

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

از سری کتابهای راهنمای کارآفرین

کتاب راهنمای شماره ۱۳

بهترین کسب و کارهای آینده



سازمان همیاری اشتغال فارغ التحصیلان

از سری کتابهای راهنمای کارآفرین

عنوان کتاب: بهترین کسب و کارهای آینده

مترجمین: حمید هاشمی، سمیه اکبری

ویراستار: فریده سیدی پور

حروفچینی و صفحه آرایی: نرگس گل یاس

شمارگان: نسخه الکترونیک

تاریخ نشر: فروردین ۱۳۸۲

نظارت و هماهنگی: اداره مطالعات و برنامه ریزی

سرآغاز

برای ورود به بازار کار و فضای کسب و کار راه‌ها، روش‌ها و شکل‌های مختلفی را می‌توان برگزید و در انتخاب مناسب‌ترین گزینه که منجر به موفقیت شود تنها فرد تصمیم‌گیرنده، شما هستید و دیگران مشاور، راهنما، معلم و روشنگر هستند. بنابراین درک صحیح از راه و روش، شناخت مخاطرات و مزایای آن می‌تواند توفیق مورد نظر را تأمین کند.

برای رسیدن به موفقیت در بازار کسب و کار مراحل مختلفی برشمرده می‌شود از جمله: شناخت خود، درک فرصت‌ها و منابع پیرامونی، شناسایی فضای کسب و کار، تدوین برنامه‌ای مناسب برای اقدام و حصول به هدف مطلوب؛ بهره‌گیری از داشته‌ها، و تکرار همه مراحل پیش‌گفته برای توسعه و تعالی.

شناخت استعداد و تقویت انگیزه برای موفقیت و مدیریت بر خود، گام‌های نخستین مرحله آغازین هستند که جستجو و انتخاب الگوهای مناسب برای مراحل مختلف کسب و کار و دستیابی به اطلاعات، دانش و درک صحیح از امور، طراحی و برنامه‌ریزی برای فراهم‌سازی محیطی مناسب برای فعالیت، گام‌های پایانی آن تلقی می‌شود.

وجود فرصت‌ها، منابع ناشناخته و تفکر روی ایده‌های ناب برای بهره‌گیری از آنها، به منظور ارائه محصولات و خدمات سودآور در قالب تشکیلات و ساختاری نوین تحت عنوان، آرم و شعاری نو و با انتخاب مطلوب‌ترین تجهیزات و ابزار و اتخاذ صحیح‌ترین روند و رویه در انجام امور، با رعایت حقوق و قوانین، مرحله‌ای دیگر از مسیر کسب و کار می‌باشد.

شناخت بازار، رقبا و مشتریان و انتخاب سیاست‌هایی مناسب برای تبلیغات و جذب مشتری، به همراه جمع‌آوری، پردازش و بازتولید اطلاعات مورد نیاز برای توسعه بازار هدف و ایجاد فرصت‌های جدید به منظور توسعه کسب و کار، کمک شایانی برای حضور در بازار و رسیدن به مرحله بعد می‌کند. مرحله‌ای که در آن تدوین برنامه مالی مناسب، برآورد هزینه‌های اولیه راه‌اندازی کسب و کار، پیش‌بینی نقدینگی ضروری برای حیات کسب و کار و سرمایه‌گذاری جدید،

کاهش هزینه‌های ثابت و بالاسری، اخذ کمک‌های مالی و حسابرسی برای بقای آن لازم است. هر چند باید به واگذاری، فروش، مدیریت بحران و ورشکستگی در کسب‌وکار هم توجه نمود.

مجموعه کتاب‌های راهنمای کارآفرین زنجیره‌ای از مطالب مفید برای افرادی است که می‌خواهند از راه ایجاد کسب‌وکار، به شیوه کارآفرینانه همچون افراد موفق و برنده در فضای کسب‌وکار حضور یابند و دمی تأمل و اندیشه را بر اقدامی از روی اجبار و اضطرار ترجیح می‌دهند. این مجموعه که در قالب ۹۱ جلد کتابچه ارائه شده است ترجمه‌ای آمیخته با تألیف می‌باشد که حاصل تلاش همکاران و دوستان ارجمندی است که طی دوره همکاری خود در این کار مشارکت داشته‌اند و ذکر نام و یادآوری تلاش آنها ساده‌ترین نوع قدردانی از حضور بی‌بدیل آنان می‌باشد.

با تشکر از جناب آقای مرتضی پرهیزکار رئیس محترم سازمان که با حمایت‌های بی‌دریغ خود امکانات و شرایط لازم را برای ترجمه و انتشار مطالب فراهم کردند، و سپاسگزاری از آقای مهندس صادق یاری که با شناسایی پایگاه اطلاع‌رسانی *smallbusinessstown* متن کتابچه‌ها را برای ترجمه در اختیار قرار دادند. از آقای شیرزاد فلاح و خانم‌ها سمیه اکبری، فریده سیدی‌پور و وحیده خامی‌زاده که علاوه بر ترجمه برخی کتابچه‌ها وظیفه بازبینی، اصلاح و مطابقت با متن اصلی را بر عهده داشتند و از آقای دکتر علیرضا مهاجری که با ویرایش و روانسازی متن کمک شایانی به انتقال مفاهیم نموده‌اند، قدردانی می‌گردد. همچنین از زحمات خانم‌ها ریحانه خرازی و زهرا زارعی به‌عنوان طراحان جلد و خانم نرگس گل‌یاس که وظیفه حروفچینی و صفحه‌آرایی را به عهده داشته‌اند تشکر می‌گردد.

