژه بیشتر برای سازمان‌ها و شرکت‌ها اهمیت دارد و از همین رو بسیاری از موسسات آموزشی مثل فرادرس این مفهوم را به علاقه‌مندان آموزش می‌دهند. افرادی که به دنبال آشنایی با کاربرد تفکر سیستمی در مدیریت زمینه‌هایی مثل ریسک و منابع انسانی هستند می‌توانند با مراجعه به وبسایت فرادرس از دوره‌های آموزشی مربوط به آن‌ها بهره ببرند. تفکر سیستمی به خودی خود از سال‌ها قبل در جوامع انسانی وجود داشته است. برای مثال اولین سیستم نوشتاری که با زبان سومری شناخته می‌شود تا سیستم اعدادی مایاها و مهندسی شگفت‌انگیزی که ساخت اهرام مصر به کار رفته است. تمام این موارد نمونه‌هایی از تفکر سیستمی در شکل‌های مختلف هستند. البته که مدل‌های امروزی تفکر سیستمی در مدیریت و دیگر زمینه‌ها به اندازه قابل توجهی پیچیدگی بیشتری نسبت به این نمونه‌های اولیه دارند اما همین مدل‌های امروزی نیز در حقیقت ریشه در تفکر سیستمی دوران باستان دارند.

بدون تفکر سیستمی امکان خلق زبان، سیستم‌های عددی و همچنین مهندسی سازه‌های پیچیده‌ای مثل اهرام مصر و دیگر سازه‌هایی که از گذشته به جای مانده وجود نداشت چرا که برای خلق چنین سازه‌ها یا زبان‌هایی وجود یک سیستم نظام‌مند و کارآمد که از اجزا هماهنگ با یکدیگر ساخته شده باشد حیاتی است. شما برای آنکه بتوانید سازه‌های حیرت‌انگیزی مثل اهرام مصر یا حتی برج‌ها و آسمان‌خراش‌های امروزی را بسازید، به یک سیستم واحد متشکل از چندین سیستم کوچکتر نیاز دارید. یک سیستم وظیفه تأمین مواد مورد نیاز برای ساخت سازه را برعهده دارد، یک سیستم وظیفه تأمین ابزاری که نیاز است را دارد، یک سیستم دیگر وظیفه مدیریت نیروی کار و تقسیم درست وظایف را دارد و سایر سیستم‌ها نیز به همین ترتیب باید سایر جنبه‌ها را مدیریت کنند. برای آنکه در نهایت بتوانید سازه خود را با موفقیت به اتمام برسانید سیستم شما و زیرمجموعه‌های آن باید با هماهنگی با یکدیگر وظایف محول شده را انجام دهند تا در انتها کل سیستم بتواند موفق شود.

تفکر سیستمی در مدیریت نیز به همین ترتیب است. تفکر سیستمی در مدیریت، هر سیستم را متشکل از اجزای به هم پیوسته می‌بیند که به عنوان زیرمجموعه سیستم فعالیت می‌کنند. یک سازمان به صورت کلی یک سیستم واحد است که از همین زیرمجموعه‌ها تشکیل شده است. برای مثال یک شرکت، سیستمی است که از زیرمجموعه‌هایی مثل تولید، بازاریابی، حسابداری و غیره تشکیل شده است. مفهوم تفکر سیستمی در مدیریت نیز در واقع به مطالعه روابط مستقیم و غیرمستقیم این زیرمجموعه‌ها با یکدیگر مرتبط است.

در این نوع تفکر، زیرمجموعه‌های سیستم از یکدیگر مستقل نیستند و عملکرد هرکدام بر بازدهی دیگر زیرمجموعه‌ها هم تأثیر می‌گذارد چرا که یک سیستم علاوه بر اینکه ممکن است توسط عوامل داخلی خود مثل همین زیرمجموعه‌ها تحت‌تأثیر قرار بگیرد، متاثر از عوامل خارجی نیز هست.

**خصوصیت های اصلی یک سیستم نظام مند**

موارد زیر، خصوصیت‌هایی هستند که بیشتر از همه نقش و تأثیر تفکر سیستمی در مدیریت در یک سیستم را به نمایش می‌گذارند:
**زیرمجموعه‌ها:** هر سازمان یک مجموعه است که از چندین زیرمجموعه تشکیل شده و همه این زیرمجموعه‌ها نیز با یکدیگر در ارتباط هستند.
**کل‌گرایی:** زیرمجموعه‌ها با همکاری یکدیگر یک سیستم واحد را تشکیل می‌دهند و تصمیماتی که در یک زیرمجموعه گرفته می‌شود، کل سیستم را تحت‌تأثیر قرار می‌دهد.

**هم‌افزایی:** خروجی و ساخته یک مجموعه، بیشتر از جمع خروجی تمام زیر مجموعه‌های آن است.

سیستم‌های بسته و باز: یک سازمان به تنهایی یک سیستم باز است که از زیرمجموعه‌ها و سیستم‌های کوچکتر باز و بسته تشکیل شده است.

