

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ



عنوان کتاب: خدمات مشاوره شغلی تلفنی و اینترنتی
تدوین و تنظیم: سازمان همیاری اشتغال دانش‌آموختگان (جهاددانشگاهی)
صاحب امتیاز: موسسه کار و تأمین اجتماعی

تیراژ: ۲۰۰۰ نسخه

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۰

www.Issi.ir

سایت موسسه کار و تأمین اجتماعی:

هرگونه بهره‌برداری و نقل قول مطالب، منوط به اجازه کتبی از موسسه کار و تأمین اجتماعی می‌باشد.

موسسه کار و تأمین اجتماعی: تهران، خیابان ستارخان، دربان نو یکم، شماره ۲۳ تلفن: ۵-۶۶۵۵۶۸۰۱
دورنگار: ۶۶۵۵۶۸۱۳

فهرست مطالب

پیشگفتار.....	۱
مقدمه.....	۵
توصیف خدمات.....	۲۲
فرآیند ارائه خدمات.....	۳۳
امکانات و تجهیزات مورد نیاز.....	۳۸
نیروی انسانی مورد نیاز.....	۳۸
سرمایه مورد نیاز.....	۴۰
تخصص و مهارت‌های مورد نیاز.....	۴۲
وضعیت بازار خدمات.....	۴۳
شیوه بازاریابی و معرفی خدمات.....	۴۴
مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها.....	۵۶
توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی.....	۵۸
سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند.....	۶۰
معرفی مشاغل مرتبط و مکمل.....	۶۱
معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز.....	۶۲

پیشگفتار

در دنیای امروز که توسعه پایدار و کاهش فقر و محرومیت، دغدغهٔ کلیه دولت‌هاست نقش سیاست‌های اقتصادی در توسعه اشتغال پرنرگتر می‌نماید. چرا که اشتغال و بیکاری به عنوان شاخصی مهم برای ارزیابی سیاست‌های کلان کشورها محسوب می‌شود. از این رو دولت‌ها می‌کوشند تا به طرق مختلف نرخ بیکاری را کاهش دهند. یکی از این راهها توسعه مشاغل کوچک و متوسط به طور عام و توسعه مشاغل خانگی به طور خاص است که افزایش درآمد و ثروت جامعه را بدنبال دارد. زیرا هر قدر سطح اقتصاد خانوار در جریان اقتصادی کشور بهبود یابد، به همان میزان اقتصاد جامعه نیز رشد پیدا می‌کند، از سوی دیگر خویش‌فرمایی و یا کار در محیط خانه یکی از الگوهای اشتغال در هزاره سوم است که به مدد نرم‌افزارها و شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی، شرایطی را فراهم آورده که می‌توان قرن حاضر را قرن توسعه و رونق مشاغل خانگی دانست.

کسب و کار خانگی هم اکنون با بهره‌برداری از امتیازاتی چون توسعه دانش و گسترش فناوری ارتباطات و اطلاعات، حیطه گسترده‌ای را در اکثر حوزه‌های اقتصادی به خود اختصاص داده و در زمره یکی از حیاتی‌ترین و ضروری‌ترین بخش‌های اقتصادی جوامع به شمار می‌رود. در کشور ما ایران نیز، کاهش نرخ بیکاری و ایجاد اشتغال از جمله اهداف و تکالیف تصریح شده در سند چشم‌انداز و قوانین پنج ساله توسعه کشور محسوب شده و به این منظور، رویکرد توسعه

مشاغل خانگی به دلیل برخورداری از پیامدهای مثبت و متعدد در حوزه‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی مورد توجه مسئولین امر قرار گرفته است. مطابق قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، منظور از مشاغل یا کسب و کار خانگی، آن دسته از فعالیت‌هایی است که با تصویب ستاد سازماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، توسط عضو یا اعضای خانواده در فضای مسکونی در قالب یک طرح کسب و کار بدون مزاحمت و ایجاد اختلال در آرامش واحدهای مسکونی شکل می‌گیرد و منجر به تولید خدمت و یا کالای قابل عرضه به بازار خارج از محیط مسکونی می‌گردد. اما علیرغم تجربه‌های مثبت و موفقیت‌های چشمگیر سایر کشورها چنین طرح‌هایی مستلزم زمینه‌ها و بسترهای لازم است تا منابع و سرمایه‌های کشور هدر نرود و بتواند برای افراد اشتغال و برای کشور آبادانی به همراه آورد. تحقق سیاست توسعه مشاغل خانگی در ایران در شکل صحیح آن، علاوه بر کارکردهای عمومی که همانند دیگر جوامع بر متغیرهای اقتصادی چون اشتغال و تولید داخلی و درآمد سرانه خواهد داشت در حوزه‌هایی همچون احیای فرهنگ کار در خانواده‌ها، جلب مشارکت مردم، تقویت ویژگی‌های کارآفرینی، ارتقاء شاخص‌های اقتصادی در سطوح خرد و کلان جامعه، اصلاح نظام تربیتی، بسترسازی حقوقی مناسب و تأثیر روانشناختی بر اعضای جامعه به ویژه زنان و کودکان نیز منشأ تأثیرات مثبت و قابل ملاحظه‌ای خواهد بود.

مشاغل خانگی، طیف وسیعی از مشاغل سنتی تا نوظهور را در بر می‌گیرد و راه‌اندازی یک کسب و کار خانگی علاوه بر مهارت خاص هر شغل، نیازمند برخورداری از مجموعه‌ای از مهارت‌های اساسی و پایه‌ای همچون مدیریت

منابع، مدیریت زمان، سازماندهی، مدیریت فردی و مهمتر از همه مهارت‌های بازاریابی می‌باشد و فراهم آوردن پیش شرط‌های اطلاعاتی، مهارتی و تجربه عملی، منجر به حصول بهره‌وری بیشتر و توسعه سرمایه‌های انسانی و اجتماعی خواهد بود. لذا توسعه فرصت‌های شغلی در این زمینه مستلزم همکاری بخش‌های مختلف می‌باشد.

در این راستا، مؤسسه کار و تأمین اجتماعی با همکاری صمیمانه سازمان همیاری اشتغال دانش‌آموختگان جهاد دانشگاهی اقدام به تهیه، تدوین و معرفی ۱۵۰ شغل خانگی نموده است.

هدف از این مهم، شناسایی و معرفی مشاغل خانگی به علاقمندان می‌باشد به گونه‌ای که مخاطبان با فرایند ارائه خدمات، نیروی انسانی، وضعیت بازار، مشاغل مرتبط و منابع آموزشی مورد نیاز بیش از پیش آشنا شوند.

امید است تلاش‌های صورت گرفته، گامی مؤثر در جهت تشکیل بانک اطلاعاتی مشاغل خانگی محسوب شده و با الگوسازی مناسب، زمینه اشتغال جوانان میهن اسلامی را فراهم نماید.

دکتر محمدرضا سپهری

رئیس مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

مقدمه

امروزه بیش از هر زمان دیگری داشتن اطلاعات دقیق درباره خود و دنیای کار اهمیت دارد. انسان مجبور است مدام مسیر شغلی خود را از نو ارزیابی کند. اطلاع از دنیای در حال تغییر و اینکه در کدامیک از مشاغل می‌توان بهتر از همه خود را نشان داد و از استعدادها و توانایی‌های خود بهترین استفاده را نمود بسیار مفید خواهد بود. شغل و حرفه از آنجایی که بخش عمده‌ای از زندگی فرد را به خود اختصاص می‌دهد و به عبارتی انسان ساعات زیادی از وقت خود را در محل کار خویش و درگیر حرفه خویش می‌گذراند، اهمیت بسزایی دارد. چنین شرایطی اگر چنانچه با شرایط و توانایی‌ها و علایق فرد همخوانی نداشته باشد، به عدم رضایت شغلی خواهد انجامید. تحقیقات نشان می‌دهد عدم رضایت شغلی یکی از مهمترین مشکلات استرس‌زا در زندگی فرد است که می‌تواند جنبه‌های دیگر زندگی او را تحت تأثیر قرار دهد.

در این میان راهنمایی و مشاوره شغلی می‌تواند نقشی اساسی در این زمینه داشته باشد، زیرا به فرد کمک می‌کند بهتر خود را بشناسد، از نیازهای جامعه و مشاغل گوناگون آگاهی یابد، راهنمایی‌های لازم جهت راه‌اندازی و

مشاوره شغلی: براون (۲۰۰۳) مشاوره شغلی را ارائه اطلاعات شغلی می‌داند که فرد را یاری می‌دهد تا با شناخت خصوصیات مشاغل، استعدادها و رغبت‌ها و وضع جسمانی، با در نظر گرفتن نیازهای شغلی جامعه، شغل مناسبی را انتخاب کند و پس از گذراندن دوره‌های آموزشی ضروری به طور موفقیت‌آمیز به اشتغال بپردازد. هدف اولیه مشاوره شغلی کمک به حل مشکلات شغلی جویندگان کار و شاغلین در ضمن اشتغال به منظور افزایش رضایت و کارآمدی است.

مشاوره شغلی عبارت است از تعیین یک حرفه که با استعدادها و امکانات و خصوصیات روانی و جسمی فرد سازگار و هماهنگ باشد. به عبارتی در این شاخه راهنمایی و مشاوره دو دسته اطلاعات مورد بررسی قرار می‌گیرند، یک دسته اطلاعات مربوط به مشاغل و دسته دیگر اطلاعات مربوط به ویژگیها و استعدادهای فرد است. در جریان مشاوره تلاش می‌شود تا هماهنگی و تناسب بین این دو دسته اطلاعات مشخص شود و تعیین گردد تا چه اندازه‌ای شرایط مربوط به یک حرفه با توانایی‌ها و ویژگی‌های فرد سازگاری دارد.

مشاوره تلفنی و اینترنتی: عبارتست از برقراری جلسات مجازی که در آن مشاور و مراجع حضور می‌یابند و به سه طریق نوشتاری، شنیداری و تصویری به گفتگو در زمینه مسائل و مشکلات مراجع می‌پردازند.

اهداف کاربردی در مشاوره شغلی

هدف مشاوره شغلی رشد توانائی‌ها، کشف فرصت‌های شغلی توسط افراد و دستیابی فرد به شغلی است که برای او رضایت، موفقیت، سازگاری، انگیزش و پیشرفت را در بر داشته باشد. به نظر سوپر (۱۹۸۵) هدف مشاوره شغلی دستیابی به بلوغ حرفه‌ای است، بلوغ حرفه‌ای یعنی داشتن آگاهی نسبت به مشاغل، شناخت خود، خود پنداری روشن شغلی، توانایی تصمیم‌گیری در مورد شغل آینده، مسئولیت‌پذیری، خود اتکایی در کشف فرصت‌های شغلی، خلاقیت در فرآیند جستجوی شغل.