امید است همه امور با اندیشه‌ای ژرف و عملی صحیح همراه باشد و با رضایت او پایان یابد.

مدیر اداره مطالعات و برنامه‌ریزی
سازمان همیاری اشتغال فارغ‌التحصیلان دانشگاهها

صفحه	فهرست مطالب	عنوان
------	-------------	-------

۱.....	مقدمه	
۲.....	بهترین کسب و کارهای آینده	
۳.....	کسب و کارهای حافظ محیط زیست	
۵.....	کسب و کارهای خانگی	
۱۰.....	کسب و کارهای وارداتی و صادراتی	
۱۲.....	کسب و کارهای سفارش پستی	
۲۰.....	انبارهای خاص خرده فروشی	
۲۱.....	شبکه‌های ارتباطی و مخابراتی	
۲۳.....	شبکه‌های توزیع	
۲۴.....	خدمات گردشگری و تفریحی	
۲۶.....	خدمات شخصی ویژه	
۲۷.....	خدمات کامپیوتری با فناوری برتر	
۲۸.....	کسب و کارهایی که باید از آنها اجتناب کنید	

مقدمه

کتابهای راهنمای کارآفرین مجموعه‌ای به هم پیوسته، شامل ۹۱ کتاب راهنمای برنامه‌ریزی و اطلاع‌رسانی در زمینه کسب‌وکار کوچک است. این کتاب به معرفی کسب‌وکارهای آینده می‌پردازد، انواع مختلف کسب‌وکارهایی را که در آینده رونق خواهند داشت معرفی می‌کند و شما را از انتخاب و راه‌اندازی کسب‌وکارهایی باز می‌دارد. افرادی که قصد راه‌اندازی کسب‌وکاری را دارند و همچنین افرادی که دوست دارند در آینده نقش مفیدی را ایفا کنند، می‌توانند از این کتاب به عنوان راهنما استفاده کنند.

بهترین کسب‌وکار آینده

هیچ راه مشخصی برای پیش‌بینی بهترین کسب‌وکارهای آینده وجود ندارد. البته، شاخص‌های معینی با توجه به شرایط فعلی بازار وجود دارد که نشان می‌دهد کسب‌وکارهای خاصی در آینده گسترش خواهد یافت. هدف این کتاب، هدایت و راهنمایی شما به سمت حوزه‌های مهم و اصلی در حال رشد برای چند سال آینده قرن بیست و یکم است و به امید تحقق بخشیدن پیش‌بینی‌ها و تصورات شما، طراحی شده است. بنابراین، کمربندتان را محکم ببندید و برای کشف فردا آماده شوید.

(۱) کسب‌وکارهای حافظ محیط زیست

(۲) کسب‌وکارهای خانگی

(۳) کسب‌وکارهای وارداتی و صادراتی

(۴) کسب‌وکارهای سفارش پستی

(۵) انبارهای خاص خرده‌فروشی

(۶) شبکه‌های ارتباطی

(۷) شبکه‌های توزیع

(۸) خدمات گردشگری و تفریحی

(۹) خدمات شخصی ویژه

(۱۰) خدمات کامپیوتری با فناوری برتر

کسب و کارهای حافظ محیط زیست

زمانی جزیره‌ای شرقی (راپانوی)^۱ که در ۳،۷۰۰ کیلومتری غرب شیلی و در وسط اقیانوس آرام قرار داشت، به رغم وسعت کوچک ۱۱۷ کیلومتر مربعی خود، توانایی پذیرش هزاران نفر را داشت. این جزیره به دلیل داشتن مجسمه‌های سنگی بزرگی که تعداد آنها به ۶۰۰ عدد می‌رسد، مشهور است. بسیاری از این مجسمه‌ها، اندازه‌ای بین ۳ تا ۶ متر دارند. تعدادی از آنها ارتفاع بیش از ۹ متر و وزنی بیش از ۵۰ تن دارند.

کسی که هیچ تخیلی ندارد، هیچ کاری نمی‌تواند بکند.
«محمدعلی کلی»

وسایلی که جهت جابجایی این مجسمه‌های غول‌پیکر استفاده می‌شد، هنوز به طور کامل مشخص نشده‌اند. ولی، همیشه این فرضیه مطرح بوده است که مجسمه‌ها با استفاده از طنابهای ضخیم، تنه‌های درخت و سنگهای گرد و ریزی که در زیر آنها قرار می‌دادند، حمل می‌شدند. در جریان حمل مجسمه‌ها، درختان از بین می‌رفتند و امروزه حتی یک درخت هم در این جزیره باقی نمانده است. مطالعات

1. Rapanui

اخیر نشان می‌دهد که جنگل‌زدایی باعث اختلال در نظم اجتماعی، گرسنگی، جنگ و بحران و کاهش جمعیت جزیره شده است. کره زمین نیز یک جزیره در میان کهکشان است و اگر ما گامی برای بازیافت زباله‌ها، کاهش آلاینده‌ها و حفاظت از منابع طبیعی خود برداریم، کره زمین هم به سرنوشت جزیرهٔ راپانوی دچار خواهد شد. هر کسب‌وکاری که در پی برطرف کردن این مشکلات باشد، آینده خوبی خواهد داشت و مردمی که ”سبز اندیشند“، به آن کسب‌وکار تمایل و ایمان خواهند داشت.