**مرزهای سیستم:** یک سازمان از سیستم‌های دیگری که با آن در ارتباط نیستند جدا است.

## انتقاد عامل پیشرفت و اعتلای بشر



اگر میخواهید مورد انتقاد قرار نگیرید دست به هیچ کاری نزنید #جف بزوس سرمایه گذار وکارافزین بزرگ در زمینه اینترنت وشبکه های الکترونیکی جمله قشنگی داره که اگر از انتقاد می ترسیدم امروز آمازونی وجود نداشت ،امازون بزرگترین شرکت خرده فروشی آنلاین در جهان است ،سرمایه این شخص چیزی در حدود ۲۰۰ میلیارد دلار است،مهمترین منبع اطلاعاتی بعنوان بازخوردی جهت استفاده مجدد در سیستم برای کشف نقاط ضعف وقوت داخلی واستفاده از فرصتها وتهدیدات محیطی تیخ تیز رسانه هست که البته بدون حب وبغض،تعصب وسوگیریهای خاص این منابع غنی را در اختیار شما قرار میدهد ،انتقاد عامل پیشرفت بشر بوده و هست وخواهد بود ،پس باید تفکر عمیق داشته باشیم واز رسانه بعنوان فرصتی طلایی جهت نگریستن به عملکرد خود نهایت استفاده را ببریم.
متاسفانه در این میان هستند مدیرانی که نگرش ودید محصورى نسبت به نقد وانتقاد از عملکرد خود ومجموعه ی کاریشان دارند، بیرق همچین کسانی بر پشت بام خانه شان افراشته وجهت وزش باد را بخوبی حس می کند،همچین کسانی که صاحب تفکر دگمی هستند ومقدس معاбы در وجودشان موج می زند ،قانون بقا پست وحفظ جایگاه موجود در اولویت برنامه کاریشان قرار داده اند ،نگاه عنکبوتی به مسند دارند ،بدین معنی که چنین زیر مجموعه خود را بر اساس بقای خویش انجام میدهند ،سطح علم ودانش انها به اندازه یک اقیانوس وبه عمق یک بند انگشت هست وبخاطر همین هم اجازه اظهار نظر در هر موردی را به خودشان می دهند این نوع رویکرد مشکلات زیادی را برای رشد، توسعه واعتلا ایجاد می کند.#بیل گیتس جمله قشنگی در این خصوص داره سخن ایشان در مورد چنین تفکری این است که :اگر در گذشته قدرت برتر از آن کسی بود که قدرت را از زیر دستانش سلب می کرد و به دیگران ظلم می کرد تا قدرتمند محسوب شود و فرمانروایی کند، حالا فرایند معکوس شده است.اساسی ترین آموزه هایی که از دانش مهندسی سیستمی میتوان دریافت کرد اینست که «در سیستم‌های خوب، آدم‌های بد هم خوب عمل می‌کنند و در سیستم‌های بد آدم‌های خوب هم بد عمل می‌کنند.» وقتی سیستم درست طراحی شده باشد حتی اگر کسی بخواهد بد باشد هم «نمی‌تواند» بد عمل کند و یا اگر هم بتواند به زودی فیدبک ها او را اصلاح خواهند کرد،راندمان کاری هر سیستمی که رسالتش اعتلا وتوسعه هست قطعاً همیشه باید مورد چالش قرار بگیرد که در صورت ضعف عملکرد اراده ی برای استفاده از ظرفیتها وفرصتها در موقعیتهای مختلف میتواند گشایشی ایجاد کند ودر صورت عملکرد خوب ومناسب استفاده از امکانات،قابلیتها وظرفیتهای موجود میتواند موجب عملکرد مطلوب که رسالت اصلی سازمان هست شود که در این زمینه تیخ تیز رسانه وتوتم قلم بزرگان دغدغه مند از اهرمهای مناسب فشار وکمک به مجموعه وسیستم هست. قطعاً کنشگران اجتماعی ،رسانه ها وفعالین فضای مجازی مهمترین مولفه ها در زمینه ی ایجاد چالش بمنظور تلنگری به نهادها وموسسات برای بکارگیری حداکثری ظرفیتها وقابلیتهاشان هستند. (**آرش حیدری**)

### اهمیت تحلیل کسب و کارها

تحلیل کسب و کار یک حوزهٔ دانشی جدید است که در آن قرار است نیازهای یک کسب و کار شناسایی شود و در ادامه برای مجموعه نیازهای شناسایی شدهٔ فوق، مجموعه ای از راهکار ها و راه حل ها ارائه گردند. شخصی که عملیات تحلیل کسب و کار را بر عهده گرفته است، فارغ از جایگاه سازمانی خویش به عنوان تحلیلگر کسب و کار شناخته می شود. این شخص نیازهای سازمان را با دقت و با استفاده از ابزارهای تحلیل کسب وکار مورد تحلیل و واکاوی قرار می دهد و با هم افزایی با دیگر ذینفعان کلیدی سازمان، به اصطلاح یک نسخهٔ مطلوب و جذاب را برای سازمان به ارمغان می آورد.

