

## داشتن اندیشه مثبت راهی به سوی موفقیت در کسب و کار

برای پیوستن به رویاهای ذهنی، از همه مهم‌تر، رسیدن به رویای موفقیت، باید اندیشه‌ای مثبت و موفق داشته باشید. رویای ذهنی خویش را با باورهای خود پیوند دهید و آن‌ها را در محیطی حقیقی به اجرا گذارید. همیشه بزرگ بیندیشید تا اهدافی بزرگ داشته باشید زیرا در پس هر داستان موفق، اندیشه‌ای برتر و رویایی بزرگ نهفته است. باید رویایی بزرگ و متفاوت داشته باشید تا مبدل به انسانی بزرگ و کارآفرین شوید.

### اشاره:

برای پیوستن به رویاهای ذهنی، از همه مهم‌تر، رسیدن به رویای موفقیت، باید اندیشه‌ای مثبت و موفق داشته باشید. رویای ذهنی خویش را با باورهای خود پیوند دهید و آن‌ها را در محیطی حقیقی به اجرا گذارید. همیشه بزرگ بیندیشید تا اهدافی بزرگ داشته باشید زیرا در پس هر داستان موفق، اندیشه‌ای برتر و رویایی بزرگ نهفته است. باید رویایی بزرگ و متفاوت داشته باشید تا مبدل به انسانی بزرگ و کارآفرین شوید.

اما برای دستیابی به این هدف باید تلاش کنید تا روایتان به حقیقت مبدل شود. درحقیقت با پیروی از اصل باورها و تلاشی مضاعف، باید در ذهن خویش این باور را به حقیقت مبدل سازید، تا درعالم واقعیت، بازتاب آنرا حس کنید و درعمل آنرا اجرا کنید. با خود بیندیشید که چگونه و از چه راهی می‌خواهید مهارت و استعدادتان را به کار گیرید؟ بنابراین نخستین گام

در این حرفه بازآفرینی موفقیت ذهنی و سپس اجرای آن است. به یاد داشته باشید، هرآنچه می‌اندیشید و تصور می‌کنید، همان‌گونه اجرا خواهد شد.

## خلاقیت

افکار ابزارهای موفقیتند، هنگامی افکارمتعالی می‌شوند، که با اهداف قطعی ترکیب شوند. با افزایش تغییر و تحول همه جانبه و جهانی، سازمان‌ها برای حفظ خود در محیط رقابت جهانی، باید راه‌های نوینی را بیابند. خلاقیت به معنای پدید آوردن فکری نو، امروز مورد توجه کلیه سازمان‌ها و مدیران قرار گرفته است. نوآوری به معنای استفاده از افکار نو و تبدیل آن به محصول، خدمت یا شیوه‌ای نو برای انجام دادن کارها است. فشار روزافزون رقابت، بازارهای جهانی شده، گام‌های شتابان پیشرفت فناوری، دگرگونی سریع ارزش‌های مصرف‌کنندگان و روش‌های زندگی بیش از سایر عوامل بر سازمان تاثیر دارند. خلاقیت موجب توانمند کردن سازمان برای پاسخگویی به محیط است. فرآیند خلاقیت دارای چهار مرحله آمادگی، نهفتگی، اشراق و اثبات است. که هر یک به نوبه خود تاثیرات بسیار شگرفی در روند پیشبرد اهداف تجاری اجرا می‌کنند.

آمادگی، فرآیند فعالیتی است که باید با مطالعه، جست‌وجو و بررسی نظریات دیگران همراه باشد. در فرآیند نهفتگی ذهن ناخودآگاه شروع به فعالیت می‌کند. در مرحله اشراق افکار و بازتاب‌های تجاری ناگهان تجلی می‌یابند. آخرین مرحله اثبات است، جایگاهی که حاصل تجربیات به اجرا گذاشته می‌شوند.

