

ਸਫਲ ਉੱਦਮਤਾ

ਸੰਭਾਵੀ ਉੱਦਮੀਆਂ ਲਈ ਇੱਕ ਗਾਈਡ

GURINDER “RICKY” SINGH

ਸਫਲ ਉੱਦਮਤਾ

ਇਹ ਕਿਤਾਬ ਕਾਪੀਰਾਈਟ ਹੈ। ਇਸ ਪੁਸਤਕ ਵਿੱਚ ਵਰਤੇ ਗਏ ਸਾਰੇ ਹਵਾਲੇ ਸੈਕੰਡਰੀ ਸਰੋਤਾਂ ਤੋਂ ਹਨ। ਜੇਕਰ ਇਸ ਕਿਤਾਬ ਤੋਂ ਹਵਾਲਾ ਦਿੱਤਾ ਜਾਵੇ, ਤਾਂ ਕਿਰਪਾ ਕਰਕੇ ਸੰਬੰਧਿਤ ਹਵਾਲੇ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰੋ। ਜੇਕਰ ਰਿੱਕੀ ਸਿੰਘ ਦਾ ਹਵਾਲਾ ਦੇਣਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਕਿਰਪਾ ਕਰਕੇ ਹਵਾਲੇ ਦਾ ਹਵਾਲਾ ਦਿਓ।

ਵੈੱਬਸਾਈਟ

www.ricky-singh.com

ਇਸ ਕਿਤਾਬ ਦੀਆਂ ਵਾਧੂ ਕਾਪੀਆਂ ਮੰਗਵਾਉਣ ਲਈ, ਕਿਰਪਾ ਕਰਕੇ ਇੱਥੇ ਜਾਓ:

Amazon.com

ਜਾਂ ਰਿੱਕੀ ਸਿੰਘ ਨਾਲ ਸੰਪਰਕ ਕਰੋ:

ਈ-ਮੇਲ: 711ricky@gmail.com

[302-740-7066](tel:302-740-7066)

ਕਿਰਪਾ ਕਰਕੇ ਆਪਣਾ ਨਾਮ ਅਤੇ ਫੋਨ ਨੰਬਰ

ਨੰਬਰ ਅਤੇ ਲੇਖਕ ਸੰਪਰਕ ਕਰੋਗਾ

ਤੁਸੀਂ ਤੁਸੀਂ ਟੈਕਸਟ ਸੁਨੇਹੇ ਵੀ ਭੇਜ ਸਕਦੇ ਹੋ।

ਪ੍ਰਕਾਸ਼ਿਤ: ਰਿੱਕੀ ਸਿੰਘ

ਦੁਆਰਾ ਵਿਤਰਿਤ: ਕਿੰਡਲ ਡਾਇਰੈਕਟ ਪਬਲਿਸਿੰਗ

ਕਿਤਾਬ ਦਾ ਕਾਪੀਰਾਈਟ-----ਗੁਰਿੰਦਰ ਸਿੰਘ ਹੈ

ISBN: 97984947251

ਸਮਰਪਣ

ਇਹ ਕਿਤਾਬ ਉਨ੍ਹਾਂ ਸਾਰੇ ਸੰਭਾਵੀ ਉੱਦਮੀਆਂ ਨੂੰ ਸਮਰਪਿਤ ਹੈ ਜੋ ਕਾਰੋਬਾਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਬਾਰੇ ਸੋਚ ਰਹੇ ਹਨ। ਇਹ ਮੌਜੂਦਾ ਉੱਦਮੀਆਂ ਨੂੰ ਵੀ ਸਮਰਪਿਤ ਹੈ ਜੋ ਆਪਣੇ ਵਪਾਰਕ ਯਤਨਾਂ ਨੂੰ ਹੋਰ ਵਿਕਸਤ ਕਰਨ ਲਈ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਉੱਦਮਤਾ ਪੂੰਜੀਵਾਦੀ ਸਮਾਜਾਂ ਦੀ ਨੀਂਹ ਹੈ ਅਤੇ ਮਨੁੱਖੀ ਤਰੱਕੀ ਲਈ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਸੰਭਾਵਨਾ ਵਜੋਂ ਕੰਮ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਇਹ ਪੁਸਤਕ ਤੁਹਾਨੂੰ, ਪਾਠਕ ਨੂੰ ਦਿਲੋਂ ਸਮਰਪਿਤ ਹੈ।

ਮਾਨਤਾਵਾਂ

ਉੱਦਮਤਾ ਵਿੱਚ ਮੇਰੀ ਸਫਲਤਾ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਸਲਾਹਕਾਰਾਂ ਦੇ ਕਾਰਨ ਹੈ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਸਫਲਤਾ ਵੱਲ ਬਹੁਤ ਮੁਸ਼ਕਲ ਅਤੇ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤ ਮਾਰਗਾਂ 'ਤੇ ਮੇਰਾ ਮਾਰਗਦਰਸ਼ਨ ਕੀਤਾ ਹੈ। ਮੈਂ ਇਹਨਾਂ ਸਲਾਹਕਾਰਾਂ ਅਤੇ ਹੋਰ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਸਵੀਕਾਰ ਕਰਦਾ ਹਾਂ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਵਪਾਰਕ ਸਫਲਤਾ ਵੱਲ ਮੇਰੀ ਯਾਤਰਾ 'ਤੇ ਮੈਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕੀਤਾ ਹੈ।

ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਮੈਂ ਆਪਣੀ ਪਤਨੀ ਮਨਜੀਤ ਕੌਰ ਨੂੰ ਮੇਰੇ ਸਾਰੇ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਯਤਨਾਂ ਵਿੱਚ ਲਗਾਤਾਰ ਸਮਰਥਨ ਦੇਣ ਲਈ ਮਾਨਤਾ ਦੇਣਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹਾਂ। ਉਸ ਦੇ ਸਬਰ, ਸਥਿਰਤਾ ਅਤੇ ਸਿਆਣਪ ਨੇ ਹਮੇਸ਼ਾ ਮੇਰਾ ਸਾਥ ਦਿੱਤਾ ਹੈ। ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਯਤਨਾਂ ਦੇ ਕਾਰਨ, ਮੈਂ ਘਰ ਵਿੱਚ ਉਨਾ ਸਮਾਂ ਨਹੀਂ ਬਿਤਾ ਸਕਿਆ ਜਿੰਨਾ ਮੈਂ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹਾਂ, ਅਤੇ ਮੇਰੀ ਪਤਨੀ ਨੇ ਸਾਡੇ ਦੋਵਾਂ ਬੱਚਿਆਂ ਦੀ ਪਰਵਰਿਸ਼ ਦੇ ਨਾਲ ਇੱਕ ਅਸਾਧਾਰਨ ਕੰਮ ਕੀਤਾ ਹੈ। ਇਹ ਸਿਰਫ ਉਸਦੇ ਨਾਲ ਹੈ। ਸਮਰਥਨ ਅਤੇ ਹੱਲਾਸ਼ੇਰੀ ਕਿ ਮੈਂ ਆਪਣੇ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਉੱਦਮਾਂ ਅਤੇ ਨਿੱਜੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀਆਂ ਦਾ ਵਿਸਥਾਰ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਇਆ ਹਾਂ।

ਸਮੱਗਰੀ

ਤਿੰਨ ਮਾਰਗਦਰਸ਼ਕ ਸਿਧਾਂਤ

1

ਉੱਦਮਤਾ ਲਈ ਜਾਣ-ਪਛਾਣ

3 - 60

ਸਫਲ ਉੱਦਮੀਆਂ ਦੇ ਗੁਣ

61 - 134

ਰਚਨਾਤਮਕਤਾ

62

ਸਮਰਪਣ

65

ਲਚਕਤਾ

68

ਲੀਡਰਸ਼ਿਪ

70

ਜਨੂੰਨ

72

ਸਵੈ ਭਰੋਸਾ

75

ਸਟ੍ਰੀਟ ਸਮਾਰਟ

78

ਉੱਦਮੀ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ

80

ਉੱਦਮੀ ਮਾਨਸਿਕਤਾ

83

ਮੌਕੇ ਦੀ ਪਛਾਣ

86

ਅਨੁਸ਼ਾਸਨ

88

ਸਵੈ-ਜਾਗਰੂਕਤਾ

91

ਸੰਸਾਧਨ

94

ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ-ਮੁਖੀ ਮਾਨਸਿਕਤਾ

97

ਹਮਦਰਦੀ

99

ਸਵੈ-ਪ੍ਰੇਰਣਾ

102

ਮੁਸ਼ਕਲ ਟੀਚਿਆਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ

104

ਲਚਕੀਲਾਪਨ

107

ਸਵੈ-ਪ੍ਰਭਾਵੀਤਾ

110

ਕੰਟਰੋਲ ਦਾ ਟਿਕਾਣਾ

112

ਅਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ ਸਹਿਣਸ਼ੀਲਤਾ

115

ਜੋਖਮ ਲੈਣਾ

117

ਪ੍ਰਬੰਧਨ

120

ਸਵੈ-ਮੁਕਾਬਲਾ

123

ਗਾਹਕ ਓਰੀਐਂਟੇਸ਼ਨ

125

ਨੈੱਟਵਰਕ ਕਰਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ

128

ਆਸ਼ਾਵਾਦੀ

131

ਹਵਾਲੇ

135-138

ਲੇਖਕ ਬਾਰੇ

139

ਤਿੰਨ ਮਾਰਗਦਰਸ਼ਕ ਸਿਧਾਂਤ

ਸਿਰਫ ਇੱਕ ਵਿਚਾਰ ਹੋਣਾ ਕਾਫ਼ੀ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇੱਕ ਨੂੰ ਇੱਕ ਮਹਾਨ ਕੰਮ ਦੀ ਨੈਤਿਕਤਾ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ ਅਤੇ ਪੰਚਾਂ ਨੂੰ ਜਜ਼ਬ ਕਰਨ ਲਈ ਪੇਟ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਉਤਰਾਅ-ਚੜ੍ਹਾਅ ਵਿੱਚੋਂ ਲੰਘਣ ਲਈ ਇੱਕ ਮਜ਼ਬੂਤ ਸਮਰੱਥਾ ਵਿਕਸਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਜੋ ਲਾਜ਼ਮੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਕਿਸੇ ਵੀ ਵਪਾਰਕ ਉੱਦਮ ਦਾ ਪਾਲਣ ਕਰੇਗਾ।

- ਰਿੱਕੀ ਸਿੰਘ

ਉੱਦਮਤਾ ਇਹ ਸਿੱਖਣ ਨਾਲ ਸ਼ੁਰੂ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਕਿ ਸਮਾਜ ਦੀਆਂ ਕਦਰਾਂ-ਕੀਮਤਾਂ ਅਤੇ ਸਮਾਜ ਦੀਆਂ ਕਦਰਾਂ-ਕੀਮਤਾਂ ਨਾਲ ਕਿਵੇਂ ਜੁੜਨਾ ਹੈ।

- ਰਿੱਕੀ ਸਿੰਘ

ਇੱਕ ਉੱਦਮੀ ਦੀ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਉੱਡਦੇ ਹੋਏ ਵਿਕਾਸ ਦੇ ਵਾਪਰਨ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਸੋਚਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਹੈ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸਥਿਤੀਆਂ ਬਦਲਦੀਆਂ ਹਨ, ਅਤੇ ਨਵੀਨਤਾਕਾਰੀ ਅਤੇ ਅਨੁਕੂਲ ਹੱਲਾਂ ਦੇ ਨਾਲ ਆਉਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ, ਜੋ ਅਜੇ ਵੀ ਮੁਨਾਫਾ ਕਮਾਉਂਦੇ ਹੋਏ ਗਾਹਕਾਂ/ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਸੇਵਾ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।

- ਰਿੱਕੀ ਸਿੰਘ



ਐਮਿਲ ਜੈਲੀਨੇਕ-ਮਰਸੀਡੀਜ਼ (1853-1918), ਇੱਥੇ ਆਪਣੇ ਫੀਨਿਕਸ ਡਬਲ-ਫੇਟਨ ਦੇ ਸਟੀਅਰਿੰਗ ਵ੍ਹੀਲ 'ਤੇ, ਇੱਕ ਯੂਰਪੀਅਨ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਸੀ ਜਿਸਨੇ ਪਹਿਲੀ ਆਧੁਨਿਕ ਕਾਰ ਨੂੰ ਡਿਜ਼ਾਈਨ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕੀਤੀ।¹

ਉੱਦਮਤਾ ਲਈ ਜਾਣ-ਪਛਾਣ



ਪੈਸਾ, ਪੈਸਾ, ਅਤੇ ਹੋਰ ਪੈਸਾ! ਜ਼ਿਆਦਾਤਰ ਲੋਕ ਪੈਸਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਇਸ ਤੋਂ ਵੱਧ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਵਿੱਤੀ ਅਤੇ ਨਿੱਜੀ ਟੀਚਿਆਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਜੀਵਨ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਰਸਤੇ ਹਨ। ਬਿਨਾਂ ਸ਼ੱਕ, ਉੱਦਮਤਾ ਲਗਭਗ ਕਿਸੇ ਵੀ ਨੌਕਰੀ ਵਿੱਚ, ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਲਈ ਕੰਮ ਕਰਕੇ ਮੌਜੂਦਾ ਵਿੱਤੀ ਸੀਮਾਵਾਂ ਨੂੰ ਤੋੜਨ ਦਾ ਇੱਕ ਤਰੀਕਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਦੇ ਆਪਣੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਵਿੱਚ ਵਿੱਤੀ ਵਿਕਾਸ ਦੀਆਂ ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਦੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਕਰਮਚਾਰੀ ਹੋਣ ਤੋਂ ਕਿਤੇ ਵੱਧ ਹਨ। ਫਿਰ ਵੀ, ਉੱਦਮਤਾ ਹਰ ਕਿਸੇ ਲਈ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਖਤਰੇ ਹਨ, ਕਿਸੇ ਦੇ ਦਰਸ਼ਨ ਪ੍ਰਤੀ ਲਾਜ਼ਮੀ ਕੁੱਲ ਵਚਨਬੱਧਤਾ ਦੇ ਨਾਲ ਲੰਬੇ ਘੰਟੇ।

ਪੂੰਜੀਵਾਦੀ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਅੰਦਰ, ਵੱਡੇ ਪੱਧਰ 'ਤੇ, ਕਿਸੇ ਦੇ ਭਾਈਚਾਰੇ ਅਤੇ ਸਮਾਜ ਨੂੰ ਮਹੱਤਵਪੂਰਣ ਚੀਜ਼ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨ ਬਾਰੇ ਵਿਚਾਰ ਦੇ ਨਾਲ ਉੱਦਮੀ ਜੀਵ। ਮੁੱਲ ਬਣਾਉਣ ਅਤੇ ਐਕਸਟਰੈਕਟ ਕਰਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਕਿਸੇ ਦੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਨੂੰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਦੇ ਕੇਂਦਰ ਵਿੱਚ ਹੈ। ਸਫਲਤਾ ਦੀ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ ਦੇ ਮੱਦੇਨਜ਼ਰ ਬਿਨਾਂ ਸ਼ੱਕ ਜੋਖਮ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਕੁਝ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ਾਂ ਵਿੱਚ, ਜੋਖਿਮ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਸ਼ੁਰੂ ਕੀਤੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਵਿੱਚ ਸਾਹਮਣੇ ਆਉਣ ਤੋਂ ਪਰੇ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਫਿਰ ਵੀ, ਇੱਕ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਬਣਨ ਲਈ, ਕਿਸੇ ਵੀ ਨਵੇਂ ਕਾਰੋਬਾਰ ਨੂੰ ਡਿਜ਼ਾਈਨ ਕਰਨ, ਲਾਂਚ ਕਰਨ ਅਤੇ ਸਫਲਤਾਪੂਰਵਕ ਚਲਾਉਣ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਨੂੰ ਵਿਕਾਸ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ। ਅਜਿਹੇ ਵਿਕਾਸ ਦੇ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਪਹਿਲੂ ਹਨ, ਜਿਵੇਂ

ਕਿ ਮੁਹਾਰਤ ਅਤੇ ਕੁਝ ਜੋਖਮਾਂ ਨੂੰ ਸਵੀਕਾਰ ਕਰਨ ਦੇ ਨਾਲ ਇੱਕ ਵਪਾਰਕ ਉੱਦਮ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਦੀ ਇੱਛਾ, ਅੰਤ ਵਿੱਚ ਮੁਨਾਫਾ ਕਮਾਉਣ ਲਈ। ਮੌਜੂਦਾ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨ ਜਾਂ ਇੱਕ ਨਵਾਂ ਉਤਪਾਦ/ਸੇਵਾ ਬਣਾਉਣ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਨਵੀਂ ਪਹੁੰਚ ਦੀ ਕਲਪਨਾ ਕਰਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਉਹਨਾਂ ਲੋਕਾਂ ਵਿੱਚ ਵਿਕਸਤ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ ਜੋ ਵਪਾਰਕ ਮੌਕਿਆਂ ਵਿੱਚ ਦਿਲਚਸਪੀ ਰੱਖਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਕਿਸੇ ਉਤਪਾਦ/ਸੇਵਾ ਲਈ ਆਪਣੇ ਜਨੂੰਨ ਨੂੰ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰਨ ਲਈ ਸਿੱਖਿਆ, ਅੱਗੇ ਸਿੱਖਣ ਦੀ ਇੱਛਾ, ਅਤੇ ਸਫਲਤਾ ਦੀ ਦਿਸ਼ਾ ਵਿੱਚ ਸਹੀ ਕਦਮ ਚੁੱਕਣ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

ਇਸ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਸ਼ੱਕ ਨਹੀਂ ਹੈ ਕਿ ਇੱਕ ਕਰਮਚਾਰੀ ਵਜੋਂ ਕੰਮ ਕਰਨ ਦੇ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਲਾਭ ਵੀ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਵਧੇਰੇ ਸੁਰੱਖਿਆ, ਆਮਦਨੀ ਦੀ ਸਥਿਰਤਾ, ਅਤੇ ਜਦੋਂ ਕੋਈ ਬੰਦ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ "ਨੈਕਰੀ ਦੇ ਨਾਲ" ਹੋਣ ਦੀ ਭਾਵਨਾ। ਉੱਦਮਤਾ, ਖਾਸ ਤੌਰ 'ਤੇ ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਪੜਾਵਾਂ ਵਿੱਚ, ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾਵਾਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਸਾਮ੍ਹਣਾ ਹਿੰਮਤ, ਸਖਤ ਮਿਹਨਤ, ਅਤੇ ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਚੁਣੌਤੀਆਂ ਦੇ ਬਾਵਜੂਦ ਅੱਗੇ ਵਧਣ ਲਈ ਨਿਰੰਤਰ ਭੁੱਖ ਨਾਲ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਉੱਦਮੀ ਉਹ ਲੋਕ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜੋ ਕਾਰੋਬਾਰ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਸਮਾਜ ਨੂੰ ਅੱਗੇ ਲੈ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।

ਇਹ ਵੀ ਇੱਕ ਤੱਥ ਹੈ ਕਿ ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਕਾਰੋਬਾਰਾਂ ਦੀ ਇੱਕ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਪ੍ਰਤੀਸ਼ਤਤਾ ਨੂੰ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕਾਂ ਦੇ ਕਾਰਨ ਬੰਦ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਮਾੜੇ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਫੈਸਲੇ, ਢੁਕਵੀਂ ਵਪਾਰਕ ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ ਦੀ ਘਾਟ, ਸਰਕਾਰੀ ਨੀਤੀਆਂ ਪ੍ਰਤੀ ਜਾਗਰੂਕਤਾ ਦੀ ਘਾਟ, ਆਰਥਿਕ ਅਸਥਿਰਤਾ, ਬਾਜ਼ਾਰ ਦੀ ਮੰਗ ਵਿੱਚ ਉਤਰਾਅ-ਚੜ੍ਹਾਅ ਆਦਿ। ਢੁਕਵੀਂ ਪੂਰਵ ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ ਦੇ ਨਾਲ ਇਹਨਾਂ ਮੁਸ਼ਕਲਾਂ ਵਿੱਚ ਨੈਵੀਗੇਟ ਕਰਨ ਦੀ ਅੰਦਰੂਨੀ ਤਾਕਤ ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਕਾਢਾਂ, ਤਕਨਾਲੋਜੀਆਂ, ਅਤੇ ਨਵੀਆਂ ਪਹੁੰਚਾਂ ਨੂੰ ਵਿਹਾਰਕ ਉਤਪਾਦਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਵਿੱਚ ਅਨੁਵਾਦ ਕਰਨ ਦੀ ਆਗਿਆ ਦਿੰਦੀ ਹੈ। ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਮੌਕਿਆਂ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰਨਾ, ਮੌਕਿਆਂ ਦਾ ਸ਼ੋਸ਼ਣ ਕਰਨ ਲਈ ਲੋੜੀਂਦੇ ਸਰੋਤਾਂ ਦੀ ਨਿਸ਼ਾਨਦੇਹੀ ਕਰਨਾ, ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਕਿਸੇ ਦੇ ਵਿਦਿਅਕ ਅਤੇ ਕੰਮ ਦੀ ਪਿੱਠਭੂਮੀ ਨਾਲ ਮੇਲ ਕਰਨਾ, ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਉੱਦਮੀ ਬਣਨ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ 'ਤੇ ਵਿਚਾਰ ਕਰਨ ਦੀ ਆਗਿਆ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਹਾਲਾਂਕਿ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਲੋਕ ਉੱਦਮੀ ਬਣਨ ਦਾ ਸੁਪਨਾ ਦੇਖਦੇ ਹਨ,

ਅਜਿਹੇ ਸੁਪਨਿਆਂ ਦਾ ਸਾਕਾਰ ਹੋਣਾ ਮੌਜੂਦਾ ਮਾਰਕੀਟ ਰੁਝਾਨਾਂ ਦੇ ਸਪੱਸ਼ਟ ਅਧਿਐਨ ਨਾਲ ਸ਼ੁਰੂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਆਰਥਿਕ ਸਰੋਤਾਂ ਨੂੰ ਇੱਕ ਖੇਤਰ ਤੋਂ ਦੂਜੇ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਉੱਚ ਗੁਣਵੱਤਾ, ਉਤਪਾਦਕਤਾ, ਉਪਜ, ਅਤੇ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਦੇ ਇੱਕ ਨਵੇਂ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਅਜਿਹੇ ਬਦਲਾਅ ਨੂੰ ਕਿਸੇ ਵੀ ਸੰਭਾਵੀ ਉੱਦਮੀ ਦੇ ਦਿਮਾਗ ਵਿੱਚ ਬਣਾਈ ਰੱਖਣ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ। ਮੌਕਿਆਂ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰਨਾ, ਸਮਾਜ ਦੇ ਅੰਦਰ ਲੋੜਾਂ ਨੂੰ ਪਛਾਣਨਾ, ਅਤੇ ਮੁਨਾਫਾ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਲਈ ਸਰੋਤਾਂ ਨੂੰ ਦੁਬਾਰਾ ਜੋੜਨ ਲਈ ਇੱਕ ਰਚਨਾਤਮਕ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਕਿਸੇ ਵੀ ਵਪਾਰਕ ਯਤਨ ਨੂੰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਢੁਕਵਾਂ ਸਮਾਂ ਕੱਢਣ ਦਾ ਹਿੱਸਾ ਹਨ। ਇੱਕ ਮੌਕੇ ਨੂੰ ਪਛਾਣਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਆਪਣੇ ਆਪ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਜ਼ਰੂਰੀ ਪਹਿਲਾ ਕਦਮ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਇੱਕ ਖੁੱਲ੍ਹੇ ਦਿਮਾਗ, ਦੂਜਿਆਂ ਤੋਂ ਚੰਗੀ ਸੇਧ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਅਜਿਹੇ ਰਸਤੇ ਦੀ ਯਾਤਰਾ ਕੀਤੀ ਹੈ, ਅਤੇ ਧੀਰਜ ਦੀ। ਧੀਰਜ ਅਤੇ ਧਿਆਨ ਨਾਲ ਅਧਿਐਨ ਕੀਤੇ ਬਿਨਾਂ, ਜੇ ਲੋਕ ਭਾਵਨਾਤਮਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਜਲਦੀ ਮੁਨਾਫਾ ਕਮਾਉਣ ਲਈ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਉਹ ਥੋੜ੍ਹਾ ਸਮਾਂ, ਪੈਸਾ ਅਤੇ ਊਰਜਾ ਗੁਆ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਅਜਿਹਾ ਨੁਕਸਾਨ ਨਿਰਾਸ਼ਾਜਨਕ, ਭਾਵਨਾਤਮਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਨਿਕਾਸ ਵਾਲਾ, ਅਤੇ ਵਿੱਤੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਵਿਨਾਸ਼ਕਾਰੀ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ, ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ, ਖੋਜ, ਅਧਿਐਨ, ਧੀਰਜ, ਅਤੇ ਇੱਕ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ-ਮੁਖੀ ਮਾਨਸਿਕਤਾ ਬੇਲੋੜੇ ਜੋਖਮ ਦੇ ਵਿਰੁੱਧ ਇੱਕ ਸੁਰੱਖਿਆ ਢਾਲ ਬਣਾਉਂਦੀ ਹੈ।