از سوی دیگر در سازمان ها و شرکت های مختلف در سرتاسر دنیا با پروژه روبه رو هستیم و بالتبع در شرکت ها و سازمان های ایرانی نیز، وجود پروژه و یا دفتر مدیریت پروژه (PMO) به نظر امری بدیهی می رسد. پروژه، تلاشی موقت است برای رسیدن به نتایج، محصول و یا خدمتی منحصر به فرد. در تعریف پروژه، به چند قسمت باید توجه ویژه نمود. اول اینکه پروژه، موقت و زمانمند است یعنی قرار است در تاریخ معینی شروع شود و در ادامه نیز در تاریخی معین، به پایان برسد. آنچه اهمیت دارد این است که پروژه باید در یک تاریخ قطعی تمام شود و اگر هر پروژه ای به هر دلیل، در زمان بماند و به پایان خویش نرسد، اطلاق واژهٔ پروژه بر آن خالی از اشکال و عیب نیست. دو دیگر اینکه در پروژه باید به یک امر منحصر به فرد برسیم. این خروجی منحصر به فرد که می تواند به صورت محصول، خدمت و یا نتایج مطلوب و بهبود های یک سازمان باشد نباید با عملیات های روزمره که در آنها تکرار وجود دارد، اشتباه شود. شخصی که متولی انجام پروژه است و قرار است با استفاده از مجموعه از ابزارها و فرآیندها، مدیریت یک پروژه را به نحو احسن انجام دهد، مدیر پروژه نام دارد.

حال ما می خواهیم از تحلیل کسب و کار استفاده نماییم و به کمک پروژه بیاییم. یعنی شخص تحلیلگر کسب و کار با تعامل و هم افزایی با مدیر پروژه بتواند در جهت اجرای هرچه بهتر و کارآمدتر پروژه کمک نماید و به نتایج مطلوب دست یابد. خوب با این اوضاع، پرسش نخست این است که آیا این دو می توانند با هم تعامل فزاینده ای داشته باشند و در مسیری مطلوب به سمت خروجی مطلوب و دلپذیر پروژه خیز بردارند؟

انجمن مدیریت پروژه آمریکا (PMI) برای تعامل مدیر پروژه و تحلیلگر کسب و کار از مفهومی به نام نقاط تعامل (Collaboration Points) استفاده می کند. این انجمن می کوشد تا برای اجرای پروژه ها براساس متدولوژی های PMBOK، شخص تحلیلگر کسب و کار در هر فرآیند چگونبه به کمک مدیر پروژه بیاید و در هر فرآیند، نقش، کارکرد و چگونگی تعامل را تشریح کرده است.

در واقع با توجه به گونهٔ تعاملی- فرآیندی بین مدیر پروژه و تحلیلگر کسب و کار، ما انتظار آن را داریم که با استفاده از مجموعه رفتارها و ابزارهای لازم که دو طرف به کار می برند به مجموعه ای از خروجی ها در سمت مطلوب پروژه دست یازیم. به عنوان مثال مدیر پروژه به دنبال آن است که بداند نیازهای قراردادی جدیدش با پیمانکار چگونه است و تحلیلگر کسب و کار می کوشد که با برگزاری سلسله جلسات لازم و استفادهٔ پویا از مهندسی نیازمندیها (RE) این فرصت ها و امکان ها را برای مدیر پروژه فراهم نماید.

تحلیل کسب و کار، مجموعه ای از تخصص ها و دانش های نوین است که با تزریق آنها به بدنهٔ مدیریت پروژه، ماهیت اجرایی، مانیتورینگ و کنترل آن را دگرگون می سازد. واقعیت امروزین مدیریت پروژه تداعی کننده این اصل است که مدیر پروژه، نه تخصص لازم را در همهٔ بخش ها و دانش های به روز دنیا در حوزهٔ مدیریت پروژه را دارد و نه زمان مطلوب و مقتضی برای انجام همهٔ آنها. از سوی دیگر چون پروژه مفهومی زمانمند است فلذا لازم است که تیمی از تحلیلگران کسب و کار به مدد مدیر پروژه بیایند و در جهت تسریع در دستیابی به اهداف پروژه، او را راهنمایی نمایند.

در جهان امروز تحلیل کسب وکار، کتاب ها، استانداردها و دوره های آموزشی متنوعی است که می تواند کاربرد تحلیل کسب و کار را برای مدیریت پروژه ها، طرح ها و سیدها استقرار دهد. در آکادمی تحلیل کسب و کار در آینده سعی خواهیم کرد که پیرامون این دو و گونهٔ دانشی ممزوج شده از آنها تحت عنوان “تحلیل کسب وکار پروژه ها”، دوره های آموزشی و درس گفتارهای لازم را ارائه نماییم**(آکادمی تحلیل کسب و کار)**.