کسب‌وکارهای خانگی

چندین قرن پیش، بیشتر کسب‌وکارها در خارج از خانه انجام می‌شدند. کشاورزان روی زمینهای زراعی کار می‌کردند، پزشکان به منازل مراجعه می‌کردند و آهنگران در مغازه‌هایی در کنار خانه‌هایشان کار می‌کردند. امتیاز مهم و اصلی چنین شرایطی آسایش و پایین بودن هزینه‌های سربار بود.

امروزه، این شیوه هنوز صحیح است و ادامه دارد. البته، اشکال اصلی این روش، که عدم وجود ارتباط با همکاران و مصرف‌کنندگان است، از میان رفته است.

فناوری، کسب‌وکارهای خانگی را گسترش داده است و به فرصتی کارآفرینانه تبدیل نموده است. در واقع، با پیشرفت رایانه‌های قابل حمل، تلفن‌های همراه، مودم و دستگاه نامبر، این نوع کسب‌وکارها به سرعت تنها راه حل کاهش هزینه‌های جزئی و دفتری می‌شوند.

۶۶٪ کسب‌وکار خانگی در دست بانوان است که البته
آقایان در حال جبران این عقب‌افتادگی هستند.

به ۸ دلیل ذیل در مورد رونق کسب‌وکارهای خانگی توجه کنید:

کسب‌وکارهای خانگی رونق می‌یابد زیرا...

شرکت‌ها ضرورت ساده و مؤثر عمل کردن را تشخیص داده‌اند. در آمریکا، به دلیل شرایط سخت همکاری و تغییر دیدگاه‌های مدیریتی، تعداد افرادی که در ساعات اداری به صورت تمام وقت در خانه کار می‌کنند، از سال ۱۹۹۰، ۳۸ درصد افزایش داشته است. در حال حاضر، بیش از یک میلیون کارمند، بیش از ۳۵ ساعت در هفته، دور از شرکت و در خانه کار می‌کنند.

یک شرکت مشاوره و تحقیق تخمین زده است که کسب‌وکارهای خانگی جدید، با نرخ ۱۲٪ در سال رو به رشد هستند و در سالهای آینده در ایالات متحده، بیش از پنجاه میلیون امریکایی، اکثر کارهای خود را در خانه انجام خواهند داد. در حال حاضر، از هر ده امریکایی و کانادایی، یک نفر به طور تمام وقت مشغول فعالیت به صورت کسب‌وکارهای خانگی هستند.

بر خلاف آنچه مردم می‌پندارند، صاحبان کسب‌وکارهای خانگی احساس انزوا نمی‌کنند. یکی از بزرگترین دلایلی که افراد از انجام کسب‌وکارهای خانگی واهمه دارند، این است که فکر می‌کنند این نوع کار، آنها را از اجتماع دور می‌کند. در صورتیکه امروزه، بسیاری از صاحبان کسب‌وکارهای خانگی، بیش از ۶۰ درصد وقت خود را روزانه در مسیره‌ها یا دفاتر مشتریان خود صرف می‌کنند. توجه به انسانها به عنوان موجودات اجتماعی، واقعیت ایجاد و ادامهٔ یک کسب‌وکار خانگی را خوشایندتر می‌کند.

اقتصاد امریکای شمالی به طور فزاینده‌ای خدماتی می‌شود. با افزایش میزان کسب‌وکارهای خدماتی در اقتصاد، طیف گسترده‌ای از فرصتها برای رشد کسب‌وکارهای شخصی کوچک و مشتری‌پسند، همچون کسب‌وکارهای خانگی، ایجاد شده است.

رشد اخیر جمعیت روستایی نشانگر رشد کسب‌وکارهای روستایی است. بیشتر کشاورزان ترجیح می‌دهند به جای ترک مزارع و مهاجرت به سوی شهرها، جهت تأمین مالی، کسب‌وکارهای خانگی را شروع کنند. اخیراً تقریباً ۵۰ درصد کسب‌وکارهای خانگی، در خارج شهر هستند.

جامعهٔ شغلی، کسب‌وکارهای خانگی را همانند کسب‌وکارهای حرفه‌ای و تولیدی دیگر تلقی می‌کند. زمانی مفهوم کلمهٔ “کار خانگی”، در ذهن بیشتر مردم، خانمهای خانه‌داری را تجسم می‌بخشید که در آرایشگاه هستند و در یک دست خود قیچی در دست دیگرشان قنداق بچه را حمل می‌کنند و حتی فرصت رسیدگی به غذای روی اجاق گاز را ندارند. البته نگرش مدرن به سرعت جایگزین این نوع دیدگاه شد. با افزایش کسب‌وکارهای حرفه‌ای، مردان و زنان کار در خانه را انتخاب کردند و همین باعث شد که افراد، احساس تردید کمتری نسبت به انتخاب این نوع کسب‌وکارها داشته باشند.

با گسترش کاربرد رایانه و ایجاد ارتباطات راه دور پیشرفته، بیشتر کسب‌وکارهای خانگی، فروش کالا را نیز به خوبی ارائهٔ خدمات انجام می‌دهند.