ਸਮਾਜ ਨੂੰ ਕਿਸੇ ਉਤਪਾਦ/ਸੇਵਾ ਦੀ ਪੇਸ਼ਕਸ਼, ਵੱਖਰੇ ਜਾਂ ਨਵੀਨਤਾਕਾਰੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਕਿਸੇ ਵੀ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਲਈ ਕੇਂਦਰੀ ਹੈ। ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਲੋਕ ਅੰਤਮ ਟੀਚੇ 'ਤੇ ਧਿਆਨ ਕੇਂਦ੍ਰਤ ਕਰਦੇ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਦੌਲਤ ਇਕੱਠਾ ਕਰਨਾ, ਨਾਮ, ਪ੍ਰਸਿੱਧੀ, ਆਦਿ, ਪਰ ਇਹ ਸਭ ਸਮਾਜ ਦੀ ਵਿਲੱਖਣ ਅਤੇ ਰਚਨਾਤਮਕਤਾ ਨਾਲ ਸੇਵਾ ਕਰਨ ਬਾਰੇ ਹੈ। ਇੱਕ ਵਾਰ ਸਿਰਜਣਾਤਮਕ ਗੁਣਾਂ ਦੇ ਜਾਗਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ, ਉੱਦਮੀ ਮਨ ਵਿੱਚ ਨਵੀਆਂ ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ ਉਭਰਦੀਆਂ ਹਨ ਜਿੱਥੇ ਸਮਾਜ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਅਤੇ ਇੱਛਾਵਾਂ ਨੂੰ ਸਭ ਤੋਂ ਅੱਗੇ ਰੱਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਮੌਜੂਦਾ ਉਤਪਾਦ/ਸੇਵਾ ਨੂੰ ਵਧੇਰੇ ਕੁਸ਼ਲਤਾ ਅਤੇ ਵਧੀ ਹੋਈ ਅਪੀਲ ਦੇ ਨਾਲ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨਾ ਸੰਭਵ ਹੈ। ਨਵੇਂ ਉਤਪਾਦ/ਸੇਵਾਵਾਂ ਬਣਾਉਣ ਅਤੇ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਵੀ ਹੈ। ਅਜਿਹੀ ਨਵੀਨਤਾ ਬਹੁਤ ਘੱਟ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਕਿਸੇ ਦੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਨੂੰ ਉੱਚੀਆਂ ਉਚਾਈਆਂ 'ਤੇ ਲਿਜਾਉਂਦੇ ਹੋਏ ਵੱਡੀ ਗਿਣਤੀ ਵਿੱਚ ਲੋਕਾਂ

ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਦੀ ਬਹੁਤ ਸੰਭਾਵਨਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਮੁਨਾਫਾ ਕਮਾਉਣ ਲਈ ਇੱਕ ਨਵੇਂ ਵਪਾਰਕ ਉੱਦਮ (ਵਾਂ) ਨੂੰ ਵਿਕਸਤ ਕਰਨ ਅਤੇ ਇਸ ਵਿੱਚ ਹਿੱਸਾ ਲੈਣ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਅਤੇ ਇੱਛਾ ਨਵੇਂ ਉਤਪਾਦਾਂ/ਸੇਵਾਵਾਂ ਨੂੰ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਪੇਸ਼ ਕਰਨ ਦੀ ਆਗਿਆ ਦਿੰਦੀ ਹੈ। ਅਜਿਹਾ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਵਿਭਿੰਨ ਤਰੀਕਿਆਂ ਨਾਲ ਸਮਾਜਾਂ ਦੇ ਸਮਾਜਿਕ-ਆਰਥਿਕ ਵਿਕਾਸ ਵਿੱਚ ਯੋਗਦਾਨ ਪਾਉਂਦਾ ਹੈ।

ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ/ਇੱਛਾਵਾਂ/ਇੱਛਾਵਾਂ ਦੀ ਸੰਤੁਸ਼ਟੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ ਉੱਦਮੀ ਉੱਦਮਾਂ ਲਈ ਕੇਂਦਰੀ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਲਗਾਤਾਰ ਮਾਰਕੀਟ ਜਾਂਚ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜੋ ਮੌਜੂਦਾ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਬਾਰੇ ਸੂਝ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਉੱਦਮਤਾ ਰਸਮੀ ਅਤੇ ਗੈਰ-ਰਸਮੀ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਯਤਨਾਂ ਰਾਹੀਂ ਬੇਰੁਜ਼ਗਾਰੀ ਦੇ ਪਾੜੇ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦੀ ਹੈ ਜੋ ਵਿਕਾਸਸ਼ੀਲ ਅਤੇ ਉੱਨਤ ਦੇਸ਼ਾਂ ਵਿੱਚ ਵੱਡੀ ਗਿਣਤੀ ਵਿੱਚ ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਨੌਕਰੀ ਦੇ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਟੈਕਸਾਂ ਦੇ ਭੁਗਤਾਨ ਦੁਆਰਾ, ਕਾਰੋਬਾਰ ਸਰਕਾਰੀ ਆਮਦਨ ਵਿੱਚ ਯੋਗਦਾਨ ਪਾਉਂਦੇ ਹਨ ਜੋ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਆਰਥਿਕ ਵਿਕਾਸ ਵਿੱਚ ਯੋਗਦਾਨ ਅਤੇ ਵਿਕਾਸ ਦੇ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ ਕਿਸੇ ਵੀ ਦੇਸ਼ ਦੇ ਸਮੁੱਚੇ ਵਿਕਾਸ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਨੂੰ ਤੇਜ਼ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਉੱਦਮੀ ਪ੍ਰੋਜੈਕਟਾਂ ਨੇ ਆਪਣੇ ਆਂਢ-ਗੁਆਂਢ ਵਿੱਚ ਬੁਨਿਆਦੀ ਢਾਂਚੇ ਦੇ ਵਿਕਾਸ ਨੂੰ ਖੋਲ੍ਹਿਆ ਹੈ। ਕਾਰੋਬਾਰਾਂ ਨੂੰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨਾ ਅਕਸਰ ਆਵਾਜਾਈ ਅਤੇ ਸੰਚਾਰ ਨੈਟਵਰਕ ਦੇ ਵਿਕਾਸ ਵੱਲ ਖੜਦਾ ਹੈ, ਕੰਪਨੀਆਂ ਦੁਆਰਾ ਬਣਾਏ ਗਏ ਬੁਨਿਆਦੀ ਢਾਂਚੇ ਦੀ ਲੋੜ ਦੁਆਰਾ ਚਲਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਉੱਦਮ ਚੰਗੇ ਟਰਾਂਸਪੋਰਟ ਅਤੇ ਸੰਚਾਰ ਦੁਕਾਨਾਂ ਦਾ ਫਾਇਦਾ ਉਠਾਉਂਦੇ ਹੋਏ, ਸਥਾਨਾਂ ਨੂੰ ਬਿਹਤਰ ਬਣਾ ਸਕਦੇ ਹਨ, ਵਧਦੇ ਕਾਰੋਬਾਰਾਂ ਨੂੰ ਜੜ੍ਹ ਫੜਨ ਦੇ ਯੋਗ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ।

ਉੱਦਮੀ ਕਾਰਪੋਰੇਟ ਸਮਾਜਿਕ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀ ਵਿੱਚ ਆਪਣੀ ਭਾਗੀਦਾਰੀ ਦੁਆਰਾ ਕਿਸੇ ਵੀ ਸਮਾਜ ਦੇ ਵਿਕਾਸ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰੀ ਸਿੱਖਿਆ, ਸਿਹਤ ਸੰਭਾਲ, ਵਪਾਰਕ ਸਿਖਲਾਈ ਅਤੇ ਸਲਾਹਕਾਰ, ਅਤੇ ਹੋਰ ਸਮਾਜਿਕ ਲੋੜਾਂ ਲਈ ਬੁਨਿਆਦੀ ਢਾਂਚੇ ਦੇ ਨਿਰਮਾਣ ਵਿੱਚ ਹਿੱਸਾ ਲੈਂਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਯੋਗਦਾਨ ਪਾਉਂਦੇ ਹਨ। ਲਗਭਗ 200 ਸਾਲਾਂ ਲਈ, ਉੱਦਮੀ ਹੁਨਰ ਨੇ

ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਆਰਥਿਕ ਤਰੱਕੀ ਨੂੰ ਵਧਾਇਆ। ਨਵੀਨਤਾਕਾਰੀ ਉਤਪਾਦਾਂ/ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੁਆਰਾ ਸ਼ੁਰੂ ਕੀਤੇ ਗਏ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਨਵੀਨਤਾ ਚੱਕਰ ਹਨ, ਜੋ ਕਿ ਮਾਰਕੀਟ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਦੇ ਸਾਮ੍ਹਣੇ ਪੂੰਜੀਵਾਦੀ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਦਾ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਕਰਦੇ ਹਨ।

ਪੂੰਜੀਵਾਦ ਦਾ ਲਚਕੀਲਾਪਣ ਮਨੁੱਖੀ ਸੁਭਾਅ ਨਾਲ ਗੂੰਜਦਾ ਅਤੇ ਵਿਕਸਤ ਹੁੰਦਾ ਪੂੰਜੀਵਾਦ ਦਾ ਲੱਛਣ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਵੀ ਅਰਥਵਿਵਸਥਾ ਦੀ ਕਰੈਸ਼ਾਂ ਤੋਂ ਉਭਰਨ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਮੁੜ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਨ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਆਰਥਿਕ ਸਥਿਤੀਆਂ ਦੀ ਪਰਵਾਹ ਕੀਤੇ ਬਿਨਾਂ ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਕਰਨ ਦੇ ਨਵੇਂ ਤਰੀਕਿਆਂ ਦੀ ਨਾਜ਼ੁਕ ਪ੍ਰਕਿਰਤੀ ਨੂੰ ਸ਼ਰਧਾਂਜਲੀ ਹੈ। ਮਨੁੱਖੀ ਇਤਿਹਾਸ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਵਾਟਰਸ਼ੈੱਡ ਪਲ ਉੱਦਮੀ-ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਕਾਢ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਵਾਪਰੇ ਹਨ। ਇੱਕ ਵਾਰ ਜਗਾਉਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ, ਇਹ ਆਤਮਾ ਸਥਿਰ ਰਹਿ ਸਕਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਨਿਰੰਤਰ ਵਧ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਕਲਪਨਾ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਨਵੀਨਤਾ ਇੱਕ ਉੱਦਮੀ ਮਾਨਸਿਕਤਾ ਦਾ ਇੱਕ ਬੁਨਿਆਦੀ ਸਿਧਾਂਤ ਹੈ ਜੋ ਮਨੁੱਖਤਾ ਨੂੰ ਵਧਦੇ ਰਹਿਣ ਲਈ ਜੀਵਨ-ਸਥਾਈ ਅਤੇ ਆਰਥਿਕ ਵਿਕਾਸ ਦੇਣ ਦੀ ਇੱਛਾ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਹੈ। ਉੱਦਮਤਾ ਅਤੇ ਸੰਬੰਧਿਤ ਫਰਮਾਂ ਲਈ ਦੌਲਤ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਜੀਵਨ ਪੱਧਰ ਵਧਿਆ ਹੈ। ਨਵੀਨਤਾ ਜਿਸ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਨਵੀਆਂ ਅਤੇ ਬਿਹਤਰ ਸੇਵਾਵਾਂ/ਉਤਪਾਦ ਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਨਵੇਂ ਬਾਜ਼ਾਰਾਂ ਦੀ ਸਿਰਜਣਾ ਨੂੰ ਸਮਰੱਥ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਕਿਸਮ ਦੀ ਮਾਰਕੀਟ ਰਚਨਾ ਮਨੁੱਖੀ ਸਭਿਅਤਾ ਨੂੰ ਅੱਗੇ ਵਧਾਉਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਬਹੁ-ਪੀੜ੍ਹੀ ਆਰਥਿਕ ਵਿਕਾਸ ਅਤੇ ਵਿਸਤਾਰ ਵਿੱਚ ਸਹਾਇਤਾ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਨਵੀਨਤਾਕਾਰੀ ਵਸਤੂਆਂ/ਉਤਪਾਦਾਂ/ਸੇਵਾਵਾਂ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਕੈਸਕੇਡਿੰਗ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਨਾਲ ਲੱਗਦੇ ਕਾਰੋਬਾਰਾਂ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ ਜੋ ਨਵੇਂ ਯਤਨਾਂ ਨੂੰ ਕਾਇਮ ਰੱਖਣ ਲਈ ਲੋੜੀਂਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਵਧੇਰੇ ਆਰਥਿਕ ਵਿਕਾਸ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਪੈਸੇ ਦੀ ਆਵਾਜਾਈ ਅਤੇ ਇਕੱਠਾ ਕਰਨ ਦੀ ਸਹੂਲਤ ਮਿਲਦੀ ਹੈ।

ਕਿਰਪਾ ਕਰਕੇ ਨੋਟ ਕਰੋ ਕਿ ਲੇਖਕ ਇੱਕ ਮੁੱਲ-ਅਧਾਰਿਤ ਸੰਖੇਪ ਜਾਣਕਾਰੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇੱਕ ਨਵੇਂ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਯਤਨ ਦੀ ਸ਼ੁਰੂਆਤ ਬਾਰੇ ਵਿਚਾਰ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਕਿਸੇ ਵੀ ਵਿਅਕਤੀ ਲਈ ਇੱਕ ਵਧੀਆ ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਬਿੰਦੂ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਪੇਸ਼ ਕੀਤੇ ਗਏ ਵਿਚਾਰ ਸਥਾਪਤ ਕਾਰੋਬਾਰਾਂ ਲਈ ਵੀ ਲਾਭਦਾਇਕ ਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਵਧੇਰੇ ਸਥਿਰਤਾ ਜਾਂ ਵਧੇਰੇ ਵਿਸਥਾਰ ਵੱਲ ਜਾਰੀ ਰਹਿੰਦੇ ਹਨ। ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਮਾਨਸਿਕਤਾ ਅਤੇ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾਵਾਂ ਨਾਲ ਨਜਿੱਠਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਦੇ ਨਾਲ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਗੁਣਾਂ ਦੀ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਜੋਸ਼ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ ਦੇ ਨਾਲ ਇੱਕ ਯਥਾਰਥਵਾਦੀ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ, ਇਸ ਨੂੰ ਸਭ ਕੁਝ ਦੇਣ, ਹਿੰਮਤ, ਅਤੇ ਦ੍ਰਿੜ ਇਰਾਦੇ 'ਤੇ ਜ਼ੋਰ ਦਿੱਤਾ ਗਿਆ ਹੈ। ਇੱਥੇ ਆਪਸ ਵਿੱਚ ਜੁੜੇ ਗੁਣ, ਗੁਣ ਅਤੇ ਵਿਚਾਰ ਹਨ ਜੋ ਇੱਕ ਉੱਦਮੀ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ ਨੂੰ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਲਈ ਇੱਕ ਵਿਹਾਰਕ ਗਾਈਡ ਦੇ ਨਾਲ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ।

ਕਿਹੜੀ ਚੀਜ਼ ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਹੜਤਾਲ ਕਰਨ ਅਤੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਲਈ ਅਗਵਾਈ ਕਰਦੀ ਹੈ? ਸੰਭਾਵਤ ਤੌਰ 'ਤੇ ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਇੱਕ ਜਾਂ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਛੁੱਟੀ ਦਿੱਤੀ ਗਈ ਹੈ। ਕਦੇ-ਕਦੇ ਕੋਈ ਵਿਅਕਤੀ ਆਪਣੀ ਮੌਜੂਦਾ ਨੌਕਰੀ ਤੋਂ ਨਿਰਾਸ਼ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਦੂਰੀ 'ਤੇ ਕੋਈ ਬਿਹਤਰ ਕਰੀਅਰ ਦੀਆਂ ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ ਨਹੀਂ ਦੇਖਦਾ। ਕਈ ਵਾਰ ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਅਹਿਸਾਸ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਸਦੀ ਨੌਕਰੀ ਖ਼ਤਰੇ ਵਿੱਚ ਹੈ। ਇੱਕ ਫਰਮ ਕਟੌਤੀਆਂ ਬਾਰੇ ਵਿਚਾਰ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ ਜੇ ਨੌਕਰੀ ਨੂੰ ਖਤਮ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ ਜਾਂ ਕੈਰੀਅਰ ਜਾਂ ਤਨਖਾਹ ਦੀਆਂ ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ ਨੂੰ ਸੀਮਤ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਸ਼ਾਇਦ ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਪਹਿਲਾਂ ਹੀ ਤਰੱਕੀ ਲਈ ਪਾਸ ਹੋ ਚੁੱਕਾ ਹੈ ਜਾਂ ਉਸ ਦੀਆਂ ਰੁਚੀਆਂ ਅਤੇ ਹੁਨਰ ਵਾਲੇ ਕਿਸੇ ਵਿਅਕਤੀ ਲਈ ਮੌਜੂਦਾ ਕਾਰੋਬਾਰਾਂ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਮੌਕੇ ਨਹੀਂ ਦੇਖਦਾ। ਕੁਝ ਲੋਕ ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਲਈ ਕੰਮ ਕਰਨ ਦੇ ਵਿਚਾਰ ਦੁਆਰਾ ਨਕਾਰੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਉਹ ਅਜਿਹੀ ਪ੍ਰਣਾਲੀ 'ਤੇ ਇਤਰਾਜ਼ ਕਰਦੇ ਹਨ ਜਿੱਥੇ ਇਨਾਮ ਅਕਸਰ

ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਦੀ ਬਜਾਏ ਸੀਨੀਆਰਤਾ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਜਾਂ ਜਿੱਥੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਕਾਰਪੋਰੇਟ ਸਭਿਆਚਾਰ ਦੇ ਅਨੁਕੂਲ ਹੋਣਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ। ਦੂਜੇ ਲੋਕ ਉੱਦਮੀ ਬਣਨ ਦਾ ਫੈਸਲਾ ਕਰਦੇ ਹਨ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਕਿਸੇ ਸਥਾਪਤ ਕਾਰੋਬਾਰ ਜਾਂ ਪੇਸ਼ੇ ਵਿੱਚ ਅੱਗੇ ਵਧਣ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਨੈਕਰਸ਼ਾਹੀ ਜਾਂ ਰਾਜਨੀਤੀ ਤੋਂ ਨਿਰਾਸ਼ ਹਨ। ਕੁਝ ਇੱਕ ਉਤਪਾਦ, ਸੇਵਾ, ਜਾਂ ਕਾਰੋਬਾਰ ਕਰਨ ਦੇ ਤਰੀਕੇ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਨ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਥੱਕ ਗਏ ਹਨ ਜੋ ਇੱਕ ਵੱਡੀ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਮੁੱਖ ਧਾਰਾ ਦੇ ਸੰਚਾਲਨ ਤੋਂ ਬਾਹਰ ਹੈ। ਇਸ ਦੇ ਉਲਟ, ਕੁਝ ਲੋਕ ਕਾਰੋਬਾਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਦੇ ਫਾਇਦਿਆਂ ਦੁਆਰਾ ਉੱਦਮਤਾ ਵੱਲ ਆਕਰਸ਼ਿਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।'

ਉੱਦਮੀ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਮਾਲਕ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਫੈਸਲੇ ਖੁਦ ਲੈਂਦੇ ਹਨ, ਜੋ ਕਿ ਉੱਦਮਤਾ ਦੇ ਮੁੱਖ ਲਾਭਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਹੈ। ਉਹ ਆਪਣੇ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਭਾਈਵਾਲਾਂ ਅਤੇ ਕੰਮ ਦੀ ਚੋਣ ਕਰਦੇ ਹਨ ਜੋ ਇਹ ਭਾਈਵਾਲ ਕਰਨਗੇ। ਕੰਮ ਦੇ ਘੰਟੇ, ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਲਈ ਤਨਖਾਹ ਦੀਆਂ ਦਰਾਂ, ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਦੇ ਲਾਭ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਛੁੱਟੀਆਂ ਅਤੇ ਹੋਰ ਅਜਿਹੇ ਫੈਸਲੇ ਲਏ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਉੱਦਮਤਾ ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਕਾਰੋਬਾਰ ਵਿੱਚ ਰੁਜ਼ਗਾਰ ਨਾਲੋਂ ਵੱਡੇ ਵਿੱਤੀ ਇਨਾਮ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦਾ ਵਧੀਆ ਮੌਕਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਇਹ ਫਰਮ ਦੇ ਸਾਰੇ ਪਹਿਲੂਆਂ ਵਿੱਚ ਭਾਗੀਦਾਰੀ ਨੂੰ ਸਮਰੱਥ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ, ਸੰਕਲਪ ਤੋਂ ਲੈ ਕੇ ਰਣਨੀਤੀ/ਡਿਜ਼ਾਈਨ, ਗਠਨ/ਨਿਰਮਾਣ, ਵਿਕਰੀ, ਕਾਰਪੋਰੇਟ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ, ਅਤੇ ਉਪਭੋਗਤਾ ਪ੍ਰਤੀਕਿਰਿਆ ਤੱਕ। ਉੱਦਮਤਾ ਵਿੱਚ ਕਮਾਂਡ ਵਿੱਚ ਹੋਣ ਦਾ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਅਧਿਕਾਰ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ। ਇਹ ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਇਕੁਇਟੀ ਇਕੱਠਾ ਕਰਨ ਦਾ ਇੱਕ ਮੌਕਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਜਿਸ ਨੂੰ ਬਰਕਰਾਰ ਰੱਖਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਨਿਰੰਤਰ ਵਿਕਾਸ ਅਤੇ ਤਰੱਕੀ ਲਈ ਅਗਲੀ ਪੀੜ੍ਹੀ ਨੂੰ ਸੌਂਪੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਉੱਦਮਤਾ ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਯੋਗਦਾਨ ਪਾਉਣ ਦਾ ਮੌਕਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਜ਼ਿਆਦਾਤਰ ਨਵੇਂ ਉਦਯੋਗ ਸਥਾਨਕ ਆਰਥਿਕਤਾ ਦੇ ਵਿਕਾਸ ਵਿੱਚ ਯੋਗਦਾਨ ਪਾਉਂਦੇ ਹਨ। ਕੁਝ ਵਿਅਕਤੀ ਆਪਣੀਆਂ ਕਾਢਾਂ ਰਾਹੀਂ ਸਮਾਜ ਵਿੱਚ ਯੋਗਦਾਨ

ਪਾਉਂਦੇ ਹਨ। ਅਜਿਹੀ ਹੀ ਇੱਕ ਉਦਾਹਰਣ ਉੱਦਮੀ ਸਟੀਵ ਜੋਬਸ ਹੈ, ਜਿਸਨੇ 1976 ਵਿੱਚ ਐਪਲ ਦੀ ਸਹਿ-ਸਥਾਪਨਾ ਕੀਤੀ ਅਤੇ ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਡੈਸਕਟੋਪ ਕੰਪਿਊਟਰ ਕ੍ਰਾਂਤੀ ਦੀ ਅਗਵਾਈ ਕੀਤੀ। ਕੁਝ ਵਿਅਕਤੀ ਆਪਣੇ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਪੇਸ਼ਾਵਰ ਅਤੇ ਪੇਸ਼ੇਵਰ ਮੌਕਿਆਂ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਨਿੱਜੀ ਉੱਦਮ ਨੂੰ ਅੱਗੇ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਇੱਕ ਦ੍ਰਿੜ ਫੈਸਲਾ ਲੈਂਦੇ ਹਨ। ਕਿਸੇ ਵਿਅਕਤੀ ਦੇ ਉੱਦਮ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਦੇ ਫੈਸਲੇ ਨੂੰ ਹਲਕੇ ਵਿੱਚ ਨਹੀਂ ਲਿਆ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਉੱਦਮਤਾ ਲਈ ਕਾਫ਼ੀ ਹਿੰਮਤ, ਫੈਸਲਾ ਲੈਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ, ਦ੍ਰਿੜਤਾ, ਕਾਢ ਅਤੇ ਅਨੁਕੂਲਤਾ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਉੱਦਮਤਾ ਨੂੰ ਇੱਕ ਕਰੀਅਰ ਰੂਟ ਵਜੋਂ ਵਿਚਾਰਦੇ ਹੋ, ਤਾਂ ਇਹ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨ ਲਈ ਕੁਝ ਸਵੈ-ਪ੍ਰਤੀਬਿੰਬ ਕਰਨਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕਿਵੇਂ, ਕਿਉਂ, ਅਤੇ ਕਦੋਂ ਉੱਦਮਤਾ ਤੁਹਾਡੇ ਲਈ ਕਰੀਅਰ ਦਾ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਵਿਕਲਪ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਅਧਿਐਨ ਕਰਨਾ, ਖੋਜ ਕਰਨਾ, ਅਤੇ ਤੁਹਾਡੇ ਇੱਛਤ ਯਤਨਾਂ ਨਾਲ ਜੁੜੀਆਂ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਅਤੇ ਅਹੁਦਿਆਂ ਨੂੰ ਅਜ਼ਮਾਉਣਾ, ਉੱਦਮਤਾ ਲਈ ਤੁਹਾਡੇ ਮਾਰਗ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨ ਵੱਲ ਇੱਕ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਕਦਮ ਹੈ। ਤੁਹਾਡੇ ਲਈ ਉਪਲਬਧ ਸੰਭਾਵੀ ਉਦਯੋਗਾਂ ਜਾਂ ਉੱਦਮੀ ਮੌਕਿਆਂ ਦੀ ਖੋਜ ਕਰਨਾ ਕੁਝ ਹੱਦ ਤਕ ਆਰਾਮ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰੇਗਾ ਅਤੇ ਅੱਗੇ ਕੀ ਕਰਨਾ ਹੈ ਬਾਰੇ ਤੁਹਾਡੇ ਫੈਸਲੇ ਨੂੰ ਜਾਇਜ਼ ਠਹਿਰਾਏਗਾ। ਇਸ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਇੱਕ ਵਿਹਾਰਕ ਪਹੁੰਚ ਤੁਹਾਡੇ ਪਸੰਦੀਦਾ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਮਾਹਰ ਨੂੰ "ਸ਼ੈਡੋ" ਕਰਨਾ ਹੈ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਆਮ ਕੰਮਕਾਜੀ ਦਿਨ ਦੌਰਾਨ ਇੱਕ ਨਿਰੀਖਕ ਬਣਨ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਨਾ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ ਤਾਂ ਜੋ ਉਸ ਕਿਸਮ ਦੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਨੂੰ ਚਲਾਉਣ ਵਿੱਚ ਕੀ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਇਸ ਬਾਰੇ ਖੁਦ ਗਿਆਨ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕੇ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਤੁਸੀਂ ਇੱਕ ਅਪ੍ਰੈਂਟਿਸ, ਇੰਟਰਨ, ਜਾਂ ਸੁਤੰਤਰ ਠੇਕੇਦਾਰ ਵਜੋਂ ਕੰਮ ਕਰਕੇ ਅਨੁਭਵ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹੋ। ਉੱਦਮਤਾ ਬੇਰੋਕ ਵਿੱਤੀ ਅਤੇ ਨਿੱਜੀ ਤਰੱਕੀ ਦਾ ਮਾਰਗ ਹੈ। ਕੋਈ ਪਾਬੰਦੀਆਂ ਨਹੀਂ ਹਨ। ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੀ ਕਿਸਮਤ ਦੇ ਅਸਲ ਸ਼ਾਸਕ ਹੋ, ਸਿਰਫ ਤੁਹਾਡੇ ਦਰਸ਼ਨ ਦੁਆਰਾ ਸੀਮਿਤ। ਕਿਸੇ ਅਜਿਹੇ ਮੌਕੇ ਦਾ ਫਾਇਦਾ ਉਠਾਉਣ