### آشنایی با نقشهٔ راه محصول

نقشهٔ راه محصول (Product Roadmap ) یکی از مهم ترین مفاهیم ادبیات چاپک و ادبیات مدیریت محصول است. در واقع در نقشهٔ راه محصول، ما می توانیم انتشارات محصول (Release) و زمان تحقق آنها را به صورت یک ماتریس نشان دهیم: همانطور که از شکل دیده می شود، محصول فوق در ستون اول ماتریس طبقه بندی شده است و به اجزای مختلف که قرار است در آینده منتشر شوند، تجزیه شده است و در سطر اول ماتریس، شما می توانید زمان را که در اینجا کوارترهای تحقق محصول است مشاهده نمایید. اگرچه ممکن است نرم افزارهای زیادی برای ترسیم مدیریت محصول وجود داشته باشند که جملگی در شکل و فرم ترسیم نقشهٔ راه محصول متفاوت باشند، اما وقتی که در کنه این مفهوم فرو می رویم، به یک ماتریس دو بعدی دست می یازیم که یک بعد آن اجرای محصول قابل ارائه به مشتری هستند و بعد دیگر آن زمان های ارائهٔ آنها هستند.

می توانیم به طرز معنا داری به نقشهٔ راه محصول بنگریم. این نقشه، برآیندی از محصول در قالب زمان به ما نشان می دهد. حال اگر بخواهیم عنصر زمان را از آن کنار بگذاریم و فقط به این پرسش پاسخ دهیم که محصول ما قرار است شامل چه بخش ها و چه عناصری باشد، در این صورت به ابزار مهمی در تفکر چاپک و مدیریت محصول می رسیم که به آن Story Map می گوئیم. نقشهٔ استوری ها یا نقشه داستان ها، می تواند بیانگر همه بخش ها و قسمت های مهم و سطح بالای (High Level) محصول باشند که می بایست در برهه ها و زمان هایی خاص تحویل مشتری داده شوند.

جِف پاتون (Jeff Patton) به عنوان بنیانگذار Story Map شناخته می شود. ما می توانیم واژهٔ Story Map را نقشهٔ داستان و همچنین واژهٔ Story Mapping را نگاشت داستان ترجمه کنیم تا بتوانیم از وارد سازی واژگان انگلیسی به زبان فارسی اجتناب نماییم و مخاطب را از گیر و گورهای ترجمه ای رها نماییم. در کتاب بحث برانگیز جف پاتون یعنی “نگاشت داستان کاربری”، می گوید که نگاشت داستان، ما را بر روی کاربران و تجربهٔ آنها متمرکز می کند و نتیجه یک گفتگوی بهتر و در نهایت محصول بهتر است.

جف به دنبال آن است که بتواند برای مخاطب خودش، روشی پویا و کارآمد جهت نگاشتن و نوشتن داستان کاربری فراهم نماید. داستان کاربری (User Story) که یک زمانی در صنعت کامپیوتر تأسیس شده بود و قصد داشت یک ارتباط سازنده بین تحلیگر سیستم و برنامه نویس فراهم نماید، اینک به همهٔ صنایع تممیم داده شده است. شما می توانید حتی در صنایع غیر نرم افزار همچون نفت و گاز نیز، داستان کاربری داشته باشید و نیازهای کاربران را برای تحلیلگران کسب و کار تعریف نمایید و از آنها بخواهید که نیاز شما را از یک سیستم، از یک هستنده (Entity) برآورده سازند. اگر بخواهیم ترتیب مراحل نگاشت داستان کاربری را فرموله کنیم به شرح زیر است:

🔸 اول: ساخت داستان کاربری (User Story)

🔸 دوم: ساخت نگاشت داستان (Story Mapping)

🔸 سوم: ساخت نقشهٔ راه محصول (Product Roadmap)

پس در واقع نقشهٔ راه محصول، بالاترین حد اندازهٔ محصول تحویل داده شدنی و به اصطلاح نوک هرم محصول است که طراحان محصول سعی می کنند از این نقطهٔ کلان شروع کنند و به تدریج آن را تجزیه نمایند و در بخش های قابل تحویل که در زمان های خاصی رخ می دهند، به ذینفعان کلیدی سازمان و محصول ارائه دهند.

باز هم خاطر نشان می شود که نقشهٔ راه محصول یک ابزار برنامه ریزی سطح بالا است و این خود از مفهوم “به تدریج تشریح شدن” (Progressively Elaboration) تفکر چاپک برمی خیزد. در تفکر چاپک، برای هرگونه برنامه ریزی، شما ابتدا یک رویکرد سطح کلان را انتخاب می کنید و سپس در مراحل بعدی با در نظر گرفتن سطح تغییرات، آن را مورد بازنگری و ویرایش قرار می دهید. در مورد نقشهٔ راه محصول هم چنین ماجرابی وجود دارد، در لحظهٔ اول که نقشه تدوین شده است به صورت کلی فیچرها و بخش های اساسی و مهم محصول را می بینم و در ادامه در تکرار ها (Iterations) وارد می شویم و در اینجا نیز در صورت نیاز به تغییر، آنها را وارد بک لاگ می کنیم و البته از قبل هم می دانیم که این تغییرات تا قبل از هر تکرار صورت می گیرد و در زمان تکرار، نمی توان دست به تغییر زد و به اصطلاح، مقوله تغییر در زمان تکرار، فریز شده است.