در حال حاضر، بیشتر افراد، قادر به فروش کالا به خوبی ارائهٔ خدمات هستند. با گسترش کاربرد رایانه و ایجاد ارتباطات راه دور، بیشتر کسب‌وکارهای خانگی فروش کالا را نیز به خوبی ارائهٔ خدمات

انجام می‌دهند. در زمانهای نه چندان دور، کسب‌وکارهای خانگی تنها به عنوان کسب‌وکارهای خدماتی مورد توجه قرار می‌گرفتند. کارآفرینان به استقلال علاقه‌مندتر از پاداشهای مالی هستند. مردم، بیشتر جذب استقلال و انعطاف‌پذیری کسب‌وکارهای خانگی می‌شوند تا مزایای مالی آن. کسب‌وکارهای خانگی همگام با پیشرفت کارآفرینان، رشد می‌کنند. فعالیتهای خانگی می‌تواند از کمک خرج خانواده با چند هزار تومان در ماه، تا خدمات تخصصی مشاوره‌ای با چند میلیون تومان در ماه تغییر کند.

کسب‌وکارهای واردات و صادرات

هزاران سال پیش، قبل از اینکه کسی تمبر بچسباند، در تلفن همگانی سکه بیندازد یا یک فرم سفارش ۲۰ صفحه‌ای را از طریق نامبر ارسال کند، دو نوع تجارت ضروری بود: شما می‌توانستید با همسایه معامله کنید و یا با اعضای قبیله‌ای نزدیک، از طریق فرستادن پیک یا ملاقات حضوری، داد و ستد کنید.

ولی با گذشت زمان و پیشرفت تمدن جهان، بر همگان آشکار شد که تجارت با قبایل دور، جوامع، فرهنگها، کشورها و حتی قاره‌ها رضایت‌بخش و سودآور است. بنابراین، پیکها و سیستمهای ارتباطی کم‌کم پیچیده شدند.

این روند تا ایجاد شبکه اقتصاد جهانی امروز دنیا ادامه داشته است در این اقتصاد، چه بخواهید و چه نخواهید، تجارت بین‌المللی وجود دارد و حتی بیشتر خواهد شد. بنابراین، تجارت بین‌الملل در آینده از عمده‌ترین روشهای فعالیت اقتصادی خواهد بود. مردم، نه تنها با تاجران خیابانی معامله خواهند کرد، بلکه با تاجرانی که در ۶۰۰۰ کیلومتری آنها در کشوری دیگر قرار دارند و حتی با زبان دیگر صحبت می‌کنند نیز، می‌توانند معامله کنند. به یاد داشته باشید که

همانطور که نباید مشتریان اطراف خود را نادیده بگیرید و از آنها غافل شوید، مشتریان آنسوی مرزها که ممکن است در سطح بالاتری قرار داشته باشند را نیز نباید نادیده گرفت.

مردم نه تنها با تاجران خیابانی معامله خواهند کرد، بلکه با تاجرانی که در ۶۰۰۰ کیلومتری آنها در کشوری دیگر قرار دارند و حتی با زبان دیگر صحبت می‌کنند نیز، می‌توانند معامله کنند.

کسب‌وکارهای سفارش پستی

کسب‌وکارهای سفارش پستی شامل کسب‌وکارهایی می‌شوند که خرید، فروش، فروش سهام و تبلیغات کالا و خدمات را از طریق پست انجام می‌دهند. این کسب‌وکارها، از دیدگاه کارآفرینان به طور فزاینده‌ای به عنوان وسیله اصلی بازاریابی محسوب می‌شوند. زیرا مزایای تحلیل کامپیوتری، فناوری ارتباطات، حمل و نقل مدرن، سیستم‌های توزیع و اینترنت را در بر می‌گیرد. بدین معنی که این روش، بیش از هر روش دیگری قادر به تأمین نیازهای مردم می‌باشد و از طریق روشهای دقیق بازاریابی هدف، به افراد خدمت می‌کند و از رویکرد بازاریابی انبوه و غیر مؤثر جلوگیری می‌کند.

نشریه تخصصی در مورد کسب‌وکارهای خانگی، تخمین می‌زند که ۱۴ میلیون کسب‌وکار خانگی تمام وقت وجود دارد که با نرخ ۵۰۰،۰۰۰ در سال رو به رشد هستند و ۱۳/۱ میلیون کسب‌وکار نیمه وقت وجود دارد که با نرخ ۶۰۰،۰۰۰ در سال رو به رشد هستند.

ولی یک دقیقه صبر کنید! کسب‌وکارهای سفارش پستی؟ آیا این نوع کسب‌وکار، مختص گرانفروشان، دغل‌کاران و کسانی که می‌خواهند زود به پول برسند، نیست؟

کارآفرینانی وجود دارند که دوست ندارند به عنوان شرکت سفارش پستی شناخته شوند. و حتی عده‌ای از آنان به شدت در تلاشند که دیدگاه عموم را تغییر دهند و به آنها بفهمانند، خرید از افرادی که آنها را نمی‌بینند، علاوه بر اقتصادی بودن، آبرومندانه نیز هست.

اگر شما یکی از کارآفرینانی هستید که نمی‌توانید توهین به کسب‌وکارهای سفارش پستی را تحمل کنید، چرا به جای نادیده گرفتن مزایای این روند جدی شغلی، بعنوان یک «انجمن تجارت ملی»، «شبکه بازاریابی راه دور» یا «خانه سنجش جهانی» شروع به کار نمی‌کنید. اگر هنوز نپذیرفته‌اید که بازار این نوع کسب‌وکارها پر رونق است، ۱۲ دلیل زیر را که در مورد رونق منطقه‌ای و جهانی این کسب‌وکارها و کسب‌وکارهای اینترنتی آمده است، بخوانید:

طی هزاران سال، هیچ پیشرفتی در اخلاق اجتماعی، فلسفه و سیاست وجود نداشته است. اما پیشرفت کسب‌وکار، تا به حال معجزه‌آساترین پیشرفت در جهان بوده است.