همچنین هدف مشاوره شغلی عبارت است از کمک به فرد برای گسترش توانایی‌ها و نیازهای خود، کسب آمادگی لازم برای تغییر به منظور به دست آوردن کسب و کار، بالا بردن عملکرد شغلی، آماده‌سازی افراد برای مقابله با مشکلات و مسائل شغلی است. مشاور مانند یک مربی به فرد کمک می‌کند تا نیازها و تغییرات بازار کار را درک کند و بر اساس آن برای دستیابی به شغل مناسب تلاش کند.

اهمیت مشاوره شغلی

امروزه مشاوره در اغلب امور روزمره انسان‌ها کارایی خود را به طرز قابل توجهی نشان داده است، به طوری که عدم استفاده از آن در بسیاری موارد به اتلاف وقت، انرژی و هزینه می‌انجامد. در این میان مشاوره شغلی به دلیل

حساسیت و تأثیر عمیق آن در زندگی اغلب افراد به خصوص افراد تحصیلکرده جامعه از اهمیت خاصی برخوردار است.

شغل و حرفه فرد از آنجایی که بخش عمده‌ای از زندگی فرد را به خود اختصاص می‌دهد و به عبارتی انسان ساعات زیادی از وقت خود را در محل کار خویش و درگیر حرفه خویش می‌گذراند، اهمیت بسزایی دارد. چنین شرایطی اگر چنانچه با شرایط و توانایی‌ها و علایق فرد همخوانی نداشته باشد، به عدم رضایت شغلی خواهد انجامید. تحقیقات نشان می‌دهد عدم رضایت شغلی یکی از مهمترین مشکلات استرس‌زا در زندگی فرد است که می‌تواند جنبه‌های دیگر زندگی او را تحت تأثیر قرار دهد. به عنوان مثال فرض کنید فردی را که به شغل خود علاقمند نیست یا توانایی‌های لازم برای انجام آن را بطور مفید ندارد، خستگی او مسلماً بیشتر از فردی خواهد بود که با رضایت و لذت کامل آن شغل را انجام می‌دهد. فرد اول با دامنه‌ای از استرس و خستگی شدید وارد منزل می‌شود و میزان تحمل و مقاومت او در برابر جنبه‌های مختلف زندگی پایین‌تر از فرد دوم خواهد بود که شغل خود را کامروابخش تلقی می‌کند. علاوه بر تأثیرات فردی مشاوره شغلی، تأثیرات اجتماعی آن را نیز نباید از نظر دور داشت. کارآیی فرد در حرفه‌ای که به او واگذار شده است بسیار تحت تأثیر توانایی و استعداد و علاقه او به آن شغل دارد. عدم هماهنگی فرد با شرایط شغل، کارآیی او را در مسیر اهداف شغلی

مرکز، کارخانه یا مؤسسه پایین خواهد آورد. مؤسسات و مراکز مختلف کاری مایل به بکارگیری افرادی هستند که کارآیی بالاتری داشته باشند.

انتخاب شغل اهمیت زیادی در زندگی انسان دارد و به توجه خاصی نیازمند است. از جمله عوامل موثر در انتخاب شغل، وضعیت فرهنگی و تحصیلی افراد است و به تبعیت از این موضوع رشته تحصیلی و میزان تحصیلات مرتبط با هر رشته نقش تعیین کننده‌ای در اشتغال خواهند داشت و میزان انتخاب شغل بدون شناسایی صحیح مشاغل امکانپذیر نیست و نمی‌تواند موجب هدفگذاری فرد و ایجاد انگیزش گردد.

چنانچه شغل به شکل صحیح و با توجه به واقعیات و ویژگی‌های خود فرد انتخاب گردد مسیر زندگی شغلی (با توجه به وضعیت تحصیلی فرد در آخرین مرحله) با انگیزه‌های فردی و اولویت‌های اجتماعی منطبق خواهند بود و برعکس، به هر میزان که فرد در شناخت مشاغل و شناخت نیاز جامعه به مشاغل گوناگون و نهایتاً در انتخاب شغل ضعیف‌تر باشد در زندگی فردی و اجتماعی نیز با مشکل مواجه خواهد بود. با توجه به ورود جوانان و بخصوص مقاطع تحصیلی زیر دیپلم به تمامی عرصه‌های زندگی اجتماعی، نیاز به هدایت و مشاوره شغلی آنان روز به روز بیشتر احساس می‌شود. از اینرو بسیاری از معلمان در تلاشند تا فرآیند آموزش را از حالت منفعل بیرون بیاورند و دانش‌آموزان را ترغیب کنند تا به صورت فعالانه در یادگیری مطالب درسی مشارکت داشته باشند.

انواع مسیرهای شغلی در ارائه خدمات مشاوره شغلی

به طور کلی می‌توان گفت تاکنون مردم دنیا چهار نوع زندگی شغلی را تجربه کرده‌اند که به شرح زیر است:

- استخدام

منظور از استخدام، زندگی شغلی‌ای است که شخص در قالب یک قرارداد رسمی و معتبر، وقت و مهارت‌های خود را در مقابل دریافت وجه مشخصی در اختیار سازمانی دولتی یا خصوصی قرار می‌دهد. این نوع استخدام، استخدامی است که موجب امنیت شغلی کامل یا نسبی برای مدت نسبتاً طولانی گردد. بعنوان مثال کلیه افرادی که در استخدام رسمی دولت یا سازمان‌های خصوصی هستند، زندگی شغلی آنها از نوع استخدام است یعنی زندگی که از یک حداقل امنیت شغلی و اقتصادی برخوردار است و فرد استخدام شده دغدغه ضرر و ریسک مالی کارفرما را ندارد و در جستجوی یک زندگی مطمئن و بی مخاطره است اگر چه در سطح بالایی از رفاه نباشد.

- خوداشتغالی

خوداشتغالی اصطلاحی است برای بیان و توصیف یک نوع زندگی شغلی که در آن فرد، حرفه خود را به تنهایی و با مسئولیت شخصی در منزل انجام می‌دهد. بنابراین افرادی که در خارج از خانه مشغول به کار هستند اگرچه به تنهایی آن کار را انجام دهند ولی جزء این گروه قرار نخواهند گرفت. بعنوان

مثال ممکن است فردی در یک مغازه یا یک کارگاه مشغول تولید محصولی مثل قاب عکس باشد یا به تنهایی صاحب مغازه باطری‌سازی بوده و آن را اداره کند، اما چون فعالیت او خارج از منزل مسکونی انجام می‌شود به عنوان خوداشتغال شناخته نمی‌شود.

البته افرادی که با دیگران در سرمایه یا وسایل کار شریک باشند و به تنهایی یا خانوادگی در منزل کار کنند و قسمتی از ریسک کار را متقبل شده باشند، خود اشتغال محسوب می‌شوند.

• کارآفرینی

کارآفرینی نه تنها یک نوع زندگی شغلی است بلکه بسیاری معتقدند یک سبک زندگی یا یک سبک تفکر و یا یک فرهنگ است. زندگی کارآفرینانه



زندگی است توأم با هیجان، ریسک، تنوع، تغییر، شکست، پیروزی، شوق، تلاش، خلاقیت و فرصت‌گرایی. زندگی که در آن از سکون و رخوت و ناامیدی خبری نیست. زندگی شغلی کارآفرینانه را افرادی انتخاب می‌کنند که دوست دارند از

دیگران موفق تر باشند. آنها می‌خواهند این موفقیت را از طریق تلاش بیشتر، خلاقیت بیشتر و خلق و کشف و بهره‌برداری بیشتر از فرصت‌ها به دست آورند. روحیه آنها طوری است که نه از رئیس داشتن خوششان می‌آید و نه از ریاست کردن بر دیگران. آنها سخت به دنبال تحقق بخشیدن آرمان و چشم‌انداز خود هستند و در این راه پول فقط معیاری جهت نشان دادن میزان موفقیت‌شان است نه هدف غائی فعالیت‌هایشان. شکست در نزد کارآفرین واقعه‌ای است که هنوز فواید آن تبدیل به سود نشده است. دقت کنید او اگر هیچ پولی از کارش به دست نیاورد و یا حتی متحمل ضرر نیز شود تا زمانی که از کارش لذت می‌برد خود را موفق حس می‌کند. کارآفرین همواره در جستجوی ایده‌ها و فرصت‌های جدید است.

• کار آزاد

کار آزاد را اگر به معنی عام آن در نظر بگیریم همه افرادی را شامل می‌شود که مزد بگیر نیستند. به عبارت ساده‌تر هر کس که در استخدام سازمانی نباشد کار آزاد دارد. در این صورت کارآفرین و خوداشتغال نیز در حوزه کار آزاد قرار می‌گیرند. اما اگر معنی خاص آن را در نظر بگیریم صاحبان مشاغل آزاد تنها آن گروهی از غیرمزد بگیران هستند که نه کارآفرینند نه خوداشتغال.

مشاور برای ارائه خدمات مشاوره شغلی لازم است اطلاعات کاملی از عوامل تأثیرگذار کسب نماید که این اطلاعات با روش‌ها و ابزار مختلفی کسب می‌شود که عبارتند از:

- پرسشنامه
- مصاحبه
- اجرای آزمون‌های مختلف روانشناختی
- انجام مشاوره به صورت سیستمی

زمان ارائه خدمات مشاوره شغلی

با توجه به گسترش یافتن مشاوره شغلی و احساس نیاز شدید به آن به صورت برنامه‌ریزی‌های کلی، تلاش می‌شود از همان دوران تحصیل گام‌های اولیه راهنمایی شغلی برداشته شود. سال اول دبیرستان معمولاً زمان رسمی برای شروع آشناسازی دانش‌آموزان با مشاغل و حرفه‌های مختلف است که به صورت ارائه مشاوره، تهیه بروشورهای شغلی، بازدید از مشاغل مختلف و برگزاری اردوها انجام می‌گیرد و تلاش می‌شود با ارائه اطلاعات کافی به دانش‌آموزان در مورد مشاغل مختلف و همچنین در نظر گرفتن توان و استعداد‌های خود به انتخاب رشته تحصیلی بپردازند.

برای کمک بیشتر به دانش‌آموزان معمولاً از مصاحبه‌ها و مشاوره‌ها و همچنین اجرای آزمون‌های مختلف و بویژه آزمون رغبت‌سنج استفاده می‌شود. مشاور با در نظر گرفتن فعالیت تحصیلی دانش‌آموز در طول سال و نمرات او در آزمون رغبت‌سنج و علایق و دیگر توانایی‌های او، اولین گام را برای انتخاب شغل خود در آینده که با انتخاب رشته تحصیلی وی ارتباط نزدیکی دارد بر می‌دارد. البته این مرحله، مرحله آغاز رسمی ارائه راهنمایی شغلی فرد است. معمولاً قبل از این مرحله فرد اطلاعاتی از جامعه و پیرامون خود، خانواده و سایر نهادها در خصوص مشاغل مختلف کسب کرده است.

