



هادیگ سنتال

مختران: آقای دکتر ناصر کسرائی

پانچ سوالات جلمه مورخه ۱۴۰۱/۱۲/۱۷ در داسکده برق دانشگاه تبریز

ارديهشت ماه سال ۱۴۰۱

## ۱- معرفی کوتاه از خود و مجموعه تحت کنترل و چگونگی شکل گیری این مجموعه؟

هولدینگ سنتال به مدیریت اینجانب با هدف تولید دانش و فناوری پیشرفته و ایجاد اشتغال و توسعه پایدار در حوزه صنایع برق و الکترونیک و فن آوری اطلاعات و سیستم های بانکی قریب به ۲۰ سال سابقه فعالیت دارد. هولدینگ سنتال متشکل از ۵ شرکت تولیدی، خدماتی، بازرگانی و دانش بنیان می باشد.

این هلدینگ فعالیت اولیه خود را قبل از سال ۱۳۸۳ به همت گروهی از اساتید و فعالان گروه مهندسی برق - الکترونیک دانشگاه آزاد اسلامی تبریز و با مدیریت آقای دکتر ناصر کسرائی تحت عنوان شرکت «طرح گستر» در زمینه طراحی، ساخت و مونتاژ تابلوهای برق در شهر تبریز آغاز نمود. در ادامه، شرکت با بهره گیری از پرسنل متخصص و در نتیجه پشتکار و همت تمامی اعضا و با تعیین اهداف چند ساله، دامنه فعالیت خود را گسترش داد و در این راستا با تاسیس شرکت فنی مهندسی «سازه های نوین تبریز»، پروژه های متعددی در زمینه اتوماسیون و راه اندازی ماشین آلات خطوط تولید صنعتی، نیرورسانی و تجهیز و راه اندازی پست های برق، اجرای سیستم های نوین امنیتی و انتقال دیتا و ممیزی و بهینه سازی مصرف انرژی با کارفرمایان محترم ارگان های دولتی و صنعتگران توانمند بخش خصوصی به انجام رساند.

شرکت با ارتقاء سطح دانش فنی خود و افزایش پتانسیل توان اجرایی، به منظور طراحی و اجرای پروژه های برقی نمودن قطار راه آهن جمهوری اسلامی در این مسیر گام نهاد و در این خصوص پروژه برقی نمودن قطار مسیر تبریز - آذرشهر را به عنوان پیمانکار فرعی راه آهن روسیه و پروژه برقی نمودن قطار مسیر تهران - مشهد را رسماً اجرا نمود.

از سال ۱۳۸۵ و به منظور تامین نیازهای خود و پیمانکاران منطقه، کارخانه «سازه های نوین بتنی تبریز» با محوریت تولید تیرهای بتنی برق H شکل در شهرک صنعتی شهید سلیمی تبریز توسط هلدینگ تاسیس شد و بلافاصله طرح توسعه سیم های آلومینیوم با مغز فولاد (A.C.S.R) به بهره برداری رسید و با توجه به ظرفیت بالای تولید و ارائه محصولات طبق استانداردهای کیفی و اخذ تأییدیه های شرکت توانیر در کوتاه مدت به یکی از تامین کنندگان عمده منطقه آذربایجان و استان های مجاور تبدیل گردید.

از جمله شرکت هایی که از همان ابتدای تاسیس تاکنون، طرف قرارداد اجرایی یا تامین تجهیزات این شرکت بوده اند می توان به شرکت های محترم برق منطقه ای آذربایجان، توزیع نیروی برق آذربایجان شرقی و تبریز، آب و فاضلاب استان، آب منطقه ای آذربایجان شرقی، راه آهن جمهوری اسلامی، قطار شهری تبریز، گروه کارخانجات صنعتی - تولیدی درپاد، شرکت فولاد شاهین بناب، ایران خودرو تبریز، موسسه تامین مسکن بسیجیان، شرکت شهرسازی و خانه سازی باغمیشه اشاره نمود.

در راستای تکمیل سبد کالای رشته نیرورسانی، از ابتدای سال ۱۳۹۱ طرح توسعه هادی های روکش دار آلومینیومی، کابل های خودنگهدار و نیز کابل های فشار ضعیف آلومینیومی با عایق XLPE و روکش PVC در تمام مقاطع و با نام تجاری سنتال (SANTAL) به بهره برداری رسید و تأییدیه های شرکت توانیر و ارگان های ذیربط برای محصولات تولیدی اخذ گردید.

شرکت پویشگران سهند آذران تبریز آژما از دیگر شرکت های هولدینگ سنتال است که با هدف ایجاد بستر صنایع الکترونیک و با محوریت تولید کنتور به منظور تامین نیاز مصرف داخلی صنایع و نیاز خانوارها و رفع کمبود تولید کنتور در کشور، در بهمن ماه سال ۱۳۹۵ به صورت رسمی کار خود را در زمینه طراحی و تولید کنتور برق دیجیتالی چند تعرفه و صنایع الکترونیک آغاز نمود.

## ۲- مشکل مجموعه شما در استخدام افراد خبره و کاربلد؟

جذب و استخدام نیرو در شرکت‌ها و سازمان‌های بزرگ مراحل گسترده و پیچیده‌ای دارد. این مراحل با اعلام نیاز یک واحد به استخدام نیرو شروع شده و با صدور مجوز استخدام، انتشار آگهی استخدام در سایت‌های اینترنتی کاریابی و استخدامی، دریافت رزومه‌ها، ثبت و مدیریت رزومه‌ها برای دعوت به مصاحبه ادامه پیدا می‌کند و در نهایت با ارزیابی و احراز صلاحیت شغلی کارجویان و استخدام به‌پایان می‌رسد.

بالا بودن هزینه به ازای هر استخدام مهم‌ترین هزینه‌هایی که برای یک استخدام قابل لمس است، حقوق تیم استخدام و تبلیغ موقعیت شغلی است. ولی چیزی یک استخدام را پرهزینه می‌کند صرف زمان بیش از حد و استخدام اشتباه است که در طولانی مدت اثرات سوء خود را بر سازمان ایجاد خواهد کرد.

کارفرمایان افراد دارای مهارت‌های مورد نیاز خود را در میان افراد جویای کار پیدا نمی‌کنند. بدلیل عدم وجود مهارت‌های همچون کارگروهی، حل مساله، مهارت‌های ارتباطی، خلاقیت، تفکر انتقادی، ایده پردازی و ارزیابی ایده‌ها، مذاکره و رهبری جویندگان کار از مشکلات و معضلات اساسی اشتغال پذیری دانش آموختگان می‌باشد.

ارتباط منطقی بین آموزش‌های دانشگاهی و مهارت‌های مورد نیاز بازار کار وجود ندارد. و اساسی‌ترین چالش‌های موجود در راستای مهارت‌افزایی و اشتغال فارغ‌التحصیلان را می‌توان ناشی از ناهمخوانی برنامه‌ها و متون درسی با نیازهای واقعی بازار کار، عدم وجود مهارت‌های عمومی و شغلی، کمبود فرصت‌های تجربه عملی برشمرد.

## ۳- نظر شما در مورد عقیده درست را بخوان ۶ ماه بعد برای ورود به بازار کفایت چیست؟

در کانادا دوره ه ای Op-Co برگزار می‌شود. در این دوره‌ها دانشجویان ترکیبی از کلاس و کار عملی را تجربه میکنند. بخشی از آموزش شرکت کنندگان این دوره‌ها، آموزش‌های رسمی درون دانشگاه و بخش دیگری در قالب دوره‌های کسب تجارب کاری در صنایع و دستگاه همکار انجام میشود. ترم‌های تحصیلی در این دوره‌ها به صورت چرخشی بوده به صورتی که بخشی از دانشجویان نیمه اول سال را به صورت تمام وقت در محیط کار و بخشی دیگری از دانشجویان نیمه اول سال را در دانشگاه و نیمه دوم سال را در محیط کار سپری میکنند. به این ترتیب کارفرما در کل مدت سال دانشجویانی را در اختیار دارد. بر اساس نوع کار پرداخت‌هایی از سوی کارفرما به دانشجویان صورت می‌گیرد.

## ۴- به نظر شما دروس دانشگاهی تا چه میزان می‌توانند در مسیر اشتغال و صنعت مفید باشند؟

چالش‌های موجود در راستای مهارت‌افزایی و اشتغال فارغ‌التحصیلان را می‌توان ناشی از ناهمخوانی برنامه‌ها و متون درسی با نیازهای واقعی بازار کار، عدم وجود مهارت‌های عمومی و شغلی، کمبود فرصت‌های تجربه عملی برشمرد.

فاصله بین بخش صنعت و آموزش‌های دانشگاهی و عدم انطباق این آموزش‌ها با نیازهای بازارکار، یکی از مشکلات اساسی است که منجر به افزایش مستمر نرخ بی‌کاری دانشجویان دانشگاهی می‌شود. دلایل متعددی منجر به بروز این مشکل شده است، لیکن یکی از دلایل مهم آن، عدم کسب مهارت‌های مورد نیاز بازارکار در دوره تحصیل است.

در شرایط متعارف اقتصادی یکی از دلایل بیکاری و مهم‌تر از آن پایین بودن نرخ بهره‌وری نیروی کار، کمبود صلاحیت‌های حرفه‌ای مورد نیاز دانش آموختگان است.