«ای.و.هاو»

کسب‌وکارهای سفارش پستی رونق می‌یابند زیرا...

تبلیغات مؤثرتر شده‌اند. نه تنها مبلغان فروش پستی قادرند محصولاتشان را بسیار بهتر از خرده‌فروشان در توضیحات روی بسته‌بندی‌ها معرفی کنند، بلکه سعی در بهبود کیفیت طرح‌های هنری مصور در مجلات که سبب مقبول شدن سفارشات پستی می‌شوند نیز دارند.

امکانات خدمات‌رسانی به مشتری رو به بهبود است. اساساً مصرف‌کنندگان، یکی از این سه چیز را می‌خواهند: خدمت، خدمت و خدمت بیشتر. با وجود اماکن سفارش پستی، مشتریان خدماتی مثل تخفیفات عمده، سهولت دستیابی به شماره تلفن آزاد که هزینه آن توسط فروشنده پرداخت می‌شود و طیف گسترده‌ای از خدمات را از بسیاری از فروشگاه‌های خرده‌فروشی دریافت می‌کنند. ولی سفارش پستی مناسب برای مشتریان و کارآفرینان جذاب است و این جذابیت، به این خاطر است که زمان انتظار انجام سفارش پستی بین خریدار و فروشنده کم است. اخیراً از آماده‌سازی و ارسال تا دریافت یک سفارش، به جای شش هفته، تنها سه روز زمان لازم است.

سودآوری فروشگاه‌های خرده‌فروشی، به دلیل افزایش سرقت از این مغازه‌ها کاهش می‌یابد. در حال حاضر، خرده‌فروشان میلیاردها

تومان از درآمد سالانه خود را به خاطر سرقت و دزدی کارکنان از دست می‌دهند.

مهاجرت افراد به نواحی روستایی افزایش می‌یابد. با بازگشت عموم مردم به جوامع روستایی، نیاز بیشتری به خرید از راه دور احساس می‌شود.

با بازگشت عموم مردم به جوامع روستایی، نیاز بیشتری به خرید از راه دور احساس می‌شود.

بسیاری از مردم برای خرید، از کارتهای اعتباری استفاده می‌کنند. زمانی، از استفاده کارتهای اعتباری هراس داشتند زیرا فکر می‌کردند اگر شماره آنها به دست شخص دیگری بیفتد، اتفاق وحشتناکی برای آنها می‌افتد. البته، امروزه اکثر افراد ترجیح می‌دهند هنگام خرید، به خصوص خرید زیاد، به جای نوشتن چک از کارت اعتباری استفاده کنند (امروزه افراد از برگشت چکهایشان بیشتر از ربنده شدن شماره کارت اعتباری می‌ترسند).

اکثر افراد فرصت کمی برای خرید دارند. گرچه افراد خرید کردن را دوست دارند، ولی اکثر آنها ترجیح می‌دهند در اوقات فراغت،

کار دیگری انجام دهند. زنان کارمند و پولداری که اغلب با کمبود وقت مواجه هستند ترجیح می‌دهند به جای راه رفتن در میان جمعیتی که در حال خرید هستند و حضور در مناطق شلوغ خرید یا گذراندن وقت در پارکینگ‌هایی که آنقدر وسیع هستند که به راحتی در آن گم می‌شوند، بنشینند و همراه با نوشیدن یک فنجان چای مجله زن روز را بخوانند. همچنین، در خانواده‌هایی که زن و شوهر هر دو کار می‌کنند، وقت کمی برای برآوردن ضروریات و نیازهای روزانه وجود دارد.

صنعت سفارش پستی در نظر مشتریان پذیرفته شده است.

مردم به شرکت‌هایی نیاز دارند که به جای سوء استفاده از آنها، صادقانه نیازهایشان را برآورده کند. امروزه سفارش پستی بیش از گذشته بعنوان صنعت کالا محور، ارزش محور و بازار محور در دیدگاه مشتریان پذیرفته شده است و بعنوان صنعت سودمحور به آن نگاه نمی‌شود. اماکن سفارش پستی کفش، لباس، کتاب، عکس و کامپیوتر، توانایی خود را در عرضه محصولات مرغوب، انتخاب و خدمات با قیمت پایین‌تر از فروشگاه‌های خرده‌فروشی، به اثبات رسانده‌اند. امروزه، افراد از مزایای سفارش پستی استفاده می‌کنند و مانند گذشته، به خاطر حقه‌بازی و فریب افراد به ظاهر کارآفرین سفارش پستی، ناامید نمی‌شوند.

کسب‌وکارهای سفارش پستی نسبت به کسب‌وکارهای سنتی،
ماهرانه‌تر و ناب‌تر هستند. شرکت‌های سفارش پستی، بر کارایی کار
تأکید دارند در حالیکه کسب‌وکارهای سنتی، کسب‌وکارهای کاربری
هستند. پیشرفتهای تکنولوژیک آینده، سبب افزایش کارایی و
پیچیدگی کسب‌وکارهای پستی خواهد شد. وجود سیستم کامپیوتری،
پرداخت صورت‌حساب‌ها، مدیریت انبار، روش‌های بازاریابی و خدمات
پس از فروش را، مؤثرتر ساخته است.