از سوی دیگر مراکز و مؤسسات نیز برای انتخاب کارمندان و شاغلین خود با در نظر گرفتن اهداف و آرمان‌هایی که دارند و ویژگی‌هایی که مورد نیاز مشاغل آنهاست در مصاحبه‌های استخدامی خود با بررسی توانایی‌ها و استعدادهای فرد به گزینش افرادی می‌پردازد که خصایص آنها بیشتر از بقیه به اهداف آنها نزدیکتر باشد و همخوانی بیشتری با مشاغل مورد نظر داشته باشد.

به عنوان مثال با اینکه سلامت روانی در تمامی مشاغل مد نظر می‌باشد، اما دارا بودن یکسری ویژگی‌های روانی در مشاغلی چون خلبانی ضرورت کامل دارد. مثلاً زمان واکنش سریع، پایین بودن استرس و حفظ آرامش روانی.

گروه‌های هدف برای دریافت خدمات مشاوره شغلی

مراجعان برای مسائل مختلفی به مشاوران شغلی مراجعه می‌کنند مانند از دست دادن شغل، تغییر شغل، اضطراب وابسته به شغل و یا مراجعان متقاضی کسب مهارت‌های اساسی شغلی. بنابراین مشاوران نیازمند اطلاعات و دانش خاصی متناسب با زمینه فرهنگی، اجتماعی و اقتصادی مراجعان می‌باشند. در مشاوره شغلی به علت نیازها، توانایی‌ها، خصوصیات شخصیتی، سوابق و امکانات متفاوت، مراجعان گوناگونی وجود دارند که با توجه به دیدگاه‌های مختلف، به انواع ذیل اشاره کرد:

✚ مراجعانی که دارای تمام امکانات هستند یعنی از نظر هوشی، تحصیلی، مادی و جسمانی وضع رضایت بخشی دارند.

✚ مراجعانی که در زمینه‌های بدنی، مادی، تحصیلی، هوشی و غیره دارای محدودیت‌ها و نارسائی‌هایی هستند.

✚ مراجعانی که سابقه اشتغال به حرفه و شغلی ندارند مثل افرادی که در حین مدرسه ترک تحصیل می‌کنند و یا فارغ‌التحصیل ابتدایی و اغلب دانش‌آموزان دبیرستانی و بندرت بزرگسالان.

✚ مراجعانی که قبلاً حرفه‌ای داشته و به عللی از آن دست کشیده‌اند و یا دانش‌آموزانی که در خلال تحصیل کار می‌کنند.

✚ مراجعانی که دچار نقیصه‌های عقلی یا رفتاری می‌باشند مثل
پسیکوپاتها و یا افرادی که سابقه بزهکاری و زندانی شدن دارند.
✚ مراجعانی که خواهان مشاغلی هستند که ساعات فراغت زیادی داشته
باشد.

✚ مراجعانی که مشاغلی می‌خواهند که درآمد زیادی داشته باشد.
✚ مراجعانی که در زمینه‌های مشخص تمایل نشان می‌دهند و با کمال
پشتکار آن را پی‌گیری می‌کنند. مثل افرادی که به فعالیت‌های علمی
یا هنری علاقه‌مندند. برای این گروه ساعات فراغت و بدست آوردن
پول زیاد در درجه دوم اهمیت قرار داد. انگیزه آنها این است که در شغل
و حرفه خود بتوانند خلق کنند و از آفریده‌های خود لذت ببرند.
✚ مراجعانی که با نیازهای متفاوت از قبیل داشتن پایگاه اجتماعی، خدمت
به مردم، با مردم بودن، مورد تایید واقع شدن، ایجاد روابط اجتماعی،
وابستگی به یک موسسه و غیره، به مشاور مراجعه می‌کنند.
دسته‌بندی فوق طوری نیست که هر مراجع، در یک گروه مشخص قرار
بگیرد بلکه معمولاً افراد شامل چند نوع از عوامل مذکور هستند.

نقش فن‌آوری اطلاعات در مشاوره شغلی

بدنبال پیشرفت روزافزون فن‌آوری اطلاعات و کاربردهای آن در تمامی حوزه‌های علمی، ارائه خدمات مشاوره الکترونیکی به کاربران امری ضروری و عدم وجود آن تا حدی غیر قابل انکار می‌باشد.

وجود مراکز مشاوره‌ای شغلی الکترونیکی، ضمن کاهش هزینه‌ها و صرفه‌جویی در زمان برای یافتن موقعیت شغلی مناسب برای شهروندان و صاحبان مشاغل، امکان جذب و به کارگیری نیروی انسانی متخصص و آشنا به امور مورد نیاز سازمان‌ها و مراکز را فراهم می‌نماید. از طرف دیگر مراجع نیز مطابق با توانمندی، علاقه و تخصص، موقعیت مناسب شغلی را شناسایی و مشغول به فعالیت می‌گردد.

مشاوره تلفنی و فرآیند استفاده از شبکه هوشمند

مرکز مشاوره تلفنی مرکزی است با مشاوران صاحب مدرک و با تجربه در کار مشاوره تلفنی که با برقراری ارتباط مشاوره‌ای به بررسی مشکلات، مسائل و بحران‌های شخصی (در یک نوبت یا مدت طولانی‌تر) می‌پردازد.

مشاوره تلفنی به معنای ایجاد یک رابطه قرار دادی و مداوم تلفنی با رعایت اصول مشاوره‌ای بین یک مشاور متخصص و مجرب و یک تماس‌گیرنده است.

شما برای ارائه خدمات مشاوره تلفنی نیازمند استفاده از تجهیزات شبکه هوشمند هستید. شبکه هوشمند تجهیزاتی سخت‌افزاری و نرم‌افزاری است که مشترک می‌تواند با استفاده از ساده‌ترین و قدیمی‌ترین امکانات که عبارت از یک گوشی تلفن است، از سرویس‌های این شبکه بهره‌برداری کند. ایجاد ارتباط بهتر و سریعتر، از مهمترین ویژگی‌های سرویس‌های این شبکه است. در مشاوره تلفنی (Premium Rate) استفاده از خدمات مشاوره‌ای متخصصین در زمینه‌های مختلف با پرداخت هزینه مشاوره از طریق این سرویس انجام می‌شود.

دارنده این سرویس ۸۰ درصد درآمدهای حاصل از مکالمات مشاوره‌ای را دریافت می‌کند و حق الزحمه شرکت‌های اینترنتی، ۷۰ درصد درآمدهای حاصل از آرایه این سرویس است.

بر اساس مفاد قرارداد واگذاری این سرویس، برقراری سرویس مشاوره برای متقاضیان مستلزم پروانه کار از مراجع ذیصلاح و یا مجوز مجامع صنفی موضوع فعالیت است و اعلام قیمت مشاوره از طریق همان مراجع می‌باشد. مدارک مورد نیاز برای دریافت سرویس مشاوره:

۱- مجوز کار متناسب با نوع مشاوره از مراجع ذیصلاح (اصل و کپی)

۲- کارت شناسایی معتبر (اصل و کپی)

۳- آرایه یک خط تلفن ثابت برای برقراری سرویس

۴- ارایه شماره حساب فقط در بانک‌های ملی، صادرات، پست بانک، که به نام مشاوره دهنده باشد.

۵- واریز مبلغی به حساب بانک ملی (با فرم‌های مخصوص مخابرات)

۶- برای تکمیل فرم قرارداد، مهر و امضای مشاور الزامی است.

توضیحات:

- لازم به ذکر است که مدرک تحصیلی به تنهایی برای مشاوره کافی نیست.
- پس از برقراری سرویس، هزینه‌های مشاوره پس از وصول در هر سیکل صورت‌حساب‌گیری به سرویس‌گیرنده قابل پرداخت می‌باشد (۸۰ درصد)
- شماره‌های مشاوره ۱۰ رقمی است و با کد ۹۰۹۲۳۰ شروع می‌شود.
- با این شماره‌ها فقط مشترکین تلفن ثابت شهر تهران می‌توانند تماس بگیرند.

- دریافت هزینه مشاوره به دو صورت زیر می‌تواند باشد:

به ازای هر تماس (بطور مثال به ازای هر تماستومان).

متناسب با مدت زمان تماس (بطور مثال هر دقیقه.....تومان).

برای کسب اطلاعات بیشتر در مورد سرویس‌های این شبکه می‌توانید با واحد ارتباط مردمی شرکت مخابرات استان خود و یا به سایت اینترنتی به نشانی www.tct.ir مراجعه فرمایید.

توصیف خدمات

آنچه در مشاوره شغلی برای رسیدن به اهداف آن صورت می‌گیرد متنوع و گسترده است. این خدمات و فعالیت‌ها از دوران کودکی تا زمان پیری و بازنشستگی ادامه دارد. هدف مشاوره

شغلی در دوران کودکی، نوجوانی و آغاز جوانی کمک به فرد در جهت رشد شغلی است تا بتواند جنبه‌های روانی و اجتماعی لازم جهت اقدام برای جستجوی کار و شغل و نهایتاً سازگار شدن با آن را کسب نماید. مشاوره شغلی فرایند کمک به رشد



خلاقیت فرد در راستای شناسایی فرصت‌های شغلی است تا بتواند بر اساس شناختی که از خود دارد برای دستیابی به شغل مناسب اقدام کند، اساس هر نوع اقدام اعم از انتخاب شغل و یا نوع زندگی شغلی در مراحل بعدی زندگی، بستگی به رشد فرد در این مراحل دارد. چنانچه شخص با توجه به شرایط محیط زندگی مثل آموزش، خانواده، فرهنگ اجتماعی و اقدامات مشاوره رشد لازم را کسب کرده باشد زمینه برای انتخاب زندگی شغلی در او ایجاد خواهد شد.

فرایند مشاوره شغلی در دوران جوانی و میانسالی کمک به فرد در جهت غنی‌سازی شغلی و نوآوری در کار و شغل می‌باشد. برای آن که شخص بتواند به رشد لازم در زمینه کسب و کار و اشتغال دست یابد مشاوران اقداماتی را انجام می‌دهند، یک برنامه بسیار مهم مشاوران شغلی برای دانش‌آموزان، دانشجویان و افراد جویای کار طرح ریزی شغلی است. در فرآیند طرح‌ریزی شغلی به شخص کمک می‌شود در ابعاد ذیل رشد لازم را کسب کند:

(۱) رشد اطلاعات و آگاهی فرد در زمینه دنیای مشاغل، فرصت‌های شغلی،

چگونگی کشف فرصت‌های شغلی

(۲) شناخت جنبه‌های شخصیتی خود در رابطه با اشتغال، شناسایی

مهارت‌های عقلانی و هوش، کشف استعدادها، شناسایی ارزش‌های

فردی و سازمان‌دهی آن

(۳) تدوین یک طرح قدم به قدم برای رسیدن به اهداف فوق

در مشاوره شغلی فرد با گستره وسیعی از مشاغل آشنا می‌گردد، فرهنگ

لغات مشاغل در او رشد می‌کند، نحوه شکل‌گیری و رشد مشاغل در جامعه در

ذهن او شکوفا می‌گردد، نقش شغل در زندگی فردی و اجتماعی برای او

روشن می‌گردد، رابطه نیازها و ارزش‌ها و خواسته‌های مردم با مشاغل را

کشف می‌کند، فرد با دنیای کار ارتباط پیدا می‌کند، انگیزه پیشرفت،

هدفمندی، اقدام برای برنامه‌ریزی را کسب می‌نماید.