ارتقای کیفیت آموزش؛ روزآمدسازی برنامه‌های درسی؛ تجهیز آزمایشگاه‌ها، کارگاه‌ها و سایر فضاهای یادگیری که به جنبه عملی آموزش مربوط است؛ سازماندهی اجرای کارآموزی، کارورزی و بخش‌های کاربردی یادگیری مهارت در دانشگاه‌ها؛ انتخاب دروس اختیاری تقاضامحور؛ افزایش آموزش‌های آزاد دانشجویان در قالب فرابرنامه‌ای و یادگیری‌های غیررسمی؛ می‌تواند به ارتقای صلاحیت

های دانشجوی پس از فراغت از تحصیل و هنگام ورود به جرگه متقاضیان کار کمک کند. با بازنگری مداوم در برنامه های درسی و یکپارچگی سیاست ها، برنامه ها و اقدامات در دوران تحصیل دانشجوی، امکان ارتقای اثربخشی برنامه و از آن طریق، بهبود در مهارت و اشتغال پذیری دانشجویان بیشتر می شود.

امروزه دانشگاه هایی که به مسائل همچون اشتغال پذیری و تربیت دانشجویان با مهارت های مورد نیاز برای پذیرفتن مشاغل آینده برنامه ریزی نموده و ساختارهای مناسبی را ایجاد نمایند بیش از دیگر دانشگاه ها مورد توجه افراد برای تحصیل قرار خواهند گرفت.

## ۵- ویژگی افراد موفق در صنعت

### داشتن انگیزه و مشتاق بودن

آنها معمولا آدم هایی خوش بین، آینده نگر و علاقه مند به پیشرفت در زندگی هستند. این افراد اعتقاد دارند که موفق خواهند بود و حاضر هستند برای به دست آوردن سود یا کمک به دیگران، روی منابعی که در دست دارند نیز ریسک کنند. این افراد کارآفرین همواره به کسب و کار خود فکر می کنند و به دنبال راهی برای افزایش سهم خود در بازار مربوطه هستند.

### داشتن روحیه پیگیری و خلاقیت

یکی از مهارت های مهمی که شما باید به منظور رشد کسب و کارتان در خودتان تقویت کنید، پیگیری بودن است. کارآفرینان موفق ظرفیت بسیار بالایی برای شناخت و دنبال کردن فرصت های طلایی پیش روی خود دارند کارآفرینان موفق همواره ایده هایی نو و خلاقانه در ذهن دارند. خلاقیت در واقع همان چیزی است که میان یک فرد موفق و یک انسان عادی تفاوت ایجاد می کند.

### سازماندهی داشته باشید

یک کارآفرین موفق باید فرد سازمان یافته ای باشد. این سازمان دهی کلید اصلی در به نتیجه رسیدن کارهاست. ممکن است شما از منابع کمتری در مقایسه با رقبای خود برخوردار باشید اما در صورت داشتن سازماندهی مناسب، می توانید از منابع موجود به شکلی بهینه بهره ببرید.

### قدرت مذاکره کردن

یک کارآفرین باید بتواند در زمینه مذاکره کردن به شکلی مناسب عمل کند. در واقع هر چقدر که آنها بتوانند در مذاکره عملکرد بهتری را داشته باشند، موفقیت بیشتری را کسب خواهند کرد. بسیاری از کارآفرینان به دلیل نداشتن مهارت مذاکره در طول مسیر با مشکلات زیادی رو به رو شده و شکست را تجربه می کنند. خوشبختانه مذاکره کردن مهارتی اکتسابی است. به همین دلیل افراد می توانند با تمرین و تلاش آن را فرا گیرند.

### تطبیق پذیری

بعنوان یک کارآفرین باید در شروع کار تمامی یا بخش زیادی از کار را به تنهایی انجام دهید. این بدین معنا است که برای مدتی فقط و فقط خودتان هستید. چرا که شاید بودجه لازم برای استخدام حتی یک کارمند دیگر را نیز نداشته باشید. بنابراین شما باید هم مدیر باشید، هم حسابدار، هم فروشنده و هر کارمند دیگری که ممکن است در ادامه اقدام به استخدام او نمایید.

شما باید از نظر ذهنی برای چنین موقعیتی آماده شوید. در غیر این صورت نمی توانید خودتان را با حجم کارها تطبیق دهید و دچار مشکل می شوید. همه کاره بودن و توانایی انجام چندین وظیفه یکی از مهم ترین ویژگی های کارآفرینان موفق است. همین امر نیز سبب می شود که آنها درک بهتری درباره کارها و موقعیت های مختلف داشته باشد و بتواند بعدها به شکل بهتری تیم خود را مدیریت نماید.

## توانایی حل مسئله

کارآفرینی اساساً حل مسئله است. بیشتر کارآفرینان موفق روی حل یک یا چندین مشکل اصلی در حوزه خود تمرکز کرده اند. همین تلاش برای حل مسئله سبب شده است محصولات یا خدماتی را ارائه دهند که بیشترین سودآوری را برای آنها داشته است. اگر شما نتوانید مشکلی را حل کنید، موفق هم نخواهید شد. به همین دلیل همواره تاکید می شود که برای تبدیل شدن به یک کارآفرین موفق روی قدرت حل مسئله خود کار کنید.

## مهارت های تجاری عالی

یکی دیگر از دلایل اصلی موفقیت کارآفرینان، داشتن مهارت های تجاری و مالی عالی است. شاید خیلی از افراد این تصور را داشته باشند که برای شروع یک کسب و کار باید سرمایه ای عظیم داشت. اما این باور همیشه درست نیست. اگر شما مهارت های لازم برای تبدیل شدن به یک کارآفرین موفق را داشته باشید، می توانید با کمترین بودجه ممکن کار خود را شروع نمایید.

## ریسک پذیری

یکی دیگر از ویژگی های کارآفرینان موفق ریسک پذیری است. در واقع کارآفرینان معمولاً افراد ریسک پذیری هستند که همیشه آماده رفتن به عمق آینده ای هستند که هنوز از ساختار آن مطمئن نیستند. با این حال موضوع این است که هر ریسک کردنی باعث تبدیل شدن به یک کارآفرین موفق نمی شود. چیزی که سبب موفقیت آنها می شود این است که تمایل دارند زمان و هزینه خود را روی ناشناخته ها سرمایه گذاری کنند. اما در کنار آن برنامه ریزی مناسب برای رویارویی با موضوعاتی که بابت آنها مطمئن نبوده اند را نیز خواهند داشت.

## درک صحیح پیشنهادات و بازار

به طور کلی شروع یک کسب و کار امری خطرناک و پر از ریسک است. اما شما با تحقیق درباره مفهوم تجارت، بازار و صنعت می توانید این خطر را تا حد زیادی کاهش دهید. شما حتی می توانید ایده خود را در مقیاسی کوچک امتحان کنید.

## داشتن توانایی رهبری کردن

شما باید بتوانید اطرافیان خود را به شکلی مناسب رهبری نمایید. شما باید مشخص کنید که یک کارمند هستید یا کسی هستید که می تواند دیگران را استخدام کرده و رهبری نماید. چرا که رهبر بودن یکی از مهم ترین خصوصیات کارآفرینان موفق است. داشتن

## چشم انداز

یکی از وظایف شما به عنوان یک کارآفرین و مدیر یک کسب و کار تصمیم گیری درباره مسیر آینده کار و داشتن یک چشم انداز مناسب است. در واقع بدون داشتن چشم انداز مناسب قایق شما در درون دریا گم خواهد شد.

## دوری از شک و تردید

## مدیریت مالی

معمولاً برای به دست آوردن سود در کارآفرینی باید کمی صبور بود. چرا که سوددهی در چنین فعالیت هایی کاری زمان بر است. برای اینکه به یک کارآفرین موفق تبدیل شوید، نیازی نیست که فرد ثروتمندی باشید، اما باید بتوانید پول خود را مدیریت کنید.

## کنجکاوی بودن

کنجکاوی یک ویژگی ضروری برای یک کارآفرین است. در واقع کنجکاوی ممکن است مهم ترین خصلتی باشد که یک کارآفرین می تواند در خود داشته باشد. صاحبان کسب و کارهای کوچک باید به صورت مداوم سوال بپرسند. آنها باید هنگام شروع یک سرمایه گذاری یا برای تعیین راه های بهتر کردن کار خود سوال بپرسند و هیچ گاه از این کار دست برندارند.

## داشتن ذهن باز و انعطاف پذیری

در کارآفرین با وجود داشتن یک چشم انداز مناسب، باز هم ممکن است در مسیر با ناشناخته های بسیار زیادی رو به رو شوید. شما باید همیشه آماده تغییر استراتژی ها و برنامه های اولیه خود باشید. ممکن است روش های بهتر و جدیدی برای انجام کارها در مسیر بیابید که استفاده از آنها موفقیت کسب و کار شما را تضمین کند.

## رهبری پایدار و قوی

هیچگاه شما نخواهید توانست کسب و کار خود را گسترش دهید مگر افراد را به خوبی رهبری کنید. حتی اگر رهبران خوب و قدرتمندی را هم استخدام کنید باز هم تفاوتی ایجاد نمی شود. چرا که باز وظیفه رهبری آنها بر عهده شما خواهد بود.

## قاطعیت

یکی از ویژگی های کارآفرینان موفق قاطع بودن آنها در تصمیم گیری و استفاده از تمامی فرصت ها به نفع موفقیت کسب و کار خود است.

## توانایی برنامه ریزی

برنامه ریزی یکی از اصول مهم در کارآفرینی است. به عنوان یک کارآفرین موفق شما باید بتوانید در خصوص مدیریت منابع انسانی و مالی خود برنامه ریزی مناسبی داشته باشید.

## داشتن اعتماد به نفس

## داشتن دانش و مهارت فنی

همه کسب و کارها نیاز به داشتن دانش دارند. در کنار آن داشتن مهارت فنی در حوزه فعالیت نیز می تواند نقش تعیین کننده ای را داشته باشد. چیزی که شما برای موفقیت به آن نیاز دارید، خوب بودن در کاری است که به آن مشغول هستید. این خوب بودن نیز تنها از طریق کسب دانش و پیدا کردن مهارت فنی لازم به دست می آید.