کسب‌وکارهای سفارش پستی نسبت به کسب‌وکارهای خرده‌فروشی،
سودآورتر هستند. در سالهای اخیر، به دلیل بالا بودن سرانه مصرف
عمومی، سود پس از کسر مالیات کسب‌وکارهای پستی نسبت به
خرده‌فروشیها بیشتر بوده است.

کسب‌وکارهای سفارش پستی می‌توانند با یک صندوق پستی
آغاز شوند. با کمترین سرمایه موجود، می‌توانید یک کسب‌وکار
سفارش پستی را راه‌اندازی کنید. می‌توانید تا زمان پولدار شدن، از
آشپزخانه یا پارکینگ برای شروع کسب‌وکار سفارش پستی استفاده

کنید. در ضمن، یک کسب‌وکار سفارش پستی را می‌توانید در اوقات فراغت و همزمان با کسب‌وکار فعلی خود داشته باشید.

تغییر یک کاتالوگ بسیار آسانتر از بازسازی یک مغازه است.

کسب‌وکارهای سفارش پستی به سرعت نسبت به تغییرات عکس‌العمل نشان می‌دهند. تغییرات سریع در دنیای کار، یک واقعیت است. شرکتهای کسب‌وکار پستی نسبت به کسب‌وکارهای خرده‌فروشی سنتی توانایی بیشتری برای عکس‌العمل در برابر تغییرات بازار دارند، زیرا در این نوع کسب‌وکارها روی موقعیت مکانی یا ظاهر آن سرمایه‌گذاری کلان نمی‌شود. به عنوان مثال، تغییر یک کاتالوگ یا افتتاح کانال توزیع جدید بسیار آسانتر از بازسازی یک مغازه، تبدیل یک مغازه خرده‌فروشی لباس به یک فروشگاه بزرگ و یا بدتر از همه، تغییر مکان است.

کسب‌وکارهای پستی برای پول مشتریان خود ارزش قابل هستند. در خرده‌فروشیها شما هزینه، سود و هزینه بالاسری خرده‌فروش،

عمده‌فروش، توزیع‌کننده، تولیدکننده و دلان را پرداخت می‌کنید، در حالیکه با استفاده از خدمات کسب‌وکارهای پستی، به هیچیک از افراد واسطه هزینه‌ای پرداخت نخواهید کرد.

بعضی از کارشناسان تخمین می‌زنند که اگر کسب‌وکارهای پستی و خرده‌فروشیها نرخ رشد فعلی خود را حفظ کنند، از هر مبلغی که در سال ۲۰۰۵ توسط کسب‌وکارهای دیگر هزینه می‌شود، یک سوم آن صرف کسب‌وکارهای پستی می‌شود.

انبارهای خاص خرده‌فروشی

در امریکای شمالی، مراکز توزیع از شکل فروشگاه بزرگ به صورت انبار به سرعت در حال تغییر است. مغازه‌های خرده‌فروشی سنتی از زیانهای عمده رنج می‌برند و به همین دلیل، مجبورند به طور جدی در مورد سیاست‌های تولید و استخدام، تجدید نظر کنند و این امر، باعث ایجاد انبارهای مخصوص خواهد شد.

مراکز بزرگ توزیع که مستقیماً کالا را در اختیار مصرف‌کننده قرار می‌دهند، چشم‌انداز اقتصادی آینده را از طریق ایجاد امکان انتخاب‌های متعدد با قیمت‌های ارزانتر خبر می‌دهند.

به طور کلی، از بیشتر مصرف‌کنندگان خواسته می‌شود تا خودشان خواربار مورد نیازشان را داخل نایلون بگذارند، اسباب و اثاثیه خود را خودشان جمع کنند و روی سطحی راه بروند که به جای فرش یا کفپوش براق، از بتون ساخته شده باشد. این موضوع با توجه به اینکه این کار موجب صرفه‌جویی و پس‌انداز پول بیشتری می‌شود، راحت‌تر پذیرفته می‌شود.

شبکه‌های ارتباطی و مخابراتی

زمانی، بریتانیای کبیر به دلیل سازماندهی عالی ناوگان کشتیرانی و نه به دلیل قدرت وسیع نظامی، بر تجارت دنیا مسلط بود. تا اینکه کنترل هوایی نسبت به کنترل دریایی اهمیت بیشتری پیدا کرد و تأثیر تسلط بریتانیا کاهش یافت و ایالات متحده به عنوان قدرت جدید جهانی شکل گرفت و بر تجارت دنیا مسلط شد.

امروزه، مبارزه و رقابت روی زمین، دریا و یا چند کیلومتر بالاتر، در آسمان، نیست بلکه صدها کیلومتر بالاتر از زمین قرار دارد. جایی که ماهواره‌هایی که با سرعت ۱۶۰۰۰ کیلومتر در ساعت در حرکت هستند، قادر به فرستادن اطلاعات از یک کشور به کشور دیگر با سرعت نور هستند.

همیشه، توانایی و ابزار ارتباط با دیگران توانایی دسترسی شما به بازارهای جدید را افزایش می‌دهد. انفجار سیستم ارتباطات در دهه ۹۰ شبیه به ایجاد سیستم کامپیوتری در دهه ۷۰ و ۸۰ میلادی خواهد بود. سیستمهای ارتباطی پیشرفته ضرورتاً تمام کامپیوترهای موجود را به هم پیوند خواهد داد و کامپیوتر عظیمی با انبوهی از

ذخایر اطلاعاتی در اختیار کارآفرینان قرار می‌دهد که به آن اینترنت گفته می‌شود.