ਲਈ ਜੇ ਅਜੇ ਤੱਕ ਨਹੀਂ ਲੱਭਿਆ ਗਿਆ ਹੈ, ਇੱਕ "ਉੱਦਮੀ ਯਤਨ" ਲਈ ਇੱਕ ਨਵੀਂ ਕੰਪਨੀ ਜਾਂ ਸੰਸਥਾ ਦੇ ਗਠਨ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਨਾਲ ਹੀ ਇੱਕ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਮਾਤਰਾ ਦੇ ਜੋਖਮ ਨੂੰ ਸਵੀਕਾਰ ਕਰਨਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਆਦਰਸ਼ਕ ਤੌਰ 'ਤੇ, ਇਸ ਸੈਕਸ਼ਨ ਵਿੱਚ ਵਰਣਿਤ ਸੰਕਲਪ ਉਦਯੋਗ ਦੀ ਪਰਵਾਹ ਕੀਤੇ ਬਿਨਾਂ, ਕਿਸੇ ਵੀ ਅਤੇ ਸਾਰੇ ਉਦਯੋਗਿਕ ਯਤਨਾਂ 'ਤੇ ਲਾਗੂ ਹੋਣਗੇ। ਕਾਰੋਬਾਰ, ਉਦਾਹਰਣ ਵਜੋਂ, ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਰੁਕਾਵਟਾਂ ਦੇ ਬਾਵਜੂਦ ਚੱਲਦੇ ਰਹਿਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਏ ਹਨ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਦ੍ਰਿੜ ਰਹਿਣ ਲਈ ਦ੍ਰਿੜ ਸਨ। ਜਦੋਂ ਕਿਸੇ ਝਟਕੇ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਉੱਦਮੀ ਸਥਿਤੀ ਦੇ ਮਾੜੇ ਪਹਿਲੂਆਂ 'ਤੇ ਧਿਆਨ ਦੇਣ ਦੀ ਬਜਾਏ ਹੱਲ ਲੱਭਦੇ ਹਨ। ਬਾਹਰੀ ਸਥਿਤੀਆਂ ਨੂੰ ਇੱਕ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਦੇ ਆਪਣੇ ਟੀਚਿਆਂ ਅਤੇ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੀਆਂ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ਾਂ ਵਿੱਚ ਦਖਲ ਨਹੀਂ ਦੇਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਉੱਦਮੀਆਂ ਨੂੰ ਲਗਭਗ ਯਕੀਨੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਆਪਣੀ ਨੈਕਰੀ (ਜੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਕੋਲ ਹੈ), ਪਰਿਵਾਰਕ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ, ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੇ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਦੇ ਕੰਮਕਾਜ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਕਰਨ ਲਈ ਸਹਾਇਤਾ ਦੀ ਲੋੜ ਹੋਵੇਗੀ। ਕੇਂਦ੍ਰਿਤ ਰਹਿਣ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਵਿਚਾਰਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਹੋਣ ਤੱਕ ਵੇਖਣ ਲਈ, ਉੱਦਮੀ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਸੰਗਠਿਤ ਰਹਿਣ ਵਿੱਚ ਸਹਾਇਤਾ ਕਰਨ ਲਈ ਇੱਕ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਨਿਯਮ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ। ਇੱਕ ਛੋਟੀ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਮਾਲਕ ਹੋਣ ਦੇ ਨਾਤੇ, ਤੁਸੀਂ ਆਖਿਰਕਾਰ ਹਰ ਉਸ ਚੀਜ਼ ਲਈ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰ ਹੋ ਜੋ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਕਾਰਵਾਈਆਂ ਦੇ ਦੌਰਾਨ ਵਾਪਰਦਾ ਹੈ। ਉੱਦਮੀਆਂ ਨੂੰ ਵਧੇਰੇ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਅਤੇ ਸਪੱਸ਼ਟ ਤੌਰ 'ਤੇ ਸੋਚਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣ ਦਾ ਫਾਇਦਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਬੇਅਸਰ ਵਿਚਾਰਾਂ ਜਾਂ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ 'ਤੇ ਸਮਾਂ ਬਿਤਾਉਣ ਤੋਂ ਬਚਣ ਦੀ ਆਗਿਆ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਸਵੈ-ਨਿਰਭਰਤਾ ਕਿਸੇ ਵਿਅਕਤੀ ਦੀ ਸਹਾਇਤਾ ਤੋਂ ਬਿਨਾਂ ਆਪਣੇ ਆਪ ਮੁੱਦਿਆਂ ਨਾਲ ਨਜਿੱਠਣ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ। ਉੱਦਮੀ ਬਹੁਤ ਅਸਧਾਰਨ ਹਨ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਮੌਕੇ ਲੈਣ ਤੋਂ ਡਰਦੇ ਨਹੀਂ ਹਨ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਆਪ ਜਵਾਬ ਦੇ ਨਾਲ ਆਉਂਦੇ ਹਨ। ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ

ਜਿਸਨੇ ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਲਈ ਇੱਕ ਕੰਪਨੀ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਕੀਤਾ ਹੈ, ਉਹ ਵਧੇਰੇ ਆਜ਼ਾਦੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਸਵੈ-ਰੁਜ਼ਗਾਰ ਵਿੱਚ ਜਾਣ ਦਾ ਫੈਸਲਾ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ

ਵਪਾਰਕ ਸਫਲਤਾ ਇੱਕ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਦੀ ਬਦਲਦੇ ਹਾਲਾਤਾਂ ਦੇ ਅਨੁਕੂਲ ਹੋਣ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਇੱਕ ਮਿਆਰੀ 9-ਤੋਂ-5 ਨੌਕਰੀ ਦੀਆਂ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਨਿਭਾਉਣ ਵਿੱਚ ਅਸਮਰੱਥ ਜਾਂ ਅਸਮਰੱਥ ਹਨ। ਅਜਿਹੇ ਲੋਕ ਦਿਨ ਜਾਂ ਰਾਤ ਦੇ ਹਰ ਘੰਟੇ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਰਹਿਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਇੱਥੋਂ ਤੱਕ ਕਿ ਵੀਕਐਂਡ 'ਤੇ, ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਹਮੇਸ਼ਾ ਨਵੇਂ ਵਿਚਾਰਾਂ ਦੀ ਭਾਲ ਵਿੱਚ ਰਹਿੰਦੇ ਹਨ। ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਅਸੰਤੁਸ਼ਟ ਉਤਸੁਕਤਾ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਸਫਲ ਕਾਰੋਬਾਰੀਆਂ ਅਤੇ ਔਰਤਾਂ ਨੇ ਉਹਨਾਂ ਖੇਤਰਾਂ ਵਿੱਚ ਬੈਚਲਰ ਡਿਗਰੀਆਂ ਅਤੇ ਉੱਨਤ ਡਿਗਰੀਆਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀਆਂ ਹਨ ਜਿਹਨਾਂ ਵਿੱਚ ਉਹਨਾਂ ਦਾ ਇੱਕ ਖਾਸ ਜਨੂੰਨ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਉਹਨਾਂ ਕੋਲ ਆਪਣੇ ਟੀਚੇ ਦੀ ਜਨਸੰਖਿਆ ਦੀ ਬਿਹਤਰ ਸਮਝ ਹੋਵੇਗੀ। ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਲੋਕ ਜੋ ਉੱਦਮਤਾ ਵਿੱਚ ਤਰੱਕੀ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਇਸ ਸਿੱਟੇ ਤੇ ਪਹੁੰਚੇ ਹਨ ਕਿ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਵਿਚਾਰਾਂ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਹੋਰ ਜਾਂਚ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਵੀ ਵਪਾਰਕ ਯਤਨ ਲਈ ਬਕਸੇ ਤੋਂ ਬਾਹਰ ਸੋਚਣ ਅਤੇ ਕਿਸੇ ਵੀ ਵਪਾਰਕ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ ਕਰਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਸਥਿਤੀਆਂ ਵਿੱਚ ਖਾਮੀਆਂ ਨੂੰ ਵੇਖਣ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਠੀਕ ਕਰਨਾ ਹੈ ਇਸ ਬਾਰੇ ਸਿਫ਼ਾਰਸ਼ਾਂ ਕਰਨ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਵੀ ਵਿਕਾਸ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ।

ਜੇ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣਾ ਕਾਰੋਬਾਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨਾ ਚੁਣਦੇ ਹੋ, ਤਾਂ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਕਿਹੜੀ ਭੂਮਿਕਾ ਨਿਭਾਉਣ ਦੀ ਉਮੀਦ ਕਰਦੇ ਹੋ? ਕੁਝ ਭੌਤਿਕ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਨਾਮ ਦੇਣ ਲਈ ਉੱਦਮੀ ਵਿਭਿੰਨ ਰੂਪਾਂ ਅਤੇ ਆਕਾਰਾਂ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਉਮਰਾਂ ਅਤੇ ਵਿਦਿਅਕ ਪੱਧਰਾਂ ਵਿੱਚ ਆਉਂਦੇ ਹਨ। ਥੋੜੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਸਫਲ ਮੰਨੇ ਜਾਣ ਲਈ, ਤੁਹਾਨੂੰ ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਸਫਲ ਮੰਨੇ ਜਾਣ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਤੁਹਾਨੂੰ ਪਹਿਲਾਂ ਕਈ ਪੜਾਵਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਲੰਘਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਹਰੇਕ ਪੱਧਰ 'ਤੇ, ਹਰੇਕ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਵਿਲੱਖਣ ਅਗਵਾਈ, ਸੰਚਾਰ, ਅਤੇ ਉੱਦਮੀ ਯੋਗਤਾਵਾਂ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਰੋਜ਼ਗਾਰ ਬਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਸਾਰਾ ਸਾਲ ਉਤਰਾਅ-ਚੜ੍ਹਾਅ ਆਉਂਦਾ ਹੈ, ਵਿਭਿੰਨ ਪਿਛੇਕੜ ਅਤੇ ਰੁਚੀਆਂ ਵਾਲੇ

ਵਿਅਕਤੀ ਕਈ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗਾਂ ਵੱਲ ਆਕਰਸ਼ਿਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ, ਸਿਰਜਣਹਾਰ, ਨਿਰਮਾਤਾ ਅਤੇ ਸੰਚਾਲਕ ਹਨ। ਕਿਸੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦਾ ਸਿਰਜਣਹਾਰ ਜਾਂ ਆਰਕੀਟੈਕਟ ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਉਤਪਾਦ ਜਾਂ ਸੰਕਲਪ ਨੂੰ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਸਮਰਪਿਤ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇੱਕ ਚਮਕਦਾਰ/ਰਚਨਾਤਮਕ ਦਿਮਾਗ ਰੱਖਦਾ ਹੈ ਜੋ ਹਮੇਸ਼ਾ ਨਵੇਂ ਅਤੇ ਅਸਲੀ ਵਿਚਾਰ ਪੈਦਾ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਸਿਰਜਣਹਾਰ ਅਕਸਰ ਵਿਭਿੰਨ ਕਿਸਮਾਂ ਦੇ ਕਾਰੋਬਾਰਾਂ ਲਈ ਵਪਾਰਕ ਵਿਚਾਰ ਪੈਦਾ ਕਰਦੇ ਹਨ।

ਉੱਦਮਤਾ ਇੱਕ ਯਾਤਰਾ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਉੱਚੇ ਅਤੇ ਨੀਵੇਂ ਹੋਣਗੇ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਹਰ ਇੱਕ ਨੂੰ ਸ਼ਾਂਤ ਅਤੇ ਸਾਫ਼ ਮਨ ਨਾਲ ਸੰਭਾਲਣ ਲਈ ਤਿਆਰ ਰਹਿਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਤੁਸੀਂ ਕੋਈ ਉੱਦਮ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਲਈ ਤਿਆਰ ਹੋ, ਤਾਂ ਤੁਹਾਨੂੰ ਆਪਣੀਆਂ ਰੁਚੀਆਂ ਦਾ ਪਿੱਛਾ ਕਰਨ ਲਈ ਕਈ ਸਥਿਤੀ ਸੰਬੰਧੀ ਮੌਕੇ ਮਿਲਣਗੇ। ਤੁਸੀਂ ਕਿੱਥੇ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹੋ, ਤੁਹਾਡੀਆਂ ਪਰਿਵਾਰਕ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ, ਤੁਹਾਡੇ ਵਿਚਾਰ ਜਾਂ ਕਾਢ, ਤੁਹਾਡੀ ਵਿਲੱਖਣ ਰਚਨਾਤਮਕ ਸਮੀਕਰਨ, ਜਾਂ ਹਾਲ ਹੀ ਵਿੱਚ ਕੈਰੀਅਰ ਦੀ ਖੋਜ ਜਾਂ ਨੌਕਰੀ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਵਰਗੇ ਕਾਰਕਾਂ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦੇ ਹੋਏ, ਸਥਿਤੀ ਸੰਬੰਧੀ ਮੌਕਾ ਉਪਲਬਧ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਉੱਦਮਤਾ ਦਾ ਵਿਕਾਸ, ਉੱਦਮੀ ਸੋਚ ਪ੍ਰਤੀ ਤੁਹਾਡੀ ਗ੍ਰਹਿਣਸ਼ੀਲਤਾ, ਅਤੇ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਮੌਜੂਦਾ ਅਤੇ ਉੱਭਰ ਰਹੇ ਪਲੇਟਫਾਰਮ ਇਸ ਨੂੰ ਸੰਭਵ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ।^{12.1}

ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਉੱਦਮ ਦੀ ਯੋਜਨਾ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹੋ, ਤੁਹਾਨੂੰ ਇਹਨਾਂ ਖੇਤਰਾਂ ਵਿੱਚ ਮੌਕਿਆਂ 'ਤੇ ਵਿਚਾਰ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ:²

- ਨੌਕਰੀ 'ਤੇ। ਕੁਝ ਕਾਰਜ ਸਥਾਨ ਉੱਦਮੀ-ਦਿਮਾਗ ਵਾਲੇ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਲਈ ਇੰਟਰਪ੍ਰੀਨਿਊਰੀਅਲ ਮੌਕੇ, ਜਾਂ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਅੰਦਰ ਬਣਾਏ ਗਏ ਉੱਦਮਾਂ ਦੀ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਫਰਮ 3M, ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਨੇ ਇਤਿਹਾਸਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਕਰਮਚਾਰੀ ਦੀ ਰਚਨਾਤਮਕਤਾ ਦਾ ਪਾਲਣ ਪੋਸ਼ਣ ਕੀਤਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਲਈ ਨਵੀਨਤਾਕਾਰੀ ਮੌਕਿਆਂ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕੀਤਾ ਹੈ। ਇਸ ਵਾਤਾਵਰਣ ਨੇ ਇੱਕ ਕਰਮਚਾਰੀ ਪ੍ਰੋਜੈਕਟ ਨੂੰ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਕੀਤਾ ਜਿਸ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਪੋਸਟ-ਇਟ ਨੋਟਸ ਦੀ ਖੋਜ ਹੋਈ। ਭਾਵੇਂ ਕੋਈ ਕੰਪਨੀ ਉੱਦਮ ਬਣਾਉਣ ਦਾ ਸਮਰਥਨ

ਨਹੀਂ ਕਰਦੀ, ਤੁਹਾਡੇ ਉੱਦਮ ਨੂੰ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਕੰਪਨੀ ਤੋਂ ਉੱਦਮੀ ਵਿਚਾਰ ਲੈਣ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਵੀ ਹੈ।

- ਪਰਿਵਾਰਕ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ। ਤੁਸੀਂ ਪਰਿਵਾਰ ਦੀ ਮਲਕੀਅਤ ਵਾਲੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ ਜਾਂ ਪਰਿਵਾਰ ਦੇ ਮੈਂਬਰਾਂ ਦੇ ਰਿਟਾਇਰ ਹੋਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਅਹੁਦਾ ਸੰਭਾਲ ਸਕਦੇ ਹੋ ਜਾਂ ਦੂਜੇ ਪਰਿਵਾਰਕ ਮੈਂਬਰਾਂ ਨੂੰ ਮਲਕੀਅਤ ਟ੍ਰਾਂਸਫਰ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ।

- ਫਰੈਂਚਾਇਜ਼ੀ। ਤੁਸੀਂ ਇੱਕ ਮੌਜੂਦਾ ਫਰੈਂਚਾਈਜ਼ੀ ਖਰੀਦ ਸਕਦੇ ਹੋ, ਇੱਕ ਲਾਈਸੈਂਸ ਜੇ ਇੱਕ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਨੂੰ ਫਰੈਂਚਾਈਜ਼ੀ ਦੇ ਨਾਮ ਹੇਠ ਕੰਮ ਕਰਨ ਲਈ ਦਿੱਤਾ ਗਿਆ ਹੈ।

- ਵੈੱਬ-ਅਧਾਰਿਤ ਉੱਦਮ। ਤੁਸੀਂ Etsy, Shopify, ਜਾਂ ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਈ-ਕਾਮਰਸ ਵੈੱਬਸਾਈਟ ਰਾਹੀਂ ਉਤਪਾਦ ਉੱਦਮ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ।

- ਹਾਇਰ, ਜਾਂ ਸੁਤੰਤਰ ਠੇਕੇਦਾਰ ਲਈ ਕੰਮ ਕਰੋ। ਤੁਸੀਂ ਇੱਕ ਲਚਕਦਾਰ ਸਮਾਂ-ਸਾਰਣੀ 'ਤੇ ਗਾਹਕ, ਅਨੁਭਵ, ਅਤੇ ਆਮਦਨ ਹਾਸਲ ਕਰਨ ਲਈ ਇੱਕ ਸਲਾਹਕਾਰ ਕਾਰੋਬਾਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ ਜਾਂ ਇੱਕ ਸੁਤੰਤਰ ਠੇਕੇਦਾਰ ਵਜੋਂ ਕੰਮ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ।

- ਬੋਰੋਜ਼ਗਾਰੀ। ਬੋਰੋਜ਼ਗਾਰ ਜਾਂ ਬੋਰੋਜ਼ਗਾਰ ਹੋਣਾ ਉੱਦਮੀ ਨੂੰ ਆਰਥਿਕ ਆਜ਼ਾਦੀ ਦਾ ਮਾਰਗ ਬਣਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

- ਖਰੀਦੋ। ਤੁਸੀਂ ਕਿਸੇ ਰਿਟਾਇਰ, ਤੁਹਾਡੀ ਮੌਜੂਦਾ ਕੰਪਨੀ, ਜਾਂ ਕਿਸੇ ਅਜਿਹੇ ਪਰਿਵਾਰ ਤੋਂ ਇੱਕ ਮੌਜੂਦਾ ਕਾਰੋਬਾਰ ਖਰੀਦ ਸਕਦੇ ਹੋ ਜੋ ਇੱਕ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦਾ ਮਾਲਕ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਇੱਕ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਮਾਲਕ ਦੀ ਜੀਵਨ ਸਥਿਤੀਆਂ ਬਦਲਦੀਆਂ ਹਨ, ਬੁਢਾਪੇ ਜਾਂ ਨਵੀਆਂ ਰੁਚੀਆਂ ਦੇ ਕਾਰਨ, ਕਾਰੋਬਾਰ ਨਵੀਂ ਮਲਕੀਅਤ ਲਈ ਉਪਲਬਧ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਕੰਪਨੀ ਲਈ ਕੰਮ ਕਰਨਾ ਨਵਾਂ ਮਾਲਕ ਬਣਨ ਲਈ ਮੌਜੂਦਾ ਮਾਲਕ ਨੂੰ ਖਰੀਦਣ ਦਾ ਵਿਕਲਪ ਪੇਸ਼ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਮੌਜੂਦਾ ਕੰਪਨੀ ਨੂੰ ਖਰੀਦਣਾ ਇਤਿਹਾਸਕ ਵਿੱਤੀ ਡੇਟਾ ਅਤੇ ਫੈਸਲੇ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਭਵਿੱਖ ਦੀਆਂ ਸਫਲਤਾਵਾਂ ਦਾ ਸਮਰਥਨ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਜੇਕਰ ਤੁਸੀਂ ਕੰਪਨੀ ਦੁਆਰਾ ਨੌਕਰੀ ਕਰਦੇ ਹੋ, ਤਾਂ ਤੁਹਾਡੇ ਕੋਲ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਕਿਵੇਂ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਇਸ ਬਾਰੇ ਵੇਰਵੇ ਸਿੱਖਣ ਦਾ ਮੌਕਾ ਹੈ, ਇੱਕ ਫਾਇਦਾ ਜੋ ਕੰਪਨੀ ਨੂੰ ਖਰੀਦਣ ਅਤੇ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਵਿੱਚ ਤੁਹਾਡੀ ਸਫਲਤਾ ਦਾ ਸਮਰਥਨ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।³

ਅਗਲੀ ਵੱਡੀ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਮੌਕੇ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰਨਾ ਉੱਦਮਤਾ ਦੇ ਸਭ ਤੋਂ ਮੁਸ਼ਕਲ ਤੱਤਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਹੈ। ਹਮੇਸ਼ਾ ਇੱਕ ਹੋਰ ਮੌਕਾ ਹੋਵੇਗਾ, ਪਰ ਇਹ ਤੁਹਾਡੀ ਜਿੰਮੇਵਾਰੀ ਹੈ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਚੰਗੇ ਅਤੇ ਮਾੜੇ ਨੂੰ ਵੱਖਰਾ ਕਰੋ ਅਤੇ ਠੋਸ ਵਪਾਰਕ ਫੈਸਲੇ ਲਓ ਜੋ ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਤੁਹਾਨੂੰ ਜਾਂ ਤੁਹਾਡੀ ਕੰਪਨੀ ਨੂੰ ਲਾਭ ਪਹੁੰਚਾਉਣਗੇ। ਉੱਚ-ਗੁਣਵੱਤਾ ਵਾਲੀ ਸਮਗਰੀ ਬਣਾਉਣਾ ਤੁਹਾਡੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਨੂੰ ਇਸਦੇ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਨੇਤਾ ਵਜੋਂ ਰੱਖਦਾ ਹੈ। ਨਵੀਂ ਵਿਕਰੀ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਲਈ ਬੇਮਿਸਾਲ ਸਮਗਰੀ ਦਾ ਉਤਪਾਦਨ ਕਰਨਾ ਸਭ ਤੋਂ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਪਹੁੰਚ ਹੈ, ਅਤੇ ਇਸ ਲਈ ਹਰੇਕ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਮਾਲਕ ਨੂੰ ਇਸ ਮੌਕੇ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗੀ ਕਿਨਾਰੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਧਿਆਨ ਨਾਲ ਆਪਣੀ ਕੰਪਨੀ ਅਤੇ ਬ੍ਰਾਂਡ ਨੂੰ ਸੰਵਾਦਾਂ ਦੇ ਕੇਂਦਰ ਵਿੱਚ ਰੱਖ ਕੇ ਅਤੇ ਇੱਕ ਬ੍ਰਾਂਡ ਸੱਭਿਆਚਾਰ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰਕੇ, ਤੁਸੀਂ ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਉਹਨਾਂ ਮੁੱਦਿਆਂ 'ਤੇ ਗੱਲਬਾਤ ਕਰਕੇ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਵਿਰੋਧੀਆਂ ਤੋਂ ਸਫਲਤਾਪੂਰਵਕ ਵੱਖ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ ਜੋ ਉਹਨਾਂ ਲਈ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹਨ। ਜੇਕਰ ਤੁਸੀਂ ਵਰਤਮਾਨ ਵਿੱਚ ਨੈਕਰੀ ਕਰ ਰਹੇ ਹੋ, ਤਾਂ ਇਹ ਉਹਨਾਂ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਮੌਕਿਆਂ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰਨਾ ਲਾਭਦਾਇਕ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜਿਹਨਾਂ ਨੂੰ ਘੱਟੋ-ਘੱਟ ਸਮਾਂ ਜਾਂ ਮਿਹਨਤ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਪਾਰਟ-ਟਾਈਮ ਕਿੱਤੇ ਘਰ ਤੋਂ ਜਾਂ ਐਨਲਾਈਨ ਵੀ ਕੀਤੇ ਜਾ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਕੁਝ ਕਾਰੋਬਾਰਾਂ ਨੂੰ ਪੈਸਿਵ ਰੈਵੇਨਿਊ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਲਈ ਤਿਆਰ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ, ਜਿਸਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਬਰਕਰਾਰ ਰੱਖਣ ਲਈ ਬਹੁਤ ਸਮਾਂ ਜਾਂ ਮਿਹਨਤ ਦੀ ਲੋੜ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਹੋਰ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਮੌਕਿਆਂ ਦਾ ਵਿਸਤਾਰ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਜਿਸ ਨਾਲ ਲੋਕ ਆਪਣੀਆਂ ਮੌਜੂਦਾ ਨੈਕਰੀਆਂ ਤੋਂ ਉੱਦਮਤਾ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਇਤਫ਼ਾਕ ਸਿਰਫ਼ ਤੁਹਾਡੇ ਲਈ ਮੌਕੇ ਲਿਆ ਸਕਦੇ ਹਨ, ਪਰ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਪਛਾਣਨ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ 'ਤੇ ਕਾਰਵਾਈ ਕਰਨ ਦੀ ਡੂੰਘੀ ਨਜ਼ਰ ਤੁਹਾਨੂੰ ਉਹਨਾਂ ਮੌਕਿਆਂ ਨੂੰ ਹਾਸਲ ਕਰਨ ਦੀ ਇਜਾਜ਼ਤ ਦੇਵੇਗੀ।