در راهنمایی و مشاوره شغلی دو دسته اطلاعات مورد بررسی قرار می‌گیرند. یک دسته اطلاعات مربوط به مشاغل و دسته دیگر اطلاعات مربوط به ویژگیها و استعدادهای فرد و در جریان مشاوره تلاش می‌شود تا



هماهنگی و تناسب بین این دو دسته اطلاعات مشخص شود و تعیین گردد تا چه اندازه‌ای شرایط مربوط به یک حرفه با توانایی‌ها و

ویژگیهای فرد سازگاری دارد. خدماتی که در این حوزه از مشاوره ارائه می‌گردد نیز در راستای تحقق این فرایند می‌باشد:

❑ خدمات ارزیابی

خدمات ارزیابی شامل تدوین و گردآوری آزمون‌های معتبر و مناسب در زمینه اشتغال و کارآفرینی به منظور ارزیابی مراجع از لحاظ ویژگیهای شخصیتی، استعدادها، علایق و توانمندی‌ها و تجزیه و تحلیل اطلاعات مختلف در مورد هر مراجع می‌باشد.

در این بخش زمینه‌های مختلفی از مشخصات شغلی مانند توانایی‌ها، علایق، استعدادها و ارزش‌های فردی مراجع ارزیابی شده و مورد تجزیه و

تحلیل قرار می‌گیرد. بر پایه نتایج این تحلیل، فهرستی از مشاغل مناسب برای کاربر تهیه می‌گردد و مشاور نیز با آگاهی بیشتر به ارائه خدمات می‌پردازد.

(۱) شناسایی استعدادها: استعداد را میزان نسبی پیشرفت فرد در یک فعالیت برآورد می‌کنیم. اگر برای کسب مهارت در یک فعالیت افراد مختلف در شرایط و موقعیت یکسانی قرار بگیرند متوجه خواهیم شد که افراد مختلف تفاوت‌هایی از لحاظ میزان کسب آن مهارت نشان می‌دهند. برخی افراد در یک زمینه یادگیری بهتر و کارایی زیادتری از خود نشان می‌دهند و پیشرفت آنها در آن زمینه سریعتر است، در حالی که افراد دیگر در زمینه‌های دیگری ممکن است از خود، کارایی و مهارت و سرعت پیشرفت زیادتری نشان دهند. در واقع چنین تفاوتی به تفاوت آنها در استعدادهایشان مربوط می‌شود.

استعداد، عامل مهمی در موفقیت یا عدم موفقیت افراد در مشاغل و رشته‌های انتخابی‌شان است. بدون داشتن استعداد لازم در یک زمینه یا پیشرفتی حاصل نخواهد شد یا روند آن بسیار کند خواهد بود. بر این اساس آگاهی از میزان و نوع استعداد افراد، کمک شایان توجهی به آنها خواهد کرد تا پیش‌بینی خوبی از آینده انتخاب خود داشته باشند.

امروزه برای این منظور آزمون‌های استعدادسنجی وجود دارد که می‌توانند به فرد کمک کنند استعدادهای واقعی خود را شناسایی کنند. برخی اوقات

دیده می‌شود که استعداد افراد و شناخت‌های آنها در مورد استعدادهای خود تحت تاثیر احساسات و علائق آنها قرار می‌گیرد. فرد که به زمینه موسیقی علاقمندی شدیدی دارد ممکن است این علاقه را به حساب استعداد خود در زمینه موسیقی قلمداد کند. شناخت استعدادهای از ملزومات اساسی انتخاب شغل است.

برای سنجش استعداد افراد در زمینه‌های گوناگون معمولاً از آزمون‌های ویژه سنجش استعداد استفاده می‌شود. برخی از این آزمون‌ها کلی بوده و توانایی‌ها و استعدادهای فردی را به صورت کلی می‌سنجند. مثلاً ابزارها و آزمایشاتی وجود دارد که توانایی فرد را در زمینه انجام فعالیت‌های ظریف مورد سنجش قرار می‌دهند برخی از این افراد در این زمینه نمرات بالایی می‌گیرند که نشان دهنده استعداد آنها در کارهای ظریف مثل ساعت‌سازی، طلاسازی و... است. افرادی که در این زمینه نمره پایین می‌گیرند در یادگیری و انجام این فعالیت‌ها دچار مشکل می‌شوند یا حداقل باید زمان بیشتری برای کسب مهارت در آنها صرف کنند.

۲) شناسایی میزان هوش: در گذشته از بهره هوشی برای تعیین اینکه

یک فرد در یک زمینه خاص می‌تواند کارایی لازم را از خود نشان دهد یا نه استفاده می‌کردند. به عبارتی آزمون‌های هوشی برای تعیین میزان استعداد فرد در آن زمینه به کار می‌رفت و اولین بار چنین روشی در جنگ جهانی اول

و دوم برای گزینش افراد برای تخصص‌های مختلف استفاده شد. در جنگ جهانی دوم فقط داوطلبانی را که نمره آنها در آزمون هوشی از حد خاصی بالاتر بود برای آموزش خلبانی انتخاب می‌کردند. در تحقیقاتی که در این زمینه انجام شده بود برای حقوقدان شدن بهره هوشی ۹۵ - ۱۵۷، مهندس شدن ۱۰۰ - ۱۵۱، مکانیک شدن ۶۰ - ۱۵۵ و... تعیین شده بود.

امروزه علاوه بر تأکید اساسی که بر بهره هوشی در یادگیری مهارت‌ها و حرفه‌ها می‌شود مسأله استعداد نیز در کنار آن اهمیت ویژه‌ای دارد و آزمون‌های هوشی نمی‌توانند تعیین‌کننده صرف میزان موفقیت فرد در یک زمینه باشند. به عنوان مثال فردی که از لحاظ سطح هوشی در حد بالایی قرار دارد لزوماً مهندس یا پزشک خوبی نخواهد شد. موفقیت آن وابسته به بهره هوشی او در کنار استعدادهایی که در آن زمینه دارد می‌باشد. افرادی با بهره هوشی یکسان ممکن است استعدادهای مختلفی در زمینه‌های مختلف از خود نشان دهند. فردی ممکن است در زمینه موسیقی مهارت و شایستگی نشان دهد، دیگری در مکانیک و دیگری در علوم پزشکی.

برای سنجش هوش نیز از آزمون‌های جداگانه‌ای استفاده می‌شود. یک آزمون استعداد بیانگر سطح هوشی فرد نخواهد بود و یک آزمون هوش میزان استعداد فرد را در یک زمینه بطور کلی مشخص نمی‌کنند. البته برخی از آزمون‌های هوشی با تعیین هوش و عملی تا حدودی توانایی فرد را در

زمینه‌های مختلف کلامی و عملی را برآورد کنند و به صورت یک راهنمایی کلی می‌توانند مفید باشند. به این ترتیب روشن می‌شود با توجه به مجزا بودن بحث هوش و استعداد آزمونهای جداگانه نیز برای برآورد دقیق ویژگیهای فرد مورد استفاده قرار می‌گیرند.

۳) شناسایی علایق: علاقه و تمایل انسان در بسیاری از امور زندگی انسان سایه‌گستر است. افراد دوست ندارند به کارها و اموری بپردازند که علاقه و گرایشی به آنها ندارند، چه در مورد کارهای روزمره و چه در مورد شغل و سایر فعالیت‌ها. در واقع علاقه و گرایش در انسان فعال کننده سیستم انگیزش فرد به شمار می‌رود. انسان بدون علاقه به یک زمینه، انگیزشی برای انجام فعالیت در آن زمینه نخواهد داشت. ممکن است برخی افراد تصور کنند زمانی که شروع به فعالیت کردند کم‌کم احساس علاقه و تمایل نیز در آنها به وجود خواهد آمد اما در واقع چنین مساله ابدأ قابل پیش‌بینی است. فقدان علاقه اولیه ممکن است افزایش نارضایتی از فعالیت مورد نظر و ناراحتی‌های جانبی آن را موجب شود.

❑ خدمات اطلاعاتی:

شامل تدارک هر چه بیشتر اطلاعات مربوط به مشاغل، بازار کار و طرح‌های کسب و کار، سرمایه‌گذاری، آئین‌نامه‌ها و دستورالعمل‌های اجرایی و... خواهد بود تا مراجع قادر باشد در تصمیمات خود برای انتخاب مسیر شغلی مناسب، با آگاهی کامل اقدام نماید.

اطلاعات شغلی حاوی آگاهی از شرایط فیزیکی، خصوصیات روحی و روانی لازم جهت انجام کار، ماهیت و شرایط شغل، درآمد اقتصادی تقریبی و ایجاد فرصت‌های پیشرفت و ترقی در آن شغل است. اطلاعات دقیق، صحیح و گسترده، اتخاذ تصمیمات مناسب‌تر و عاقلانه‌تر را باعث می‌گردد.



در ارائه این خدمات مشاور باید به شناسایی و کسب اطلاعات در این زمینه بپردازد:

(۱) شناسایی فرصت‌های شغلی: در برخی جوامع تمامی رشته‌های شغلی از فرصت‌های برابری برخوردار نیستند و در عین حال، بطور کلی فرصت شغلی برای کلیه مشاغل پائین است. اما تفاوت‌هایی بین مشاغل

مختلف از این لحاظ وجود دارد. آشنایی با فرصت‌های شغلی زمینه شغلی انتخابی، عامل مهمی است که باید مدنظر قرار گیرد. کسی که در زمینه خاصی مهارت می‌بیند و پایه‌ها و مراحل رسیدن به آن شغل را طرح‌ریزی و طی می‌کند، بایست مساله فرصت‌های شغلی را نیز در نظر بگیرد تا از اتلاف وقت و نیروی خود جلوگیری کند .

۲) شناسایی عوامل اقتصادی: میزان بازده و کارایی یک شغل حائز

اهمیت فراوانی است و در واقع هدف عمده انتخاب شغل دستیابی به درآمد حاصل از آن است. بالا بردن بازده و کارایی اقتصادی برخی مشاغل توجه افراد را به خود جلب می‌کند و موجب گرایش افراد به آن زمینه‌ها می‌گردد.