خلاقیت و پویایی لازمه حرکت و استمرار در روند تجارت است. از فنون و شیوه‌های نوین در محصولات بهره‌جویید، به تغییرات و برنامه‌ریزی‌های

جدید بیندیشید و راهکارهای مختلف را برای تولید محصولی بهتر با کیفیت مناسب‌تر امتحان کنید. از تغییرات تحت عنوان سکوی پرش برای افزایش شایستگی‌ها، شهرت و بهره‌وری در حرفه‌تان استفاده کنید. مطالعات خود را افزایش دهید، به کلاس‌های آموزشی بروید و تا حد امکان فنون جدید را در محصولاتتان به کار ببرید. اما لازمه خلاقیت، میزان علاقه‌مندی، استعداد و مهارت در حرفه مورد نظر است.

بی‌شک مخاطبان نیز همسو با امواج جدید فناوری‌های مدرن در عرصه علم و صنعت از طرح‌های جدید استقبال خواهند کرد.

### اهمیت شرایط محیط در تصمیم‌گیری‌های شغلی

مدیران و کارآفرینان برای تصمیم‌گیری به اطلاعات جامع و کامل نیاز دارند و به نسبت میزان و دقت اطلاعات و داده‌ها، درجه اطمینان آنان به نتیجه تصمیم‌گیری‌ها نوسان می‌یابد. از آنجایی که تصمیم‌گیری‌ها به نوعی پیش‌بینی تلقی می‌شود، باید همیشه از قانون احتمالات کمک گرفت. شرایط متغیر به گونه‌های مختلفی ظهور می‌یابند. نوآوری‌های جدید، ورود رقیبان تازه به بازارهای تجاری، ازدیاد جمعیت، قوانین جدید، تغییر سلیقه مشتریان، آشوب‌های سیاسی، نوسانات اقتصادی و در نهایت تغییرات جوی، از جمله عواملی هستند که بر اهداف و تصمیم‌گیری‌ها، تاثیر مستقیم می‌گذارند. از آنجایی که این عوامل به طور مستمر تغییر پذیرند، مدیران برای شناخت و تعیین این عوامل فشار زیادی را تحمل می‌کنند. این عوامل بر تصمیم‌های مدیران اثر می‌گذارند و اغلب غیرقابل پیش‌بینی هستند.

### موانع موفقیت

موانع موفقیت، بازدارنده‌های ذهنی و عینی هستند که به دلایل مختلف سدی در برابر اهداف ایجاد می‌کنند. یکی از این عوامل ترس از شکست است. از آنجایی که هنجارهای جامعه به‌گونه‌ای است که در برابر موفقیت‌ها، پاداش و در برابر شکست‌ها، افراد را توبیخ می‌کنند، اغلب کارمندان علی‌رغم داشتن ایده‌ها و طرح‌های برنامه‌ریزی شده، تنها به دلیل حمایت نشدن از جانب کارفرمایان از اجرای افکار خویش بازمی‌مانند. بنابراین تنها به دنبال طرح‌هایی می‌روند که احتمال موفقیت آن‌ها تضمین شده باشد. این امر مانع بزرگی در راه توسعه خلاقیت است. زیرا لازمه خلاقیت مخاطره کردن و آزمون و خطا است. فرد خلاق شکست را نخستین گام و ضرورت موفقیت و آغاز ابداعات نوین را پیروی از چنین اصولی می‌داند و همواره در هر تجربه شکست، به موفقیت بعدی می‌اندیشد.

## قوانین

ضرورت اجرای قوانین و عدم انعطاف آن‌ها بسیاری مواقع مانع رشد افراد در محیط‌های کاری می‌شود. قوانین آموزشی بدون توجه به تفاوت‌های فردی برای تمام کارمندان اجرا می‌شود. مقررات سازمانی در اغلب موارد شرایطی ایجاد می‌کند که زمینه‌های بروز خلاقیت در محیط‌های کاری را از میان می‌برد.