ਕਿਸੇ ਦੇ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਤਜਰਬਿਆਂ ਅਤੇ ਉੱਦਮੀ ਸੋਚ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਦੇ ਡਿਜ਼ਾਈਨਿੰਗ ਅਤੇ ਏਕੀਕਰਣ ਵਿੱਚ ਸਹਾਇਤਾ ਕਰਨ ਲਈ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਫਰੇਮਵਰਕ ਹਨ। ਇੱਕ ਫਰੇਮਵਰਕ ਦੇ ਨਿਰਮਾਣ ਵਿੱਚ ਦੋ ਬੁਨਿਆਦੀ ਵਿਚਾਰ ਹਨ: ਲਾਗਤ ਬਣਤਰ ਅਤੇ ਮਾਲੀਆ ਧਾਰਾਵਾਂ। ਲਾਗਤ ਢਾਂਚਾ, ਮੁੱਖ ਭਾਈਵਾਲਾਂ ਦੀ ਪਛਾਣ, ਮੁੱਖ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ, ਅਤੇ ਸੰਬੰਧਿਤ ਸਰੋਤ ਇੱਕ ਫਰੇਮਵਰਕ ਬਣਾਉਣ ਦਾ ਹਿੱਸਾ ਹਨ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧਾਂ ਦੀ ਕਿਸਮ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨਾ, ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਹਿੱਸੇ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਮਾਲੀਆ ਸਟ੍ਰੀਮ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਚੈਨਲ ਫਰੇਮਵਰਕ ਵਿਕਾਸ ਦਾ ਹਿੱਸਾ ਹਨ। ਕਿਸੇ ਦੇ ਫਰੇਮਵਰਕ ਦੇ ਹਿੱਸੇ ਵਜੋਂ, ਮਾਰਕੀਟ ਦੇ ਰੁਝਾਨਾਂ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਉਤਪਾਦ ਸੁਧਾਰ ਅਤੇ ਹੋਰ ਵਿਕਾਸ ਲਈ ਗਾਹਕ ਫੀਡਬੈਕ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਲੋੜੀਂਦਾ ਪਿਛੇਕੜ ਖੋਜ ਬਾਜ਼ਾਰ ਦੇ ਰੁਝਾਨਾਂ ਦੀ ਸਪਸ਼ਟ ਸਮਝ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਅਜਿਹੀ ਖੋਜ ਦੇ ਆਧਾਰ 'ਤੇ ਲਾਗਤ ਢਾਂਚੇ ਅਤੇ ਮਾਲੀਆ ਧਾਰਾਵਾਂ ਨੂੰ ਵਿਕਸਤ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਨੂੰ ਹੱਲ ਕਰਨ ਅਤੇ ਹੱਲ ਕਰਨ ਲਈ ਅਤੇ ਕਈ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੇ ਵਿਹਾਰਕ ਹੱਲ ਲਈ, ਇੱਕ ਵਿਧੀਗਤ ਅਤੇ ਤਰਕਪੂਰਨ ਪਹੁੰਚ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਡਿਜ਼ਾਇਨ ਸੋਚ ਇੱਕ ਸ਼ਬਦ ਹੈ ਜੋ ਬੋਧਾਤਮਕ, ਰਣਨੀਤਕ, ਅਤੇ ਵਿਹਾਰਕ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ ਦੇ ਸੰਗ੍ਰਹਿ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਜੋ ਉਤਪਾਦ ਬਣਾਉਣ ਦੇ ਵਿਚਾਰ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਲਈ ਵਰਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਮੁੱਲ ਬਣਾਉਣ ਦੇ ਵਿਕਾਸ ਵਿੱਚ ਤਿੰਨ ਮੁੱਖ ਤੱਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ: ਕੰਪਨੀ ਆਪਣੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਕੀ ਮੁੱਲ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ (ਮੁੱਲ ਗਾਹਕ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦਾ ਹੈ) ਨੂੰ ਆਕਾਰ ਦੇਣਾ; ਸੰਸਥਾ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਸਰਪ੍ਰਸਤਾਂ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਮੁੱਲ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨਾ (ਮੁੱਲ ਸੰਗਠਨ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦਾ ਹੈ) ਅਤੇ ਇਸ ਮੁੱਲ ਐਕਸਚੇਂਜ ਦਾ ਸਫਲਤਾਪੂਰਵਕ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਕਰਕੇ ਲੋੜੀਂਦੇ ਗਾਹਕ ਸੈਕਟਰਾਂ ਦੇ ਜੀਵਨ ਕਾਲ ਦੇ ਮੁੱਲ ਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਕਰਨਾ। ਉੱਦਮੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਨੂੰ ਪੰਜ ਪੜਾਵਾਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ: ਸੰਕਲਪ ਸਿਰਜਣਾ, ਮੌਕੇ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ, ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ, ਕਾਰੋਬਾਰ ਦਾ ਗਠਨ/ਲਾਂਚ, ਅਤੇ ਵਾਧਾ। ਚਾਰ-ਪੜਾਅ

ਫਰੇਮਵਰਕ ਮੌਜੂਦਾ ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਸ਼ੁੱਧ ਕਰਨ ਵੇਲੇ ਵਿਚਾਰਨ ਲਈ ਚਾਰ ਜ਼ਰੂਰੀ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਯਾਦ ਰੱਖਣ ਵਾਲੇ ਸ਼ਬਦ ਹਨ: ਵਧਾਓ, ਘਟਾਓ, ਹਟਾਓ ਅਤੇ ਪੈਦਾ ਕਰੋ। ਕਿਸੇ ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਕੀਮਤ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਦੇ ਵਿਰੁੱਧ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਉਪਲਬਧ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦਾ ਗ੍ਰਾਫ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਅਤੇ ਇਸਲਈ ਸਮੇਂ ਦੇ ਨਾਲ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗੀ ਬਣੇ ਰਹਿਣਾ। ਇੱਕ ਤਰੀਕਾ ਹੈ ਨਵੀਂ ਮੰਗ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਅਤੇ ਨਵੀਂ ਮਾਰਕੀਟ ਸਪੇਸ ਖੋਲ੍ਹਣ ਲਈ ਇੱਕੋ ਸਮੇਂ ਵਿਲੱਖਣਤਾ ਅਤੇ ਘੱਟ ਲਾਗਤ ਦਾ ਪਿੱਛਾ ਕਰਨਾ। ਇਹ ਸਭ ਨਿਰਵਿਰੋਧ ਮਾਰਕੀਟ ਸਪੇਸ ਨੂੰ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਕਰਨ ਅਤੇ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗੀਆਂ ਨੂੰ ਅਪ੍ਰਚਲਿਤ ਕਰਨ ਬਾਰੇ ਹੈ। ਚਾਰ-ਪੜਾਅ ਫਰੇਮਵਰਕ ਮੌਜੂਦਾ ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਸ਼ੁੱਧ ਕਰਨ ਵੇਲੇ ਵਿਚਾਰਨ ਲਈ ਚਾਰ ਜ਼ਰੂਰੀ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਯਾਦ ਰੱਖਣ ਵਾਲੇ ਸ਼ਬਦ ਹਨ: ਵਧਾਓ, ਘਟਾਓ, ਹਟਾਓ ਅਤੇ ਪੈਦਾ ਕਰੋ। ਕਿਸੇ ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਕੀਮਤ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਦੇ ਵਿਰੁੱਧ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਉਪਲਬਧ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀਆਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦਾ ਗ੍ਰਾਫ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਅਤੇ ਇਸਲਈ ਸਮੇਂ ਦੇ ਨਾਲ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗੀ ਬਣੇ ਰਹਿਣਾ।

ਇੱਕ ਫਰੇਮਵਰਕ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਇੱਕ ਨੂੰ ਪਹਿਲਾਂ ਨਿਸ਼ਾਨਾ ਬਾਜ਼ਾਰ ਖੇਤਰ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਕਰਨ ਅਤੇ ਇਸਦੀ ਵਪਾਰਕ ਸੰਭਾਵਨਾ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਸੰਸਾਰ ਵਿੱਚ ਮੁਕਾਬਲਾ ਕੁਦਰਤੀ ਹੈ ਅਤੇ ਸਿਹਤਮੰਦ ਵੀ। ਕਿਸੇ ਦੇ ਫਰੇਮਵਰਕ ਨੂੰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੀ ਕਿਸਮ ਦੇ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ ਬਣਾਉਣ ਦੀ ਜ਼ਰੂਰਤ ਹੈ ਜਿਸਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨਾ ਪਵੇਗਾ। ਫਰੇਮਵਰਕ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਇੱਕ ਖੋਜੀ ਮਾਨਸਿਕਤਾ ਨਾਲ ਸ਼ੁਰੂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਆਖਰਕਾਰ ਅੱਗੇ ਇੱਕ ਸਪਸ਼ਟ ਮਾਰਗ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਅੱਜ, ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਉਦਯੋਗ ਮੌਜੂਦ ਨਹੀਂ ਹਨ - ਅਣਵਰਤਿਆ ਬਾਜ਼ਾਰ ਖੇਤਰ, ਦੁਸ਼ਮਣੀ ਤੋਂ ਮੁਕਤ। ਮੰਗ ਬਣਾਉਣਾ ਇੱਕ ਰਣਨੀਤਕ ਤਕਨੀਕ ਹੈ। ਮੁਨਾਫ਼ੇ ਅਤੇ ਤੇਜ਼ ਵਿਸਤਾਰ ਦੇਵਾਂ ਲਈ ਕਾਫ਼ੀ ਥਾਂ ਹੈ। ਅਜਿਹੀ ਰਣਨੀਤੀ ਵਿੱਚ ਮੁਕਾਬਲਾ ਅਰਥਹੀਣ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਖੇਡ ਦੇ ਨਿਯਮ ਅਜੇ ਸਥਾਪਤ ਨਹੀਂ ਹੋਏ ਹਨ। ਅਣਪਛਾਤੇ ਮਾਰਕੀਟ ਸੈਕਟਰ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਵੱਡੀ, ਵਧੇਰੇ ਡੂੰਘੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਹੈ। ਲਾਹੇਵੰਦ ਵਿਸਥਾਰ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ, ਵਿਸ਼ਾਲਤਾ, ਡੂੰਘਾਈ ਅਤੇ ਤਾਕਤ

ਹੈ। ਉਹਨਾਂ ਕਾਰਕਾਂ ਨੂੰ ਸਮਝਣਾ ਜੋ ਕਿਸੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੇ ਵਿਕਾਸ ਅਤੇ ਪਾਲਣ-ਪੋਸ਼ਣ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਵੱਖ-ਵੱਖ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣਾਂ ਤੋਂ, ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਰਣਨੀਤੀ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਅਤੇ ਚੋਣ ਦੇ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ ਸਿੱਧੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਕਿਸੇ ਦੇ ਫੈਸਲਿਆਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ।

ਤੁਹਾਡੀ ਉੱਦਮ ਵਿਕਾਸ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਦੇ ਦੌਰਾਨ ਕਿਸੇ ਸਮੇਂ, ਤੁਹਾਡੇ ਵਿਚਾਰਾਂ ਅਤੇ ਇਰਾਦਿਆਂ ਨੂੰ ਸਾਰਥਕ ਅਤੇ ਲਾਭਕਾਰੀ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਹਾਸਲ ਕਰਨਾ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇੱਕ ਕਸਟਮਾਈਜ਼ਡ ਐਕਸ਼ਨ ਪਲਾਨ ਬਣਾਉਣਾ—ਇੱਕ ਸੰਗਠਿਤ, ਕਦਮ-ਦਰ-ਕਦਮ ਰੂਪਰੇਖਾ ਜਾਂ ਗਾਈਡ ਜੋ ਵਿਚਾਰਾਂ, ਵਿਚਾਰਾਂ, ਅਤੇ ਉੱਦਮੀ ਸਫਲਤਾ ਲਈ ਪੜਾਅ ਤੈਅ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਨ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰੀ ਕਦਮਾਂ ਨੂੰ ਇਕੱਠਾ ਕਰਦੀ ਹੈ—ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਪੜਾਅ 'ਤੇ ਉੱਦਮੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਨੂੰ ਬਹੁਤ ਸੁਚਾਰੂ ਬਣਾ ਦੇਵੇਗੀ ਅਤੇ ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਸੰਭਾਵੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਵਧੇਰੇ ਸਫਲ।⁵

ਸ਼ੁਰੂਆਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਤੁਹਾਡੀ ਮਦਦ ਕਰਨ ਲਈ ਇੱਕ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਕਾਰਵਾਈ ਯੋਜਨਾ ਦਾ ਹੋਣਾ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ। ਇਹ ਇੱਕ ਅੰਦਰੂਨੀ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਦਸਤਾਵੇਜ਼ ਹੈ ਜੋ ਤੁਹਾਡੀ ਫਰਮ ਨੂੰ ਚਲਾਉਂਦੇ ਸਮੇਂ ਇੱਕ ਟੀਚੇ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚਣ ਲਈ ਇੱਕ ਖਾਸ ਸਮਾਂ-ਸੀਮਾ ਦੇ ਅੰਦਰ ਤੁਹਾਡੇ ਦੁਆਰਾ ਕੀਤੇ ਜਾਣ ਵਾਲੇ ਕਦਮਾਂ ਨੂੰ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇਹਨਾਂ ਪੰਜ ਕਦਮਾਂ ਦੀ ਪਾਲਣਾ ਕਰਕੇ ਆਪਣਾ ਟੀਚਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਤੁਹਾਡੀ ਮਦਦ ਕਰਨ ਲਈ ਇੱਕ ਕਾਰਜ ਯੋਜਨਾ ਬਣਾਓ:

ਸਮਾਰਟ ਟੀਚੇ ਸੈੱਟ ਕਰੋ।

ਕਾਰਵਾਈਆਂ ਦੀ ਇੱਕ ਸੂਚੀ ਬਣਾਓ।

ਇੱਕ ਸਮਾਂਰੇਖਾ ਸੈੱਟ ਕਰੋ।

ਸਰੋਤ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰੋ।

ਤਰੱਕੀ ਦੀ ਨਿਗਰਾਨੀ ਕਰੋ।

ਕਿਨ੍ਹਾਂ ਤਰੀਕਿਆਂ ਨਾਲ ਕਾਰਜ ਯੋਜਨਾ ਬਣਾਉਣਾ ਤੁਹਾਡੀ ਮਦਦ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ? ਆਪਣੇ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ, ਤੁਹਾਡੇ ਕੋਲ ਇੱਕ ਰਣਨੀਤੀ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ

ਜੇ ਤੁਹਾਨੂੰ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਰੱਖੇ ਅਤੇ ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਵੇ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਇੱਕ ਨਿਰਪੱਖ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਆਪਣੀ ਮੰਜ਼ਿਲ 'ਤੇ ਪਹੁੰਚਦੇ ਹੋ। ਜਦੋਂ ਸੰਚਾਰ ਸਾਧਨ ਵਜੋਂ ਵਰਤਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਕਾਰਜ ਯੋਜਨਾਵਾਂ ਗੁੰਝਲਦਾਰ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮਾਂ ਅਤੇ ਪਹਿਲਕਦਮੀਆਂ ਨੂੰ ਸਰਲ ਬਣਾ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ। ਐਕਸ਼ਨ ਪਲਾਨ ਦੀਆਂ ਉਦਾਹਰਨਾਂ ਵਿੱਚ ਵਾਧੂ ਹਰੀ ਥਾਂ, ਸਹੂਲਤਾਂ, ਪੈਦਲ ਚੱਲਣ ਦੇ ਰਸਤੇ, ਅਤੇ ਵਧੀ ਹੋਈ ਰੇਲ ਸੇਵਾ ਦੇ ਨਾਲ ਇੱਕ ਕਮਿਊਨਿਟੀ ਨੂੰ ਵਿਕਸਤ ਕਰਨ ਦੀਆਂ ਪਹਿਲਕਦਮੀਆਂ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ।

ਕਾਰਜ ਯੋਜਨਾ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਨੂੰ ਅੱਠ ਪੜਾਵਾਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡਿਆ ਗਿਆ ਹੈ।

- 1) ਸਮੱਸਿਆ (ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ) ਦੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ
- 2) ਸਮੱਸਿਆ (ਆਂ) ਦੀ ਪਛਾਣ ਅਤੇ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ
- 3) ਡੇਟਾ ਨੂੰ ਕੰਪਾਇਲ ਅਤੇ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਰੋ
- 4) ਮੌਜੂਦ ਮੁੱਦਿਆਂ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰੋ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਤਰਜੀਹ ਦਿਓ
- 5) ਉਪਲਬਧ ਵਿਕਲਪਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਹਰੇਕ ਲਈ, ਆਪਣੇ ਲਈ ਇੱਕ ਟੀਚਾ ਬਿਆਨ ਲਿਖੋ
- 6) ਹੱਲਾਂ ਨੂੰ ਅਮਲ ਵਿੱਚ ਲਿਆਉਣ ਲਈ ਕਾਰਜ ਯੋਜਨਾ।
- 7) ਹਰ ਚੀਜ਼ 'ਤੇ ਧਿਆਨ ਨਾਲ ਨਜ਼ਰ ਰੱਖੋ ਅਤੇ ਨਿਰੀਖਣਾਂ ਨੂੰ ਲਿਖੋ।
- 8) ਜੇ ਲੋੜ ਹੋਵੇ, ਇੱਕ ਨਵੀਂ ਸਮੱਸਿਆ ਨਾਲ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰੋ ਜਾਂ ਪੁਰਾਣੀ ਸਮੱਸਿਆ ਨੂੰ ਵਧਾਓ।

ਤੁਹਾਡੀ ਕਾਰਜ ਯੋਜਨਾ ਉਸ ਤਰੀਕੇ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਨੂੰ ਚਲਾਉਣਾ ਅਤੇ ਪ੍ਰਬੰਧਿਤ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ। ਤੁਹਾਡੀ ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਅਤੇ ਵਿਕਰੀ ਰਣਨੀਤੀ ਆਪਣੇ ਵਿੱਤੀ ਅਤੇ ਵਿਕਰੀ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਉਹਨਾਂ ਕਦਮਾਂ ਦੀ ਪਾਲਣਾ ਕਰਨ ਦਾ ਇਰਾਦਾ ਰੱਖਦੀ ਹੈ। ਇੱਕ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਕਾਰਵਾਈ ਯੋਜਨਾ ਦੱਸਦੀ ਹੈ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਭਵਿੱਖ ਵਿੱਚ ਆਪਣੀ ਸੰਸਥਾ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਚਲਾਉਣਾ ਅਤੇ ਪ੍ਰਬੰਧਿਤ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ।

* ਇੱਕ ਸਾਲਾਨਾ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਯੋਜਨਾ ਦੇ ਸਿਖਰ 5 ਤੱਤ:

1. ਸਥਿਤੀ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰੋ। ਮੌਜੂਦਾ ਸਥਿਤੀ ਨੂੰ ਇੱਕ ਦ੍ਰਿਸ਼ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦੁਆਰਾ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ

ਗਿਆ ਹੈ, ਜੇ ਇੱਕ ਉਦੇਸ਼ ਮੁਲਾਂਕਣ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

2. ਸਟਾਕ ਐਕਸਚੇਂਜ। ਆਪਣੇ ਮੁਕਾਬਲੇਬਾਜ਼ਾਂ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੀਆਂ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਰਣਨੀਤੀਆਂ ਦੀ ਵਿਸਥਾਰ ਨਾਲ ਜਾਂਚ ਕਰੋ...
3. ਉਤਪਾਦ ਜਾਂ ਸੇਵਾ ਦੀ ਸਥਿਤੀ...
4. ਉਦੇਸ਼ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨਾ...
5. ਰਣਨੀਤੀ

ਇੱਕ ਛੋਟੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਅਨੁਕੂਲਤਾ, ਦ੍ਰਿੜਤਾ ਅਤੇ ਸਖ਼ਤ ਮਿਹਨਤ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੀ ਫਰਮ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਚਲਾਓਗੇ ਅਤੇ ਕਿਵੇਂ ਪ੍ਰਬੰਧਿਤ ਕਰੋਗੇ, ਕਾਰਜ ਯੋਜਨਾ ਵਿੱਚ ਦੱਸਿਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਤੁਹਾਡੇ ਵਿੱਤੀ ਅਤੇ ਵਿਕਰੀ ਟੀਚਿਆਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ, ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਅਤੇ ਵਿਕਰੀ ਯੋਜਨਾਵਾਂ ਉਹਨਾਂ ਕਦਮਾਂ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ ਜੋ ਤੁਹਾਡੀ ਫਰਮ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਚੁੱਕੇਗੀ। ਤੁਹਾਡੀ ਫਰਮ ਦਾ ਸੰਚਾਲਨ ਅਤੇ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਕਿਵੇਂ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇਗਾ? ਇਸ ਲਈ ਕਾਰਜ ਯੋਜਨਾ ਹੈ! ਨਿਯਤ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ, ਇੱਕ ਕਾਰਜ ਯੋਜਨਾ ਵਿੱਚ ਯੋਜਨਾਵਾਂ ਦਾ ਸੰਪੂਰਨ ਸੰਗ੍ਰਹਿ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਕਾਰਵਾਈਆਂ ਦੀਆਂ ਯੋਜਨਾਵਾਂ ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਦੀ ਬੁਨਿਆਦ ਨੂੰ ਮਜ਼ਬੂਤ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ, ਜਿਸ ਨਾਲ ਉਹ ਆਪਣੇ ਟੀਚਿਆਂ ਨੂੰ ਵਧਣ ਅਤੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੀ ਇਜਾਜ਼ਤ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਦੇ ਹਰੇਕ ਪੜਾਅ ਲਈ ਇੱਕ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਸਮਾਂ-ਰੇਖਾ ਦੇ ਨਾਲ, ਇੱਕ ਚੰਗੀ ਕਾਰਜ ਯੋਜਨਾ ਤੁਹਾਡੇ ਟੀਚੇ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਲੋੜੀਂਦੇ ਸਾਰੇ ਕਾਰਜਾਂ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰਕੇ ਤੁਹਾਡੇ ਟੀਚੇ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਤੁਹਾਡੀ ਮਦਦ ਕਰੇਗੀ। ਤੁਹਾਡੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਅਤੇ ਤਰਜੀਹਾਂ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦੇ ਹੋਏ, ਤੁਸੀਂ ਇੱਕ ਸਿੰਗਲ ਜਾਂ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰਨ ਲਈ ਇਸ ਟੈਂਪਲੇਟ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ। ਅੰਤਮ ਨਤੀਜੇ ਨੂੰ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖਣਾ ਇੱਕ ਨੂੰ ਸੋਚਣ, ਯੋਜਨਾ ਬਣਾਉਣ ਅਤੇ ਰਣਨੀਤੀ ਨਾਲ ਕੰਮ ਕਰਨ ਦੀ ਆਗਿਆ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਸਫਲਤਾ ਚੰਗੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਬਣਾਈਆਂ ਗਈਆਂ ਰਣਨੀਤੀਆਂ ਅਤੇ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ-ਅਧਾਰਿਤ ਮਾਨਸਿਕਤਾ ਦੇ ਵਿਕਾਸ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੈ।

ਕੁਝ ਲੋਕਾਂ ਲਈ, ਉੱਦਮੀ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਸਪੱਸ਼ਟ ਅਤੇ ਤਰਕਪੂਰਨ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਇੱਕ ਬਾਇਓਮੈਡੀਕਲ ਲੈਬ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਕਰੀਅਰ ਵਿੱਚ ਖੋਜ ਅਤੇ ਕਲੀਨਿਕਲ ਅਜ਼ਮਾਇਸ਼ਾਂ ਸ਼ਾਮਲ ਹੋ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ ਜੋ ਇੱਕ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਮਾਰਕੀਟਪਲੇਸ ਵਿੱਚ ਵੇਚਣ ਲਈ ਪੇਟੈਂਟ ਐਪਲੀਕੇਸ਼ਨਾਂ ਦੀ ਅਗਵਾਈ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ, ਜਿਸ ਨਾਲ ਇੱਕ ਨਵਾਂ ਉੱਦਮ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਦੂਸਰੇ ਗੈਰ-ਰਵਾਇਤੀ ਤਰੀਕਿਆਂ ਦੁਆਰਾ ਉੱਦਮੀ ਮਾਰਗ ਦਾ ਅਨੁਭਵ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਜਦੋਂ ਕੋਈ ਅਚਾਨਕ ਮੌਕਾ ਪੈਦਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਗਲੋਬਲ ਮਾਰਕੀਟਪਲੇਸ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਕਰਨਾ ਜਾਰੀ ਹੈ, ਨਵੇਂ ਉੱਦਮੀ ਮੌਕੇ ਉਹਨਾਂ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਲਈ ਖੁੱਲ੍ਹਣਗੇ ਜੋ ਉਹਨਾਂ ਮੌਕਿਆਂ ਲਈ ਖੁੱਲੇ ਹਨ ਜੋ ਸਿਰਜਣਾਤਮਕਤਾ ਅਤੇ ਨਵੀਨਤਾ ਦਾ ਨਿਰਮਾਣ ਕਰਦੇ ਹਨ।⁶