۳) شناسایی جایگاه اجتماعی: تقریباً تمام افراد تمایل دارند شغلی

داشته باشند که از جایگاه اجتماعی خوبی برخوردار باشند. هر چند در عمل بنا به تاثیر عوامل متعدد دیگر ممکن است این تمایل به واقعیت نرسد. اما افرادی که این مساله اولویت بیشتری برای آنها دارد منتظر چنین موقعیت‌هایی بوده و با توجه به شرایط فردی خود تلاش می‌کنند چنین شرایطی را برای خود مهیا کنند. توجه و تاکید زیاد به آن عامل، گاه مشکل بیکاری را برای افراد افزایش می‌دهد. هر چند وقت یکبار رشته‌ها و مشاغلی در جایگاه اجتماعی بالاتری قرار می‌گیرند و موجب جاری شدن خیلی زیادی از افراد به سمت این رشته و مشاغل می‌گردند.

▣ خدمات بکارگماری:

شامل استفاده مؤثر از کلیه امکانات و فرصت‌های موجود در بازارکار است. در این زمینه به مراجع کمک می‌شود تا از امکانات محیط و بازارکار و ویژگی‌های شخصی و شرایط پیشرفت خود آگاهی‌های لازم را کسب نموده و مسیر شغلی متناسب با توان، علاقه و تخصص خود را انتخاب نماید.

▣ تالار مشاوره گروهی:

هدف از ارائه این برنامه ارتباط همزمان چندین کاربر با یکدیگر می‌باشد که در این جلسه مجازی گروهی، یک مشاور نیز حضور دارد (این برنامه از طریق سیستم اتاق چت و گفتگو انجام می‌شود). با استفاده از این برنامه، کاربران و مشاور می‌توانند با یکدیگر تشریح مساعی داشته و نیز مشاور با ارائه راهکارهایی به حل مشکلات مراجعان می‌پردازد. لازم به ذکر است که قبل از برگزاری این جلسات مجازی، موضوع مشاوره گروهی از طریق تابلو اعلانات پایگاه، اطلاع‌رسانی می‌گردد و کاربرانی که دارای مشکل مشابه می‌باشند ثبت‌نام می‌نمایند و در زمان مشخص به صورت مجازی در جلسه حضور می‌یابند.



کاربر جهت شرکت در این جلسه از درب مجازی تعبیه شده اقدام می‌کند و در صورت نیاز نیز می‌تواند از همان درب خارج گردد. فهرست شرکت‌کنندگان در این جلسه نیز می‌تواند در قسمتی از فضای مجازی آورده شود. تقابل در این جلسات بدین صورت است که کاربر پیغامی را به سرویسگر ارسال می‌کند و سرویسگر نیز آن پیغام را به همه کاربران شرکت‌کننده در جلسه ارسال می‌کند.

■ سیستم برنامه‌ریزی شغلی:

این برنامه شامل برنامه‌ریزی شغلی کوتاه مدت و بلند مدت می‌باشد. بخش برنامه‌ریزی کوتاه مدت دارای دو قسمت می‌باشد. قسمت اول، آزمون

سازگاری مشخصات فرد با

مشاغل موردنظر می‌باشد. در این

قسمت کاربر مشاغلی که شخصاً

به آن علاقه‌مند است را اعلام

می‌نماید. سپس سیستم معین

می‌نماید که مشخصات فردی

کاربر شامل توانایی‌ها و علایق



با مشخصات مشاغل مورد نظر منطبق می‌باشد. قسمت دوم سیاهه آمادگی

شغلی است. در این قسمت کاربر پس از پاسخ به سوالاتی، می‌تواند آمادگی

شغلی خود را در چهار زمینه درک شرایط خویشتن، درک شغلی، آماده‌سازی و تصمیم‌گیری محک بزنند.

بخش برنامه‌ریزی بلند مدت به کاربران فهرستی از اهداف شخصی و شغلی ممکن را ارائه داده و برای رسیدن به این اهداف در سالهای معین، برنامه‌ای تدارک می‌بیند و فهرست آموزش‌ها و فعالیت‌های لازم برای نیل به برنامه موردنظر را ارائه می‌دهد.

فرایند ارائه خدمات

مرحله اول: طراحی وبسایت برای ارائه خدمات مشاوره‌ای

- (۱) مطالعه و تحقیقات اولیه: در این مرحله به منظور آشنایی با اطلاعات مورد نیاز سایت مطالعه و تحقیقات اولیه انجام می‌پذیرد.
- (۲) تحلیل: در این مرحله بر اساس مطالعات انجام شده در مرحله قبل امکانات مورد نیاز و رویه‌های سیستم مشخص می‌گردد.
- (۳) طراحی: ساختار بانک آزمون‌ها و بخش‌های مختلف سایت در این مرحله طراحی می‌گردد.
- (۴) پیاده‌سازی: کلیه بخش‌های مربوط به کاربران سایت طراحی و کلیه اطلاعات ویرایش و در بخش‌های تعیین شده وارد می‌گردد.

۵) آزمایش و اصلاح: پس از ورود اطلاعات کلیه بخش‌ها و زیربخش‌ها و تشخیص انحرافات، خطاها و رفع آنها مورد آزمون قرار می‌گیرد.

۶) نصب سیستم: نصب کلیه بخش‌ها بر روی سرور و آزمایش سیستم اصلی و راه‌اندازی رسمی

مرحله دوم: دریافت سرویس تلفن مشاوره (طبق اطلاعاتی که در مطالب قبل آمده است)

مرحله سوم: شناسایی و مذاکره با متخصصین و مشاوران مورد نیاز

با توجه به نوع خدماتی که ارائه می‌نمایید شما نیازمند شناسایی متخصصین و مشاوران می‌باشید که می‌توانید از میان همکلاسیه‌های دوران دانشگاه، همکاران، دوستان و آشنایان شناسایی نموده و به صورت تلفنی و یا حضوری موافقت آنان را برای همکاری جلب نمایید.

نحوه همکاری شما با این تیم بصورت حق‌العمل کاری است. یعنی آنها در ازاء خدماتی که ارائه می‌کنند و مطابق تعرفه‌ای که با آنها توافق کرده‌اید دستمزد دریافت می‌کنند.

مرحله چهارم: تبلیغات و جلب مشتری

برای سایت خود، تبلیغات کنید این کار می‌تواند به روش‌های مختلفی صورت گیرد:

- الف) تبلیغات انجام خدمت بصورت سرویس در محل:
- ب) چاپ آگهی در صفحات نیازمندی روزنامه‌های همشهری و...
- ج) تبلیغات اینترنتی برای ارائه خدمات از طریق اینترنت:
- ۱) معرفی سایت در سایت‌های دیگر از طریق بسترهای تبلیغاتی و یا تبادل لینک با سایت‌های دیگر.
- ۲) معرفی سایت در موتورهای جستجو.
- ۳) معرفی سایت از طریق گروه‌های گفتگو و خبری
- ۴) ارسال ایمیل‌های تبلیغاتی برای گروه‌های مخاطبان

مرحله پنجم: ارائه خدمات

- ۱) مذاکره با متقاضی خدمات
- ۲) ارزیابی اولیه دریافت نوع خدمات مشاوره‌ای مورد نیاز
- ۳) ارائه مشاوره

فرآیند خدمات مشاوره شغلی

مشاوره شغلی در سه مرحله اساسی صورت می‌گیرد:

الف) شناسایی کامل توانایی‌ها، استعدادها، رغبت‌ها و محدودیت‌های فردی؛ این ویژگیها تمام توانایی‌های جسمانی، روانی و محدودیت‌های جسمانی و روانی و اجتماعی فرد را در بر می‌گیرد.

ب) شناسایی مشاغل متعدد و آگاهی نسبت به عواملی که منجر به موفقیت و رضایت شغلی می‌گردند. در این راستا ویژگیهای مختلف هر یک از مشاغل از جنبه‌های مختلف مالی، اجتماعی و سایر محدودیت‌ها مورد بررسی قرار می‌گیرند. برخی مشاغل ویژگیهای خاص خود را دارند که باید مورد توجه قرار گیرند. مثل مسأله شب کاری برای شغل پرستاری و دور بودن از محل زندگی برای مدت‌های طولانی برای انجام فعالیت‌های باستان‌شناسی و...



ج) ایجاد سازش منطقی بین خصوصیات شخصی و شرایط شغلی که به موفقیت و رضایت شغلی می‌انجامد. شغل مورد نظر چه ویژگیها و چه محدودیت‌هایی دارد؟ چه ویژگیهای فردی را نیاز دارد؟ و چقدر بین این دو

دسته ویژگی هماهنگی و همخوانی وجود دارد، سؤالاتی هستند که در جریان مشاوره شغلی به آنها پاسخ داده می‌شود.

مزایای خدمات مشاوره شغلی الکترونیکی و تلفنی

- صرفه‌جویی در هزینه و زمان از منظر مراجع و مشاور
- بهره‌وری از منابع بانک اطلاعاتی جامع هوشمند
- بهره‌گیری از تجربیات مشاوران مجرب برای راهنمایی مراجع و دریافت مشاوره‌های لازم به روش الکترونیکی و تلفنی و بدون مراجعه حضوری
- قدرت شناخت مراجع به لحاظ توانمندی‌های شخصی و انتظارات شغلی بیشتر می‌گردد.

امکانات و تجهیزات مورد نیاز

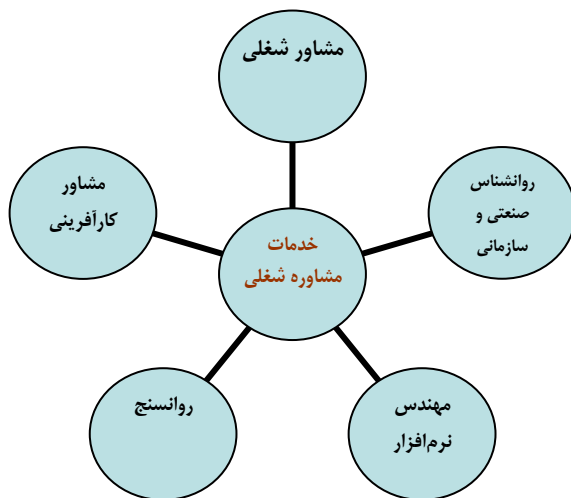
حداقل فضای لازم برای راه‌اندازی این کسب و کار خانگی یک اتاق ۱۲ متری می‌باشد. برای راه‌اندازی این کسب و کار به حداقل امکانات و تجهیزات زیر نیاز دارید.