## توانایی مدیریت زمان

## خوش بین بودن

کارآفرینان موفق افراد خوش بینی هستند. آنها خودشان را باور دارند و می دانند که می توانند نتیجه مورد نظر خود را به دست آورند. خوش بینی به این معنا نیست که آنها هیچ وقت با مشکلی رو به رو نمی شوند. بلکه به این معناست که آنها اجازه نمی دهند هیچ چیزی باور آنها به هدفی که دارند را از بین ببرد.

## سختکوشی، خودباوری و منظم بودن

کارآفرینان هر کاری که انجام می دهند را دوست دارند و از آن لذت می برند. آنها خودشان و کاری که انجام می دهند را باور دارند و همیشه با سختکوشی تلاش می کنند. زمانی که فردی به کار خود علاقه داشته باشد و خودش را باور کند، در کار خود نظم پیدا می کند.

## داشتن روحیه کار تیمی

کارآفرینی یک نمایش تک نفره نیست. فرقی نمی کند که شما تا چه اندازه فرد با استعدادی هستید، در همه حال به حمایت افراد با استعداد و پشتیبان نیاز خواهید داشت

## فعال بودن

کارآفرینان موفق همواره می دانند که در طول مسیر ممکن است با مشکلاتی رو به رو شوند. در واقع آنها موضوعات را از قبل پیش بینی می کنند و پیش از وقوع آن به فکر راه حل برای آنها هستند.

### **مدیریت کردن**

یکی از ویژگی های مهمی که باید کارآفرینان موفق در خود داشته باشند توانایی مدیریت به شکلی بهینه است. خیلی از افراد به دلیل نداشتن توانایی مدیریت به شکل درست و هدفمند در کار شکست می خورند.

### **داشتن روحیه رقابتی**

برای کارآفرینان موفق معمولاً رقابت نیروی محرکه است. در دنیای مدرن تجارت به یک مسابقه بی پایان و سریع تبدیل شده است. اگر شما موقعیت خود را در بازار از دست بدهید باید با سرمایه خود خداحافظی کنید. تنها راه نجات شما در چنین شرایطی ایجاد یک تغییر جدید در بازار است. تغییری که شما را از رقیبان جدا کند و به شما برتری دهد.

### **داشتن مهارت ارتباطی قوی**

از آنجایی که شما نیاز دارید اطلاعات را تبادل و با افراد مورد نیاز ارتباط برقرار کنید باید توانایی و دانش بالایی در زمینه ارتباطات و استفاده از تکنولوژی های روز دنیا در زمینه ارتباطات داشته باشید.

### **استفاده درست از منابع موجود**

### **متعهد بودن**

### **قابل اعتماد بودن**

میان موفقیت شغلی و سطح قابل اعتماد بودن افراد ارتباط تنگاتنگی وجود دارد. مشتریان شما یا مشتریان هدف انتظار دارند که با فرد قابل اعتمادی رو به رو شوند. آنها همواره روی این موضوع که شما تا چه اندازه می توانید وعده های خود را عملی کنید یا کاری که آنها می خواهند را برایشان انجام دهید دقت کافی دارند

## **۶- از چه مسیری باید وارد صنعت شویم؟**

برای ورود به بازار کار چه مهارت هایی نیاز است؟

در ابتدا باید گفت شکاف عمیق بین بازار کار و دانشگاه بایستی پر می شود باید گفت که فاصله ی زیاد بین اکثر کسب و کارها و دانشگاه ها تنها با آموزش های کاربردی و به روز پر می شود. مهارت های مورد نیاز برای انواع فرصت های شغلی در دو دسته ی "نرم" و "سخت" جای می گیرند.

### **مهارت های سخت در ورود به بازار کار**

به طور کلی مهارت های سخت که برای هر فرصت شغلی نیاز است، در دو دسته ی مهارت های تخصصی و عمومی قرار میگیرد. مهارت های تخصصی:

همواره به افراد توصیه می شود که در زمینه فعالیت مورد علاقه ی خود، به یادگیری نرم افزارهای تخصصی و کسب مهارت در کار با آنها بپردازند. عصر حاضر عصر مهارت های نرم افزاری است.

همین موضوع برای مشخص کردن اهمیت یادگیری کار با نرم افزارهای مختلف در زمینه های تخصصی گوناگون کافیست. البته دقت کنید که برای هر زمینه ی کاری نرم افزارهای مخصوصی وجود دارد و شما لازم نیست به همه ی آنها مسلط شوید. مهارت های عمومی:

مهارت های عمومی کامپیوتر در کنار یادگیری نرم افزارهای تخصصی برای همه ی افراد و هر موقعیت شغلی لازم و ضروری است.

## مهارت های نرم در ورود به بازار کار

اصول مذاکره و فن بیان، توانایی کار به صورت تیمی و گروهی، قدرت رهبری و مدیریت، توانایی حل مساله، انعطاف پذیری بالا و داشتن تفکر انتقادی به همراه توانایی مدیریت زمان در دسته بندی مهارت های نرم قرار می گیرند. به مهارت های نرم معمولا توجهی نمی شود. اما همین مهارت هاست که ورود شما را به یک شغل و بازار کار راحت تر می کند و باعث می شود

رابطه تخصص با تحصیلات در ایران: تحصیلات در ایران ، با این سیستم آموزشی ، تنها یک برگه ی A4 برای قاب گرفتن است یا در نهایت برای اینکه در محیط کار، ما را مهندس صدا کنند.

یاد گرفتن تخصص یعنی کارآموزی در رشته ای که فراگرفته ایم برای یاد گرفتن پیچ و خم های کار مورد علاقه مان و در نهایت مشغول شدن در همان سمت یا سمت های مشابه برای افزایش تجربه و سابقه.

**رویاپردازی در حقوق و جایگاه :** شاید به جرات بتوانم بگویم، به عنوان مدیر اجرایی چند کسب و کار مطرح ایران، با افراد جویای کار زیادی رو برو هستم که به شدت رویاپرداز هستند.

یعنی با لیسانس، بدون تجربه یا تخصص خاصی، ماهیانه حقوق بالایی درخواست می کنند.

من حتما متوجه مشکلات اقتصادی هستم اما دلیل نمی شود که تاوان تمام مشکلات اقتصادی کشور ما را، کارفرمای شما بدهد. پس در بیان حقوق، منصف باشید تا بتوانید کار را شروع کنید و سپس قدم به قدم پیشرفت کنید. مطمئن باشید کارفرمایی که حقوق رویایی بدهد برای شروع، یا هدف خاصی از حقوق رویایی به شما را دنبال می کند و یا مانند هر رویای دیگری، زود تمام می شود. پس بهتر است برای شروع کمی سطح انتظارات خود را پایین بیاورید.

مرداب شغلی:

مرداب چگونه است؟ دید به مرداب، سکون و ثبات است. از نظر من، شغلی که هر روز در آن چیزی فرا نگیرید حتی با ماهی چند میلیون تومان دریافتی، مردابی بیش نیست. مردابی که در بهترین حالت به گنداب تبدیل می شود و از شما یک انسان بی هدف و بی انگیزه می سازد. شغل خوب، شغلی است که در مثلا در طی شش ماه، به اندازه شش ماه از نقطه ای که شروع کردیم فاصله داشته باشیم. توصیه می کنم حتما این مورد را لحاظ کنید چرا که در دراز مدت، حتما آزارتان خواهد داد.

شغل نیست، کار پیدا نمی شود، هر جایی رو که می زنم، کار پیدا نمی کنم...

این جملات را من هم از جوانان اطرافم شنیده ام.. اما برای شخص بی تخصص و مصرف کننده.

صرف داشتن یک مدرک کارشناس ارشد، دلیلی برای تخصص نیست و تنها کارکردش بالابردن سطح انتظارات برای شخص است.

عمیقا اعتقاد دارم که اتفاقا کار هست، زیاد هم هست... آن چیزی که نیست تخصص قابل استفاده است.

شما تخصص لازم را کسب کنید ، سطح انتظارات خود را برای شروع پایین بیاورید، مطمئن باشید در بازه زمانی ۲ ساله، به بهترین جایگاه شغلی و حقوقی دست پیدا خواهید کرد.

## ۷- نظر شما در مورد کارآموزی چیست و چگونه می تواند بیشترین تاثیر را در مسیر اشتغال ایجاد کند؟

موردی که می خواهیم به آن بپردازیم، اهمیت داشتن تجربه کاری قبل از ورود به کار است که تنها با کسب اطلاعات و مهارت به کمک پروژه های واقعی به دست می آید. پروژه های واقعی، آن دسته از کارهایی هستند که مشتری و متقاضی واقعی آن را تعریف می کند یا در محیطی حرفه ای و نزدیک به شرایط بازار کار تعریف می شود.

با دسته بندی متقاضی با توجه به سطح مهارت و تجربه و معرفی وی به یک شرکت معتبر جهت ادامه مسیر شغلی، بخش زیادی از نگرانی جوینده کار برطرف می شود. در دوران کارآموزی شما باید قدم در مسیر بگذارید تا فرآیند کارها، بخش های مختلف سازمان، مدت زمان مورد نیاز برای انجام هر کار، مراحل مختلف هر کار و موارد این چنینی دستتان بیاید. به تدریج و با گذشت زمان، دیگر آن حس غریبی و ناآشنایی شما از بین می رود و می توانید خلاقیت خود را در کارتان به کار ببرید.