ਉੱਦਮਤਾ ਦੀਆਂ ਚਾਰ ਪ੍ਰਾਇਮਰੀ ਕਿਸਮਾਂ ਹਨ: ਸਟਾਰਟ-ਅੱਪ, ਮੱਧਮ ਆਕਾਰ ਦੇ ਕਾਰੋਬਾਰ, ਅਤੇ ਗੈਰ-ਲਾਭਕਾਰੀ ਸੰਸਥਾਵਾਂ। ਦੂਜੇ ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿੱਚ, ਇਹ ਮਾਡਲ ਉੱਦਮੀ ਦੇ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਹੁਨਰਾਂ 'ਤੇ ਧਿਆਨ ਕੇਂਦਰਿਤ ਕਰਨ ਦੀ ਬਜਾਏ, ਇੱਕ ਫਰਮ ਬਣਾਉਣ ਅਤੇ ਚਲਾਉਣ ਬਾਰੇ ਹਨ। ਕੰਪਨੀਆਂ ਨੂੰ ਸਮੇਂ ਦੇ ਨਾਲ ਵਿਕਸਿਤ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ, ਕਿਉਂਕਿ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਆਲੇ ਦੁਆਲੇ ਦੀ ਦੁਨੀਆ ਬਦਲਦੀ ਹੈ। ਉੱਦਮੀ ਹੁਣ ਹੋਰ ਜੋਖਮ ਲੈ ਸਕਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਨਵੀਆਂ ਅਤੇ ਦਿਲਚਸਪ ਕਾਢਾਂ ਪੇਸ਼ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ, ਜੋ ਉਹਨਾਂ ਲਈ ਇੱਕ ਵੱਡੀ ਜਿੱਤ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਵੀ ਕਿਸਮ ਦਾ ਛੋਟਾ ਕਾਰੋਬਾਰ ਜਿਸ ਦੀ ਸਥਾਪਨਾ ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਦੁਆਰਾ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ, ਬਿਨਾਂ ਵਿਕਾਸ ਜਾਂ ਫਰੈਂਚਾਈਜ਼ਿੰਗ ਦੇ ਟੀਚੇ ਦੇ, "ਛੋਟਾ ਕਾਰੋਬਾਰ ਉੱਦਮ" ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਜ਼ਿਆਦਾਤਰ ਲੋਕ ਆਪਣੇ ਲਈ ਕਾਰੋਬਾਰ ਵਿੱਚ ਜਾਣ ਦਾ ਫੈਸਲਾ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਤਾਂ ਉਹ ਅਕਸਰ ਕਈ ਸਥਾਨਾਂ ਨੂੰ ਖੋਲ੍ਹਦੇ ਹਨ। ਨੇਲ ਸੈਲੂਨ, ਜਨਰਲ ਸਟੋਰ, ਟੈਕੋ ਟਰੱਕ, ਆਦਿ ਸਮੇਤ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਉਦਾਹਰਣਾਂ ਮੌਜੂਦ ਹਨ। ਤੁਹਾਨੂੰ ਆਪਣੀ ਕੰਪਨੀ ਨੂੰ ਜ਼ਮੀਨ ਤੋਂ ਬਾਹਰ ਕੱਢਣ ਲਈ ਸ਼ਾਇਦ ਸਥਾਨਕ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਜਾਂ ਸ਼ਾਇਦ ਪਰਿਵਾਰਕ ਮੈਂਬਰਾਂ ਦੀ ਭਰਤੀ ਕਰਨੀ ਪਵੇਗੀ, ਅਤੇ ਤੁਹਾਨੂੰ ਆਪਣੇ ਸਰੋਤਾਂ ਨੂੰ ਕਾਰੋਬਾਰ ਵਿੱਚ ਲਗਾਉਣਾ ਪਵੇਗਾ।

"ਸਕੇਲੇਬਲ ਸਟਾਰਟਅੱਪਸ" 'ਤੇ ਧਿਆਨ ਕੇਂਦਰਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲੀਆਂ ਕੰਪਨੀਆਂ ਕੋਲ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਮਾਡਲ ਹਨ ਜੋ ਡੁਪਲੀਕੇਟ ਕੀਤੇ ਜਾ ਸਕਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਵਧੇ ਜਾ ਸਕਦੇ ਹਨ, ਇਸ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਤੋਂ ਪੈਦਾ ਹੋਏ ਕਿ ਅਜਿਹਾ ਕਰਨ ਨਾਲ ਦੁਨੀਆ ਇੱਕ ਬਿਹਤਰ ਜਗ੍ਹਾ ਬਣ ਜਾਵੇਗੀ (ਵਧੇਰੇ ਸਰੋਤਾਂ ਨਾਲ ਵਧੇਰੇ ਵਿਕਰੀ)। ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਅਤੇ ਲਾਭਕਾਰੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਫੈਲਾਉਣ ਲਈ, ਇਸ ਕਿਸਮ ਦੀ ਫਰਮ ਸ਼ੁਰੂ ਤੋਂ ਹੀ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਵਿਕਾਸ ਅਤੇ ਵੱਡੇ ਮੁਨਾਫ਼ਿਆਂ 'ਤੇ ਧਿਆਨ ਕੇਂਦਰਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਲਈ, ਨਿਵੇਸ਼ਕਾਂ ਦੀ ਸਹਾਇਤਾ ਨਾਲ ਉੱਦਮੀ ਆਪਣੇ ਵਿਚਾਰ ਗੈਰੇਜ ਤੋਂ ਧਰਤੀ ਦੇ ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਧ ਆਬਾਦੀ ਵਾਲੇ ਮਹਾਂਦੀਪ ਤੱਕ ਲੈ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਹਾਲਾਂਕਿ ਇੱਥੇ ਟ੍ਰੈਲਬਲੇਜ਼ਿੰਗ ਕਾਰੋਬਾਰਾਂ ਦੀਆਂ ਕਈ ਉਦਾਹਰਣਾਂ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਦੁਨੀਆ 'ਤੇ ਮਹੱਤਵਪੂਰਣ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪਾਇਆ ਹੈ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਐਮਾਜ਼ਾਨ, ਗੂਗਲ ਅਤੇ ਐਪਲ, ਫਿਰ ਵੀ, ਉਨ੍ਹਾਂ ਸਾਰਿਆਂ ਦੇ ਆਪਣੇ ਅੰਤਰ ਹਨ। ਇਸ ਕਿਸਮ ਦੀ ਉੱਦਮਤਾ ਬਹੁਗਿਣਤੀ ਲੋਕਾਂ ਲਈ ਨਹੀਂ ਹੈ, ਇਸ ਲਈ ਬਹੁਤ ਘੱਟ ਵਿਅਕਤੀ ਇਸਦਾ ਫਾਇਦਾ ਉਠਾਉਣਗੇ। ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ, ਖਰੀਦਦਾਰ ਕੋਲ ਵੱਡੀ ਜਾਇਦਾਦ ਹੈ ਅਤੇ ਉਹ ਪਹਿਲਾਂ ਹੀ ਦੌਲਤ ਦਾ ਆਨੰਦ ਲੈਂਦਾ ਹੈ। ਉਹ ਸਿਰਫ ਇੱਕ ਫਰਮ ਖਰੀਦਦੇ ਹਨ ਜੇਕਰ ਉਹ ਮਹਿਸੂਸ ਕਰਦੇ ਹਨ ਕਿ ਇਹ ਖੁਸ਼ਹਾਲ ਹੋਵੇਗੀ। ਇੱਕ ਵਾਰ ਜਦੋਂ ਉਹ ਕੰਪਨੀ ਖਰੀਦ ਲੈਂਦੇ ਹਨ, ਤਾਂ ਉਹ ਕੁਝ ਵਿਵਸਥਾਵਾਂ ਕਰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਇਸਨੂੰ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਚੱਲਣ ਦਿੰਦੇ ਹਨ। ਇੱਕ ਖਰੀਦਦਾਰ-ਉਦਮੀ-ਨਿਵੇਸ਼ ਨਿਵੇਸ਼ ਨੂੰ ਫੰਡ ਦੇਣ ਲਈ, ਇੱਕ ਖਰੀਦਦਾਰ ਨੂੰ ਜਾਂ ਤਾਂ ਸਫਲ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਜਾਂ ਉਸਦੇ ਕੋਲ ਅਮੀਰ ਨਿਵੇਸ਼ਕ ਹੋਣੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ।

ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਵਿਅਕਤੀ ਆਮਦਨ ਦੇ ਸੈਕੰਡਰੀ ਸਰੋਤ ਦੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਆਪਣਾ ਕਾਰੋਬਾਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸੇਲੇਪ੍ਰੀਨੀਅਰ। ਭਾਵੇਂ ਉਹ ਆਪਣਾ ਦਿਨ ਦਾ ਕੰਮ ਛੱਡਣ ਦੀ ਯੋਜਨਾ ਨਹੀਂ ਬਣਾ ਰਹੇ ਹਨ, ਫਿਰ ਵੀ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਕੁਝ ਵਾਧੂ ਸਾਈਡ ਮਨੀ ਤੋਂ ਲਾਭ ਹੋਵੇਗਾ। ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਪਿਆਰ ਕਲਾ ਜਾਂ ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਸ਼ਿਲਪਕਾਰੀ ਲਈ ਹੋਵੇ, ਅਤੇ ਉਹ ਇਸ ਨੂੰ ਸਾਂਝਾ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਇਕੱਲੇ-ਸੰਚਾਲਿਤ ਛੋਟੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਜਾਂ ਇਕੱਲੇ ਮਲਕੀਅਤ ਇਕ-ਪੁਰਸ਼ ਜਾਂ ਇਕ-ਔਰਤ ਸ਼ੋਅ ਹੈ। ਕਿਉਂਕਿ ਉਹਨਾਂ ਕੋਲ ਆਪਣੇ

ਕਾਰਜਾਂ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਬਾਰੇ ਸੋਚਣ ਦਾ ਸਮਾਂ ਨਹੀਂ ਹੈ, ਕੋਈ ਵੀ ਉਹਨਾਂ ਲਈ ਕੰਮ ਨਹੀਂ ਕਰਦਾ. ਇੱਕ ਬਿਲਡਰ ਦੀ ਤਰਜੀਹ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਵਿਕਾਸ ਅਤੇ ਮੁਨਾਫੇ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣਾ ਹੈ। ਸੰਸਥਾਪਕ ਜੇ ਕੰਪਨੀਆਂ ਬਣਾਉਣ ਅਤੇ ਵੇਚਦੇ ਰਹਿੰਦੇ ਹਨ ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਧ ਪ੍ਰਚਲਿਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਉੱਚ-ਸਮਰੱਥਾ ਵਾਲੇ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ, ਨਿਵੇਸ਼ਕਾਂ ਅਤੇ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰੋਜੈਕਟਾਂ ਵੱਲ ਆਕਰਸ਼ਿਤ ਕਰਨ ਲਈ ਇੱਕ ਪ੍ਰਤਿਭਾ ਹੋਣਾ ਬਿਲਡਰਾਂ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਆਮ ਹੁਨਰ ਹੈ।

ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਉੱਦਮੀਆਂ ਨੂੰ ਨਕਲ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਅਤੇ ਉਹ ਵਿਲੱਖਣ ਵਪਾਰਕ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਲੈਂਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਵਿਕਸਤ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਉਹ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਬਿਹਤਰ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਹਮੇਸ਼ਾਂ ਨਵੇਂ ਤਰੀਕੇ ਲੱਭ ਕੇ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਫਾਇਦਾ ਹਾਸਲ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਜੋਖਮ ਲੈਣ ਵਾਲਿਆਂ ਅਤੇ ਨਿਯਮ ਤੋੜਨ ਵਾਲਿਆਂ ਦਾ ਸੁਮੇਲ ਹੈ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਕੋਲ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸਵੈ-ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਹੈ। ਸਾਰੇ ਉੱਦਮੀਆਂ ਲਈ ਅੰਤਮ ਟੀਚਾ ਹਮੇਸ਼ਾ ਇੱਕੋ ਜਿਹਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਰਸਤੇ ਵੱਖੋ-ਵੱਖਰੇ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ ਪਰ ਸਾਰਿਆਂ ਦਾ ਸੁਪਨਾ ਇੱਕੋ ਹੈ। ਸੱਚੀ ਵਿੱਤੀ ਸੁਤੰਤਰਤਾ ਸੁਪਨਾ ਹੈ।

ਕਿਸੇ ਸਟੇਕਹੋਲਡਰ ਦੀ ਕਿਸੇ ਕੰਪਨੀ ਵਿੱਚ ਨਿਹਿਤ ਦਿਲਚਸਪੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਉਹ ਜਾਂ ਤਾਂ ਕਿਸੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੇ ਸੰਚਾਲਨ ਅਤੇ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਜਾਂ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਆਮ ਹਿੱਸੇਦਾਰ ਨਿਵੇਸ਼ਕ, ਕਰਮਚਾਰੀ, ਗਾਹਕ, ਸਪਲਾਇਰ, ਭਾਈਚਾਰੇ, ਸਰਕਾਰਾਂ, ਜਾਂ ਵਪਾਰਕ ਸੰਘ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

ਜ਼ਿਆਦਾਤਰ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਦਾ ਮੰਨਣਾ ਹੈ ਕਿ ਕਾਰੋਬਾਰ ਸਿਰਫ ਆਪਣੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਸੇਵਾਵਾਂ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨ ਲਈ ਮੌਜੂਦ ਹਨ। ਕਿਉਂਕਿ ਸੇਵਾ/ਉਤਪਾਦਾਂ ਦੀ ਗੁਣਵੱਤਾ ਅਤੇ ਅਜਿਹੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦਾ ਮੁੱਲ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਇੱਕ ਫਰਮ ਵਿੱਚ ਹਿੱਸੇਦਾਰ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਗਾਹਕ ਆਪਣੀ ਜ਼ਿੰਦਗੀ ਕਿਸੇ ਏਅਰਲਾਈਨ ਨੂੰ ਸੌਂਪਦੇ ਹਨ, ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਉਨ੍ਹਾਂ ਨਾਲ ਉਡਾਣ ਭਰ ਕੇ। ਇੱਕ ਕਾਰਪੋਰੇਸ਼ਨ ਵਿੱਚ, ਸ਼ੇਅਰ ਧਾਰਕ ਅਤੇ ਕਰਜ਼ਾ ਧਾਰਕ ਦੋਵਾਂ ਨੂੰ ਐਂਟਰਪ੍ਰਾਈਜ਼ ਵਿੱਚ ਨਿਵੇਸ਼ਕ ਵਜੋਂ ਮਾਨਤਾ ਦਿੱਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਸ਼ੇਅਰਧਾਰਕ ਕਿਸੇ ਕੰਪਨੀ ਵਿੱਚ ਨਿਵੇਸ਼ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਤਾਂ ਉਹ ਆਪਣੇ ਪੈਸੇ 'ਤੇ ਇੱਕ ਖਾਸ ਰਿਟਰਨ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ

ਦੀ ਉਮੀਦ ਨਾਲ ਅਜਿਹਾ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਨਿਵੇਸ਼ ਦੇ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ, ਸ਼ੇਅਰਧਾਰਕ ਮੁੱਲ ਦਾ ਵਿਚਾਰ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਚਿੰਤਾ ਦਾ ਇੱਕ ਸਰੋਤ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕਿਸਮਾਂ ਦੇ ਪੂੰਜੀ ਸਰੋਤ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਰਿਣਦਾਤਾ ਅਤੇ ਸੰਭਾਵੀ ਪ੍ਰਾਪਤਕਰਤਾ, ਨੂੰ "ਹੋਰ ਪੂੰਜੀ ਪ੍ਰਦਾਤਾਵਾਂ" ਦੀ ਸ਼੍ਰੇਣੀ ਦੇ ਅਧੀਨ ਸਮੂਹਬੱਧ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ। ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਅਨੁਸਾਰ, ਸਾਰੇ ਸ਼ੇਅਰਧਾਰਕ ਹਿੱਸੇਦਾਰ ਹਨ, ਪਰ ਹਿੱਸੇਦਾਰ ਸ਼ੇਅਰਧਾਰਕ ਨਹੀਂ ਹਨ, ਅਤੇ ਸ਼ੇਅਰਧਾਰਕ ਹਿੱਸੇਦਾਰ ਨਹੀਂ ਹਨ, ਅਤੇ ਨਾਲ ਹੀ ਦੂਜੇ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ। ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਮੁੱਖ ਹਿੱਸੇਦਾਰ ਹਨ: ਕਰਜ਼ਦਾਰ ਸੰਸਥਾਵਾਂ, ਬੋਰਡ ਮੈਂਬਰ ਜਾਂ ਕਾਰਪੋਰੇਸ਼ਨਾਂ ਦੇ ਡਾਇਰੈਕਟਰ, ਕਰਮਚਾਰੀ, ਸਰਕਾਰ (ਅਤੇ ਇਸ ਦੀਆਂ ਏਜੰਸੀਆਂ), ਕਾਰਪੋਰੇਸ਼ਨਾਂ ਦੇ ਮਾਲਕ (ਸ਼ੇਅਰਧਾਰਕ), ਸਪਲਾਇਰ, ਮਜ਼ਦੂਰ ਯੂਨੀਅਨਾਂ, ਅਤੇ ਉਹ ਭਾਈਚਾਰਾ ਜਿਸ ਤੋਂ ਕਾਰਪੋਰੇਸ਼ਨ ਆਪਣੇ ਸਰੋਤ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਸਬੰਧਤ ਉਦਯੋਗਾਂ ਤੋਂ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੇ ਅਧਾਰ 'ਤੇ ਮੁੱਖ ਹਿੱਸੇਦਾਰਾਂ ਦੀਆਂ ਜ਼ਰੂਰਤਾਂ ਅਤੇ ਪਾਬੰਦੀਆਂ ਨੂੰ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖ ਕੇ ਪ੍ਰੋਜੈਕਟ ਦੀਆਂ ਰੁਕਾਵਟਾਂ ਅਤੇ ਖਤਰਿਆਂ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨ ਲਈ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਆਪਣੇ ਪੂਰੇ ਪ੍ਰੋਜੈਕਟ ਵਿੱਚ ਹਿੱਸੇਦਾਰਾਂ ਨੂੰ ਸ਼ਾਮਲ ਕਰਕੇ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਸ਼ਾਮਲ ਕਰਕੇ, ਤੁਸੀਂ ਖਤਰਿਆਂ ਦੇ ਉਭਰਨ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਘੱਟ ਕਰਨ ਅਤੇ ਪਛਾਣਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣ ਦੀਆਂ ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ ਨੂੰ ਵਧਾਉਂਦੇ ਹੋ। ਜਦੋਂ ਸਟੇਕਹੋਲਡਰਾਂ ਦੀ ਗੱਲ ਆਉਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਪਭੋਗਤਾ ਹਮੇਸ਼ਾ ਵਿਚਾਰਨ ਲਈ ਸਭ ਤੋਂ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਆਖਰਕਾਰ, ਇੱਕ ਫਰਮ ਦਾ ਕੀ ਫਾਇਦਾ ਹੈ ਜੇਕਰ ਇਸਦੇ ਕੋਲ ਕੋਈ ਗਾਹਕ ਜਾਂ ਉਪਭੋਗਤਾ ਨਹੀਂ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਇਹ ਆਪਣੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ? ਮੁੱਖ ਤੌਰ 'ਤੇ, ਇੱਕ ਕਾਰਪੋਰੇਸ਼ਨ ਦੇ ਮੁੱਖ ਹਿੱਸੇਦਾਰ ਉਹ ਵਿਅਕਤੀ ਜਾਂ ਸੰਗਠਨ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਸੰਗਠਨ ਨਾਲ ਅਕਸਰ ਅਤੇ ਸਿੱਧਾ ਆਰਥਿਕ ਸੰਪਰਕ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਕੁਝ ਉਦਾਹਰਨਾਂ ਦੇਣ ਲਈ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹਿੱਸੇਦਾਰਾਂ ਦੀਆਂ ਕੁਝ ਉਦਾਹਰਣਾਂ ਕਰਮਚਾਰੀ, ਗਾਹਕ ਅਤੇ ਸਪਲਾਇਰ ਹਨ। ਇੱਕ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਸੈਕੰਡਰੀ ਹਿੱਸੇਦਾਰ ਉਹ ਵਿਅਕਤੀ ਜਾਂ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਹਨ ਜੋ ਸਿੱਧੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਕੰਪਨੀ ਦੀਆਂ ਆਰਥਿਕ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਇਸਦੇ ਫੈਸਲੇ ਲੈਣ ਦੀਆਂ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ ਵਿੱਚ ਹਿੱਸਾ ਨਹੀਂ ਲੈਂਦੇ ਹਨ। ਜਦੋਂ

ਸਟੇਕਹੋਲਡਰ ਦੀਆਂ ਉਮੀਦਾਂ ਨੂੰ ਸਹੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਪ੍ਰਬੰਧਿਤ ਕਰਨ ਦੀ ਗੱਲ ਆਉਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖਣ ਲਈ ਚਾਰ ਜ਼ਰੂਰੀ ਵਿਚਾਰ ਹਨ: ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਓ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਕਿਸੇ ਪ੍ਰੋਜੈਕਟ 'ਤੇ ਕੰਮ ਕਰਨਾ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ "ਪ੍ਰੋਜੈਕਟ ਦੀ ਸਫਲਤਾ" ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰਦੇ ਹੋ ਬਾਰੇ ਸਪਸ਼ਟ ਵਿਚਾਰ ਰੱਖਦੇ ਹੋ। ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਓ ਕਿ ਨਿਵੇਸ਼ ਦੇ ਫਾਇਦੇ ਲੈਣ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਹਿੱਸੇਦਾਰਾਂ ਨੂੰ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸਮਾਂ ਉਡੀਕ ਨਾ ਕਰਨੀ ਪਵੇ। ਪ੍ਰੋਜੈਕਟ ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ, ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਯੋਜਨਾ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ। ਪ੍ਰੋਜੈਕਟ ਦੇ ਹਿੱਸੇਦਾਰਾਂ ਨਾਲ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਸਮੇਂ, ਉਲਝਣ ਤੋਂ ਬਚਣ ਲਈ ਚੀਜ਼ਾਂ ਨੂੰ ਜਿੰਨਾ ਸੰਭਵ ਹੋ ਸਕੇ ਸਧਾਰਨ ਰੱਖੋ। ਕਰਮਚਾਰੀ ਕਿਸੇ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਕਾਰਜਾਂ ਵਿੱਚ ਸਭ ਤੋਂ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਅੰਦਰੂਨੀ ਹਿੱਸੇਦਾਰ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਧ ਇਨਪੁਟ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਸੰਗਠਨ ਲਈ ਵੱਡੀਆਂ ਵਿੱਤੀ ਅਤੇ ਸਮੇਂ ਦੀਆਂ ਵਚਨਬੱਧਤਾਵਾਂ ਕਰਨ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ, ਕਰਮਚਾਰੀ ਸੰਗਠਨ ਦੀ ਸਮੁੱਚੀ ਰਣਨੀਤੀ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਇਸ ਦੀਆਂ ਰਣਨੀਤਕ ਅਤੇ ਸੰਚਾਲਨ ਯੋਜਨਾਵਾਂ ਦੀ ਸਿਰਜਣਾ ਵਿੱਚ ਵੀ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਭੂਮਿਕਾ ਨਿਭਾਉਂਦੇ ਹਨ। ਸਟੇਕਹੋਲਡਰਾਂ ਕੋਲ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੀ ਬਹੁਤਾਤ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਮੌਜੂਦਾ ਅਭਿਆਸ, ਇਤਿਹਾਸਕ ਡੇਟਾ ਅਤੇ ਉਦਯੋਗ ਦੀ ਮੁਹਾਰਤ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਅਕਸਰ ਹੋਇਆ ਹੈ ਕਿ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਦੇ ਇਸ ਸਮੂਹ ਨੇ ਪ੍ਰੋਜੈਕਟ ਮੈਨੇਜਰ ਜਾਂ ਟੀਮ ਦੇ ਹੋਰ ਮੈਂਬਰਾਂ ਨਾਲੋਂ ਫਰਮ ਜਾਂ ਪ੍ਰੋਜੈਕਟ 'ਤੇ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸਮਾਂ ਬਿਤਾਇਆ ਹੈ। ਇੱਕ ਫਰਮ ਦੀ ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਸਾਰੇ ਹਿੱਸੇਦਾਰਾਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧਾਂ ਦੇ ਪ੍ਰਬੰਧਨ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦੀ ਹੈ

ਕਾਰੋਬਾਰ ਅਤੇ ਉੱਦਮੀ ਨੈਤਿਕਤਾ ਦੇ ਇੱਕ ਵਿਆਪਕ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਲਈ ਸ਼ੇਅਰਧਾਰਕਾਂ, ਇੱਕ ਛੋਟੇ ਸਮੂਹ ਜੋ ਮਾਲਕ (ਜਾਂ ਸਟਾਕਧਾਰਕ) ਹਨ, ਅਤੇ ਹਿੱਸੇਦਾਰ ਹਨ, ਇੱਕ ਵੱਡੇ ਸਮੂਹ ਵਿੱਚ ਅੰਤਰ ਦੀ ਸਮਝ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਉਹ ਸਾਰੇ ਲੋਕ ਅਤੇ ਸੰਗਠਨ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜੋ ਕਾਰੋਬਾਰ ਵਿੱਚ ਨਿਹਿਤ ਹਿੱਤ ਰੱਖਦੇ ਹਨ। ਸ਼ੇਅਰਧਾਰਕਾਂ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਦੀ ਪੂਰਤੀ ਕਰਨਾ ਸੰਗਠਨਾਤਮਕ ਉਦੇਸ਼ ਦੇ ਸੀਮਤ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੈ

ਬਿਜ਼ਨਸ ਰਾਉਂਡਟੇਬਲ ਤੋਂ ਇੱਕ ਕਾਰਪੋਰੇਸ਼ਨ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ ਬਾਰੇ ਇੱਕ ਬਿਆਨ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤਾ ਗਿਆ ਹੈ: "ਅਮਰੀਕਨ ਇੱਕ ਅਜਿਹੀ ਆਰਥਿਕਤਾ ਦੇ ਹੱਕਦਾਰ ਹਨ ਜੋ ਹਰੇਕ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਸਖ਼ਤ ਮਿਹਨਤ ਅਤੇ ਸਿਰਜਣਾਤਮਕਤਾ ਦੁਆਰਾ ਸਫਲ ਹੋਣ ਅਤੇ ਅਰਥ ਅਤੇ ਸਨਮਾਨ ਦੀ ਜ਼ਿੰਦਗੀ ਜੀਉਣ ਦੀ ਇਜਾਜ਼ਤ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਸਾਡਾ ਮੰਨਣਾ ਹੈ ਕਿ ਮੁਫਤ-ਮਾਰਕੀਟ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਚੰਗੀਆਂ ਨੈਕਰੀਆਂ, ਇੱਕ ਮਜ਼ਬੂਤ ਅਤੇ ਟਿਕਾਊ ਅਰਥਵਿਵਸਥਾ, ਨਵੀਨਤਾ, ਇੱਕ ਸਿਹਤਮੰਦ ਵਾਤਾਵਰਣ, ਅਤੇ ਸਾਰਿਆਂ ਲਈ ਆਰਥਿਕ ਮੌਕੇ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਦਾ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਸਾਧਨ ਹੈ। ਕਾਰੋਬਾਰ ਨੈਕਰੀਆਂ ਪੈਦਾ ਕਰਕੇ, ਨਵੀਨਤਾ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਕੇ, ਅਤੇ ਜ਼ਰੂਰੀ ਵਸਤਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਕੇ ਆਰਥਿਕਤਾ ਵਿੱਚ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਭੂਮਿਕਾ ਨਿਭਾਉਂਦੇ ਹਨ। ਕਾਰੋਬਾਰ ਖਪਤਕਾਰ ਉਤਪਾਦ ਬਣਾਉਂਦੇ ਅਤੇ ਵੇਚਦੇ ਹਨ; ਸਾਜ਼ੋ-ਸਾਮਾਨ ਅਤੇ ਵਾਹਨਾਂ ਦਾ ਨਿਰਮਾਣ; ਰਾਸ਼ਟਰੀ ਰੱਖਿਆ ਦਾ ਸਮਰਥਨ ਕਰਕੇ; ਵਧਣਾ ਅਤੇ ਭੋਜਨ ਪੈਦਾ ਕਰਨਾ; ਸਿਹਤ ਸੰਭਾਲ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨਾ; ਊਰਜਾ ਪੈਦਾ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨਾ; ਅਤੇ ਵਿੱਤੀ, ਸੰਚਾਰ, ਅਤੇ ਹੋਰ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਕਰਦੇ ਹਨ ਜੋ ਆਰਥਿਕ ਵਿਕਾਸ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀਆਂ ਹਨ। ਹਾਲਾਂਕਿ ਸਾਡੀ ਹਰੇਕ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਕੰਪਨੀ ਆਪਣੇ ਕਾਰਪੋਰੇਟ ਉਦੇਸ਼ ਦੀ ਪੂਰਤੀ ਕਰਦੀ ਹੈ, ਅਸੀਂ ਆਪਣੇ ਸਾਰੇ ਹਿੱਸੇਦਾਰਾਂ ਲਈ ਇੱਕ ਬੁਨਿਆਦੀ ਵਚਨਬੱਧਤਾ ਨੂੰ ਸਾਂਝਾ ਕਰਦੇ ਹਾਂ। ਅਸੀਂ ਇਸ ਲਈ ਵਚਨਬੱਧ ਹਾਂ: 9

ਸਾਡੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਮੁੱਲ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨਾ। ਅਸੀਂ ਅਮਰੀਕੀ ਕੰਪਨੀਆਂ ਦੀ ਪਰੰਪਰਾ ਨੂੰ ਅੱਗੇ ਵਧਾਵਾਂਗੇ ਜੋ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆਂ ਉਮੀਦਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਜਾਂ ਇਸ ਤੋਂ ਵੱਧ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਅਗਵਾਈ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ।

ਸਾਡੇ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਵਿੱਚ ਨਿਵੇਸ਼ ਕਰਨਾ। ਇਹ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਨਿਰਪੱਖ ਢੰਗ ਨਾਲ ਮੁਆਵਜ਼ਾ ਦੇਣ ਅਤੇ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਲਾਭ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨ ਨਾਲ ਸ਼ੁਰੂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਸਿਖਲਾਈ ਅਤੇ ਸਿੱਖਿਆ ਦੁਆਰਾ ਉਹਨਾਂ ਦਾ ਸਮਰਥਨ ਕਰਨਾ ਵੀ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ ਜੋ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਬਦਲ ਰਹੇ ਸੰਸਾਰ ਲਈ ਨਵੇਂ ਹੁਨਰਾਂ ਨੂੰ ਵਿਕਸਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਅਸੀਂ ਵਿਭਿੰਨਤਾ ਅਤੇ ਸਮੂਲੀਅਤ, ਮਾਣ ਅਤੇ ਸਤਿਕਾਰ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਦੇ ਹਾਂ।

ਸਾਡੇ ਸਪਲਾਇਰਾਂ ਨਾਲ ਨਿਰਪੱਖ ਅਤੇ ਨੈਤਿਕਤਾ ਨਾਲ ਪੇਸ਼ ਆਉਣਾ। ਅਸੀਂ ਹੋਰ ਕੰਪਨੀਆਂ, ਵੱਡੀਆਂ ਅਤੇ ਛੋਟੀਆਂ, ਜੋ ਸਾਡੇ ਮਿਸ਼ਨਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਸਾਡੀ ਮਦਦ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ, ਲਈ ਚੰਗੇ ਭਾਈਵਾਲਾਂ ਵਜੋਂ ਸੇਵਾ ਕਰਨ ਲਈ ਸਮਰਪਿਤ ਹਾਂ।

ਉਹਨਾਂ ਭਾਈਚਾਰਿਆਂ ਦਾ ਸਮਰਥਨ ਕਰਨਾ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਵਿੱਚ ਅਸੀਂ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹਾਂ। ਅਸੀਂ ਆਪਣੇ ਭਾਈਚਾਰਿਆਂ ਵਿੱਚ ਲੋਕਾਂ ਦਾ ਸਤਿਕਾਰ ਕਰਦੇ ਹਾਂ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਕਾਰੋਬਾਰਾਂ ਵਿੱਚ ਟਿਕਾਊ ਅਭਿਆਸਾਂ ਨੂੰ ਅਪਣਾ ਕੇ ਵਾਤਾਵਰਣ ਦੀ ਰੱਖਿਆ ਕਰਦੇ ਹਾਂ।

ਸ਼ੇਅਰਧਾਰਕਾਂ ਲਈ ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਦੇ ਮੁੱਲ ਪੈਦਾ ਕਰਨਾ, ਜੋ ਪੂੰਜੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੇ ਹਨ ਜੋ ਕੰਪਨੀਆਂ ਨੂੰ ਨਿਵੇਸ਼ ਕਰਨ, ਵਿਕਾਸ ਕਰਨ ਅਤੇ ਨਵੀਨਤਾ ਕਰਨ ਦੀ ਇਜਾਜ਼ਤ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਅਸੀਂ ਸ਼ੇਅਰਧਾਰਕਾਂ ਨਾਲ ਪਾਰਦਰਸ਼ਤਾ ਅਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਸਮੂਲੀਅਤ ਲਈ ਵਚਨਬੱਧ ਹਾਂ।

ਸਾਡਾ ਹਰੇਕ ਸਟੇਕਹੋਲਡਰ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ। ਅਸੀਂ ਆਪਣੀਆਂ ਕੰਪਨੀਆਂ, ਸਾਡੇ ਭਾਈਚਾਰਿਆਂ ਅਤੇ ਸਾਡੇ ਦੇਸ਼ ਦੀ ਭਵਿੱਖੀ ਸਫਲਤਾ ਲਈ, ਉਹਨਾਂ ਸਾਰਿਆਂ ਨੂੰ ਮੁੱਲ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨ ਲਈ ਵਚਨਬੱਧ ਹਾਂ।

ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਉਸ ਵਿਵਹਾਰ ਨੂੰ ਵਿਚਾਰਦੇ ਹੋ ਜਿਸਦੀ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਪੇਸ਼ੇਵਰ ਅਤੇ ਨਿੱਜੀ ਜੀਵਨ ਦੇਵਾਂ ਵਿੱਚ ਆਪਣੇ ਆਪ ਦੀ ਮੰਗ ਕਰਦੇ ਹੋ, ਤਾਂ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਨਾਲ ਇੱਕ ਦਾਰਸ਼ਨਿਕ ਗੱਲਬਾਤ ਕਰ ਰਹੇ ਹੋਵੋਗੇ ਉਹਨਾਂ ਵਿਵਹਾਰ ਦੇ ਨਿਯਮਾਂ ਬਾਰੇ ਜੋ ਤੁਸੀਂ ਬਰਕਰਾਰ ਰੱਖਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ - ਤੁਹਾਡੀ ਨੈਤਿਕਤਾ। ਤੁਸੀਂ ਇਹ ਫੈਸਲਾ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ ਕਿ ਤੁਹਾਨੂੰ ਹਮੇਸ਼ਾ ਆਪਣੇ ਪਰਿਵਾਰ, ਦੇਸ਼ਾਂ, ਗਾਹਕਾਂ, ਗਾਹਕਾਂ ਅਤੇ ਹਿੱਸੇਦਾਰਾਂ ਨਾਲ ਸੱਚ ਬੋਲਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਜੇਕਰ ਤੁਸੀਂ ਅਜਿਹਾ ਨਹੀਂ ਕਰ ਸਕਦੇ, ਤਾਂ ਤੁਹਾਡੇ ਕੋਲ ਇਸ ਦੇ ਬਹੁਤ ਵਧੀਆ ਕਾਰਨ ਹੋਣੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ। ਤੁਹਾਡੇ ਕੋਲ ਆਪਣੇ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਭਾਈਵਾਲਾਂ ਨੂੰ ਕਦੇ ਵੀ ਧੋਖਾ ਦੇਣ ਜਾਂ ਗੁੰਮਰਾਹ ਕਰਨ ਦਾ ਵਿਕਲਪ ਵੀ ਹੈ। ਤੁਸੀਂ ਇਹ ਵੀ ਫੈਸਲਾ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ ਕਿ ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਵਿੱਚ ਮੁਨਾਫਾ ਕਮਾਉਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ, ਤਾਂ ਤੁਹਾਨੂੰ ਆਉਣ ਵਾਲੇ ਸਾਰੇ ਪੈਸੇ ਦੀ ਲੋੜ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇਸ ਦੀ ਬਜਾਏ, ਤੁਹਾਡੇ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ ਹੋਰ ਹਿੱਸੇਦਾਰਾਂ ਨੂੰ ਉਹਨਾਂ ਦਾ ਇੱਕ ਹਿੱਸਾ ਦੇਣ ਲਈ ਕਾਫ਼ੀ ਕਮਾਈ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਉਹ ਜਿਹੜੇ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹਨ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹਨਾਂ ਨੇ ਤੁਹਾਡੀ ਮਦਦ ਕੀਤੀ ਹੈ ਜਾਂ ਤੁਹਾਡੀ ਫਰਮ ਦੁਆਰਾ ਕਿਸੇ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਛੂਹਿਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਇਹ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਨੈਤਿਕਤਾ ਦੁਆਰਾ ਹੈ ਕਿ ਉੱਦਮੀ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਕਾਨੂੰਨ ਦੀ ਪਾਲਣਾ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਗਾਹਕਾਂ, ਗਾਹਕਾਂ ਅਤੇ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਆਲੇ ਦੁਆਲੇ ਦੇ ਭਾਈਚਾਰੇ ਸਮੇਤ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਹਿੱਸੇਦਾਰਾਂ ਦਾ ਆਦਰ ਕਰਦੀਆਂ

ਹਨ। ਮਾਲਕ/ਸੰਸਥਾਪਕ ਦਾ ਹਰੇਕ ਸਟੇਕਹੋਲਡਰ ਨਾਲ ਵਧੀਆ ਅਤੇ ਲਾਭਕਾਰੀ ਰਿਸ਼ਤਾ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਕੋਈ ਵੀ ਉੱਦਮ ਸਫਲ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਦਾ ਜਦੋਂ ਤੱਕ ਸਟਾਕਧਾਰਕ ਅਤੇ ਹਿੱਸੇਦਾਰ ਇੱਕੋ ਪੰਨੇ 'ਤੇ ਨਾ ਹੋਣ। ਨੈਤਿਕ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਸੱਚਮੁੱਚ ਸਫਲ ਉੱਦਮ ਦੀ ਨੀਂਹ ਹਨ। ਕੋਨਿਆਂ ਨੂੰ ਕੱਟਣ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰਨਾ ਕਿਸੇ ਦੇ ਕਾਰੋਬਾਰ, ਵੱਕਾਰ ਅਤੇ ਭਵਿੱਖ ਦੀਆਂ ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ ਨੂੰ ਨੁਕਸਾਨ ਪਹੁੰਚਾਉਂਦਾ ਹੈ।

ਕਾਰਪੋਰੇਟ ਸਮਾਜਿਕ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀ (CSR) ਸ਼ਬਦ ਕਾਰਪੋਰੇਸ਼ਨਾਂ ਦੁਆਰਾ ਕੀਤੇ ਗਏ ਅਭਿਆਸਾਂ ਅਤੇ ਨੀਤੀਆਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਉਦੇਸ਼ ਵਿਸ਼ਵ 'ਤੇ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪਾਉਣਾ ਹੈ। ਸੀਐਸਆਰ ਦੇ ਪਿੱਛੇ ਮੁੱਖ ਵਿਚਾਰ ਕਾਰਪੋਰੇਸ਼ਨਾਂ ਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਮੁਨਾਫੇ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਹੋਰ-ਸਮਾਜਿਕ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਦਾ ਪਿੱਛਾ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਆਮ CSR ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਦੀਆਂ ਉਦਾਹਰਨਾਂ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ ਵਾਤਾਵਰਣਕ ਬਾਹਰੀਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਘੱਟ ਤੋਂ ਘੱਟ ਕਰਨਾ, ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਵਿੱਚ ਸਵੈਸੇਵੀਤਾ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਨਾ, ਅਤੇ ਚੈਰਿਟੀ ਲਈ ਦਾਨ ਕਰਨਾ।¹⁰

ਕਾਰਪੋਰੇਟ ਸਮਾਜਿਕ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀ (CSR) ਇੱਕ ਬਹੁਤ ਹੀ ਉੱਨਤ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਸੰਕਲਪ ਹੈ ਜੋ ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਦੇ ਟੀਚਿਆਂ ਅਤੇ ਮੁਨਾਫੇ ਨੂੰ ਤਰਜੀਹ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਪ੍ਰਸਿੱਧ ਹੋ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਕਾਨੂੰਨੀ ਅਤੇ ਨੈਤਿਕ ਮਾਪਦੰਡਾਂ ਤੋਂ ਉੱਪਰ ਅਤੇ ਪਰੇ ਜਾਣ ਵਾਲੇ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮਾਂ ਦੀ ਪਛਾਣ ਅਤੇ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਦੁਆਰਾ, ਕਾਰਪੋਰੇਟ ਸਮਾਜਿਕ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀ (CSR) ਹਿੱਸੇਦਾਰਾਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧਾਂ ਨੂੰ ਮੇਲ ਖਾਂਦਾ ਹੈ। ਕਾਰਪੋਰੇਟ ਸਮਾਜਿਕ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀ ਇੱਕ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਸੰਕਲਪ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਕੰਪਨੀਆਂ ਸਮਾਜਿਕ ਅਤੇ ਵਾਤਾਵਰਣ ਸੰਬੰਧੀ ਚਿੰਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਵਪਾਰਕ ਸੰਚਾਲਨ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਹਿੱਸੇਦਾਰਾਂ ਨਾਲ ਗੱਲਬਾਤ ਵਿੱਚ ਜੋੜਦੀਆਂ ਹਨ। ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਪਹੁੰਚ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨ ਲਈ ਧਿਆਨ ਨਾਲ ਅਧਿਐਨ, ਧੀਰਜ, ਅਤੇ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਸੰਭਵ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਦੇ ਨਾਲ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰਨ ਦੀ ਇੱਛਾ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਮੁੱਖ CSR ਪਹਿਲੂ: ਵਾਤਾਵਰਣ ਪ੍ਰਬੰਧਨ,

ਈਕੋ-ਕੁਸ਼ਲਤਾ, ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰ ਸੋਰਸਿੰਗ, ਹਿੱਸੇਦਾਰਾਂ ਦੀ ਸ਼ਮੂਲੀਅਤ, ਲੇਬਰ ਸਟੈਂਡਰਡ, ਅਤੇ ਕੰਮ ਕਰਨ ਦੀਆਂ ਸਥਿਤੀਆਂ, ਕਰਮਚਾਰੀ ਅਤੇ ਭਾਈਚਾਰਕ ਸਬੰਧ, ਸਮਾਜਿਕ ਬਰਾਬਰੀ, ਲਿੰਗ ਸੰਤੁਲਨ, ਮਨੁੱਖੀ ਅਧਿਕਾਰ, ਚੰਗਾ ਪ੍ਰਸ਼ਾਸਨ, ਅਤੇ ਭ੍ਰਿਸ਼ਟਾਚਾਰ ਵਿਰੋਧੀ ਉਪਾਅ।¹² ਹਰੇਕ ਸੀ.ਆਰ.ਐੱਸ. ਮੁੱਦੇ ਨੂੰ ਕਿਸੇ ਦੇ ਖਾਸ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੇ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ ਵਿਚਾਰਿਆ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਸੰਭਵ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਲਾਗੂ ਕੀਤਾ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਇੱਕ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਅਲੱਗ-ਥਲੱਗ ਵਿੱਚ ਸਫਲ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ। ਸਫਲਤਾ ਕੇਵਲ *CRS* ਦੇ ਹਰੇਕ ਪਹਿਲੂ ਨਾਲ ਵਧੀਆ ਸਬੰਧਾਂ ਦੇ ਨਾਲ ਹੀ ਸੰਭਵ ਹੈ।

ਪੂੰਜੀ ਅਤੇ ਬਾਜ਼ਾਰਾਂ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ, ਵਿਕਰੀ ਅਤੇ ਮੁਨਾਫ਼ੇ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ, ਕਾਰਜਾਂ ਤੋਂ ਲਾਗਤ ਦੀ ਬੱਚਤ, ਉਤਪਾਦਕਤਾ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ, ਸੇਵਾ ਦੀ ਗੁਣਵੱਤਾ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ, ਇੱਕ ਵਧੇਰੇ ਕੁਸ਼ਲ ਮਨੁੱਖੀ ਸਰੋਤ ਅਧਾਰ, ਬਿਹਤਰ ਬ੍ਰਾਂਡ ਚਿੱਤਰ ਅਤੇ ਪ੍ਰਤਿਸ਼ਠਾ, ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਵਫ਼ਾਦਾਰੀ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ, ਫੈਸਲੇ ਲੈਣ ਦੀਆਂ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ, ਅਤੇ ਜੋਖਮ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ ਇੱਕ ਸਹੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਲਾਗੂ ਕੀਤੇ *CSR* ਸੰਕਲਪ ਦੇ ਸਾਰੇ ਸੰਭਵ ਲਾਭ ਹਨ। ਕਾਰਪੋਰੇਟ ਸਮਾਜਿਕ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀ ਨੂੰ ਰਵਾਇਤੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਚਾਰ ਸ਼੍ਰੇਣੀਆਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡਿਆ ਗਿਆ ਹੈ: ਵਾਤਾਵਰਣ, ਪਰਉਪਕਾਰੀ, ਨੈਤਿਕ, ਅਤੇ ਆਰਥਿਕ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀ।

ਵਾਤਾਵਰਣ ਦੀ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀ ਇਸ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਨੂੰ ਜਿੰਨਾ ਸੰਭਵ ਹੋ ਸਕੇ ਵਾਤਾਵਰਣ ਦੇ ਅਨੁਕੂਲ ਵਿਵਹਾਰ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਕਾਰਪੋਰੇਟ ਸਮਾਜਿਕ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀ ਦੇ ਸਭ ਤੋਂ ਆਮ ਰੂਪਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਹੈ। ਕੁਝ ਕੰਪਨੀਆਂ ਅਜਿਹੀਆਂ ਪਹਿਲਕਦਮੀਆਂ ਦਾ ਹਵਾਲਾ ਦੇਣ ਲਈ "ਵਾਤਾਵਰਣ ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ" ਸ਼ਬਦ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ। ਜਿਹੜੀਆਂ ਕੰਪਨੀਆਂ ਵਾਤਾਵਰਣ ਦੀ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀ ਨੂੰ ਅਪਣਾਉਣ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ ਉਹ ਕਈ ਤਰੀਕਿਆਂ ਨਾਲ ਅਜਿਹਾ ਕਰ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ: ਪ੍ਰਦੂਸ਼ਣ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣਾ, ਗ੍ਰੀਨਹਾਊਸ ਗੈਸਾਂ ਦੇ ਨਿਕਾਸ, ਸਿੰਗਲ-ਯੂਜ਼ ਪਲਾਸਟਿਕ ਦੀ ਵਰਤੋਂ, ਪਾਣੀ ਦੀ ਖਪਤ, ਅਤੇ ਆਮ ਕੂੜਾ।¹³

ਨੈਤਿਕ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀ ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੈ ਕਿ ਕੋਈ ਸੰਸਥਾ ਨਿਰਪੱਖ ਅਤੇ ਨੈਤਿਕਤਾ ਨਾਲ ਕੰਮ ਕਰ ਰਹੀ ਹੈ। ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਜੋ ਨੈਤਿਕ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀ ਨੂੰ ਅਪਣਾਉਂਦੀਆਂ ਹਨ, ਉਹਨਾਂ ਦਾ ਉਦੇਸ਼

ਲੀਡਰਸ਼ਿਪ, ਨਿਵੇਸ਼ਕਾਂ, ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ, ਸਪਲਾਇਰਾਂ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਸਮੇਤ ਸਾਰੇ ਹਿੱਸੇਦਾਰਾਂ ਨਾਲ ਨਿਰਪੱਖ ਵਿਵਹਾਰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ ਹੈ।

ਪਰਉਪਕਾਰੀ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀ ਸੰਸਾਰ ਅਤੇ ਸਮਾਜ ਨੂੰ ਇੱਕ ਬਿਹਤਰ ਸਥਾਨ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਸਰਗਰਮੀ ਨਾਲ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ ਦਾ ਹਵਾਲਾ ਦਿੰਦਾ ਹੈ

ਆਰਥਿਕ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀ ਉਪਰੋਕਤ ਸੂਚੀਬੱਧ ਖੇਤਰਾਂ ਵਿੱਚ ਚੰਗਾ ਕਰਨ ਦੀ ਆਪਣੀ ਵਚਨਬੱਧਤਾ ਵਿੱਚ ਆਪਣੇ ਸਾਰੇ ਵਿੱਤੀ ਫੈਸਲਿਆਂ ਦਾ ਸਮਰਥਨ ਕਰਨ ਵਾਲੀ ਇੱਕ ਫਰਮ ਦਾ ਅਭਿਆਸ ਹੈ। ਅੰਤਮ ਟੀਚਾ ਸਿਰਫ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਮੁਨਾਫ਼ਾ ਕਮਾਉਣਾ ਨਹੀਂ ਹੈ, ਪਰ ਵਾਤਾਵਰਣ, ਲੋਕਾਂ ਅਤੇ ਸਮਾਜ 'ਤੇ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪਾਉਣਾ ਹੈ।

ਕਾਰਪੋਰੇਟ ਸਮਾਜਿਕ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀ ਦੀਆਂ ਪਹਿਲਕਦਮੀਆਂ, ਆਪਣੇ ਸੁਭਾਅ ਦੁਆਰਾ, ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਨੇਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ, ਸਰੋਤ ਉਤਪਾਦਾਂ ਜਾਂ ਹਿੱਸਿਆਂ ਨੂੰ ਨਿਯੁਕਤ ਕਰਨ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਕਰਨ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਮੁੱਲ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨ ਦੇ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਅਭਿਆਸਾਂ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰਨ ਲਈ ਮਜਬੂਰ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ।

ਸਮਾਜਿਕ ਉੱਦਮਤਾ ਉਹਨਾਂ ਉੱਦਮੀਆਂ ਦੁਆਰਾ ਸ਼ੁਰੂ ਕੀਤੇ ਉੱਦਮਾਂ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰਦੀ ਹੈ ਜੋ ਕਿਸੇ ਸਮਾਜਿਕ ਕਾਰਨ ਲਈ ਸਭ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਅਤੇ ਪ੍ਰਮੁੱਖ ਵਕੀਲ ਜਾਂ ਚੈਂਪੀਅਨ ਹਨ। ਹਾਲਾਂਕਿ, ਉਹ ਆਰਥਿਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਵਿਵਹਾਰਕ ਸੰਗਠਨ ਨੂੰ ਵਿਕਸਤ ਕਰਨ ਅਤੇ ਬਣਾਈ ਰੱਖਣ ਲਈ ਇੱਕ ਪਲੇਟਫਾਰਮ ਵਜੋਂ ਇਸ ਕਾਰਨ ਦਾ ਲਾਭ ਉਠਾਉਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹਨ। ਇਹ ਵਿਅਕਤੀ ਮੁੱਖ ਤੌਰ 'ਤੇ ਉੱਚ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ ਜਾਂ ਮਹਾਨ ਉਦੇਸ਼ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਅਤੇ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਉੱਦਮੀ ਦੀ ਇਹ ਨਵੀਂ ਨਸਲ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਦੀ ਸ਼ਕਤੀ, ਸਮਾਜ ਵਿੱਚ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਸਥਿਤੀ, ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਸਮਾਜਿਕ ਟੀਚਿਆਂ ਅਤੇ ਨਿੱਜੀ ਏਜੰਡੇ ਨੂੰ ਅੱਗੇ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਇੱਕ ਵਾਹਨ ਜਾਂ ਪਲੇਟਫਾਰਮ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਉੱਦਮ ਦੀ ਸੰਭਾਵੀ ਤਾਲਮੇਲ ਅਤੇ ਦੌਲਤ-ਸਿਰਜਣ ਸ਼ਕਤੀ ਦਾ ਲਾਭ ਉਠਾਉਂਦੀ ਹੈ। ਇਹਨਾਂ ਸਮਾਜਿਕ ਕਾਰਨਾਂ ਵਿੱਚ ਅਕਸਰ ਇੱਕ ਮਹਿੰਗੀ ਅਤੇ ਪੁਰਾਣੀ ਸਮਾਜਿਕ ਸਮੱਸਿਆ ਜਾਂ ਦਰਦ, ਇੱਕ ਸਮਾਜਿਕ ਗਲਤ ਜਾਂ ਬੇਇਨਸਾਫ਼ੀ ਦਾ ਹੱਲ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ

ਜਿਸ ਨੂੰ ਠੀਕ ਕੀਤਾ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ, ਜਾਂ ਇੱਕ ਵਿਸ਼ਵਵਿਆਪੀ ਮੁੱਦਾ ਜਿਸ ਨੂੰ ਸਮਾਜ ਜਾਂ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਦੁਆਰਾ ਅਣਗੌਲਿਆ ਜਾਂ ਹਾਸ਼ੀਏ 'ਤੇ ਰੱਖਿਆ ਗਿਆ ਹੈ।