ردیف	تجهیزات	مبلغ (ریال)
۱	کامپیوتر خانگی	۷۵۰۰۰۰۰
۲	پرینتر لیزری	۲۰۰۰۰۰۰
۳	فکس	۱۵۰۰۰۰۰
۴	خط تلفن	۵۰۰۰۰۰
۵	اینترنت پرسرعت (هزینه یکسال)	۴۰۰۰۰۰۰
۶	اسکنر	۱۵۰۰۰۰۰
۷	میز تحریر و صندلی	۱۰۰۰۰۰۰
مجموع		۲۰,۰۰۰,۰۰۰

نیروی انسانی مورد نیاز

این کسب و کار نیازمند شبکه‌ای از همکاران می‌باشد. شبکه همکاران همه افراد یا مشاغلی هستند که بطور مستقل فعالیت می‌کنند ولی برای راه‌اندازی یا اداره کسب و کار خود با آنها همکاری می‌کنید. این افراد یا

مشاغل براساس توافق فی‌مابین، فعالیت‌هایی را در ارتباط با خدمات مربوطه انجام می‌دهند و دستمزدی را دریافت می‌کنند. مزیت چنین رویکردی در اداره یک کسب و کار این است که شما تنها زمانی دستمزد پرداخت می‌کنید که فعالیتی انجام شده باشد. در ابتدای کار که هنوز معلوم نیست حجم کار چه میزان باشد و یا احتمالاً کم است، لذا کمترین هزینه را برای یک کارآفرین دارد. مزیت دیگر این نحوه همکاری این است که شما به محل خاصی برای انجام فعالیت‌ها نیاز ندارید و چون تنها فرد تمام وقت در کسب و کارتان خودتان هستید می‌توانید این کسب و کار را از منزل خودتان اداره کنید.



سرمایه مورد نیاز

این کسب و کار به سرمایه بسیار کمی نیاز دارد. شما می‌توانید آن را با پس‌انداز شخصی تأمین کنید.

ریال	شرح سرمایه	نوع سرمایه
۲۰,۰۰۰,۰۰۰	هزینه تجهیزات	سرمایه ثابت
۲,۰۰۰,۰۰۰	راه‌اندازی سایت (میزبان و دامنه)	
۲۰,۰۰۰,۰۰۰	طراحی سایت	
۲۰,۰۰۰,۰۰۰	طراحی نرم‌افزار مشاوره	
۲۰,۰۰۰,۰۰۰	هزینه تبلیغات	سرمایه در گردش (شش ماه)
۳۰,۰۰۰,۰۰۰	هزینه نیروی انسانی	
۱۰,۰۰۰,۰۰۰	هزینه‌های پیش‌بینی نشده	
۱۲۲,۰۰۰,۰۰۰	مجموع	

برآورد سرمایه مورد نیاز برای راه‌اندازی این کسب و کار خانگی مربوط به سال ۱۳۸۹ می‌باشد. برای اطلاع از سرمایه مورد نیاز به روز شده، به سایت موسسه کار و تأمین اجتماعی www.issi.ir مراجعه فرمایید.

برای راه‌اندازی هر کسب و کاری به سرمایه ثابت برای خرید تجهیزات نیاز دارید که نوعی سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود و در واقع دارایی شما از حالت نقدی به صورت غیر نقدی تبدیل می‌شود و امکان کسب درآمد را

برای شما فراهم می‌کند. سرمایه در گردش شامل مجموع هزینه‌هایی است که شما در یک دوره کاری باید بپردازید تا درآمدی حاصل شود و بعد از آن درآمد حاصله بخشی بصورت سود کسب و کار و بخشی جایگزین هزینه‌های انجام شده می‌شود و این چرخه همواره ادامه دارد. به یاد داشته باشید این محاسبات بصورت کلی و عمومی انجام شده و شما می‌توانید با توجه به شرایط خاص خود تا حدودی آن را تعدیل و تغییر دهید. مثلاً اگر خودتان سایتتان را طراحی کنید و یا از وبلاگ‌های رایگان استفاده کنید هزینه شما کاهش می‌یابد. همچنین هزینه نیروی انسانی در واقع هزینه‌ای که شما برای معیشت خود باید پرداخت کنید تا درآمد شما به حد مطلوبی برسد.

تخصص و مهارت‌های مورد نیاز

میزان تسلط بر مهارت			مهارت مورد نیاز	
پیشرفته	متوسط	مقدماتی		
		*	ICDL	مهارت‌های عمومی
	*		آشنایی با رشته‌های دانشگاهی و مشاغل مرتبط با آنها	مهارت‌های تخصصی
	*		آشنایی با بازار کار و عرضه و تقاضای مشاغل مختلف	
	*		آشنا به فنون مشاوره اشتغال و کارآفرینی	
*			مدیریت امور خدماتی	مهارت‌های ویژه
*			بازاریابی	
*			سرپرستی و مدیریت کار گروهی	
روابط عمومی بالا، معاشرتی و خوش برخورد، دارای خلاقیت و نوآوری				ویژگی‌های فردی
با توجه به اینکه این کسب و کار به صورت شبکه‌ای از همکاران مدیریت می‌شود؛ هر یک از افراد با تخصص‌های ذکر شده در بخش نیروی انسانی می‌توانند وارد این کسب و کار شوند و موفق باشند.				تحصیلات

وضعیت بازار خدمات

امروزه متخصصان یادگیری بر این باورند که برنامه‌های مرتبط با مشاوره شغلی در سنین دبستان باید به عنصر ضروری در روند آموزشی همه دانش‌آموزان تبدیل شود. با این فرضیه که رشد مسیر شغلی روندی مادام‌العمر است، مشاوره شغلی نیز پیش از رفتن بچه‌ها به دبستان شروع می‌شود. در اینجا نقش مشاوران شغلی به عنوان مسئولین آینده نگر بسیار حائز اهمیت است چرا که سخت‌ترین وظیفه آنها در مرحله اول متقاعد کردن معلمان، مدیران و والدین برای ارائه خدمات مشاوره شغلی است.

با توجه به موارد مذکور، نرخ بیکاری در کشور و نقش راهنمایی و مشاوره شغلی در تسهیل امر اشتغال، می‌توان بازار مناسبی را برای این کسب و کار متصور گردید. بازار این خدمات بستگی به تخصص مشاورین و کیفیت خدمات قابل ارائه شما دارد. برای ارتقاء کیفیت خدمات، شما نیازمند شناخت بازار و گروه‌های هدف جهت دریافت خدمات خود را دارید.

هر کسب و کار موفق با شناخت بازار آغاز می‌شود و با یک برنامه بازاریابی درست موفق می‌شود. برای شناخت بازار باید بدانید که:

- چه کسانی خدمات مذکور را ارائه می‌دهند؟
- این افراد یا مؤسسات چه ویژگی‌های دارند؟
- چه تعداد هستند؟ چه شباهت‌ها و تفاوت‌هایی باهم دارند؟

- چه طبقه‌بندی‌هایی بین مشتریان احتمالی وجود دارد؟
- چه نوع خدمات و با چه مشخصاتی نیاز دارند؟
- چه افراد یا موسساتی در حال حاضر نیاز آنها را برآورده می‌کنند؟ (رقبا کیستند؟)
- نقاط قوت و ضعف آنها چیست؟

برای پاسخ به این سوالات فعالیت‌هایی را باید انجام دهید که اصطلاحاً تحقیقات بازار گفته می‌شود. تحقیقات بازار کمک می‌کند خدمات خود را به نحوی تعریف کنید که مطابق خواسته مشتریان باشد و منجر به فروش گردد.

شیوه بازاریابی و معرفی خدمات

در واقع مهم نیست که بازاریابی را چه تعریف کنیم. مهم این است که بدانیم نمی‌شود در دنیای مدرن امروز بدون بازاریابی به فعالیت اقتصادی ادامه داد و باز مهم‌تر این که بازاریابی همان تبلیغات نیست! بازاریابی ارایه محصول یا خدمت مناسب در بازار مناسب با قیمت مناسب است. ضمن این که اقدامات تبلیغاتی کوتاه مدت را نباید با بازاریابی اشتباه گرفت، در بازاریابی باید از مفاهیم، تعاریف روشن داشت و به زمین و زمان به‌صورت بلندمدت نگریست.

شما برای آن که موفق باشید باید اهداف خود را بر روی آرزوهای مشتری و الزامات بازار تنظیم کنید. بنابراین بازاریابی از این منظر یک ابزار مدیریت است. بازاریابی آمیزه‌ای از خدمات نوآورانه، ارزیابی آراء، حضور بروشوری، حضور اینترنتی، داشتن مجلات مخصوص مشتریان، داشتن برنامه‌های خبری و قیمت‌های منطقی است.

اهداف عمومی بازاریابی

اهداف عمومی بازاریابی عبارتند از:

- بهبود موقعیت کسب و کار در بازار
- افزایش رضایت مشتری
- تقویت چهره کسب و کار

آمیزه موفق بازاریابی

وقتی از نیازهای بازار خبر داشته باشیم و شرایط رقبا را هم بدانیم و به عبارت دیگر هم از وضع موجود و هم از شرایط هدف مطلع باشیم باید به ابزارهای رسیدن به اهداف فکر کنیم. معمولا در جعبه ابزار شکل‌دهی به اقدامات بازاریابی چهار عرصه متمایز به چشم می‌خورد:

سیاست محصولات و خدمات: کدام خدمات را می‌خواهید به طرز

سودآوری ارائه کنید و چگونه می‌توان آن را تأمین کرد؟

سیاست توزیع: اجرای سفارش‌های مشتریان و گرفتن سفارش‌های هر

چه بیشتر

سیاست ارتباطی: بازار از خدمات شما چه درسی می‌گیرد؟ چه چیزهایی

می‌تواند به افزایش ارائه خدمات منجر شود؟

قیمت‌ها و قراردادها: چه نوع قیمت‌هایی می‌تواند به افزایش سفارش

خدمات منجر شود. چطور می‌شود مشتریان را به پرداخت بیشتر برای خدمات

بهتر ترغیب کرد؟

ایجاد تمایز

ایجاد تمایز مقوله بسیار مهمی است. مشاوره در این زمینه می‌تواند بسیار

مهم باشد و بر کار تأثیر بگذارد و به ایجاد تمایزهای مورد نظر کمک کند.

عمق بخشیدن به حضور رسانه‌ای، سرویس‌دهی انعطاف‌پذیر و کیفیت بالای

خدمات، همه می‌توانند در این ایجاد تمایز نقش ایفا کنند.

جنگ قیمت‌ها در بازار هم مقوله‌ای است که می‌توان با دادن

سرویس‌های بهتر با آن مقابله کرد.

راهکارهای جلب مشتری برای دریافت خدمات

(۱) در اینترنت جست‌وجو کنید

یکی از راه‌های رسیدن به مشتریان دستیابی به اطلاعات تماس آنها از

طریق اینترنت است که می‌تواند به تدریج به ایجاد یک پایگاه داده‌ها از

ایمیل‌ها و اطلاعات تماس دیگران منجر شود. البته به یاد داشته باشید ارسال ایمیل ناخواسته هم تبعاتی دارد.