## آداب و رسوم

هر جامعه‌ای هنجارها و سنت‌های خاص خود را دارد. رفتارهای اجتماعی بعضی مواقع مانع تبلور افکار متعالی می‌شوند، زیرا افراد باید طبق قوانین و الگوهای خاص همان جامعه و با تاثیرپذیری از همان سنت‌ها رفتار نمایند.

چنین جوامعی اجازه ظهور افکار جدید را به افراد خلاق نمی‌دهند زیرا مسئولان پذیرای حرکت‌های نو نیستند و اصولاً چنین اقداماتی خلاف عرف اجتماع است. در نتیجه کارمندان ساعی، علیرغم افکاری متعالی طرد می‌شوند.

### شغل

بسیاری مواقع شغل افراد مانع بزرگی در جهت رشد خلاقیت آن‌ها است. وقتی افراد کاری را انجام می‌دهند که علاقه‌ای به آن ندارند، یا شرایط کاری به گونه‌ای است که رضایت‌مندی کارکنان را از بین می‌برد. طبیعی است که افراد در چنین محیط‌هایی نمی‌توانند خلاقیت‌ها و اهداف خود را عملی کنند و متفاوت ظاهر شوند.

### ارتباط

ارتباطات کلید و مسیر اصلی هر سازمان و شرکتی است. کارآمدترین مدیران کسانی هستند که ارتباطات را درک می‌کنند و آن را در محیط سازمانی خود به کار می‌برند. وظایف مدیریتی براساس اصل ارتباطات اجرا می‌شود. ریشه اغلب مشکلات را می‌توان در ضعف ارتباطات موثر مدیران با کارکنان و به بیان دیگر ناهماهنگی و تفسیرهای غلط عنوان کرد.

### رقابت

رقابت به معنای تلاش مضاعف در رسیدن به اهداف و برنامه‌هایی است که در یک محدوده زمانی با دیگران به اجرا گذاشته می‌شود. هرچقدر در تصمیم‌گیری‌ها، اهداف و علایق خود مصمم‌تر باشید، سریع‌تر به مقصود خواهید رسید. معمولاً در رقابت‌های تجاری، براساس نوع کالاها، کیفیت و هزینه آن‌ها رقابت می‌کنند. مخاطبان نیز براساس معیارهای خویش میان

کالاها بهترین و متفاوت‌ترین را انتخاب می‌کنند. مخاطب مانند داوری عادل تمام جوانب محصول را در خرید مورد ارزیابی قرار می‌دهد و در پایان با خریدش، مرغوبیت کالا را تایید می‌کند. بی‌شک رقابت فرآیندی بسیار حساس و خطرپذیر است. در این مرحله با مدیران و تاجرانی برخورد می‌کنید که از همه نظر به قوانین و عرف بازارهای تجاری اشراف دارند و سالها با پیروی از اصولی منظم و معیاری شناخته شده، مخاطبان را به سوی خویش جذب می‌کنند. بنابراین باید بسیار آگاه باشید و با برنامه پیش بروید. کوچک‌ترین اشتباه در این مقطع موجب شکست و افزایش اعتبار رقیبان خواهد شد.

### حرف آخر

موفقیت فرمول خاصی ندارد. تمام تعاریفی که در کتاب‌های مختلف روان‌شناسی عنوان شده‌اند، تنها راهنمای مسیر هستند. اما ساکن‌دار و راهبر این راه طولانی تنها خود شما هستید. موفقیت در تجربه‌ها و آزمون‌های دشوار به دست می‌آید. موفقیت را در آزمون و خطای تجربه‌ها و راهکارهای قدیم و جدید باید کشف و اجرا کرد، تا صحت مهارت‌ها و توانایی‌ها سنجیده شود. موفقیت بازتاب افکار متعالی و تجربه‌های دیروز شماست، که در قالبی نو شکل گرفته است.

ترجمه: سید رسول میرزایی موسوی

گردآوری «سید جواد مرتضایی اریلی

کاری از جامعه ی جهادگران پسران افتاب

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

برای دریافت کتاب ها و همچنین ماهنامه ی پسران افتاب به سایت ما  
سربزید