در صورتیکه می خواهید با مفاهیم نقشهٔ راه محصول، داستان کاربری و نگاشت داستان های کاربری، به صورت عمیق تر و کاربردی تری آشنا شوید، حتما به شما توصیه می شود که در دوره های مدیریت محصول پیشرفتهٔ مؤسسه BA Academy ثبت نام کنید.
baacademy.ir





## نشست تخصصی در دفتر معاونت پژوهش دانشگاه آزاد اسلامی کرمانشاه برگزار شد

به گزارش روابط عمومی دانشگاه آزاد اسلامی از واحد کرمانشاه: در نشست تخصصی با موضوع تعامل هر چه بیشتر صنعت و دانشگاه؛ دکتر آرش بوچانی معاون پژوهشی واحد کرمانشاه ضمن تاکید بر اهمیت تعامل صنعت و دانشگاه، به معرفی بخش نوپای سرای نوآوری پرداخت و توانمندیهای دانشگاه آزاد اسلامی در حل مسائل صنعت را مورد بررسی قرار داد.

دکتر ملکشاهی از کارآفرینان و مالک شرکت مواد غذایی آیماکام نیز به لزوم بهره گیری بیشتر از پتانسیل و امکانات دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه برای بهینه کردن فعالیت‌های صنعت و تولید اشاره کرد.

در ادامه این جلسه اعضای هیات علمی و کارشناسان حاضر به تبادل نظر در خصوص نحوه تعامل و همکاری بیشتر بین دانشگاه و شرکت آیماکام در قالب قرارداد همکاری پرداختند.



## بازدید رئیس دانشگاه آزاد اسلامی استان کرمانشاه و هیات همراه از مجموعه های سیما فولاد، جهان فولاد، جهان صنعت و ذوب آهن بیستون

به گزارش روابط عمومی دانشگاه آزاد اسلامی از واحد کرمانشاه دکتر فرهاد گل محمدی رئیس دانشگاه آزاد اسلامی استان کرمانشاه به همراه تیم تخصصی از حوزه پژوهش و حراست دانشگاه به دعوت مهندس جهانبخش شکری مدیرعامل شرکت=های گروه شکری از مجموعه های سیما فولاد، جهان فولاد، جهان صنعت و مجموعه ذوب آهن بیستون بازدید کردند.

در ابتدای این بازدید جلسه ای با حضور مهندس شکری و روسای کارخانجات مجتمع شکری و مهندسین مشاور ایشان برگزار شد که پس از تبادل نظر، توافق اولیه برای عقد تفاهم نامه همکاری مجتمع شکری و حوزه معاونت پژوهش دانشگاه، شامل سرای نوآوری، آزمایشگاه ها و باشگاه پژوهشگران جوان به عمل آمد، همچنین به پیشنهاد دکتر گل محمدی مقرر شد با همکاری گروه شکری طرح های پایش و پویش در دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمانشاه راه اندازی شود که این پیشنهاد با استقبال مهندس شکری و تیم ایشان همراه بود.

رئیس دانشگاه آزاد اسلامی استان کرمانشاه در ادامه جلسه به تشریح سیاست های جدید دانشگاه آزاد اسلامی در سند تحول و گام دوم پرداخت و هدف از این بازدید را ارتباط سیستماتیک میان دانشگاه و صنعت فولاد عنوان کرد، مهندس جهانبخش شکری نیز با استقبال از پیشقدم شدن دانشگاه مجوز ادامه تحصیل کارگران و کارمندان مجتمع شکری با ۱۳۰۰ نفر پرسنل را در دانشگاه آزاد اسلامی کرمانشاه صادر کرد همچنین بر همکاری هدفمند فناورانه، پژوهشی و آموزشی با دانشگاه آزاد اسلامی کرمانشاه تاکید داشت و موافقت کرد تا عضو شورای اقتصاد دانش بنیان در دانشگاه باشد در این دیدار مفاد اولیه ۱۵ بندی تفاهمی که پیش از این توسط حوزه پژوهش و مجموعه شکری تنظیم شده بود قرائت شد که مورد تایید و استقبال حاضران قرار گرفت که از اهم موارد ذکر شده در این تفاهم نامه می توان به اخذ پروژه های صنعتی توسط دانشگاه و اجرای مشترک آن با شرکت دانش بنیان ساخت ماشین آلات شکری، تشکیل اتاق R&D مشترک در دانشگاه و مجموعه شکری، تشکیل شتابدهنده مشترک، تسهیل ارتباط دانشجویان دوره کارشناسی با مجموعه شکری از طریق اتاق ارتباط با صنعت و باشگاه پژوهشگران جوان و اعطای بورس علمی به دانشجویانی که بتوانند در راستای اهداف تعریف شده گام بردارند بود. از دیگر موارد تفاهم نامه ایجاد کلینیک صنعتی برای آموزش های تخصصی صنعتی در سطح استان توسط دانشگاه، تعریف پروژه های علمی جهت رفع مشکلات در این صنعت و ارائه این پروژه ها در سامانه پژوهشیار، تعریف پروژه ها برای اعضای هیات علمی دانشگاه در طرح پایش و راه اندازی دانشکده موضوعی با همکاری مجموعه شکری است.