۲) حضور نمایشگاهی

در نمایشگاه‌ها حضور پیدا کنید و بروشورهای مربوط به خدمات خودتان را ارایه کنید. حضور در هر نمایشگاهی که به نحوی از انحاء به‌کار شما مربوط باشد، مؤثر است.

۳) استفاده از تبلیغات

تبلیغات هم یکی دیگر از راه‌های رسیدن به مشتریان است. هر چند که تأثیرات آن هم تعریف شده است و تا حدودی محدود هم هست. تبلیغات ممکن است جلب توجه کند، اما الزاما به افزایش ارائه خدمات منجر نمی‌شود. ارایه آگهی در نشریات تجاری و تخصصی می‌تواند مؤثرتر باشد.

۴) مدیریت وقت

همیشه مراقب مدیریت وقت باشید. نباید با صرف وقت فراوان یک کار را به پیش برد. باید هزینه‌های وقت‌های اضافه را در نظر داشت.

۵) مشتریان دائمی

مراقب مشتریان دائمی باشید. شما می‌توانید از طریق مشتریان دائمی خود درآمد فراوان و در عین حال درآمدی همیشگی داشته باشید.

۶) مشتریان جدید

در مورد مشتریان جدید همیشه مراقب باشید که شما باید صورت حساب‌های منطقی‌تری نسبت به رقبایتان ارائه دهید. در چنین مواردی در نظر داشته باشید که سود درازمدت داشتن می‌تواند بهتر از سودهای کوتاه مدت و گذرا باشد.

۷) نرم‌افزارها

از نرم‌افزارها برای محاسبات و مدیریت امورتان استفاده کنید. این کار از دقت و سرعت بیشتری برخوردار است.

بازاریابی ارتباطات

در بحث‌های مربوط به بازاریابی مقوله ارتباطات هم جایگاه بسیار مهمی دارد. به دیگر سخن، این ارتباطات است که تصویر عمومی یک کسب و کار را می‌سازد. بازاریابی و ارتباطات در واقع دو مؤلفه هستند که از یکدیگر جدایی‌ناپذیرند. یک استراتژی موفق بازاریابی می‌تواند برای ارتقای جایگاه



یک کسب و کار بسیار مؤثر باشد. اما باید بدانید که ارتباطات، تبلیغات نیست. ولی بسیاری از افراد این دو

را با یکدیگر اشتباه می‌گیرند. تبلیغات یکی از مؤلفه‌های ارتباطات است که البته مهم هم هست.

ارتباطات به همه فعالیت‌هایی اطلاق می‌شود که یک کسب و کار را معرفی می‌کند که می‌تواند فرضاً با تماس گرفتن شما با یک مشتری آغاز شود یا این که شما، نامه‌ای را برای یک مشتری ارسال کنید. نامه، وبسایت، تلفن، بروشور، خبرنامه، محصولاتی که خودتان برای معرفی کسب و کارتان چاپ کرده‌اید همه می‌توانند در این چارچوب نقش داشته باشند.

به هر حال فعالیت‌های ارتباطی شما باید به ایجاد تصویری شفاف و دقیق از کسب و کار شما منجر شود.

بازاریابی اینترنتی (الکترونیک)

از آن جا که در دنیای امروز اینترنت از ضریب نفوذ بالا و در حال رشدی برخوردار است و برخلاف اکثر رسانه‌های دیگر به طور مستقیم با کاربران در حال تعامل می‌باشد و با در نظر گرفتن امکان تبلیغات گسترده و هدفمند به طور منطقه‌ای یا بین‌المللی با هزینه‌ای بسیار مناسب نسبت به دیگر رسانه‌ها همچون تلویزیون، رادیو، روزنامه و یا حتی تبلیغات محیطی، تبلیغات و بازاریابی اینترنتی به یکی از بهترین و موثرترین شیوه‌های تبلیغات و بازاریابی تبدیل شده است.

خدمات بازاریابی اینترنتی می‌تواند با هدف افزایش فروش، تقویت نام تجاری، فرهنگ‌سازی و غیره به کار گرفته شوند.

بازاریابی الکترونیک چیست؟

چگونه مشتری جدیدی پیدا کنیم؟ (جذب مشتری) و چگونه این مشتری جدید را حفظ کنیم؟ (حفظ مشتری). اینها سوالاتی هستند که در بازاریابی الکترونیک مطرح می‌باشند.

بازاریابی الکترونیک همان اهداف بازاریابی سنتی را دنبال می‌کند با این تفاوت که بازاریابی الکترونیک با بکارگیری ابزارها و روش‌های بدیع فن‌آوری نوین به دنبال نوآوری می‌باشد.

بازاریابی الکترونیکی یک عملکرد مجزا که منحصرأ با فروش محصولات و خدمات ارتباط دارد نبوده بلکه فرآیندی مدیریتی است برای اداره نمودن ارتباط ایجاد شده میان شما و مشتری. عملکرد بازاریابی الکترونیک را می‌توان در سه بخش زیر معرفی و دسته‌بندی نمود:

۱- یکپارچگی: بازاریابی الکترونیک تمامی مراحل ارائه خدمات را به صورت یک فرآیند یک پارچه دربر می‌گیرد.

۲- میانجی‌گیری (واسطه‌گیری): بازاریابی الکترونیک میزان نیاز و خواسته مشتریان را با میزان ظرفیت ارائه خدمات توسط شما کنترل می‌کند.

۳- واسطه‌گری: بازاریابی الکترونیک میان بخش‌های مختلف کسب و کار نقش واسطه را ایفا می‌کند.

برای درک بهتر نکات کلیدی بازاریابی الکترونیک لازم است ارتباطات متقابل مشتری و کسب و کار شما تماماً مورد بررسی قرار گیرد. چرخه بازاریابی الکترونیک شامل چهار مرحله اصلی می‌باشد:

۱- تهیه و تدارک

۲- ارتباط

۳- نقل و انتقال

۴- خدمات تکمیلی

در مرحله تهیه و تدارک می‌بایست نیازها و خواسته‌های مشتریان را تعیین نمود. شما جهت ارائه خدمات خود نیازمند تجزیه و تحلیل نیازهای مشتریان می‌باشد و این عمل از طریق تفکیک مشتریان صورت خواهد گرفت.

زمانی که خدمات مطابق سلیقه و خواسته مشتری طراحی شد مرحله ارتباط آغاز می‌شود. برای شما ضروری است که در مورد ارائه خدمات مورد نظر به مشتری با او مکاتبه نمایید.

فرآیند بازاریابی الکترونیک صرفاً بر استفاده از امکانات اینترنت اصرار نورزیده و از همه روش‌های بازاریابی بهره‌برداری می‌کند، اما امکاناتی را در

اختیار ما می‌گذارد که بازاریابی سنتی فاقد آنها می‌باشد. به عنوان نمونه، روش بازاریابی تک به تک و یا ارتباط مستقیم با مشتریان. در حقیقت بازاریابی سنتی و بازاریابی الکترونیک تکمیل کننده یکدیگر می‌باشند و بازاریابی الکترونیک نمی‌تواند به طور کامل جایگزین بازاریابی سنتی گردد.

عوامل موفقیت در بازاریابی الکترونیک

چهار عامل مهم در کسب موفقیت بازاریابی الکترونیک عبارتند از:

- ۱- سود رسانی به مشتری.
- ۲- توانایی در ارائه خدمات و اطلاعات مورد نیاز مشتری بصورت بر خط (آن لاین)
- ۳- توانایی کنترل و هدایت وب سایت.
- ۴- ایجاد یکپارچگی میان فعالیت‌های بازاریابی الکترونیک با سایر فعالیت‌ها.

برای جذب مشتری باید فعالیت‌های روی خطی برای او سودآور باشد. همچنین باید خدمات متنوعی به او ارائه گردد. خدمات و تسهیلاتی که باعث ایجاد انگیزه لازم در مشتری جهت دریافت خدمات (حال و آینده) گردد. بنابراین محتوای وب سایت و خدماتی که در وب سایت ارائه می‌گردند باید خواسته‌ها و علایق شخصی مشتری را در نظر گرفته و حتی امکاناتی برای

ایجاد بخشهای شخصی را برای او فراهم آورد. شما باید خدمات منحصر بفردی ارائه دهید. خدماتی که با سایر رقبا تفاوت داشته باشد.

برنامه‌ریزی در بازاریابی

اهمیت برنامه‌ریزی برای بازاریابی در چند سال اخیر رشد فزاینده‌ای داشته است. در بازاریابی ابتدا باید هویت هر مشتری را مشخص نموده و خصوصیات هر یک از آنها را بطور مجزا مورد بررسی قرار دهید. هرچه میزان ارتباط برقرارشده میان شما و مشتریانتان نزدیکتر و صمیمی‌تر باشد به همان نسبت می‌توانید آنها را به کسب و کار خود وابسته سازید. برقراری این ارتباط صمیمی نیازمند کسب اطلاعات دقیق از مشتریانتان می‌باشد.

برنامه بازاریابی ابزاری است که شما را به مشتریان می‌رساند و امکان فروش خدمات شما را فراهم می‌کند. در واقع برنامه بازاریابی مشخص می‌کند که:

- ۱- چه خدماتی را ارائه کنید
- ۲- به چه قیمتی و به چه نحوی دریافت کنید
- ۳- از چه فنونی برای افزایش فروش استفاده کنید
- ۴- چگونه خدمات خود را در دسترس مشتری قرار دهید

قیمت خدمات

قیمت یکی از مهمترین ارکان برنامه بازاریابی است که تأثیر مستقیم روی میزان ارائه خدمات کسب و کار شما می‌گذارد. برای تعیین قیمت خدمات خود ابتدا باید در نظر داشته باشید که قیمت باید آنقدر پایین باشد که مشتری را جذب کند و آنقدر بالا باشد که سود مناسبی برای شما ایجاد کند. به عبارتی مشتری بدنبال قیمت هر چه پایین‌تر و کارفرما به دنبال قیمت هر چه بالاتر است. تعادل این دو خواست توسط عامل رقابت تعیین می‌شود. بنابراین برای تضمین قیمت خدمات خود دو عامل را در نظر بگیرید:

۱- قیمت تمام شده

۲- قیمت رقبا

قیمت تمام شده با محاسبه مجموع هزینه‌ها (متغیر و ثابت) تقسیم آن بر واحد خدمات عرضه شده بدست می‌آید.

در این حالت شما ۳ گزینه پیش رو دارید:

۱- خدمات خود را کمی کمتر از قیمت رقبا ارائه کنید. در این صورت تعداد مشتریان بیشتری جذب خواهند کرد. بخاطر داشته باشید همیشه کاهش قیمت به نفع شما نیست. چون ممکن است رقیب دیگری هم پیدا شود و قیمت پایین‌تری ارائه کند و مشتریان شما را جذب کند. باید در نظر داشته باشید که مشتریانی که بدنبال قیمت پایین‌تر هستند

کمترین وفاداری به موسسه را دارند. یعنی به محض اینکه موسسه دیگری قیمت پایین تری ارائه کند از شما دیگر خرید نخواهد کرد. بنابراین باید همواره مراقب اوضاع باشید و از جنگ قیمتی پرهیز کنید. جنگ قیمتی همواره به ضرر کار آفرین است چرا که شما مجبورید قیمت‌های خود را بشکنید و از سود خود کم کنید.