ਸਮਾਜਿਕ ਉੱਦਮ ਲਈ ਉੱਦਮੀ-ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਲਾਭ ਹਨ, ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ:

a) ਸਮਾਜਿਕ ਉੱਦਮੀਆਂ ਲਈ ਵਿੱਤ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ ਦੂਜੇ ਕਾਰੋਬਾਰਾਂ ਨਾਲੋਂ ਅਕਸਰ ਆਸਾਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ, ਸਰਕਾਰ ਕਈ ਵੱਡੇ ਪ੍ਰੋਤਸਾਹਨ ਅਤੇ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮਾਂ ਦੀ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਦੇਸ਼ ਵਿੱਚ ਨਿਵੇਸ਼ ਉਦਯੋਗ ਦੇ ਨੈਤਿਕ ਚਰਿੱਤਰ ਦੇ ਕਾਰਨ, ਮਾਰਕੀਟ ਐਂਸਤ ਤੋਂ ਘੱਟ ਦਰਾਂ 'ਤੇ ਫੰਡ ਇਕੱਠੇ ਕਰਨਾ ਆਸਾਨ ਹੈ।

b) ਇਹਨਾਂ ਕਾਰੋਬਾਰਾਂ ਲਈ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਅਤੇ ਵਿਗਿਆਪਨ ਵੀ ਬਹੁਤ ਸਿੱਧੇ ਹਨ। ਕਿਉਂਕਿ ਇੱਕ ਸਮਾਜਿਕ ਸਮੱਸਿਆ ਨੂੰ ਇੱਕ ਹੱਲ ਨਾਲ ਸੰਬੋਧਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾ ਰਿਹਾ ਹੈ, ਇਸ ਪਹਿਲਕਦਮੀ ਲਈ ਜਨਤਾ ਅਤੇ ਮੀਡੀਆ ਦਾ ਧਿਆਨ ਖਿੱਚਣਾ ਆਸਾਨ ਹੈ। ਪ੍ਰਦਾਨ ਕੀਤੇ ਗਏ ਜਵਾਬ ਦੀ ਵਿਲੱਖਣਤਾ ਦੇ ਆਧਾਰ 'ਤੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਹੋਏ ਐਕਸਪੋਜ਼ਰ ਦਾ ਪੱਧਰ ਨਿਯਮਿਤ ਤੌਰ 'ਤੇ ਬਦਲਦਾ ਹੈ।

ਡਾ. ਜੇਮ ਜੌਹਨਸਨ ਇੱਕ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਹੈ ਜਿਸਨੇ 25 ਸਾਲਾਂ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸਮੇਂ ਤੋਂ ਖੇਤਰ ਦਾ ਅਧਿਐਨ ਕੀਤਾ ਹੈ। ਉਹ ਵੈਲਫੇਟ ਦੇ ਸੰਸਥਾਪਕ ਹਨ, ਜਿਸ ਨੇ ਇੱਕ ਦਰਜਨ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸਟਾਰਟ-ਅੱਪਸ ਨੂੰ ਫੰਡ ਦਿੱਤੇ ਅਤੇ ਲਾਂਚ ਕੀਤੇ ਹਨ। ਡਾ. ਜੌਹਨਸਨ ਨੇ ਦੱਸਿਆ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਸਮਾਜਿਕ ਉੱਦਮੀਆਂ ਦੀਆਂ ਚਾਰ ਸਭ ਤੋਂ ਆਮ ਕਿਸਮਾਂ ਨੂੰ ਕੀ ਮੰਨਦਾ ਹੈ।

1. ਕਮਿਊਨਿਟੀ ਸਮਾਜਿਕ ਉੱਦਮੀ

ਇਹ ਉੱਦਮੀ ਇੱਕ ਛੋਟੇ ਭੂਗੋਲਿਕ ਖੇਤਰ ਦੇ ਅੰਦਰ ਇੱਕ ਭਾਈਚਾਰੇ ਦੀਆਂ ਸਮਾਜਿਕ ਲੋੜਾਂ ਦੀ ਸੇਵਾ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਉੱਦਮੀ ਪਹਿਲਕਦਮੀਆਂ ਹਾਸ਼ੀਏ 'ਤੇ ਰਹਿ ਗਏ ਮੈਂਬਰਾਂ ਲਈ ਨੈਕਰੀ ਦੇ ਮੌਕੇ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਤੋਂ ਲੈ ਕੇ ਕਮਿਊਨਿਟੀ ਸੈਂਟਰ ਬਣਾਉਣ ਤੱਕ ਕੁਝ ਵੀ ਹੋ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ। ਇਸ ਪੈਮਾਨੇ 'ਤੇ ਸਮਾਜਿਕ ਉੱਦਮੀ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਵਿਅਕਤੀ ਜਾਂ ਛੋਟੇ ਸੰਗਠਨ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਮਾਈਕ੍ਰੋਫਾਈਨੈਂਸ ਲੋਨ ਇੱਕ ਉਦਾਹਰਣ ਹਨ - ਬੈਂਕਿੰਗ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚ ਤੋਂ ਬਿਨਾਂ ਸਥਾਨਕ ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਵਿੱਤੀ ਹੱਲ ਪੇਸ਼ ਕਰਨਾ

ਇਹ ਉੱਦਮੀ ਭਾਈਚਾਰੇ ਦੇ ਮੈਂਬਰਾਂ ਨਾਲ ਸਿੱਧੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਇਸਦਾ ਅਰਥ ਹੈ ਵਧੇਰੇ ਨਿਹਿਤ ਹਿੱਤ ਅਤੇ ਇੱਕ ਹੌਲੀ ਫੈਸਲੇ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ, ਪਰ ਇਹ ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਦੇ ਹੱਲਾਂ ਦੇ ਫਾਇਦੇ ਨਾਲ ਆਉਂਦੀ ਹੈ। ਸਮੁਦਾਏ ਦੇ ਮੈਂਬਰ ਅਤੇ ਸਥਾਨਕ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਦੇਵੇਂ ਹੀ ਉੱਦਮੀ ਦੀ ਸਿੱਧੀ ਸ਼ਮੂਲੀਅਤ ਤੋਂ ਬਿਨਾਂ ਵੀ ਇਸ ਪ੍ਰੋਜੈਕਟ ਨੂੰ ਟਿਕਾਊ ਤੌਰ 'ਤੇ ਜਾਰੀ ਰੱਖਣ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਰੱਖਦੇ ਹਨ।

2. ਗੈਰ-ਲਾਭਕਾਰੀ ਸਮਾਜਿਕ ਉੱਦਮੀ

ਇਹ ਉੱਦਮੀਆਂ ਦਾ ਧਿਆਨ ਸਮਾਜਿਕ 'ਤੇ ਕੇਂਦਰਿਤ ਹੈ, ਨਾ ਕਿ ਭੌਤਿਕ ਲਾਭ, ਭਾਵ ਉਹ ਰਵਾਇਤੀ ਵਪਾਰਕ ਲੋੜਾਂ ਨਾਲੋਂ ਸਮਾਜਿਕ ਭਲਾਈ ਨੂੰ ਤਰਜੀਹ ਦਿੰਦੇ ਹਨ। ਉਹ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੇ ਹੋਰ ਵਿਸਤਾਰ ਦੀ ਸਹੂਲਤ ਲਈ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਕਿਸੇ ਵੀ ਮੁਨਾਫ਼ੇ ਦਾ ਮੁੜ ਨਿਵੇਸ਼ ਕਰਦੇ ਹਨ।¹⁵

3. ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸਮਾਜਿਕ ਉੱਦਮੀ

ਇਹ ਲੋਕ ਅਜਿਹਾ ਕਾਰੋਬਾਰ ਬਣਾਉਣ 'ਤੇ ਕੇਂਦ੍ਰਿਤ ਹਨ ਜੋ ਸਮਾਜਿਕ ਲੋੜਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜੋ ਸਰਕਾਰਾਂ ਅਤੇ ਹੋਰ ਕਾਰੋਬਾਰ ਇਸ ਸਮੇਂ ਪੂਰੀਆਂ ਨਹੀਂ ਕਰ ਰਹੇ ਹਨ। ਪਰਿਵਰਤਨਸ਼ੀਲ ਸ਼੍ਰੇਣੀ ਅਕਸਰ ਉਹ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜੋ ਗੈਰ-ਮੁਨਾਫ਼ਾ ਕਾਫ਼ੀ ਸਮੇਂ ਅਤੇ ਵਾਧੇ ਦੇ ਨਾਲ ਵਿਕਸਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਉਹ ਨਿਯਮਾਂ ਅਤੇ ਨਿਯਮਾਂ ਦੇ ਨਾਲ ਵੱਡੀਆਂ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਬਣ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ - ਕਈ ਵਾਰ ਸਰਕਾਰੀ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਨਾਲ ਕੰਮ ਕਰਨ ਜਾਂ ਉਹਨਾਂ ਵਿੱਚ ਏਕੀਕ੍ਰਿਤ ਹੋਣ ਤੱਕ ਵਧਦੀਆਂ ਹਨ।¹⁵

4. ਗਲੋਬਲ ਸਮਾਜਿਕ ਉੱਦਮੀ

ਇਹ ਉੱਦਮੀ ਵਿਸ਼ਵ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਵੱਡੀਆਂ ਸਮਾਜਿਕ ਲੋੜਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਸਮਾਜਿਕ ਪ੍ਰਣਾਲੀਆਂ ਨੂੰ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਬਦਲਣ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਅਕਸਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਵੱਡੀਆਂ ਕੰਪਨੀਆਂ ਉਦੋਂ ਖਤਮ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਜਦੋਂ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਆਪਣੀ ਸਮਾਜਿਕ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀ ਦਾ ਅਹਿਸਾਸ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਸਿਰਫ਼ ਮੁਨਾਫ਼ੇ ਦੇ ਉਲਟ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਬਦਲਾਅ 'ਤੇ ਧਿਆਨ ਕੇਂਦਰਿਤ ਕਰਨਾ ਸ਼ੁਰੂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਉਹ ਥਾਂ ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਡੀ ਚੈਰਿਟੀ ਸੰਸਥਾਵਾਂ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਬਿਲ ਐਂਡ ਮੇਲਿੰਡਾ ਗੇਟਸ ਫਾਊਂਡੇਸ਼ਨ, ਖੜ੍ਹੀਆਂ ਹਨ।

ਸਵਾਲ ਵਿੱਚ ਵਿਸ਼ਵਵਿਆਪੀ ਲੋੜ ਸਿੱਖਿਆ ਤੱਕ ਮੁਫ਼ਤ ਪਹੁੰਚ ਤੋਂ ਲੈ ਕੇ ਸਾਫ਼ ਪਾਣੀ ਤੱਕ ਕੁਝ ਵੀ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਇੱਕ ਉੱਚਾ ਟੀਚਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਮਹਾਂਦੀਪਾਂ ਨੂੰ ਫੈਲਾਉਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਅਤੇ ਹਿੱਤਾਂ ਨੂੰ ਜੋੜਦਾ ਹੈ। ਹਾਲਾਂਕਿ, ਵਪਾਰ ਬੰਦ ਪੜਤਾਲ ਵਿੱਚ ਹੈ - ਜੇਕਰ ਗਲੋਬਲ ਸਮਾਜਿਕ ਉੱਦਮੀ ਲੋੜਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਅਸਫਲ ਰਹਿੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਲੋੜੀਂਦਾ ਸਮਰਥਨ ਇਕੱਠਾ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਤਾਂ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਅਸਫਲਤਾ ਦਾ ਛੋਟੇ ਸੰਗਠਨਾਂ ਨਾਲੋਂ ਵੱਡਾ ਪ੍ਰਭਾਵ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

ਇਹ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਕਾਰਨ ਨਾਲ ਜੁੜੀਆਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਇਸ ਨੂੰ ਵਾਪਰਨ ਲਈ ਹੋਰ ਸਮਾਜਿਕ ਉੱਦਮੀਆਂ ਨਾਲ ਕੰਮ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਜੇਕਰ ਤੁਸੀਂ ਹੋਰ ਸਮਾਜਿਕ ਉੱਦਮੀਆਂ ਨਾਲ ਜੁੜਦੇ ਹੋ ਅਤੇ ਸਮਾਜਿਕ ਮੁੱਦਿਆਂ ਨੂੰ ਹੱਲ ਕਰਨ ਲਈ ਇੱਕ ਵਿਸ਼ਵਵਿਆਪੀ

ਭਾਈਚਾਰਾ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹੋ ਤਾਂ ਤੁਸੀਂ ਇਹਨਾਂ ਉਚਾਈਆਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੀ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸੰਭਾਵਨਾ ਰੱਖਦੇ ਹੋ।¹⁵

ਸਮਾਜਿਕ ਕਾਰਨਾਂ ਲਈ ਜਨੂੰਨ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਪ੍ਰਗਟ ਕਰਨ ਲਈ ਢੁਕਵਾਂ ਢਾਂਚਾ ਦੇਣ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਸਮਾਜਿਕ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਨੂੰ ਹੱਲ ਕਰਨ ਲਈ ਇੱਕ ਉੱਦਮੀ ਪਹੁੰਚ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਨਾਲ ਵਧੇਰੇ ਸਫਲਤਾ ਮਿਲਦੀ ਹੈ।

ਸਮਾਜਿਕ ਉੱਦਮਤਾ ਦੀ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਵਾਤਾਵਰਣ ਉੱਦਮਤਾ ਇੱਕ ਅਰਥਪੂਰਨ ਅਤੇ ਲਾਭਕਾਰੀ ਸਮਾਜਿਕ ਕਾਰਨ ਦੀ ਵਕਾਲਤ ਕਰਦੀ ਹੈ ਜੋ ਆਰਥਿਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਵੀ ਵਿਵਹਾਰਕ ਹੈ। ਇਹ ਵਾਤਾਵਰਣ ਫੇਕਸ ਪਹਿਲਕਦਮੀਆਂ ਨਾਲ ਨਜਿੱਠਦਾ ਹੈ ਜੋ ਸਾਡੇ ਈਕੋਸਿਸਟਮ ਨੂੰ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਰੱਖਦੇ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸਾਫ਼ ਅਤੇ ਨਵਿਆਉਣਯੋਗ ਊਰਜਾ, ਰਹਿੰਦ-ਖੂੰਹਦ ਪ੍ਰਬੰਧਨ, ਜਲਵਾਯੂ ਪਰਿਵਰਤਨ ਦਾ ਮੁਕਾਬਲਾ ਕਰਨ ਲਈ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮ, ਪਾਣੀ ਦੀ ਸਪਲਾਈ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ, ਜੈਵ ਵਿਭਿੰਨਤਾ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ, ਅਤੇ ਵਾਤਾਵਰਣ ਦੇ ਵਿਗਾੜ ਅਤੇ ਜੰਗਲਾਂ ਦੀ ਕਟਾਈ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣਾ। ਇਹ ਪਹਿਲਕਦਮੀਆਂ ਵਪਾਰਕ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਤੋਂ ਵਿੱਤੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਸਹੀ ਹਨ ਅਤੇ, ਉਸੇ ਸਮੇਂ, ਪ੍ਰਦੂਸ਼ਿਤ, ਬਰਬਾਦ, ਨਸ਼ਟ ਨਹੀਂ ਕਰਦੀਆਂ, ਅਤੇ ਇੱਕ ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਵਾਤਾਵਰਨ ਪਦ-ਪ੍ਰਿੰਟ ਨਹੀਂ ਛੱਡਦੀਆਂ।

ਆਰਥਿਕ ਸਫਲਤਾ ਲਈ ਵਾਤਾਵਰਣ ਪ੍ਰਤੀ ਚੇਤੰਨ ਉੱਦਮੀ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹਨ। ਹਰੇ ਉੱਦਮੀਆਂ ਕੋਲ ਬੇਰੁਜ਼ਗਾਰੀ, ਗਰੀਬੀ, ਅਤੇ ਵਾਤਾਵਰਣ ਸੰਬੰਧੀ ਮੁੱਦਿਆਂ ਨੂੰ ਖਤਮ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਯੋਗਦਾਨ ਪਾਉਣ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਹੈ। ਦੂਜੇ ਕਾਰੋਬਾਰਾਂ ਦੇ ਮੁਕਾਬਲੇ, ਹਰੇ ਉੱਦਮੀ ਵਾਤਾਵਰਣ ਅਨੁਕੂਲ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਅਤੇ ਵਾਤਾਵਰਣ ਸੰਬੰਧੀ ਫਰਜ਼ਾਂ ਵਿੱਚ ਵੱਡੀ ਭੂਮਿਕਾ ਨਿਭਾਉਂਦੇ ਹਨ। ਹਰਿਆਲੀ ਉੱਦਮੀ ਵਾਤਾਵਰਣ ਅਨੁਕੂਲ ਤਕਨੀਕਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਕੇ ਹਰੇ ਕਾਰੋਬਾਰਾਂ ਦੀ ਕਾਸ਼ਤ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਉੱਦਮੀ ਸੰਕਲਪਾਂ ਦੇ ਗਿਆਨ ਦੁਆਰਾ, ਇੱਕ ਹਰਿਆਲੀ ਉੱਦਮੀ ਇੱਕ ਵਾਤਾਵਰਣ ਜਾਂ ਸਮਾਜਿਕ ਸਮੱਸਿਆ/ਲੋੜ ਨੂੰ ਜਾਣਬੁੱਝ ਕੇ ਹੱਲ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਵਾਤਾਵਰਣਕ ਉੱਦਮਤਾ ਵਿੱਚ ਟਿਕਾਊ ਉਤਪਾਦ ਡਿਜ਼ਾਈਨ ਨੂੰ ਸ਼ਾਮਲ ਕਰਨ ਦੇ ਕਈ ਤਰੀਕਿਆਂ ਵਿੱਚ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ:

ਡਿਜ਼ਾਈਨ ਦੀ ਗੰਝਲਤਾ ਨੂੰ ਘਟਾਓ - ਘੱਟ ਸਮੱਗਰੀਆਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰੋ ਅਤੇ ਟਿਕਾਊ ਸਮੱਗਰੀ ਨੂੰ ਬਦਲੋ

ਟਿਕਾਊ ਸਮੱਗਰੀ ਦੀ ਖਰੀਦ ਕਰੋ - ਅਜਿਹੇ ਸਰੋਤਾਂ ਦੀ ਚੋਣ ਕਰੋ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਕੱਢਣ ਨਾਲ ਆਲੇ ਦੁਆਲੇ ਦੇ ਵਾਤਾਵਰਣ ਨੂੰ ਨੁਕਸਾਨ ਨਾ ਹੋਵੇ ਅਤੇ ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਧ ਵਾਤਾਵਰਣ ਅਨੁਕੂਲ ਨਿਕਾਸੀ ਤਰੀਕਿਆਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰੋ।

ਸਮੱਗਰੀ ਘਟਾਓ - ਸਮੱਗਰੀ ਦੇ ਭਾਰ ਜਾਂ ਟ੍ਰਾਂਸਪੋਰਟ ਕੀਤੇ ਗਏ ਸਮਾਨ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣਾ

ਉਤਪਾਦਨ ਨੂੰ ਅਨੁਕੂਲ ਬਣਾਓ - ਨਿਰਮਾਣ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰੋ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਸੰਭਵ ਤੌਰ 'ਤੇ ਘੱਟ ਤੋਂ ਘੱਟ ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਵਾਤਾਵਰਣਕ ਨਤੀਜੇ ਹਨ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਖਤਰਨਾਕ ਰਸਾਇਣਕ ਡਿਸਚਾਰਜ, ਰਹਿੰਦ-ਖੂੰਹਦ ਅਤੇ ਨਿਕਾਸ।

ਵੰਡ ਨੂੰ ਵਧਾਓ - ਘੱਟ ਜਾਂ ਮੁੜ ਵਰਤੋਂ ਯੋਗ ਪੈਕੇਜਿੰਗ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰੋ, ਵਸਤੂਆਂ ਨੂੰ ਵਧੇਰੇ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਟ੍ਰਾਂਸਪੋਰਟ ਕਰੋ ਅਤੇ ਵੰਡੋ

ਆਪਣੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਨੂੰ ਘਟਾਓ - ਆਪਣੀ ਉਰਜਾ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਘਟਾਓ ਅਤੇ ਸੂਰਜੀ ਜਾਂ ਪੌਣ ਉਰਜਾ ਵਰਗੇ ਹਰੇ ਉਰਜਾ ਸਰੋਤਾਂ 'ਤੇ ਜਾਓ।

ਜੀਵਨ ਨੂੰ ਲੰਮਾ ਕਰੋ - ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਟਿਕਾਊਤਾ ਅਤੇ ਭਰੋਸੇਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਵਧਾਓ, ਮੁਰੰਮਤ ਸੇਵਾਵਾਂ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰੋ, ਅਤੇ ਟੁੱਟੀਆਂ ਜਾਂ ਬੇਲੋੜੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਨੂੰ ਦੁਬਾਰਾ ਤਿਆਰ ਕਰੋ

ਰੱਦੀ ਪ੍ਰਬੰਧਨ - ਰੀਸਾਈਕਲਿੰਗ ਅਤੇ ਮੁੜ ਵਰਤੋਂ ਦੀਆਂ ਪਹਿਲਕਦਮੀਆਂ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨਾ। ਉਤਪਾਦਾਂ ਨੂੰ ਰੀਸਾਈਕਲ ਕਰੋ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦਾ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਢੰਗ ਨਾਲ ਨਿਪਟਾਰਾ ਕਰੋ।

ਵਾਤਾਵਰਣ ਸੰਬੰਧੀ ਉੱਦਮਤਾ (ਉਰਫ਼ "ਈਕੋਪ੍ਰੀਨਿਓਰਸ਼ਿਪ") ਨੂੰ ਉਦਮੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਵਜੋਂ ਵਰਣਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜੋ ਵਾਤਾਵਰਣ ਸੰਬੰਧੀ ਮੁੱਦਿਆਂ ਨੂੰ ਹੱਲ ਕਰਨ ਜਾਂ

ਸਥਿਰਤਾ ਨਾਲ ਕੰਮ ਕਰਨ ਵਾਲੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਨੂੰ ਸਥਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਵਰਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਵਕੰਸ਼ 1990 ਦੇ ਦਹਾਕੇ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਸਿੱਧ ਹੋ ਗਿਆ ਸੀ। ਇੰਟਰਨੈੱਟ 'ਤੇ ਈਕੋ-ਉੱਦਮਤਾ ਦੀਆਂ ਕਈ ਉਦਾਹਰਣਾਂ ਵਿੱਚ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ:

- ਇੱਕ ਮਕਸਦ ਨਾਲ ਬਲੋਗਿੰਗ
- ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਦਾ ਪ੍ਰਭਾਵ
- ਪੇਡਕਾਸਟਿੰਗ
- ਇੱਕ ਇਲੈਕਟ੍ਰਾਨਿਕ ਕਿਤਾਬ ਜਾਂ ਆਡੀਓਬੁੱਕ ਬਣਾਉਣਾ
- ਇੱਕ ਡਿਜੀਟਲ ਉਤਪਾਦ ਜਾਂ ਸਿਖਲਾਈ ਕੋਰਸ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰਨਾ
- ਇੱਕ ਐਪਲੀਕੇਸ਼ਨ ਜਾਂ SaaS (ਇੱਕ ਸੇਵਾ ਦੇ ਤੌਰ ਤੇ ਸਾਫਟਵੇਅਰ) ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਕਰਨਾ

ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਮੁਕਾਬਲਾ ਕਰਨ ਵਾਲੀਆਂ ਰਣਨੀਤੀਆਂ ਵਿੱਚੋਂ ਆਪਣੀ ਚੋਣ ਕਰਦੇ ਹੋ, ਤਾਂ ਵਿਚਾਰ ਕਰੋ: ਸਮਾਂ, ਕੋਸ਼ਿਸ਼, ਜੋਖਮ, ਉਪਲਬਧ ਨਕਦੀ, ਅਤੇ ਨਿਵੇਸ਼ਕਾਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧਾਂ ਦੀ ਕਿਸਮ। ਸਥਿਰਤਾ ਕਿਰਿਆਵਾਂ ਅਤੇ ਜੀਵਨ ਦੇ ਇੱਕ ਢੰਗ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧਿਤ ਹੈ ਜੋ ਭਵਿੱਖ ਦੀਆਂ ਪੀੜ੍ਹੀਆਂ ਦੀ ਨਿਰੰਤਰਤਾ ਨੂੰ ਮੰਨਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਨੈਤਿਕ/ਨੈਤਿਕ ਕੰਮ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਡੂੰਘੀ ਜੜ੍ਹ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਅਜਿਹੀਆਂ ਕਾਰਵਾਈਆਂ ਕਰਨਾ ਬੇਇਨਸਾਫੀ ਹੈ ਜੇ ਮੌਜੂਦਾ ਪੀੜ੍ਹੀ ਨੂੰ ਲਾਭ ਪਹੁੰਚਾਉਂਦੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਆਉਣ ਵਾਲੀਆਂ ਪੀੜ੍ਹੀਆਂ ਨੂੰ ਨੁਕਸਾਨ ਪਹੁੰਚਾਉਂਦੀਆਂ ਹਨ। ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਇੱਕ ਟਿਕਾਊ ਉੱਦਮੀ ਵੀ ਇਸ ਦੁਆਰਾ ਚਲਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇੱਕ ਕਾਰੋਬਾਰ ਨੂੰ ਚਲਾਉਣ ਅਤੇ ਚਲਾਉਣ ਲਈ ਇੱਕ ਸਮਾਜਿਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰ ਪਹੁੰਚ ਦਾ ਵਕੀਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਨਵਿਆਉਣਯੋਗ ਅਤੇ ਆਸਾਨੀ ਨਾਲ ਉਪਲਬਧ ਸਰੋਤਾਂ ਦੀ ਆਰਥਿਕ ਸੰਭਾਵਨਾ ਦਾ ਲਾਭ ਉਠਾਉਂਦੇ ਹੋਏ ਸੰਸਾਰ ਵਿੱਚ ਮੁੱਲ ਜੋੜਨ ਲਈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਇਹ ਕੰਮ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਹਾਲਾਂਕਿ, ਟਿਕਾਊਤਾ ਦਾ ਮਤਲਬ ਸਿਰਫ ਵਾਤਾਵਰਣ ਪ੍ਰਤੀ ਜਾਗਰੂਕਤਾ ਤੋਂ ਵੱਧ ਹੈ। ਸਥਿਰਤਾ ਦੀ ਇੱਕ ਸਧਾਰਨ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਇੱਕ ਖਾਸ ਦਰ ਜਾਂ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਬਣਾਈ ਰੱਖਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਹੈ। ਇਸਦਾ