پس از پایان جلسه مشترک تخصصی دکتر گل محمدی و همراهان ایشان از کارخانجات این مجتمع بازدید کردند تا از نزدیک در جریان موضوعات مطرح شده توسط مهندسان و مسئولان کارخانه قرار گیرند، پیش بینی می شود در آینده نزدیک با همکاری اعضای هیات علمی مجرب دانشگاه آزاد اسلامی کرمانشاه در سطح استان شاهد دستیابی به اهداف تعریف شده در تفاهم نامه همکاری با گروه شکری باشیم.



بازاریابی یک حرفه نیمه وقت و نیازمند فن بیان و دانش فروش است. اگر شما هم مانند افراد بسیاری در حال جستجوی کارآفرینی پاره وقت هستید از فرصتهایی که در این مقاله مطرح شد. حتماً استفاده نمایید تا اگر بهترین راه را در پیش گرفتید به درآمدهای بالا برسید و روزی خودتان صاحب کسب و کاری بی نظیر خواهید شد. با پشتکار در کارآفرینی پاره وقت می‌توانید زمینه را برای تبدیل شدن به یک صاحب و مدیر کارآفرینی موفق ایجاد و بهره مفیدی را ببرید.



## MBTI کشف مهارتها با روش یونگ

خودشناسی و شخصیت سالم پیوندی عمیق با یکدیگر دارند. از این رو، اشخاصی که دارای شخصیت سالم هستند رفتار و کلامی معقولانه دارند. این افراد با آگاهی از نحوه عملکرد و نتایج رفتارشان موفقیت و رضایت بیشتری در ابعاد مختلف زندگی خود دارند. تصور کنید اخیراً کسب و کار آنلاینی را شروع کرده و صاحب مجموعه ای با ۱۰ نفر پرسنل هستید. شما توانایی بالایی در برقراری ارتباطات اجتماعی دارید اما دچار چالش های زیادی با مجموعه خود شده و دائم در حال رفع تنش های درونی و بیرونی هستید. احتمالاً یکی از فاکتورهای مهم شخصیت سالم که تاب آوری نام دارد، در درون شما افت کرده و از آن بی‌خبرید. حال زمان آن رسیده که به تفکر درمورد خودتان بپردازید تا بسیاری از گره های موجود را باز کنید. خودشناسی چیست؟

تعریف انسان برای انسان از جمله مباحثی است که جذابیت بالایی آن باعث شده تا علوم مختلفی همچون روانشناسی، فلسفه، جامعه شناسی، علوم دینی و... به آن بپردازند و جالب تر اینکه، این گستردگی نگاه ها باعث توجه همه جانبه به تمام ابعاد روحی و روانی آدمی شده است.

همانطور که گفتیم خودشناسی یعنی اندیشیدن و تفکر آدمی در مورد خودش، البته این توانایی یک مهارت است، نیاز به یادگیری داشته و دارای اصول و قواعدی است که با آن آشنا نیستیم. افرادی که این مهارت را می‌آموزند رویدادها و اتفاقات محیط شان را طوری تفسیر می‌کنند که می‌دانند رشد آدمی در یادگیری است.

چرا آموزش MBTI و خودشناسی مانند نفس کشیدن ضروری است؟ محدود کردن سلامتی به سلامت جسم، اشتباه بزرگی است که شما را از جنبه های مختلف سلامت روان دور می‌کند و به مرور بر ابعاد مختلف زندگی تان همچون ارتباطات حرفه ای، تحصیلات، روابط خانوادگی و دوستانه تان تأثیرات منفی بر جای خواهد گذاشت. بخش بزرگی از مبحث خودشناسی، منطبق بر شناخت تفاوت های فردی است. هر گاه بدانید تمام انسان ها متفاوت آفریده شده اند، در حقیقت گام بزرگی در خودشناسی خودتان برداشته اید.

اگر فردی درون گرا باشید ویژگی های شخصیتی شما، زمینه ساز ورودتان به برخی مسیرهای رشد و حرفه مورد علاقه تان خواهد شد در صورتی که افراد برون گرا با ویژگی های متفاوتی که دارند در برخی کسب و کارها و رشته های تحصیلی دیگر موفق خواهند شد.

نکته مهم دیگر این است که، خودشناسی جزئی از مهارت های نرم است و یادگیری این نوع مهارت برای موفق شدن در کار، ازدواج، تحصیل و... حیاتی است.

چرا آموزش MBTI و خودشناسی مانند نفس کشیدن ضروری است؟ محدود کردن سلامتی به سلامت جسم، اشتباه بزرگی است که شما را از جنبه های مختلف سلامت روان دور می‌کند و به مرور بر ابعاد مختلف زندگی تان همچون ارتباطات حرفه ای، تحصیلات، روابط خانوادگی و دوستانه تان تأثیرات منفی بر جای خواهد گذاشت. بخش بزرگی از مبحث خودشناسی، منطبق بر شناخت تفاوت های فردی است. هر گاه بدانید تمام انسان ها متفاوت آفریده شده اند، در حقیقت گام بزرگی در خودشناسی خودتان برداشته اید.

اگر فردی درون گرا باشید ویژگی های شخصیتی شما، زمینه ساز ورودتان به برخی مسیرهای رشد و حرفه مورد علاقه تان خواهد شد در صورتی که افراد برون گرا با ویژگی های متفاوتی که دارند در برخی کسب و کارها و رشته های تحصیلی دیگر موفق خواهند شد.