یادمان باشد، هر چقدر هم که در فضای آموزش فعالیت کرده باشیم تا وقتی که در یک شرکت و سازمان یا تیم واقعی با پروژه های واقعی دست و پنجه نرم نکنیم، فرآیند رشد ما در مسیر درست و اصلی قرار نمی گیرد. اغلب افرادی که دقیقا نمی دانند کارآموزی چیست و با این مسیر



مخالف هستند، فکر می‌کنند با انتصاب در یک نقش و جایگاه درون سازمان خاص به عنوان کارآموز، مسیر رشد فرد حالت نزولی به خود می‌گیرد. اگر این اتفاق هم بیفتد، کاملاً طبیعی است و تنها برای مدت زمانی کوتاه ادامه دارد. در نهایت، فرد جایگاه اصلی خود را درون سازمان پیدا می‌کند.

### **کارآموزی، پلی به سمت کسب و کار موفق**

بعد از اتمام دوره کارآموزی، امکان راه‌اندازی کسب‌وکار شخصی برای شما فراهم است. اگر در هنگام کارآموزی به خوبی ظاهر شوید و تمام توانمندی خود را به اساتید نشان دهید، امکان حضور دائم و استخدام رسمی در شرکت وجود دارد اما اگر نخواستید این روش را ادامه دهید، می‌توانید برای خودتان کار کنید. کارآموزی فرصت‌های جدید بسیاری پیش رویتان قرار می‌دهد.

### **یادگیری مهارت‌های نرم با کارآموزی**

همچنین مهارت‌های زیادی در سازمان به شما آموزش داده می‌شود که یکی از آن‌ها کار تیمی است و در دسته مهارت‌های نرم قرار دارد. این روزها، بلد بودن قوانین کار تیمی و کار گروهی بسیار باارزش است؛ چون سرعت تولید ارزش افزوده را در سازمان بالا می‌برد. با یاد گرفتن این مهارت، می‌توانید در جایگاه‌های شغلی بعدی خود بهتر و درخشان‌تر ظاهر شوید.

### **۸- دلیل نرخ بالای بیکاری در جامعه**

از مهم‌ترین مسائل مربوط به بازار کار کشور آن است که دانشگاه‌ها در رشته‌های گوناگون بدون توجه به نیاز واقعی دانشجوی تربیت می‌کنند، اما بازار کار تنها به آن بخشی از فارغ‌التحصیلان توجه داشته که نیاز واقعی خود به نیروی کار را برطرف کند. ناتوانی دانشگاه‌ها یا بی‌توجهی دانشجویان به لزوم کسب مهارت‌های شغلی مورد نیاز بازار کار، باعث شده تا همواره نرخ بیکاری فارغ‌التحصیلان دانشگاهی که انتظار می‌رود در وضعیت مناسبی باشد، بیش از سایر گروه‌ها و تا دو برابر متوسط نرخ بیکاری کشور باشد.

در این میان آموزش‌های مهارتی نقش مهمی را در تشکیل سرمایه انسانی از طریق تربیت نیروی کار ماهر مورد نیاز بازار کار در کشورهای مختلف جهان ایفا می‌کنند.

### **برای رفع این مشکل چه اتفاقی باید رخ دهد؟**

در اینجا دانشگاه باید خودش را با آنچه که به عنوان نیاز از سمت صنعت، مشاغل دولتی و نهادهای عمومی یا بخش خصوصی باشد احساس می‌شود هماهنگ کند. و یا با رصد تحولات اجتماعی نیازهای آینده را مرتفع سازد. اگر این احساس در مردم به وجود بیاید که تخصص ناشی از تحصیلات دانشگاهی به رفع نیازهای آنها و جامعه کمک می‌کند، حاضرند چند مدرک دانشگاهی بگیرند و مهارت‌های مختلف را به دست بیاورند که در چرخه کوتاه عمر کسب و کارهای جدید بتوانند از شغلی به شغل دیگر شیف‌ت کنند. آنچه که در دنیای امروز اتفاق می‌افتد همین است. الان در دانشگاه‌های بزرگ دنیا دوره‌های رسمی با مدرک‌های رسمی وجود دارد. اما بیشتر از آنها دوره‌های کوتاه مدت و مهارت‌های تخصصی مبتنی بر دوره‌های کوتاه مدت به سرعت در حال توسعه است.

یعنی در دانشگاه‌های بزرگ دنیا آموزش‌های غیررسمی مهمتر از آموزش رسمی می‌شود و فردی در جامعه و کشوری که دانشگاهش این‌گونه سرویس می‌دهد با گذراندن ۳۰ دوره آموزشی محیط شغلی‌اش را به سادگی تغییر می‌دهد به طوری که هر لحظه‌ای که فرد احساس کرد در شغلی که دارد ادامه کار برایش وجود ندارد می‌تواند با شناسنامه و گواهی پایان دوره‌ای که در اختیارش است شغلش را تغییر دهد. اگر این اتفاق با مدیریت درست در کشور رخ دهد حتی روی قیمت تمام شده کالاهای تولید شده هم اثر قابل توجهی خواهد داشت نگاهی به تازه‌ترین آمار و داده‌های حوزه اشتغال نشان می‌دهد که مانند سال‌های گذشته،

نرخ بیکاری افراد فارغ‌التحصیل دانشگاهی نسبت به میانگین نرخ بیکاری در کشور بالا است و دلایل مختلفی باعث شکل‌گیری این آمار شده است.

به گزارش آتیه‌آنلاین، بر اساس داده‌های جدیدترین طرح آمارگیری نیروی کار که توسط وزارت تعاون، کار و رفاه اجتماعی انجام شده، در بهار ۱۴۰۰ سهم جمعیت بیکار فارغ‌التحصیل آموزش عالی از کل بیکاران ۴۰,۳ درصد عنوان شده است. شایان ذکر است که سهم جمعیت بیکار فارغ‌التحصیل دانشگاهی در بین زنان نسبت به مردان و در نقاط شهری نسبت به نقاط روستایی بالاتر است و بررسی تغییرات این شاخص نشان می‌دهد که آمار این حوزه نسبت به فصل مشابه سال قبل ۴,۳ درصد افزایش داشته است.

از دیدگاه کارشناسان و فعالان حوزه اشتغال و بازار کار دلایل متفاوتی مانند نیاز روز بازار کار، انتظارات افراد دارای تحصیلات دانشگاهی از نوع کار، جایگاه اجتماعی و میزان درآمدزایی آن و برخی موارد دیگر شکل‌دهنده شرایط اشتغال امروز فارغ‌التحصیل دانشگاهی و سهم عمده آنها از نرخ بیکاری در جامعه است.

### **انتظارات فارغ‌التحصیلان و نیاز روز بازار کار**

یکی از دلایل بالا بودن نرخ بیکاری در بین افراد فارغ‌التحصیل دانشگاهی این است که این بخش از جامعه به واسطه تحصیلات، انتظارات متفاوتی نسبت به شغل، جایگاه اجتماعی و میزان درآمد حاصل از کار دارند.

از دیگر دلایل اساسی بیکاری این بخش از جامعه به عنوان تحصیل‌کرده و دانشگاهی این است که نیاز روز جامعه و بازار کار با نوع تحصیلات و رشته‌ای که این افراد در آن تحصیلات خود را به اتمام رسانده‌اند، همخوانی ندارد و در واقع شرایط روز بازار کار نیاز به جذب افراد تحصیل‌کرده در رشته‌های مدنظر را ندارد.

وی ادامه داد: در واقع افراد باید در انتخاب رشته تحصیلی، نیاز روز جامعه و بازار کار و اشتغال را مورد سنجش قرار دهند تا در آینده با شرایط موجود، کمتری روبرو شوند.

بیشترین نرخ بیکاری در افراد ۱۵ تا ۳۵ سال

در طبقه‌بندی بیکاران به لحاظ جنسیتی، زنان بیشتر از مردان و به لحاظ سطح مهارت، افراد فاقد مهارت بیشتر در معرض تهدید بیکاری هستند، تصریح کرد: در خصوص هرم سنی نیز قابل ذکر است که افراد بین ۱۵ تا ۳۵ سال با بیشترین نرخ بیکاری مواجه هستند.

### **۹- شما به عنوان کارفرما از چه کارمندانی بیشتر رضایت دارید؟**

عملکرد موفقیت آمیز و عالی در هر شغلی به فاکتورهای متعددی بستگی دارد که شاید اولین و مهم‌ترین آن‌ها درک کامل و واضح از وظایف شغلی و انتظارات کارفرما باشد. کارفرماها بیشتر به دنبال استخدام نیروهایی هستند که به پیشرفت و موفقیت کل کسب و کارشان کمک کنند. معمولاً کارفرمایان به دنبال کارمندانی می‌باشند که سوابق درخشانی دارند. خودتان را جای کارفرما بگذارید و ببینید چه انتظاراتی از کارمندان تان دارید. امروزه، کارفرمایان به دنبال افرادی هستند که علاوه بر تحصیلات دانشگاهی، مهارت‌ها و تخصص‌های ویژه‌ای نیز داشته باشند. این مهارت‌ها معمولاً با تلاش خود فرد برای یادگیری حاصل شده‌اند. بسیاری از کارفرمایان اعتقاد دارند، توانایی‌های و تجربه‌های دانشگاهی چیزی است که به راحتی به دست می‌آید اما به کارگیری این مهارت‌ها با تخصص‌های ویژه‌ای که موجب رشد و توسعه شرکت‌ها و کسب و کارها شود، از اهمیت بیشتری برخوردار است. با در نظر داشتن این موضوع می‌خواهیم به بررسی مواردی بپردازیم که بیش از همه برای کارفرمایان مهم هستند:

**همیشه اولین نفر باشید:** کارفرماها به دنبال نیرو هایی هستند که مشتاق کار کردن باشند. اگر می خواهید به چشم کارفرمای تان بیایید، باید برای هر کار و پروژه ای پیش قدم شوید تا او اشتیاق شما به کار را ببیند. با این کار او مطمئن می شود شما قادر به انجام کاری هستید و مهم تر از آن از انجام آن کار لذت نیز می برید. با این شرایط او همیشه به شما اعتماد خواهد کرد و پروژه های مهم را حتما به شما واگذار می کند.