صنعت ارتباطات با درآمد ۱/۴۳ تریلیون دلاری در سال، ۶ درصد از تولید ناخالص جهانی را تشکیل می‌دهد. به هر حال خیلی جالب است که طبق بررسی شرکت تحقیقاتی *Dataquest* ۸۰ درصد جمعیت جهان هنوز به تلفن دسترسی ندارند.

شبکه‌های توزیع

در بسیاری از کشورهای در حال توسعه، ممکن است ساعتها و یا حتی روزها به دنبال یک حلقه فیلم خوب بگردید ولی پیدا کردن یک بطری نوشابه کوکاکولا، یک ساعت هم طول نمی‌کشد.

شرکت کوکاکولا، یکی از گسترده‌ترین سیستمهای توزیع را در دنیا دارا می‌باشد. موفقیت این شرکت به دلیل توانایی آن در تأمین محصولاتش در سراسر دنیا می‌باشد. حال، ناکامی میلیونها و یا حتی میلیاردها مصرف‌کننده را تصور کنید که تنها به دلیل در دسترس نبودن محصولات مورد نظر خود در کشور، شهر یا حتی محله خود قادر به تهیه آنها نیستند.

به منظور برآورده ساختن نیازهای تجارت رو به رشد جهانی، شبکه‌های خرید کامپیوتری و اماکن سفارش پستی، لازم است که سیستمهای توزیع و جابه‌جایی ارزان، و از نظر انرژی بهره‌ور، به صورت محلی و بین‌المللی شکل گیرد. این موضوع، به خصوص برای کشورهای در حال توسعه اهمیت دارد که خواهان دستیابی به محصولات و خدماتی هستند که کشورهای توسعه‌یافته، آنها را حق خود می‌دانند.

سرریزترین صنعت توزیع رو به رشد، خدمات حمل و نقل و تجهیزات جابجایی مواد خواهد بود.

خدمات گردشگری و تفریحی

در گذشته نه چندان دور، اصلی‌ترین صنعت کره زمین، کشاورزی بود و اکثر مردم کشاورز بودند. کم‌کم روش‌های تولید مواد غذایی پیشرفت کرد و بیشتر مردم، به عنوان کارگران بخش صنعت مشغول به کار شدند. وقتی روش‌های تولید صنعتی پیشرفت کرد و ماشین جایگزین انسان شد، بیشتر مردم مشغول کارهای خدماتی شدند.

در حال حاضر، صنعت خدمات، بخش اعظم صنعت کشورهای توسعه یافته را تشکیل می‌دهد و سریع‌ترین بخش رو به رشد صنعت، صنعت گردشگری است. با توجه به اینکه صنعت گردشگری شامل هتلها، رستورانها، پمپ بنزینها، فرودگاهها و دفاتر نمایندگی مسافرتی و غیره می‌شود، قدرت گسترش آن باور نکردنی است. در نظر بگیرید، اگر کشورهای در حال توسعه مثل کره جنوبی، تایوان، مالزی، مکزیک و چین، راه ژاپن را طی کنند و از رهروان دائمی جهان شوند، چه اتفاقی خواهد افتاد. بیهوده نیست که بسیاری از شرکتهای ژاپنی، سالها مشغول خرید سواحل دریاها، هتلها و حتی استودیوهای فیلمبرداری بوده‌اند.

در آغاز هزارهٔ جدید به دلیل فوران مسافرت‌های آسیایی، صنعت گردشگری خیلی مورد توجه قرار گرفته است و بقیهٔ کشورهای جهان نیز در آن نقش داشته‌اند. تا سال ۲۰۰۵ این نرخ از ۵۱ میلیارد دلار در امریکا و ۱۳۰ میلیارد دلار در اتحادیه اروپا به ترتیب به ۹۰ میلیارد دلار و ۲۴۰ میلیارد دلار افزایش خواهد یافت.

خدمات شخصی ویژه

در یک کشور در حال توسعه، در حاشیهٔ اقیانوس آرام، شما ممکن است به عنوان یک کارآفرین بی تجربه، دست به ایجاد یک کسب‌وکار تولیدی بزنید زیرا نیروی کار و مواد اولیه در آن کشور نسبت به کشورهای پیشرفته ارزانتر است. ولی انتخاب شما در کشور توسعه‌یافته بیشتر به سمت ارائهٔ یک خدمت قدیمی یا جدید، یا حداقل انتخاب یک محصول خاص میل می‌کند، که این محصول خاص در ارتباط با کسب‌وکاری خواهد بود که بر پایهٔ یک خدمت خاص و عمیقاً شخصی بنا شده باشد.

پوشیده نیست که کسب‌وکارهای کوچک خدمات شخصی، یکی از سریع‌ترین بخشهای رو به رشد اقتصادی هستند. یکی از دلایل اصلی این ترقی، این است که این کسب‌وکارها، نیازهای عاطفی افرادی را برآورده می‌کنند که ترجیح می‌دهند با اشخاصی کار کنند که نام آنها را می‌دانند. به طور سنتی، این نیاز توسط خواربار فروشیهایی که توسط بابا و مامان اداره می‌شد و حالا تقریباً از بین رفته است برآورده می‌شد.

نکته: سریع‌ترین صنایع خدماتی رو به رشد، خدمات تجاری و خدمات پزشکی خواهد بود.