۲- گزینه دوم این است که قیمت خود را همانند قیمت رقبا تعیین کنید بدین ترتیب از جنگ قیمتی جلوگیری کرده‌اید و چنانچه بازار مناسب و تعداد رقیب محدود باشد می‌توانید با رقبایتان پیمان‌های همکاری تجاری ببندید و سود حداکثری حاصل کنید.

۳- گزینه سوم این است که قیمتی بالاتر از قیمت رقبا ارائه کنید. این تصمیم وقتی عملی است که شما به ازای قیمت بیشتر ارزش خدمات خود را افزایش دهید یعنی اینکه خدمات بیشتر و متمایزتری نسبت به رقبا ارائه کنید.

نکته آخر در خصوص بحث قیمت نحوه پرداخت‌ها است. شما می‌توانید پرداخت اعتباری یا پرداخت نقدی را تعریف کنید به این ترتیب مشتریان با شرایط مختلف را جذب کنید. در فروش اعتباری دقت کنید که ریسک بازگشت سرمایه وجود دارد یعنی ممکن است مشتری بدهی خود را پرداخت نکند. برای کاهش ریسک باید از اعتبار و خوش حسابی مشتری اطمینان

حاصل کنید. برای این منظور از تکنیک‌هایی استفاده کنید که این شرایط را فراهم کند.

مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها

۱. انتخاب و گزینش صحیح مشاور در مشاوره شغلی از مشکلات این کسب و کار است. امروزه فن مشاوره بسیار تخصصی و گسترده گردیده است. به طوری که حتی در امر مشاوره شغلی نیز گرایش‌های مختلفی وجود دارد و باید با توجه به شرایط فردی انتخاب مشاوره با حساسیت و دقت خاصی صورت گیرد.

۲. ذهنیت منفی مردم نسبت به خدمات: به دلیل سهل‌انگاری و حرفه‌ای عمل نکردن بسیاری از فعالان بخش خدمات از یک سو، و نامرئی بودن و ناملموس بودن این خدمات متأسفانه در بسیاری از مواقع ذهنیت بدی در جامعه نسبت به فعالان این حرفه شکل گرفته است که شرایط کار را برای شما دشوار می‌کند. البته همین موضوع به عنوان یک فرصت تلقی می‌گردد و بسیاری از مشتریان تشنه دریافت خدمات با کیفیت و حرفه‌ای هستند که اگر خوب عمل کنید می‌توانید بازار خوبی را بدست آورید.

۳. همچنین با توجه به اینکه این کسب و کار با همکاری شبکه‌ای از متخصصین و کارشناسان صورت می‌گیرد، شما به عنوان مدیر این کسب و کار باید توانایی بالایی در زمینه‌های زیر کسب نمایید:

- برنامه‌ریزی و هماهنگی
- مدیریت زمان و هزینه
- کار گروهی
- ارزیابی از خدمات مشاوران

۴. برخی از مشکلات مشاوره تلفنی و اینترنتی عبارتند از:

- گذرا بودن ارتباط و فقدان تداوم
- امکان دریافت پس‌خوراند (عکس‌العمل سریع) وجود ندارد.
- امکان پیگیری برای مشاور وجود ندارد.
- فقدان نشانه‌های دیداری و غیر کلامی برای بسیاری از مشاوران دلهره آور است.
- مشاوره تلفنی اساساً بر مهارت ارتباط کلامی و مهارت‌های مکالمه‌ای متکی است. مهارت‌های گوش دادن فعال و رفتارهای ارتباطی مؤثر و مهارت‌های کلامی پیشرفته در مشاوره تلفنی بسیار اساسی و مهم هستند.

توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی

- هرچه وب سایت شما در برقراری ارتباط با بازدیدکنندگان موفق‌تر باشد به همان میزان اعتماد بازدیدکنندگان به خدمات شما بیشتر خواهد بود.
در این زمینه چند نکته پیشنهاد می‌شود:
 - ۱- نام دامنه (Domain) با نفوذ و مناسبی برای کسب و کار اینترنتی خود انتخاب نمایید.
 - ۲- از آدرس پست الکترونیک با نام دامنه خود استفاده نمایید.
 - ۳- در وب سایت خود شماره تلفن، ساعت کار، آدرس پستی و آدرس پست الکترونیک شخصی خود را قرار دهید.
 - ۴- لینک‌های برقراری ارتباط را روی وب سایت خود قرار دهید.
 - ۶- اطلاعات و مندرجات وب سایت خود را بروز کنید.
 - ۷- امکان تماس شخصی را در وب سایت خود فراهم نمایید.
 - ۸- از جسته و گریخته بودن مطالب و تعدد صفحات پرهیز کنید.
 - ۹- طرحی باب سلیقه بازدید کنندگان انتخاب نمایید.
 - ۱۰- صفحات وب سایت شما باید با سرعت دانلود (Download) شوند.
 - ۱۱- امکان ارسال پیشنهادات و نظرات بازدید کنندگان را فراهم کنید.
 - ۱۲- امکان تبادل لینک و ارتباط با وب سایت‌های دیگر را پیش‌بینی کنید.

- نکاتی تخصصی که مشاوران برای ارائه خدمات بهتر در مشاوره شغلی باید به آنها توجه کنند:
- مشاوره باید در مشاوره حرفه‌ای نیازمندی‌های مراجع را مورد توجه قرار دهد.
- مشاور باید این نکته را در نظر داشته باشد که نیازمندی‌های وی غالباً با نیازمندی‌های مراجع یکسان نیست.
- مشاور باید موقعیت‌های ایجاد کند تا مراجع به شناخت استعدادها، علائق و احتیاجات خود نائل شود.
- مشاور باید مراجع را دریافتن اطلاعات مورد نظرش کمک کند.
- مشاور باید مراجع را در شناخت و کشف مشاغل یاری دهد که نیازهای او را رفع می‌کنند.
- مشاور باید مراجع را کمک کند تا او دریابد که چگونه از شغل مورد نظر برای رفع نیازهای خود استفاده کند.
- مشاور باید مراجع را تا هنگامی که به شغل مناسبی دست نیافته کمک کند و در این راه پیگیری و مجاهدت لازم را به خرج دهد.
- مشاور باید در محدوده نیازمندی‌های مراجع عمل کند
- مشاور باید برای شناخت استعداد، علائق و نیازمندی‌های مراجع حداکثر تلاش خود را به خرج دهد.
- مشاور باید علت پیش‌بینی شغلی را که حوائج مراجع را رفع می‌کند تشریح کند.

- مشاور باید ضمن کسب اطلاعات لازم در مورد استعداد، توانایی‌ها و نیازمندی‌های مراجع، همه این اطلاعات را با شرح و بسط و توجیه در سطح فهم مراجع به او منتقل کند.
- مشاور باید پس از اشتغال مراجع در شغل مورد نظر به پیگیری وضع او بپردازد و در صورت عدم رضایت شغلی، او را دوباره راهنمایی کند.

سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند

- سازمان نظام روانشناسی و مشاوره ایران
- وزارت کار و امور اجتماعی
- وزارت ارتباطات و فن‌آوری اطلاعات
- شرکت مخابرات ایران
- مؤسسه کار و تأمین اجتماعی
- وزارت آموزش و پرورش
- وزارت علوم، تحقیقات و فن‌آوری
- دانشگاهها، دبیرستان‌ها، هنرستان‌ها و سایر مراکز و مؤسسات آموزشی
- مراکز کاریابی و مشاوره شغلی
- کارخانجات، مراکز و سایر ارگان‌های نیازمند دریافت خدمات مشاوره شغلی

معرفی مشاغل مرتبط و مکمل

همانطور که در بخش‌های قبل اشاره شد این کسب و کار با توجه به نوع خدمات، مشاغل و تخصص‌های مختلفی را در بر می‌گیرد که در ذیل به آنها اشاره می‌گردد:

- مشاور شغلی
- روانشناس عمومی
- روانشناس صنعتی و سازمانی
- روانسنج
- مهندس کامپیوتر (نرم‌افزار)
- متخصصین مسائل کسب و کار مانند کارشناس بازاریابی، فروش، مدیریت کسب و کار و...

معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز

- ۱) جین سوانسون - نادیا فؤاد، نظریه‌های جدید مشاوره شغلی و کاربرد، رقیه موسوی، چاپ اول، تهران، انتشارات اصلح، ۱۳۸۱.
- ۲) سیده بهنوش محدث خالصی، نقش فن‌آوری اطلاعات I.T، همایش نقش فن‌آوری اطلاعات در اشتغال، ۱۳۸۰
- ۳) سید مهدی حسینی بیرجندی، راهنمایی و مشاوره شغلی، چاپ چهارم، تهران، مرکز انتشارات علمی دانشگاه آزاد اسلامی، ۱۳۷۹.
- ۴) عبدالله شفیع‌آبادی، راهنمایی و مشاوره شغلی و حرفه‌ای و نظریه‌های انتخاب شغل، چاپ دوازدهم، تهران، انتشارات رشد، ۱۳۸۱.
- ۵) عبد... شفیع‌آبادی و لیلا بیات مختاری، مقدمات راهنمایی و مشاوره (مفاهیم کاربردی)
- ۶) عبدالله شفیع‌آبادی، راهنمایی و مشاوره تحصیلی و شغلی، چاپ هفتم، تهران، انتشارات سمت، ۱۳۸۶.
- ۷) محمدعرب یزدی، فرصت‌های نوین شغلی در عصر پیشرفت‌های فن‌آوری اطلاعات، ۱۳۸۰

1) Zunker, V. (2006); Career Counseling: Applied Concept of Life Planning; California: Brooks/ Cole Publishing Co.

- 2) Gibson, R. L., & Mitchell, M. (2006). Introduction to career counseling for the 21st century. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, Inc.
- 3) Erikson, E.H. (1998). Identity: Youth and crisis. New York: Norton
- 4) Lucas, M.S. (1996). Building cohesiveness between practitioners and researchers: A practitioner- scientist model. In M.L. Savickas & W.B. Walsh (Eds.), Handbook of career counseling theory and practice (pp.81-88). Palo Alto, CA: Davies Black.
- 5) Swanson, J.L. (1995). The process and outcome of career counseling. In W.B. Walsh & S.H. Osipow (Eds.), Handbook of vocational psychology (2nd ed., pp.217-259). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum.
- 6) National Career Development Association. (1997). Career counseling competencies. Columbus, OH: Author.