**دیدگاه مثبت داشته باشید:** بسیاری از کارفرمایان اعتقاد دارند که داشتن دیدگاه و گرایشات مثبت از داشتن دانش و اطلاعات مهم تر است. دیدگاه مثبت همه گیر می شود. به این معنا که اگر یک فرد مثبت اندیش باشد این حس را در دیگران نیز القا می کند. ضمن این که مثبت اندیشی باعث افزایش کنجکاوی شما نیز می شود. در نتیجه ایده های بهتری هم به ذهن شما می آید و همین برای کارفرمایان از اهمیت برخوردار است.

**داشتن روحیه کارآفرینی:** کارآفرینان، نوآوران هستند. آن ها همیشه سعی می کنند روش های جدیدی برای انجام وظایف شان پیدا کنند. لازمه کارآفرینی به تاخیر انداختن تغییرات و ارائه پاسخ های نوآرانه به تغییرات می باشد که در نهایت منجر به موفقیت نیز می شود.

**نتیجه محور باشید:** افرادی که نتیجه محور هستند بیشتر روی اجرایی شدن پروژه ها فکر می کنند و برای شان مهم نیست چقدر این کار سخت و چالش برانگیز باشد. بدین معنا که شما نیز باید پروژه های تان را دقیق بررسی کنید و ببینید چطور می توانید به بهترین نتیجه برسید. علاوه بر این باید روی تمامی پروژه ها و زمانی که برای انجام آن ها دارید، تمرکز کنید تا به بهترین نحو آن ها را به سرانجام برسانید.

**داشتن روحیه کار تیمی:** کارفرماها به دنبال نیروهایی هستند که کارآمد باشند و در عین حال منافع تیم کاری و شرکت برای شان مهم باشد. این کارمندان به راحتی می توانند با دیگران همکاری کرده و به اهداف شان دست پیدا کنند.

**مسئولیت پذیر بودن:** مسئولیت پذیر بودن به این معنا است که به هر حرفی که می گویند عمل کنید. کارفرما ها به دنبال کارمندانی هستند که همیشه سر وقت می آیند و خودشان را مسئول وظایف و رفتار شان می دانند. علاوه بر این کارفرمایان می دانند که کارمندان مسئول برای شغل و انتظارات شغلی شان اهمیت ویژه ای برخوردار هستند پس با خیال راحت روی حرف ها و توانایی های شما حساب باز می کنند و مسئولیت های بزرگی را به شما محول می کنند. شما نیز این را به خوبی می دانید که با این کار سریع تر می توانید در کار تان پیشرفت کرده و به موفقیت های بیشتری دست پیدا کنید

**مشتاق یادگیری باشید:** یادگیری مداوم باعث پیشرفت بیشتر کسب و کار ها شوند. اگر اشتیاق خود را برای پیشرفت هرچه بیشتر کسب و کار ها نشان دهید، مطمئن باشید، کارفرما این تلاش شما را نادیده نمی گیرد. همچنین فراموش نکنید که این اشتیاق را در تیم های کاری هم داشته باشید تا باعث پیشرفت خود و گروه تان شوید. کارمندانی که چنین روحیه یادگیری و کار تیمی دارند، برای کارفرمایان در اولویت می باشند. زیرا آن ها با دیدن بخشندگی شما در تیم های کاری و مشاهده علاقه تان به یادگیری به این باور می رسند که مهره کلیدی برای آن ها هستید و در شرایط ویژه حتما روی شما حساب خواهند کرد. پس دریافتیم که کارفرمایان افرادی را استخدام می کنند که برای آن ها و کسب و کار شان مفید باشند و بتوانند به افزایش درآمد و صرفه جویی در هزینه های شان کمک کنند.

۱۰ مورد از مهارت هایی اشاره شده که کارفرمایان به دنبال آن هستند. این مهارت ها عبارتند از:

۱. قابلیت کار در یک ساختار گروهی

۲. قابلیت تصمیم‌گیری و حل مشکلات

۳. قابلیت برقراری ارتباط کلامی با افراد داخل و بیرون سازمان

۴. قابلیت برنامه‌ریزی، سازماندهی و اولویت‌بندی کارها

۵. قابلیت به دست‌آوردن و پردازش اطلاعات

۶. قابلیت تحلیل داده‌های کیفی

۷. دانش تکنیکی مربوط به شغل

۸. مهارت در نرم‌افزارهای رایانه‌ای

۹. توانایی در ایجاد و نوشتن گزارش

۱۰. توانایی فروش و تحت تاثیر قرار دادن دیگران

#### ۱۰- چگونه سختی راه ورود به بازار کار را آسان کنیم؟ به عبارتی مهارت‌های لازم برای ورود به بازار کار چیست؟

افراد در هر سنی و با هر میزان تحصیلات و تجربیات کاری، همواره می‌توانند با کسب ی دانش و مهارت جدید، در مسیر رشد و شکوفایی، گام بردارند. این مسیر، هرگز پایان نخواهد داشت. آموزش، در تسهیل روند اشتغال و حتی خوداشتغالی افراد نقش مهمی دارد. افرادی که به تازگی فارغ التحصیل شده‌اند، با یادگیری دانش به روز و کاربردی، می‌توانند تجربه کافی خود را پوشش دهند و کارفرما را متقاعد کنند که شرایط احراز فرصت شغلی مورد نظر را دارند. کسانی که سال‌ها تجربه کاری دارند، با کسب دانش به روز، می‌توانند وارد دنیای جدیدی شوند که آن‌ها را از چرخه تکرار، عادت و فرسودگی شغلی دور می‌سازد. از منظر دیگر، شکاف عمیقی که امروزه میان اکثر فضا‌های دانشگاهی و فضای کسب و کار وجود دارد، تنها با آموزش‌های به روز و کاربردی از بین خواهد رفت. به طور کلی، مهارت‌های مورد نیاز برای فرصت‌های شغلی گوناگون، در دو دسته «مهارت‌های نرم (Soft Skills)» و «مهارت‌های سخت (Hard Skills)» قرار می‌گیرند.

**روابط عمومی، یکی از مهارت‌های شغلی ضروری :** یکی از اصلی‌ترین مهارت‌هایی که به شما کمک می‌کند تا شغل مناسبی برای خودتان دست و پا کنید، توانایی برقراری ارتباط با دیگران می‌باشد. مهارت ارتباطی یا همان روابط عمومی، یکی از مهارت‌های شغلی ضروری است که شخص در مشاغلی همچون روابط عمومی یا مدیر هماهنگی مراکز ارتباطی به کار می‌گیرد. معمولاً این نوع از مهارت‌ها در وجود افراد شکل می‌گیرند و حتی می‌توان گفت که ذاتی و غیر اکتسابی هستند. هرچند بارور شدن آن‌ها نیاز به تمرین و تجربه دارد. در مهارت‌های ارتباطی، حس‌های درونی اشخاص، قدرت کلامی و نفوذ دید می‌تواند راهگشای مشاغلی باشد که فرد دارای مهارت بتواند به قول معروف، از پس آن‌ها برآید.

**اهمیت توانایی انجام کار تیمی :** توانایی کار تیمی یکی از مهارت‌های شغلی ضروری برای ورود به بازار کار است که به جهت برنامه‌ریزی برای توسعه‌ی فردی باید به آن توجه ویژه‌ای داشته باشید.

**انعطاف پذیری، یکی از مهارت‌های شغلی ضروری :** گاهی شرایط کاری آن‌طور که شما می‌خواهید پیش نمی‌رود و همه چیز تغییر می‌کند. اگر می‌خواهید در کار خود همیشه جزء بهترین‌ها باشید، باید شما هم همگام با این تغییرات، تغییر کنید.

یکی دیگر از اصول اولیه برای ورود به بازار کار ، توانمندسازی منابع انسانی و آموزش مهارت های شغلی و تخصصی ( به منظور توسعه کارآفرینی، به ویژه در مراکز آموزش مهارتی) است که می تواند به عرضه نیروی انسانی توانمند و کارآفرین ، کاهش مشکلات اشتغال و در نهایت افزایش بهره وری و کارایی شاغلین منجر شود. آموزش های مهارتی آموزش هایی هستند که موجب ارتقاء دانش و مهارت های افراد و به فعلیت رسیدن استعدادهای نهفته افراد می شود. اجرایی شدن این امر نیز مستلزم شکل گیری نظام جامع مهارت و فناوری می باشد.

### **راهکارهای بهبود افزایش کارایی و اثربخشی آموزش های مهارتی**

به روز کردن محتوای آموزشی

تعدیل و تغییر محتوای آموزشی براساس نیاز بخش های مختلف اقتصادی و اجتماعی و تغییرات تکنولوژی

تدوین محتوای آموزشی کاملاً منطبق با نیاز های تخصصی بازار کار

استفاده از اساتید مجرب، با انگیزه و افرادی که خود دارای تجربه عملی باشد.