نکته مهم دیگر این است که، خودشناسی جزئی از مهارت های نرم است و یادگیری این نوع مهارت برای موفق شدن در کار، ازدواج، تحصیل و... حیاتی است.

## نکاتی مهم در ایجاد ایده های ثروت ساز

یده ثروت ساز به واسطه اید اش ثروت ساز نشده است، بلکه اجرای ایده مهم است.خیلی‌ها به اشتباه فکر می کنند ایده ثروت ساز باید یک ایده‌ی خاص باشد، اما واقعیت این است که هر ایده اجرایی خاص می‌خواهد تا تبدیل به یک ایده ثروت ساز شود، ساده‌ترین ایده‌ها با اجرایی متفاوت، ثروت ساز می‌شوند و خاص‌ترین افکار با اجرایی بد شکست می‌خورند. پس من هم اگر می‌خواهم یک ایده ثروت ساز پیدا کنم، بهتر است به این موضوع توجه کنم که چه ایده‌ای را می‌توانم خوب اجرا کنم؟ چه کاری را می توانم بسیار بهتر از دیگران انجام دهم، این دقیقاً همان ایده‌ای است که من را ثروتمند می‌کند. برای اینکه بفهمیم چه ایده‌ای را می‌توانیم خوب اجرا کنیم، باید لیستی از ایده‌هایی که فکر می‌کنیم می‌توانیم به خوبی اجرا کنیم، تهیه کنیم. برای اینکه بفهمیم دقیقاً چگونه می‌توانیم ایده ثروت ساز خود را پیدا کنیم، کافیست چند دقیقه زمان بگذاریم و به ۵ سوال زیر پاسخ دهیم. سعی کنید برای هر سوال چند دقیقه زمان بگذارید. مطمئن باشید این ۵ سوال می‌توانند دریچه‌های جدیدی را در یافتن یک ایده ثروت ساز به روی شما باز کند.

من در گذشته چه کارهایی را به خوبی انجام داده‌ام؟

من در گذشته به واسطه انجام چه کارهایی توسط اطرافیانم مورد تحسین قرار گرفته‌ام؟

تفریح من انجام دادن چه کاری است؟

انجام دادن چه کاری برای من ساده است؟

اگر جای صاحب چه کسب و کاری باشم می‌توانم کار او را بهتر انجام دهم؟W

## کارآفرینی پاره وقت و ایده های ناب -فرهنگ الکترونیک کارآفرینی پاره وقت

برای کسب درآمد بیشتر همه به دنبال ایجاد راه‌هایی با درآمد بیشتر در مدت زمان کمتر هستند؛ که بهره وری بیشتری داشته باشد و زمان کمتری را از افراد بگیرد. بسیاری از افراد در کنار شغل ثابت، شغل پاره وقت دارند. بعضی از افراد به سمت کارآفرینی پاره وقت می‌روند که البته مسائل وچالش های خودش را دارد.

فقط باید درمسیر کارآفرینی، مدیریت زمان را داشته باشید تا به حیطه اصلی فعالیت اولیه‌تان درست بپردازید و ایده‌ای را انتخاب کنید که ثبات طولانی‌تر و درآمد بیشتر داشته باشد، ابتدا خوب تحقیق کنید تا ایده مناسب خودتان و علاقه‌تان را پیدا کنید، سپس از چند نفر برای شروع مشورت بگیرید و فقط با افراد موفق در آن حیطه کسب وکار مشورت نمایید تا با تمام چالش‌های و جزئیات و نقشه راه آن کارآفرینی آشنا شوید وبعد از آن اقدام به راه اندازی کسب وکار نمایید.

چرا کارآفرینی پاره وقت مناسب است؟

کارآفرینی بهترین و پررونق ترین کار است. معمولاً نسل جوان وقت خود را برای اداره یک کارآفرینی ایده آل ونیمه وقت صرف می‌کنند تا به استقلال مالی برسند. مهم‌ترین توصیه که کارآفرینان موفق و بزرگ در دنیا دارند این نکته است که از شکست نهراسید وتمام علاقه‌های خود را به راحتی دنبال کنید؛ زیرا هر کدام را که بتوانید رشد دهید به منبع مالی فوق العاده ای دست می‌یابید.

در اوقات فراغت خود یک کسب وکار را راه اندازی نمایید. ایده‌های زیاد و آسانی مانند فروختن بند کفش یا دستفروشی‌ها یا کسب وکارهای اینترنتی وکسب وکار در شبکه‌های اجتماعی نمونه‌ای از بهترین کارها در اوقات فراغت هستند.

امور بازاریابی و خرید و فروش در بستر اینترنت بهترین و پردرآمدترین کارآفرینی‌ها با سرمایه کم می‌باشد.

یک وب سایت عالی برای خرید وفروش می‌تواند فروش خوبی داشته باشد و شما نیز به سایر امور روزانه خود به راحتی می‌رسید.