شرکت‌های سودآور و مترقی، شرکت‌هایی هستند که مشغول کارهای تبلیغاتی، پوشاک، مشاوره، آموزش، اجاره دادن، تولید، پزشکی، انتشارات، مواد غذایی و امنیت هستند.

خدمات کامپیوتری با فناوری برتر

ابر کامپیوترهای عظیم شرکت IBM از رده خارج شده و کامپیوترهای شبکه‌ای جایگزین آنها شده‌اند. بنابراین، خدمات کامپیوتری، کسب و کارهای طراحی نرم‌افزار و مشاوره، جهت تأمین نیازهای خبری شرکت‌های کوچک و بزرگ، شکل خواهند گرفت.

ولی انفجار واقعی در صنعت کامپیوتر، در بستر بهره‌برداری هوشمندانه از اطلاعات قرار دارد. زمانی، دسترسی به مقدار زیاد سرمایه، قدرت محسوب می‌شد. امروزه، دانش، قدرت محسوب می‌شود. همه دسترسی تقریباً یکسانی به وقایع و حقایق دارند. همه کم و بیش اطلاعات یکسانی دریافت می‌کنند. در واقع، افراد در اطلاعات، غوطه‌ور هستند ولی برای دانش تشنه‌اند. کلید موفقیت در این حوزه، توانایی جدا کردن دانش صحیح است؛ توانایی بیرون کشیدن اطلاعات مفید از ذخیره‌ی بی‌پایان داده‌های کامپیوتری.

مدیریت اطلاعات، مهمترین قسمت روش‌های جدید بازاریابی است و کسب و کاری است که جهان، در حال حاضر درگیر آن است و همچنین قویترین ابزار اقتصادی آینده است. این کسب و کار، به استفاده صحیح از کامپیوترها برای کنترل و سازماندهی اطلاعات می‌پردازد.

مدیریت اطلاعات، مهمترین قسمت روش‌های جدید بازاریابی است و کسب و کاری است که جهان، در حال حاضر درگیر آن

کسب‌وکارهایی که باید از آنها اجتناب کنید

آیا هیچگاه اتومبیل قراضه و به درد نخور داشته‌اید که زیاد بنزین مصرف کند و در هر چند صد کیلومتر، به خصوص در سفر، قطعاتش صدا بدهد و بشکند.

مواظب باشید! کسب‌وکارهایی وجود دارند که واقعاً به درد نخور هستند. این نوع کسب‌وکارها که در زیر ذکر شده‌اند، کسب‌وکارهایی هستند که کارآفرینان ناوارد و تازه‌کار، نباید اقدام به انجام آنها کنند. این کسب‌وکارها فرصت کمتری برای ترقی دارند و حاشیه سود کمی دارند. در صورت انجام این کسب‌وکارها، مشکلات وجوه در گردش بعد از چند ماه فعالیت وجود خواهد داشت که اگر به طور کامل از آنها اجتناب شود، امکان بقای شما در سال اول کارتان افزایش می‌یابد.

از تأسیس خواربارفروشی‌های دو نبش و رستوران‌های مدرن خودداری کنید.

از تأسیس خواربارفروشی‌های دو نبش و رستوران‌های مدرن اجتناب کنید. تمام این نوع کسب‌وکارها، کسب‌وکارهایی هستند که فرد

را در آینده به شدت پشیمان می‌کند. زیرا پیدا کردن و حفظ مشتری، بزرگترین مشکل این نوع کسب‌وکارها است.

از پیشگام شدن در فناوری‌های جدید و پیشرفته، اجتناب کنید.

عرضه فناوری جدید، معمولاً مستلزم مبالغ کلان سرمایه است و ریسک زیادی را در بر می‌گیرد. این ریسک بیشتر برای شرکتهای با سابقه مناسب است، نه برای افراد. زیرا شرکتهای با تجربه می‌توانند موقعیتهای و موفقیت‌های خطرناک را با اندوخته‌های مالی که از شرایط موفقیت‌آمیز خود به دست آورده‌اند، پشت سر بگذارند. قبل از در نظر گرفتن هر کسب‌وکار فنی و تکنولوژیک، به طور جدی تحقیق و برنامه‌ریزی کنید.

از ارائه مفاهیم کاملاً جدید اجتناب کنید. ارائه فناوری جدید و مفاهیم

جدید بر پایه فناوری قدیمی، بهتر است به افراد با تجربه واگذار شود. برای مثال، فقط شرکتهای خیلی بزرگ مثل AT&T توانستند به وسیله شبکه‌های ماهواره‌ای و سیستمهای ارتباطی پیشرفته خود، حمایت لازم برای یک ایده دگرگون‌کننده مثل تلفن همراه را با موفقیت به عمل آورند.

از پیشگام شدن در فناوری جدید، ارائه مفاهیم کاملاً جدید و احداث کارخانه‌های بزرگ تولیدی، خودداری

از تأسیس کارخانه‌های بزرگ تولیدی اجتناب کنید. یک کارخانه تولیدی، نه تنها نیاز به سرمایه کلان برای تأسیس دارد، بلکه برای فعالیت و تداوم کار نیز، به سرمایه کلان کاری نیاز دارد. برای شروع، بهتر است با کارخانه‌های موجود قرارداد بسته شود و زمانی که خواستید کارخانه‌ای را تأسیس کنید، ابتدا به بازاریابی محصولاتتان بپردازید و بعد مسائل جزئی و ساختاری ساختمان را در نظر بگیرید.