برنامه ریزی در سطح کلان: برنامه ریزی کلان و مدیریت واحد آموزش های مهارتی، علاوه بر ارائه برنامه هماهنگ و متناسب با بازار کار یک جامعه به آموزش دهندگان، از چندگانگی، فعالیت های جزیره ای و ناهماهنگ و دوباره کاری ها جلوگیری می کند. بنابراین ایجاد ساختاری برای برنامه ریزی کلان آموزشی و وحدت رویه آموزش های مهارتی، مستلزم هدایت افراد به سمت آموزش های نظری و مهارتی براساس این برنامه های کلان است.

ترجمه نیازهای آموزشی صنعت در مؤسسات آموزشی: برای بهینه کردن نتایج آموزش های مهارتی می بایست پیش بینی نیازهای آینده بخش های مختلف جامعه صورت گیرد. بنابراین برای شناسایی نیازها و اولویت ها نیاز است که بین بخش آموزش یک کشور و سایر بخش های صنعت آن تعامل وجود داشته باشد.

گسترش مؤسسات واسطه : تشکیل نهاد های واسطه مانند پارک های علم و فناوری، تشکیل اتاق های فکری و ایجاد شرکت های مشاوره شغلی و تخصصی، می تواند منجر به نتیجه مثبت آموزش های مهارتی شود.

منابع، امکانات و تجهیزات سخت افزاری مناسب: فراهم کردن امکاناتی مانند کارگاه و تجهیزات آزمایشگاهی و استفاده از تجهیزات کمک آموزشی موجب می شود که افراد در عمل خلاقیت خود را شکوفا کنند و همچنین باعث بهینه سازی آموزش های مهارتی موثر می شود.

تغییر نگرش و باور عمومی: تغییر نگرش و باور عمومی مستلزم این است که آثار مثبت آموزش های مهارتی در بازار نشان داده شود تا افراد دارای انگیزه، استعداد و پتانسیل بالا، جذب آموزش ها شوند. همچنین ایجاد زیرساخت ها، اطمینان از ایجاد شغل موجب تغییر نگرش آن ها می شود.

## ۱۱- به نظر شما چگونه میتوان یک نیاز را در جامعه کشف کرد؟

بارها پیش آمده که از من، این سوال پرسیده شود که: چگونه می توانیم در مسیر موفقیت کسب و کار حرکت نماییم؟ واقعیت این است که پاسخ سهل و ممتنع آن این است:

**مسیر موفقیت یا عدم موفقیت یک کسب و کار از همین نقطه آغاز می شود.... مسئله نیاز بازار چیست؟**

هر مشکل، فقدان، چالش، کمبود و ناکارآمدی و ناهماهنگی و ... در یک سیستم، جامعه یا ... یک مساله است. از یک منظر مساله چیز نامطلوبی است که یک جامعه یا بخشی از اون رو آزار میدهد و از منظری دیگر مساله نیازی است که در جامعه یا بخشی از اون وجود دارد و این نیاز تامین نشده و یا به درستی تامین نشده است. در برخی موارد ترس یا نگرانی جامعه یا حتی بخشی از جامعه در خصوص یک موضوعی نیز یک مساله و نیاز به حساب می آید. ممکن است آن نگرانی پایه و اساس واقعی داشته یا نداشته باشد که تفاوتی نکرده و در هر دو حالت مساله به حساب خواهد آمد. به عبارت دیگر برخی از اشکال مختلف مساله در یک جامعه می تواند در قالب های زیر باشد:

- فقدان / نبود / عدم
- چالش
- کمبود
- نقص و ناکارآمدی
- ناهماهنگی
- نگرانی و ترس
- نابسامانی
- کندی
- هزینه زیاد
- عدم دسترسی
- ...

به جامعه ای که درگیر آن مساله بوده بازار آن نیاز گفته میشود. فاصله بین خدمات، محصولات و شرایط موجود در بازار و آنچه مشتری به عنوان شرایط مطلوب در ذهن دارد، نیاز بازار است.

ممکن است نیازهای بازار همه از نوع مشکل نباشد و بعضا جذابیت ها و علاقه مندیهای شکل گرفته در ذهن مشتری می تواند به عنوان یک نیاز در بازار، مورد هدف گذاری کسب و کارها قرار گیرد. همواره انتظار می رود که کسب و کارها در صدد ارائه راهکار برای این نیازها باشند.

به عنوان مثال اسنپ مساله هزینه بالای مسافرت های درون شهری و نیاز مسافران به دسترسی به خدمات کم هزینه و با کیفیت تر حمل و نقل را برای مسافران در هر زمان و مکان از یک سو و مساله دسترسی کم به مسافر و نیاز به درآمد بیشتر را برای رانندگان حل کرده است. تخفیفان، نیاز مردم به اطلاع از تخفیف های کسب و کارهای مختلف به صورت آنلاین و دیجی کالا در زمان رشد خود، مساله عدم اطمینان مشتریان از فروشگاه های اینترنتی علیرغم جذابیت های خرید آنلاین و نیاز به مقایسه مشخصات و بهای کالاهای مشابه و امکان خرید مطمئن را حل نمود. مک دونالد نیاز به غذای سالم، سریع و ... را حل نمود.

### مساله اساسی/نیاز اساسی چیست؟

مسائل یا نیازها در یک نگاه کلی می توانند مهم، غیر مهم، دائمی یا زودگذر و ... باشند. به مساله ای اساسی می گوئیم که یا بخش بزرگی از جامعه را تحت تاثیر ویژه خود قرار دهد و یا برای جامعه مخاطب خودش بسیار اذیت کننده و رفع آن بسیار مهم باشد و به عبارت دیگر Pain Point مشتری باشد.

البته میزان اهمیت مساله بسته به گروه های مخاطب می تواند متفاوت باشد. هزینه بالای خدمات در بخشی از جامعه که سطح درآمدی مناسبی ندارند میتواند اساسی و برای بخش دیگر کم اهمیت باشد. مسائلی که حل شدن یا نشدن آن برای جامعه مخاطب خیلی مهم نباشد اساسی نیست. واضح است این مسائل باید تشخیص داده شده و در قالب ایده های کسب و کار حل شوند. تشخیص مسائل موجود در جامعه و صنعت یکی از مهمترین مهارت هایی است که باید یادگرفت و از مهارت های پایه و پیش نیاز کارآفرینی است. برخی از این مسائل که دارای شرایط خاصی هستند ممکن است زمینه های فرصت های کسب و کاری باشند. برخی از نیازها و مسائلی که در زندگی کاری به طور روزانه سر راه افراد قرار می گیرند از بقیه مشکلات پیچیده تر و سخت تر بوده و حل آنها نیازمند تفکر خلاقانه و عمیق است. آشنایی با مهارت حل مساله می تواند به شما کمک کند که عکس العمل مناسبی داشته باشید و راه حل های خلاقانه ای برای مشکلات پیدا کنید و این را بدانید که راه حل واحدی برای حل همه مشکلات وجود ندارد، بلکه بسته به شرایط موجود و ماهیت مشکل، باید راه حل مناسب را بیابید. به صورت جدی پیشنهاد می کنم این مهارت پایه و اساسی را در خود افزایش دهید.

### اولین شرط حرکت در مسیر موفقیت دانستن نیازهای موجود در بازار است.

#### ۱۲- ویژگی یک محصول که قابلیت عرضه به بازار را داشته باشد چیست؟

محصولی که رضایت مشتری را فراهم آورد.

#### ۱۳- بعنوان یک کارآفرین که موفق به فروش محصولاتتان شده اید چه ویژگی در محصول خود میبینید؟

۱- استفاده آسان تر و راحت تر محصولاتمان از محصولات رقیب است: بسیاری از محصولات و خدمات فروش خوبی ندارند؛ زیرا خرید و استفاده از آنها برای مردم بسیار دشوار است. مردم پرمشغله و گرفتار هستند و به آسایش اهمیت می دهند. جست و جو و خرید محصولات در هر ساعت از شبانه روز امکان پذیر است، تحویل آنها رایگان است و دارای ضمانت هستند

۲. محصول مورد نظر مزایا و کیفیت بیشتری نسبت به رقیبان دارد و قیمتش با قیمت رقبای یکسان یا ارزانتر است

۳- برند مورد نظر نسبت به رقبا اعتماد بیشتری جلب می کند

۵. محصول بیش از محصولات موجود، با علائق مشتریان هم خوانی دارد

۶-منحصر بفرد بودن

۷-ثبات و پایداری در کیفیت

۸-شناخته شدن

۹-ایجاد فضای رقابتی

۱۰-مدیریت صحیح

۱۴-چگونه می توانیم برای محصول خود بازاریابی کنیم؟

بازاریابی، یکی از مهم ترین قسمت های فروش موفق هر محصول یا خدمت است. مراحل بازاریابی اگر به صورت اصولی انجام شوند احتمال فروش موفق محصول یا خدمت بیشتر می شود. بازاریابی در حقیقت کمک می کند تا شرکت شما با مشتریان تان ارتباط موثری برقرار کند

در میان انواع بازاریابی که در حال حاضر وجود دارند، می توان به جرات گفت که بازاریابی الکترونیکی یکی از محبوب ترین آن ها است به گونه ای که ما هر روز در دنیای بازاریابی بیشتر و بیشتر شاهد استراتژی ها، روش ها و استانداردهای هستیم که هدف همه آن ها انجام بازاریابی الکترونیکی برای برندها در زمینه های مختلف است اما علاوه بر بازاریابی الکترونیکی انواع مختلف دیگری از بازاریابی وجود دارند :

۱- بازاریابی دیجیتال: یکی از مهمترین انواع بازاریابی امروزی محسوب می شود؛ زیرا بیشترین ارتباط را با مخاطبین برقرار می کنند. بازاریابی دیجیتال را می توان نقطه مقابل بازاریابی سنتی دانست. در این روش مشاغل با استفاده از کانال های دیجیتال مانند موتورهای جستجو، رسانه های اجتماعی، ایمیل و وب سایت ها سعی می کنند تا با مشتریان فعلی و یا احتمالی خود در آینده ارتباط برقرار کنند.