ما برای اینکه بتوانیم مدیریت کارآفرینی خود را راحتتر انجام دهیم نیازمند رعایت اصولی هستیم:

### اصل اول:ایجاد تیم

بهتر است با یک همراه و همفکر که بتوانیم در کنار هم پیشرفت کنیم کارآفرینی را ایجاد نماییم. با کسی همکار شویم که بتوانیم بهم انگیزه کافی و مهارت کافی برای کار را بدهیم.

### اصل دوم: زمان

در زمانی که ما مشغول فعالیت‌های دیگر هستیم باید یک کنترل و برنامه ریزی روی روند مسئولیت‌هایمان در کارآفرینی جدید داشته باشیم. زمان‌های منظمی در پایان هفته‌ها یا در شب‌ها تنظیم نماییم تا با تیم کاری همکاری لازم را داشته باشیم ودر ضمن برخی از فعالیت‌هایی که منجر به اتلاف وقتمان است مانند بیرون رفتن زیاد را از برنامه‌هایمان حذف نماییم.

### اصل سوم: رعایت قانون ۸۰/۲۰

تنظیم کارهایمان را باید بر حسب قانون ۸۰/۲۰ انجام دهیم تا بهتر بین و پربازده ترین کارها را در که هشتاد درصد بازدهی دارند را انجام دهیم. پربازده‌ترین کارها معمولاً بیست درصد از فرایند کسب وکار است.

پس نقاط قوت بخش کار را بهتر شناسایی کنید.

### اصل چهار: داشتن ایده

ایده با ثبات بیشتر را در نظر بگیرید.

بعضی ایده‌های استارت‌آپ بی نتیجه و زودگذر هستند یا رقیبان زیادی در بازار هست که امکان پیشرفت را از ما می‌گیرد. پس جدیدترین ایده‌ها را دنبال کنیم تا بهترین کارآفرینی را راه اندازی نماییم.

### اصل پنجم:تحلیل نمودن رقیبان در آن زمینه کارآفرینی

بیشترین کسانی که در زمینه مد نظر شما در حال فعالیت هستند از نظر محصولات وخدمات وکیفیتی که در بازار ایجاد کرده‌اند را دنبال کنید. وبا یک محصول متنوع و متمایز یا قیمتی پایین‌تر با سرویس دهی بهتر وارد عرصه رقابت شوید.

### اصل ششم: برای دستیابی به موفقیت به خود فرصت کافی را دهید.

اگر کسب و کارتان در طی شروع با چالش‌ها یا مانعی همراه شد، دلسرد نشوید. زیرا این کارآفرینی شغل دوم شماست پس زمان کافی برای رسیدن به پیروزی را در نظر بگیرید و مایوس نشوید. چند نمونه از کارآفرینی‌های نیمه وقت

### خرید و فروش اجناس دست دوم

یکی از ساده‌ترین راههای درآمد پاره وقت فروش لوازمی است که مدت‌ها در منزل بی استفاده مانده است. در سایت‌های دیوار و شیپور بهتر است اجناس دست دوم مانند کتاب یا وسایلی که برای دیگران قابل استفاده است را به فروش برسانید. حتی با استفاده از لوازمات داخل شیپور می‌توانید به ایجاد بازارهای بین شهری بپردازید. اگر از سایت دیوار خود جنسی را پیدا کنید و در شهر دیگری بازار مشتریان آن جنس را بیابید به راحتی می‌توانید این خرید و فروش را انجام دهید و درآمادتان اندک اندک اضافه می‌گردد. خرید و فروش لوازم خانگی و الکترونیکی موجود در این اپلیکیشن ها فرصت مناسبی برای کار پاره وقت و پولساز است.

### پرورش گل‌های زینتی و دارویی

اگر علاقه خاصی به پرورش گل دارید و نکات لازم کار را بلد هستید. بهتر است از همین علاقه یک بازار کار برای پرورش گیاهان دارویی یا گل‌های زینتی داشته باشید تا به تأمین کننده این گلها در شهر خود تبدیل شوید. زمانی را که صرف این حرفه آسان نمایید شما را از نظر درآمد به بهترین رشد می‌رساند.

### انجام دادن تایپ و ترجمه

در منزل خود با در دست داشتن گوشی یا کامپیوتر به راحتی می‌توانید وظایف تایپ و ترجمه را به صورت پروژه‌ای از سایت‌های دیگر بگیرید و انجام دهید. البته به دانش ترجمه برای ورود به این حرفه نیازمند هستید که با وجود سایت هایی نظیر گوگل ترنسلیت: <https://translate.google.com/> و سایر افزونه هایی که بر روی مرورگر گوگل کروم قابل نصب هست به صورت دورکاری یا فریلنسری در زمینه ترجمه فعالیت نمایید.

### حرفه بازاریابی تلفنی

در دنیای امروز که محصولات و شرکت های تولیدی در زمینه‌های مختلف رو به گسترش هستند. می‌توانید از مهارت خود برای تبدیل شدن به یک بازاریاب حرفه‌ای استفاده نمایید تا محصولات یا خدمات را به بهترین نحو به فروش رسانید. و اگر در این زمینه پایدار باشید تا حد مطلوبی درآمد کسب خواهید کرد واز این حرفه لذت خواهید برد.