۲- بازاریابی موتور جستجو: اصلی ترین دلیل تبدیل شدن گوگل به یکی از مهم ترین انواع بازاریابی الکترونیکی دانست که می توان با استفاده صحیح از آن به بالاترین نرخ فروش و درآمد برای مارکت ها دست یافت؛ زیرا شما با استفاده از این ابزار می توانید با مخاطبینی که به دنبال شما و یا محصولات تان هستند ارتباط برقرار کنید. بازاریابی موتور جستجو هم شامل دو تکنیک است که به شما در بازاریابی، ارتقا بخشیدن به تجارت، محصول یا خدماتی که دارید کمک می کند. اولین تکنیک در آموزش بازاریابی موتور جستجو تکنیک سئو یا بهینه سازی و تکنیک دیگر تبلیغات SEM یا پرداخت به ازای هر کلیک است.



۳- بازاریابی محتوا: بازاریابی محتوا ابزاری اساسی در بازاریابی ورودی و دیجیتال محسوب می‌شود؛ زیرا محتوا همان چیزی است که به مخاطبان و همچنین موتورهای جستجو مانند Google اجازه می‌دهد تا بتوانند اطلاعات مورد نیاز خود را در وب پیدا کنند. رایج ترین مولفه‌های یک برنامه بازاریابی محتوا، شبکه‌ها و رسانه‌های اجتماعی، وبلاگ‌ها، محتوای بصری و ابزارها، کتاب‌های الکترونیکی یا وبینارها هستند. شما با استفاده از انواع بازاریابی محتوا از جمله تصاویر، فیلم‌ها و متن‌ها می‌توانید با ارائه اطلاعات مورد نیاز و پاسخ دادن به سوالاتی که مشتریان می‌خواهند بدانند به راحتی با مردم ارتباط برقرار کنید. تمامی کارهای ذکر شده در بالا باعث می‌شوند تا مردم بتوانند بیشتر از قبل تجارت شما را بشناسند و شما تعامل برقرار کنید.

۴- بازاریابی از طریق شبکه‌های اجتماعی: شما از طریق گذراندن دوره‌های آموزش بازاریابی استفاده از شبکه‌های اجتماعی می‌توانید با استفاده از رسانه‌های اجتماعی مختلفی مانند فیس‌بوک، اینستاگرام، توئیتر، اسنپ‌چت، پینترست، لینکدین و واتس‌اپ نام تجاری و فعالیت خود را بیشتر به مردم معرفی کنید.

۵- بازاریابی اینفلوئنسر: یکی از معروفترین نوع بازاریابی که امروزه زیاد مورد استفاده قرار می‌گیرد بازاریابی اینفلوئنسر است. در این نوع بازاریابی شرکت‌ها با ارسال نمونه‌ای از محصول و یا خدمات خود به یکی از این اینفلوئنسرهای شبکه‌های اجتماعی و یا افراد مشهوری که مشغول به این کار هستند تجارت خود را در سطحی گسترده تبلیغ می‌کنند. این کار باعث ایجاد انگیزه برای خرید در افراد می‌شود.

۶- بازاریابی سنتی: تبلیغات به واسطه تلویزیون یکی از مهم‌ترین اشکال بازاریابی سنتی است که از همان ابتدای معرفی رویکرد بازاریابی به دنیا در جهت تبلیغات مورد استفاده قرار گرفته است.

## مراحل بازاریابی

بازاریابی در کسب و کارهای مختلف انواع گوناگونی دارد که می‌تواند بسته به نوع هر کسب و کار کمی متفاوت باشد اما در بیشتر موارد این اصول به صورت یکسان هستند و داشتن درک کلی از اصول بازاریابی می‌تواند کمک زیادی به شما و کسب و کارتان داشته باشد تا بتوانید مراحل توسعه‌ی کسب و کارتان را سریع تر و اصولی تر دنبال کنید.

### ۱- مشخص کردن هدف کسب و کار در بازاریابی

بعد از این که تصمیم به شروع بازاریابی در سازمان گرفته شد قبل از هر کاری هدف و چشم انداز شرکت را از بازاریابی مشخص کنید تا بدانید دقیقا به چه چیزی باید برسید!؟

### ۲- اولویت بندی اهداف سازمان

البته شاید اولویت بندی اهداف سازمان کمی برای شما سخت باشد که توجه به موارد زیر می‌تواند این اولویت‌ها را برای شما واضح تر و مشخص تر کند.

- وضعیت فعلی بازار هدف
- نیاز بازار

- بخش‌بندی مشتریان
- نیازهای مشتریان
- رفتار مشتریان و کاربران
- تاریخ‌چه‌ی بازار هدف‌تان
- ظرفیت و سرمایه‌ی شما در بازار هدف
- نمونه‌های مشابه شما که با شکست مواجه شده‌اند
- آنالیز رقیبان

دقت به تمامی این موارد می‌تواند چشم انداز روشنی را به کسب و کار شما ارائه دهد.

### ۳- شناسایی و یافتن کانال‌های بازاریابی

اگر قرار است به‌درستی **مراحل بازاریابی** را طی کنید این قسمت را جدی بگیرید. امروزه کانال‌های زیادی برای بازاریابی وجود دارد و به شدت مهم است که این کانال‌ها را به‌درستی انتخاب کنید. کانال‌های انتخابی شما می‌توانند تاثیر بسیار زیادی بر روی موفقیت یا عدم موفقیت **بازاریابی کسب و کار** شما داشته باشد.

### ۴- مشخص کردن بودجه‌ی اولیه بازاریابی یا مارکتینگ

اگر قصد بازاریابی برای محصول یا خدمات شرکت‌تان را دارید بهتر است قبل از شروع این کار مقدار بودجه را مشخص کنید البته اگر شرکت کوچکی هستید بعد از مشورت با متخصصان مارکتینگ و بازاریابی متوجه خواهید شد که در بیشتر موارد بودجه‌ی زیاد و مناسب (به شرطی که درست خرج شود) در بازاریابی می‌تواند نقش ویژه‌ای برای میزان موفقیت کمپین بازاریابی شما داشته باشد

### ۵- پیدا کردن تیم مناسب برای بازاریابی

اگر یک تیم خوب برای بازاریابی‌تان داشته باشید تقریباً خیال‌تان جمع است که هزینه‌هایی که برای بازاریابی می‌کنید به شکل درستی خرج می‌شود. جمع کردن یک تیم حرفه‌ای و کاربلد نه تنها کار سختی است بلکه ممکن است هزینه‌های زیادی را نیز به شما و شرکت‌تان وارد کند.

### ۱۵- نظر شما در مورد **team working** و اهمیت آن در صنعت؟

از جمله فواید کار تیمی، ترکیب جالبی است که از مجموعه مهارت‌های مختلف افراد در تیم ایجاد می‌شود. در کار تیمی وظایف همه به یکدیگر مرتبط و موفقیت نهایی به کل تیم وابسته است. تک‌روی باعث درجا زدن تیم می‌شود و برخلاف تصور همگان هیچ فردی نمی‌تواند پیشرفتی فراتر از سازمان و مجموعه خود داشته باشد. تک‌روی در طولانی مدت هیچ شخصی را به موفقیت شخصی و کاری نمی‌رساند. یک مدیر خودمحمور باید به این نتیجه برسد که هر کاری را بهتر از دیگران انجام نمی‌دهد و اگر تمایل به پیشرفت و رشد فکری دارد بهتر است واگذاری مسئولیت به افراد دیگر را اجرایی کند. این سبک رهبری مشارکتی، فضای کافی برای نوآوری و ایده‌های جدید ایجاد می‌کند. تمرکز ذهنی بر اهداف از

مهم‌ترین وظایف مدیر است که با تقسیم وظایف و مشارکت دادن دیگران این امر حاصل می‌شود. اما کار تیمی مزایای دیگری نیز دارد. هیچکس نمی‌تواند سمفونی را سوت بزند برای انجام آن، یک ارکستر کامل نیاز است.

## فواید کار تیمی

**ریسک پذیری بالا:** زمانی که به تنهایی مشغول کار هستیم کمتر جسارت پیدا می‌کنیم که ایده‌های جدید را هر چقدر هم که جذاب باشد اجرایی کنیم. هیچ موفقیتی بدون ریسک و دست زدن به تجربیات جدید به دست نمی‌آید. کار تیمی جسارت و انگیزه تجربه کردن را بالا می‌برد. ترس تنها مانع شروع می‌شود اما با همراهی دیگران جرات عمل کردن پیدا خواهید کرد. این کار سدهای ذهنی را می‌شکند و به خود خواهید گفت: این قدرها هم ترسناک نیست.

**رشد کاری و شخصی:** همه محدودیت‌هایی در مهارت‌های شغلی و پول و زمان دارند. کار تیمی این کمبودها را جبران می‌کند و اجازه می‌دهد با سرعت بیشتر و صرف انرژی کمتر به نتیجه برسید. تخصص و مهارت بخشی از موفقیت شغلی است و به همان اندازه هم نیاز به بهبود مهارت‌های ارتباطی در تیم است. کمتر کاری است که بتوان صد درصد فردی انجام داد. هر کاری کم و بیش نیاز به تعاملات کاری دارد، پس کار تیمی را برای رشد شخصی و سازمانی جدی بگیرید.

یکی از مهم‌ترین دلایلی که باید به کار تیمی موفق توجه داشت این است که، می‌تواند مزیت رقابتی برای کسب و کار باشد که رقبا به سختی می‌توانند از آن تقلید کنند. در واقع مهم‌ترین مزیت یک کسب و کار می‌تواند نه محصول یا خدمات، بلکه در درجه اول یک تیم قوی باشد که همه چیز را به خوبی پیش می‌برد.

قدرت تیم از هر عضو آن است و قدرت هر عضو از تیم است. فیل جکسون

**کسب تجربه و یادگیری:** کار تیمی باعث می‌شود که تجربیات افراد به یکدیگر منتقل شود که در هیچ دوره تحصیلی به این سرعت به دست نمی‌آید. در کار تیمی همه سیستم رشد می‌کند و به درکی جدید از کار و ارتباطات می‌رسد. این مورد از جمله مهم‌ترین فواید کار تیمی است زیرا انعطاف پذیری به شدت بالا می‌رود و ذهنیت یک فرد حرفه‌ای را پیدا می‌کنید.

اگر فردی از شما دانش بیشتری داشت متواضعانه از او بیاموزید و خود نیز دانشی را که در اختیار دارید به دیگران منتقل کنید. در کار تیمی به ترکیب جدیدی از مهارت، ایده و خلاقیت می‌رسید که مطمئناً در هیچ فردی وجود ندارد. در تیم هر فردی دوست دارد که دستاورد و یافته‌های خود را با بقیه به اشتراک بگذارد و به معلومات خود اضافه کند اما در کار فردی اغلب مواقع این انگیزه شدت کمتری دارد و تلاش زیادی برای به روز کردن مهارت‌ها نمی‌شود.

**کاهش استرس:** وقتی در جمع کار می‌کنید اگر مشکلی پیش بیاید نیازی نیست به تنهایی با آن روبرو شوید. در کار تیمی فشار عصبی به مراتب کمتر است. در واقع در کار تیمی استرس، شکست و موفقیت به یک میزان بین گروه تقسیم می‌شود. نکته دیگر اینکه وقتی مسئول بخشی از کار هستید استرس کمتری نسبت به زمانی دارید که باید جوابگوی همه چیز باشید و در یک زمان بر روی چند موضوع تمرکز کنید.

## فلسفه کار تیمی حمایت و پشتیبانی یکدیگر برای رسیدن به یک هدف مشترک است.

**اعتمادسازی:** اعتماد سنگ بنای کار تیمی است و برای بقا در دنیای تجارت باید زمان‌هایی به دیگران اعتماد کرد. مدیر باید به کارمندان نشان دهد که به آنها و کارشان اعتماد دارد و همین شیوه تفکر و عمل را به کارمندان نیز منتقل کند. زمانی که افراد احساس شایستگی کنند عملکرد بهتر و خلاقیت بیشتری خواهند داشت. در کار تیمی همه افراد به این نتیجه می‌رسند که برای نقص‌ها و توانایی‌های یکدیگر احترام قائل باشند. در کسب و کارهای خودشکوفه، اعتماد متقابل بخشی از فرهنگ سازمانی است. زمانی که اعتماد باشد هیچ کدام از اعضاء به آنچه که نیست تظاهر نکرده و نقش بازی نمی‌کند.

**مسئولیت پذیری:** تنها زمانی که مسئولیت‌پذیری به عنوان یک ارزش در میان کارمندان شناخته شود سازمان می‌تواند به آینده خود امیدوار باشد. کار تیمی مسئولیت‌پذیری افراد را بالا می‌برد. وقتی افراد ببینند که کار آنها در نتیجه تیم تأثیرگذار است تمایل بیشتری برای به سرانجام رساندن کار دارند. احساس تعلق افراد به یکدیگر بیشتر می‌شود و خود را با تیم دارای یک هدف مشترک می‌دانند و انرژی بیشتری به دست می‌آورند. مهارت شغلی می‌تواند توسط خود فرد به دست بیاید اما مهارت‌هایی مانند مسئولیت‌پذیری، در یک تیم مجال بیشتری برای رشد خواهند داشت. نکته مهم این است که تمام افراد تیم باید از هدفی که برای آن فراخوانده شده‌اند آگاه باشند و بدانند ثمره تلاش آنها چه تأثیر مهمی بر کار گروه می‌گذارد. این کار مسئولیت‌پذیری و تعهد آنها را به مراتب بالاتر می‌برد.

**محیط کاری شاد:** نتیجه کار تیمی بهبود روابط کاری و خلاقیت تیم است. وجود افراد خلاق و پویا است که محیط کاری شاد و سرزنده‌ای را مهیا می‌کند. وقتی که افراد احساس کنند که با آنها همانند یک فرد مفید و موثر رفتار می‌شود احساس بهتری نسبت به شغل خود پیدا می‌کنند. وقتی فردی بداند که کار او چه ارزشی به سازمان اضافه می‌کند و در پیشرفت سازمان چه نقشی دارد، اعتماد به نفس بیشتری پیدا می‌کند و بهره‌وری بیشتری خواهد داشت.

**افزایش بازدهی:** در تیم هر کس در تخصص خود مشغول به کار است و انرژی فکری و جسمی صرف فعالیت‌های جانبی و غیرمرتبط نمی‌شود. تمرکز روی کار، آرامش ذهنی که برای افزایش بازدهی نیاز است فراهم می‌کند.

وقتی فردی در یک حوزه‌ی خاص مشغول به کار شود، در طولانی‌مدت در روند و سبک کار خود به نتایج خوبی می‌رسد. علاوه بر این حاصل کار تیم همواره چیزی بیشتر از مجموع کار تک تک افراد است. وقتی به صورت گروهی کاری انجام شود، منابع بیشتری در دسترس خواهد بود، ایده‌های منحصر به فردتری به ذهن افراد می‌رسد، کار سرعت بیشتری می‌گیرد و مسئولیت‌های افراد مشخص و از پیش تعیین شده است و در آن کار می‌توانند به مرور تبحر بیشتری پیدا کنند.

**حس پذیرش:** وقتی افراد در تصمیمات مشارکت شرکت داشته باشند تعهد بیشتری برای اجرایی کردن آن دارند. این مسئله بسیار متفاوت از زمانی است که خود را تنها ابزاری برای اجرایی کردن تصمیمات و اهداف دیگران بدانند.

## ۱۶- دشواریهایی که پیش بینی می‌کنید در مسیر ورود به بازار کار باشد؟

بسیاری از افرادی که قصد دارند به بازار کار وارد شوند، قابلیت‌های و توانایی‌های فردی و علمی بالایی دارند اما با این حال نمی‌توانند شغل مناسبشان را پیدا کنند. یک دلیل مهم برای این عدم موفقیت نداشتن تجربه‌ی کافی است. علت اینکه افراد بسیاری علیرغم داشتن تحصیلات عالی فقط به دلیل نداشتن مهارت‌های اینچنینی به کارهای دست‌پایین و غیرمرتبط رضایت می‌دهند،

همین است. این گونه افراد قصد دارند صرفاً با تکیه بر آموخته های آکادمیک خود در مسیر شغل آینده شان قدم بردارند. کاری که بسیار سخت و بعضاً غیرممکن است.

عدم موفقیت در بازار کار و بیکاری به دلیل بی مهارتی و مدرک گرایست. نداشتن مهارت کافی باعث شده است که در سالهای اخیر فارغ التحصیلان زیادی به جمع روزافزون بیکاران ملحق شوند. در واقع همین بی مهارتی باعث می شود که افراد جذب بازار کار نشوند. سالانه حدود یک میلیون فارغ التحصیل بعنوان متقاضی کار وارد چرخه ی بازار کار می شوند. یک علت مهم این موضوع فرهنگ نادرست مدرک گرایی است که در بین جوانان مطرح است. البته شرایط ورود بسیار آسان به دانشگاه ها و توسعه ی نظام آموزشی عالی نیز به گسترش این طرز تفکر دامن زده است. متأسفانه در اکثر خانواده ها شرایط به گونه ای رقم می خورد که صرفاً ورود به دانشگاه بر کسب مهارت ارجحیت پیدا می کند. حتی اگر این ترجیح باعث شود که افراد بیکار بمانند. فرهنگ تحصیلات دانشگاهی فارغ از استعدادهای هر فرد در خانواده ها به مرور باعث فراموش کردن اهمیت کسب مهارت می شود و همین موضوع جوانان را برای ورود به بازار کار دچار ضعف می کند. گسترش فرهنگ آموزش مهارت برای تربیت نیروی کار بیش از پیش احساس می شود.

مهندسان جوان در یافتن شغل مناسب با چه مشکلاتی روبرو هستند؟

شاید با این گفتار موافق باشید شاید هم نباشید اما در هر صورت، به نظر می رسد علل نیافتن شغل مناسب و ناکامی مهندسان جوان در ورود به بازار کار از دو مورد زیر ناشی شود:

اگر واقع بین باشیم، آنچه که در دانشگاه ها بعنوان واحد های درسی ارائه می شوند با آنچه که در بازار کار بدان نیاز پیدا می کنید فرسنگ ها فاصله دارد. هر اندازه تفاوت دانشگاه و محیط کار زیاد است، میزان توجهی که دانشگاه به بازار کار دارد ناچیز است.

یعنی دانشجویان و به تبع آن فارغ التحصیلان برای موفقیت و ورود به بازار کار به مهارت هایی نیاز دارند که در دانشگاه تحت هیچ عنوانی به آنها پرداخته نشده است. همین ناهماهنگی بین دو محیطی که افراد از یکی به دیگری گذر می کنند، باعث شده تا افراد بعد از فارغ التحصیلی با حقیقت تلخ بازار کار مواجه شوند و به این نتیجه برسند که به مهارت هایی نیاز دارند که ابداً تابحال در مورد آنها چیزی نشنیده اند.