ਅਰਥ ਹੈ ਨਾ ਸਿਰਫ ਵਾਤਾਵਰਣ, ਬਲਕਿ ਕੁਦਰਤੀ ਸਰੋਤ, ਮਨੁੱਖੀ ਵਸੀਲੇ, ਉਤਪਾਦ ਸਪਲਾਈ ਚੇਨ, ਅਤੇ ਕਈ ਸੰਬੰਧਿਤ ਸੰਕਲਪਾਂ। ਸਥਿਰਤਾ ਦੇ ਸੰਦਰਭ ਵਿੱਚ, ਟਿਕਾਊ ਉੱਦਮਤਾ ਵਪਾਰਕ ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ ਦੀ ਖੋਜ, ਸਿਰਜਣਾ ਅਤੇ ਸੋਸ਼ਣ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਜੋ ਸਮਾਜ ਵਿੱਚ ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਲਾਭ ਪਹੁੰਚਾਉਂਦੀਆਂ ਹਨ ਜਦੋਂ ਕਿ ਉੱਦਮ ਲਈ ਸਮਾਜਿਕ ਅਤੇ ਵਾਤਾਵਰਣਕ ਲਾਭ ਵੀ ਪੈਦਾ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ। "ਟਿਕਾਊਤਾ" ਦਾ ਕੀ ਅਰਥ ਹੈ? ਇਸ ਸੰਕਲਪ ਦੀਆਂ ਜੜ੍ਹਾਂ ਸਥਿਰਤਾ ਦੀਆਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ 'ਤੇ ਬਣੀਆਂ ਹੋਈਆਂ ਹਨ, ਜੋ ਕਿ ਇਸ ਦੇ ਪ੍ਰਤੀਕ ਦੇ ਬੁਨਿਆਦੀ ਹਨ। ਇਸਦੇ ਕਾਰਨ, ਸਥਿਰਤਾ ਤਿੰਨ ਥੰਮ੍ਹਾਂ 'ਤੇ ਬਣੀ ਹੋਈ ਹੈ: ਆਰਥਿਕਤਾ, ਸਮਾਜ ਅਤੇ ਵਾਤਾਵਰਣ (ਜਾਂ ਵਾਤਾਵਰਣਵਾਦ)। ਇਹਨਾਂ ਸੰਕਲਪਾਂ ਨੂੰ ਗੈਰ ਰਸਮੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਲਾਭ, ਲੋਕ ਅਤੇ ਵਾਤਾਵਰਣ ਵਜੋਂ ਵੀ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਵਿਲੱਖਣ ਪਹੁੰਚ, ਜੋ ਭਵਿੱਖ ਦੀਆਂ ਪੀੜ੍ਹੀਆਂ ਦੀ ਭਲਾਈ 'ਤੇ ਧਿਆਨ ਕੇਂਦ੍ਰਤ ਕਰਨ ਦੇ ਨਾਲ ਆਰਥਿਕ, ਸਮਾਜਿਕ ਅਤੇ ਵਾਤਾਵਰਣਕ ਲਾਭਾਂ ਦੇ ਵਿਕਾਸ ਨੂੰ ਜੋੜਦੀ ਹੈ, ਨੂੰ ਟਿਕਾਊ ਕਾਰੋਬਾਰ ਲਈ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਯੋਗਦਾਨ ਮੰਨਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਵਾਤਾਵਰਣ ਅਤੇ ਸਮਾਜਿਕ ਮੁੱਦਿਆਂ ਨੂੰ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖਣ ਵਾਲੀਆਂ ਕੰਪਨੀਆਂ ਨੂੰ ਨਵੀਨਤਾਕਾਰੀ ਵਜੋਂ ਦੇਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਸਸਟੇਨੇਬਲ ਰਣਨੀਤੀਆਂ ਸੰਭਾਵਿਤ ਨੁਕਸ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ, ਘਟਾਉਣ ਅਤੇ ਡਿਜ਼ਾਈਨ ਕਰਨ ਦੁਆਰਾ ਇੱਕ ਸੰਗਠਨ ਦੇ ਪੂਰੇ ਜੋਖਮ ਪ੍ਰੋਫਾਈਲ ਨੂੰ ਬਦਲਣ ਦਾ ਇੱਕ ਸਾਧਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ ਜੋ ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੀ ਸੰਸਥਾ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਵਿੱਚ ਰੁਕਾਵਟ ਬਣ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ।

ਟਿਕਾਊ ਵਿਕਾਸ ਲਈ ਪੰਜ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਉਪਾਅ ਕਰਨੇ ਹਨ।

(1) ਤਕਨਾਲੋਜੀ; (2) ਘਟਾਓ, ਮੁੜ ਵਰਤੋਂ ਅਤੇ ਰੀਸਾਈਕਲ ਪਹੁੰਚ; (3) ਵਾਤਾਵਰਨ ਸਿੱਖਿਆ ਅਤੇ ਜਾਗਰੂਕਤਾ; (4) ਢੇਣ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਸਰੋਤ ਦੀ ਵਰਤੋਂ; ਅਤੇ (5) ਸਮਾਜਿਕ, ਸੱਭਿਆਚਾਰਕ ਅਤੇ ਆਰਥਿਕ ਪਹਿਲੂਆਂ ਸਮੇਤ ਜੀਵਨ ਦੀ ਗੁਣਵੱਤਾ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ ਕਰਨਾ। ਦਿੱਤੀ ਗਈ ਦਰ ਜਾਂ ਗਤੀਵਿਧੀ ਦੇ ਪੱਧਰ ਨੂੰ ਕਾਇਮ ਰੱਖਣ ਦੀ

ਯੋਗਤਾ ਸਥਿਰਤਾ ਦੀ ਇੱਕ ਸਿੱਧੀ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਹੈ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਸਿਰਫ ਵਾਤਾਵਰਨ ਹੀ ਨਹੀਂ, ਸਗੋਂ ਕੁਦਰਤੀ ਸਰੋਤ, ਮਨੁੱਖੀ ਵਸੀਲੇ, ਉਤਪਾਦ ਸਪਲਾਈ ਨੈੱਟਵਰਕ, ਅਤੇ ਵਾਤਾਵਰਨ ਨਾਲ ਜੁੜੇ ਕਈ ਹੋਰ ਵਿਚਾਰ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ। ਇੱਕ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਦੁਆਰਾ ਵਿਸ਼ਿਆਂ ਦੀ ਇੱਕ ਵਿਆਪਕ ਕਿਸਮ 'ਤੇ ਵਿਚਾਰ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇਗਾ ਜੋ ਸਥਿਰਤਾ ਦੇ ਆਲੇ ਦੁਆਲੇ ਦੀਆਂ ਚੁਣੌਤੀਆਂ ਪ੍ਰਤੀ ਸੁਚੇਤ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨਾਂ ਵਿੱਚ ਬਿਜਲੀ ਜਾਂ ਪਾਣੀ ਦੀ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨਾ, ਸਪਲਾਇਰ ਵਿਭਿੰਨਤਾ/ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰ ਸੋਰਸਿੰਗ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮਾਂ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਹੋਣਾ, ਜਾਂ ਕਰਮਚਾਰੀ ਤੰਦਰੁਸਤੀ ਪ੍ਰੋਗਰਾਮਾਂ ਲਈ ਵਿੱਤੀ ਸਹਾਇਤਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨਾ ਸ਼ਾਮਲ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਇਹ ਹੇਠਾਂ ਆਉਂਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਸਥਿਰਤਾ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਥੋੜ੍ਹੇ ਸਮੇਂ ਦੀ ਬਜਾਏ ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਸੋਚਣ ਬਾਰੇ ਹੈ। ਇੱਕ ਟਿਕਾਊ ਉੱਦਮੀ ਨਵੀਂ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ ਦੀ ਖੋਜ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਸਮਾਜ ਦੇ ਲੋਕਾਂ ਲਈ ਸਮਾਜਿਕ ਅਤੇ ਵਾਤਾਵਰਣਕ ਲਾਭ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਨਾਲ ਹੀ ਆਪਣੇ ਲਈ ਮੁਨਾਫ਼ਾ ਵੀ। ਅਜਿਹੀਆਂ ਖੋਜਾਂ ਕਰਨ ਲਈ ਖੁੱਲ੍ਹੇ ਦਿਮਾਗ, ਚੰਗੀ ਖੋਜ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਲੋਕਾਂ ਤੋਂ ਸਹਾਇਤਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜੋ ਪਹਿਲਾਂ ਹੀ ਸਫਲ ਉੱਦਮੀ ਹਨ।

ਅਸੀਂ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਕਦਰਾਂ-ਕੀਮਤਾਂ ਦਾ ਸਨਮਾਨ ਕਰਨ ਲਈ ਚੁਣਦੇ ਹਾਂ, ਉਹ ਸਾਡੇ ਆਪ ਦਾ ਤੱਤ ਹਨ, ਅਤੇ ਅਸੀਂ ਜਿੱਥੇ ਵੀ ਰਹਿੰਦੇ ਹਾਂ, ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹਾਂ ਅਤੇ ਖੇਡਦੇ ਹਾਂ, ਅਸੀਂ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਨਾਲ ਲੈ ਜਾਂਦੇ ਹਾਂ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਅਸੀਂ ਨੋਟ ਕੀਤਾ ਹੈ, ਤੁਹਾਡੇ ਦੁਆਰਾ ਚੁਣਿਆ ਗਿਆ ਉੱਦਮੀ ਮਾਰਗ ਤੁਹਾਡੀਆਂ ਕਦਰਾਂ-ਕੀਮਤਾਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ, ਭਾਵੇਂ ਤੁਸੀਂ ਮੁਨਾਫ਼ੇ ਲਈ ਜਾਂ ਗੈਰ-ਲਾਭਕਾਰੀ ਸੰਸਥਾ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹੋ। ਇਹ ਵੀ ਸੰਭਵ ਹੈ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਇੱਕ ਮੁਨਾਫ਼ੇ ਲਈ ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਸਥਾਪਨਾ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ ਅਤੇ ਗੈਰ-ਲਾਭਕਾਰੀ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਆਪਣੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਜਾਂ ਤੁਹਾਡੀ ਫਰਮ ਦੀ ਤਰਫ਼ੋਂ ਵਿਆਪਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਸਵੈਸੇਵੀ ਬਣ ਸਕਦੇ ਹੋ। ਤੁਹਾਡਾ ਉੱਦਮੀ ਮਾਰਗ ਜੋ ਵੀ ਹੋਵੇ, ਇਹ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਰਹਿੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਤੁਹਾਡੀਆਂ ਚੰਗੀਆਂ ਮੰਨੀਆਂ ਜਾਣ ਵਾਲੀਆਂ ਕਦਰਾਂ-ਕੀਮਤਾਂ ਨੂੰ ਦੂਜਿਆਂ ਦੁਆਰਾ ਘੱਟ ਨਾ ਹੋਣ ਦਿਓ ਜੋ ਵਫ਼ਾਦਾਰੀ ਜਾਂ ਮਿਹਨਤੀਤਾ ਨੂੰ ਇਨਾਮ ਨਹੀਂ ਦਿੰਦੇ, ਉਦਾਹਰਣ ਵਜੋਂ।¹⁶

ਤੁਹਾਡੇ ਮੁੱਲਾਂ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰਨਾ:

ਆਪਣੇ ਨਿੱਜੀ ਮੁੱਲਾਂ ਨੂੰ ਲੱਭਣਾ:

1. ਉਹਨਾਂ ਸਾਰੇ ਮੁੱਲਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਪੰਜ ਸਭ ਤੋਂ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਮੁੱਲ ਚੁਣੋ ਜੋ ਤੁਹਾਡੇ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹਨ (ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਸੱਚਾਈ, ਇਮਾਨਦਾਰੀ, ਵਫ਼ਾਦਾਰੀ, ਨਿਰਪੱਖਤਾ, ਸਨਮਾਨ, ਉਮੀਦ, ਅਤੇ ਹੋਰ)। ਹੇਠਾਂ ਲਿਖੋ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਕਿੱਥੇ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਕਰਦੇ ਹੋ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਉਸ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਹਰੇਕ ਮੁੱਲ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ਹੈ (ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਪਰਿਵਾਰ, ਸਕੂਲ, ਖੇਡ ਟੀਮ, ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਭਾਈਚਾਰਾ, ਕੰਮ)।
3. ਤੁਹਾਡੇ ਦੁਆਰਾ ਪਛਾਣੇ ਗਏ ਹਰੇਕ ਮੁੱਲ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਇੱਕ ਅਸਲ ਜਾਂ ਸੰਭਾਵੀ ਰੁਕਾਵਟ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰੋ ਜਿਸਦਾ ਤੁਸੀਂ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ। ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸੰਭਵ ਹੱਦ ਤੱਕ, ਸਪੱਸ਼ਟ ਹੋਵੋ।
4. ਹਰੇਕ ਮੁੱਲ ਦੇ ਸਮਰਥਨ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਖਾਸ ਕਾਰਵਾਈ ਲਈ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀ ਮੰਨ ਲਓ, ਇੱਥੇ ਵੀ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ।

ਉੱਦਮੀਆਂ ਨੂੰ ਇਮਾਨਦਾਰੀ, ਉਤਸ਼ਾਹ, ਦ੍ਰਿੜ੍ਹ ਇਰਾਦੇ, ਅਤੇ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਵਰਗੀਆਂ ਨਿੱਜੀ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਕੋਈ ਵੀ ਹੰਕਾਰੀ, ਹੰਕਾਰੀ, ਖਾਰਜ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਅਤੇ ਹੰਕਾਰੀ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਨਾਲ ਵਪਾਰ ਨਹੀਂ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦਾ। ਹਰੇਕ ਉੱਦਮੀ ਯਤਨ ਉੱਦਮੀ ਦੇ ਨਿੱਜੀ ਮੁੱਲਾਂ, ਰਵੱਈਏ ਅਤੇ ਵਿਸ਼ਵਾਸਾਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਵਪਾਰਕ ਮੁੱਲ ਮਨੁੱਖੀ ਗੁਣ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਇਮਾਨਦਾਰੀ, ਲਗਨ, ਦ੍ਰਿੜ੍ਹਤਾ, ਨਵੀਨਤਾ, ਸਤਿਕਾਰ, ਉਤਸ਼ਾਹ, ਅਤੇ ਨਿਰਪੱਖਤਾ। ਮੁੱਲ ਵਿਚਾਰ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਫੈਸਲਿਆਂ ਦੁਆਰਾ ਉੱਦਮੀਆਂ ਦੀ ਉੱਦਮੀ ਸਫਲਤਾ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਤ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਕਿਉਂਕਿ ਇੱਕ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਦੀ ਨਿੱਜੀ ਮੁੱਲ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦਾ ਇਸ ਗੱਲ 'ਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਘਟਨਾਵਾਂ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਸਮਝਦਾ ਹੈ, ਮੁੱਦਿਆਂ ਨੂੰ ਹੱਲ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਫੈਸਲੇ ਲੈਂਦਾ ਹੈ, ਨਿੱਜੀ ਸਬੰਧਾਂ ਨੂੰ ਵਿਕਸਤ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਸਫਲਤਾ ਨੂੰ ਸਮਝਦਾ ਹੈ, ਅਤੇ ਪ੍ਰਸ਼ਾਸਨਿਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਆਲੋਚਨਾਤਮਕ ਮੁੱਲਾਂ ਵਿੱਚ ਦ੍ਰਿੜ੍ਹਤਾ, ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀ, ਨਤੀਜੇ-ਅਧਾਰਿਤ ਵਿਵਹਾਰ, ਜਨੂੰਨ, ਸਹਿਯੋਗ, ਅਨੁਕੂਲਤਾ, ਸਤਿਕਾਰ ਅਤੇ ਹਮਦਰਦੀ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ। ਇੱਕ ਉੱਦਮੀ ਸਥਿਤੀ ਨਾਲੋਂ ਤੁਹਾਡੇ ਨਿੱਜੀ ਵਿਸ਼ਵਾਸਾਂ ਅਤੇ ਮਿਸ਼ਨ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰਨ ਲਈ ਕੋਈ ਵਧੀਆ ਮਾਹੌਲ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਦਾ। ਸਿਰਫ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਦੇ ਆਧਾਰ 'ਤੇ ਸਟਾਰਟਅੱਪ ਨੂੰ ਕਾਇਮ ਨਹੀਂ

ਰੱਖਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ। ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਅਸਲ ਵਿੱਚ ਕਿਸੇ ਵੀ ਹੋਰ ਕਿਸਮ ਦੇ ਯਤਨਾਂ ਨਾਲੋਂ ਯਥਾਰਥਵਾਦੀ ਜਵਾਬਾਂ ਅਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਉੱਦਮੀ ਅਕਸਰ ਇੱਕ ਉਤਪਾਦ ਜਾਂ ਸੇਵਾ ਦੀ ਖੋਜ ਕਰਕੇ ਸ਼ੁਰੂਆਤ ਕਰਦੇ ਹਨ ਜੋ ਜਾਂ ਤਾਂ ਦਿੱਤੇ ਬਾਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਦੁਰਲੱਭ ਹੈ ਜਾਂ ਭਰਪੂਰ ਪਰ ਮਹਿੰਗਾ ਜਾਂ ਭਰੋਸੇਯੋਗ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਸਮੁੱਚੀ ਮਾਰਗਦਰਸ਼ਕ ਸ਼ਕਤੀ ਜੋ ਸਟਾਰਟਅਪ ਨੂੰ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ, ਫਿਰ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਮਿਸ਼ਨ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨਾ ਹੈ, ਜੋ ਫਰਮ ਦੀ ਪ੍ਰਾਇਮਰੀ ਦਿਸ਼ਾ ਦੇ ਇੱਕ ਵੱਡੇ ਹਿੱਸੇ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਘੱਟ ਸੇਵਾ ਵਾਲੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਪਛਾਣ, ਕਾਰਜਾਂ ਦੀ ਭੂਗੋਲਿਕ ਸਥਿਤੀ, ਅਤੇ ਭਾਈਵਾਲਾਂ, ਸਪਲਾਇਰਾਂ, ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਅਤੇ ਵਿੱਤ ਜੋ ਕੰਪਨੀ ਨੂੰ ਜ਼ਮੀਨ ਤੋਂ ਉਤਰਨ ਅਤੇ ਫਿਰ ਵਿਸਤਾਰ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਸਹਾਇਤਾ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਜਿਵੇਂ ਕਿਸੇ ਵਿਅਕਤੀ ਦਾ ਮਿਸ਼ਨ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਸਮੇਂ ਦੇ ਨਾਲ ਵਿਕਸਤ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਉਸੇ ਤਰ੍ਹਾਂ ਬਦਲਦੇ ਹਾਲਾਤਾਂ, ਉਦਯੋਗ ਦੀ ਤਰੱਕੀ, ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆਂ ਮੰਗਾਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਣ ਲਈ ਕੰਪਨੀ ਦਾ ਮਿਸ਼ਨ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਵਪਾਰ ਕੁਨੈਕਸ਼ਨਾਂ ਬਾਰੇ ਹੈ, ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਪਰਸਪਰ ਕ੍ਰਿਆਵਾਂ ਦੀ ਤਾਕਤ ਸਾਡੇ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਸਵੀਕਾਰ ਕਰਨ ਅਤੇ ਦੂਜਿਆਂ ਲਈ ਹਮਦਰਦੀ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਇਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਨਿਮਰਤਾ ਅਤੇ ਬਹਾਦਰੀ ਦੇ ਗੁਣਾਂ ਦੁਆਰਾ ਪਾਲਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਜੀਵਨ ਦਾ ਐੱਖਾ ਪਰ ਜ਼ਰੂਰੀ ਕਰਤੱਵ ਦੋਹਾਂ ਦਾ ਅਭਿਆਸ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਇਹ ਇੱਕੋ ਇੱਕ ਤਰੀਕਾ ਹੈ - ਅਤੇ ਸੰਭਵ ਤੌਰ 'ਤੇ ਇੱਕੋ ਇੱਕ ਤਰੀਕਾ ਹੈ - ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਅਸੀਂ ਮਨੁੱਖੀ ਅਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਪੇਸ਼ੇਵਰ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਾਂ। ਜੇ ਅਸੀਂ ਕਹਿੰਦੇ ਹਾਂ ਅਤੇ ਜੇ ਅਸੀਂ ਕਰਦੇ ਹਾਂ, ਉਸ ਵਿੱਚ ਇਕਸਾਰਤਾ ਬਣਾਈ ਰੱਖਣਾ, ਜਿਸਨੂੰ ਅਕਸਰ ਇਮਾਨਦਾਰੀ ਵਜੋਂ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਇੱਕ ਉੱਚ ਕੀਮਤੀ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਹੈ। ਇਮਾਨਦਾਰੀ ਨਾਲ ਕੰਮ ਕਰਨ ਦੁਆਰਾ, ਅਸੀਂ ਨੈਤਿਕ ਸਿਧਾਂਤਾਂ ਦੇ ਇੱਕ ਸਮੂਹ ਲਈ ਇੱਕ ਮਜ਼ਬੂਤ ਵਚਨਬੱਧਤਾ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਿਤ ਕਰਦੇ ਹਾਂ ਜੋ ਸਾਨੂੰ ਪਿਆਰੇ ਹਨ।

ਸਫਲ ਸ਼ੁਰੂਆਤ ਦੀ ਇੱਕ ਕਾਫ਼ੀ ਆਮ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗੀ ਮਾਨਸਿਕਤਾ ਵਾਲੇ ਕ੍ਰਿਸਮਈ, ਸੰਚਾਲਿਤ ਸੰਸਥਾਪਕ ਹੈ। ਆਖ਼ਰਕਾਰ, ਇੱਕ ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਨੇਤਾ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨ ਵਾਲੀਆਂ ਅਟੱਲ ਨਿਰਾਸ਼ਾਵਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਲੰਘਣ ਲਈ ਇੱਕ ਮੋਟੀ ਚਮੜੀ ਅਤੇ

ਸ਼ਕਤੀਸ਼ਾਲੀ ਹਉਮੈ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਅਕਸਰ, ਹਾਲਾਂਕਿ, ਕੰਪਨੀਆਂ ਇਹ ਖੋਜਦੀਆਂ ਹਨ ਕਿ ਇੱਕ ਵੱਖਰੀ ਲੀਡਰਸ਼ਿਪ ਨੈਤਿਕਤਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਵਧਦੀਆਂ ਹਨ। ਕੀ ਉੱਦਮੀ ਅਜੇ ਵੀ ਸਫਲ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ ਜੇਕਰ ਉਹਨਾਂ ਨੇ ਸ਼ੁਰੂ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਮਾਨਵਵਾਦੀ ਲੀਡਰਸ਼ਿਪ ਸ਼ੈਲੀ ਨੂੰ ਵੀ ਅਪਣਾ ਲਿਆ, ਜਾਂ ਕੀ ਇਹ ਸਫਲਤਾ ਦੇ ਪਹਿਲਾਂ ਤੋਂ ਹੀ ਘੱਟ ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਐਂਕੜਾਂ ਨੂੰ ਹਮੇਸ਼ਾ ਕਮਜ਼ੋਰ ਕਰੇਗਾ? ਇਹ ਇੱਕ ਮੁਸ਼ਕਲ ਸਮੱਸਿਆ ਹੈ ਜਿਸ ਨਾਲ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਕੁਸ਼ਤੀ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ. ਕਠੋਰ ਨੇਤਾਵਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਕਰਕੇ ਸਮਰਪਿਤ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਟਾਲਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਸਫਲਤਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੇ ਬਾਅਦ ਵੀ ਵਫ਼ਾਦਾਰ ਵਰਕਰਾਂ ਨੂੰ ਥੋੜਾ ਜਿਹਾ ਵਾਪਸ ਦੇਣਾ.¹⁷

ਉੱਦਮੀ ਸੱਭਿਆਚਾਰ ਦੇ ਚਾਰ ਤੱਤ ਹਨ - ਨਿਰਪੱਖਤਾ, ਅਨੁਕੂਲਤਾ, ਨਤੀਜੇ ਅਤੇ ਇਨਾਮ, ਅਤੇ ਵਿਕਾਸ ਦੇ ਅਧਾਰ 'ਤੇ ਇੱਕ ਸੰਗਠਨ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰਨਾ - ਜਿਸਦਾ ਸਿੱਧਾ ਵਪਾਰਕ ਵਾਤਾਵਰਣ ਵਿੱਚ ਅਨੁਵਾਦ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਸੱਭਿਆਚਾਰ ਇੱਕ ਉੱਦਮੀ ਯਤਨ ਲਈ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਉਹ ਪਹੁੰਚ ਹੈ ਜੋ ਇਸਦੇ ਸੰਸਥਾਪਕਾਂ ਦੇ ਸਿਧਾਂਤਾਂ ਨੂੰ ਸੰਸਥਾਗਤ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਸੱਭਿਆਚਾਰ ਕਿਸੇ ਸੰਗਠਨ/ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੇ ਨਵੇਂ ਮੈਂਬਰਾਂ ਨੂੰ ਸਮਾਜਿਕ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਕੰਮ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਇੱਕ ਉੱਦਮੀ ਸੱਭਿਆਚਾਰ ਨੂੰ ਇੱਕ ਹਕੀਕਤ ਬਣਾਉਣਾ: ਸ਼ੁਰੂਆਤ ਕਰਨ ਦੇ ਕਦਮ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਹਨ:

1. ਇਹ ਸਪੱਸ਼ਟ ਕਰੋ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਫੀਡਬੈਕ ਦੀ ਭਾਲ ਕਰ ਰਹੇ ਹੋ।
2. ਨਵੇਂ ਵਿਚਾਰ ਪੇਸ਼ ਕਰਨ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ 'ਤੇ ਕਾਰਵਾਈ ਕਰਨ ਲਈ ਇੱਕ ਸਪੱਸ਼ਟ ਵਿਧੀ ਸਥਾਪਤ ਕਰੋ।
3. ਸਾਰੇ ਵਿਚਾਰਾਂ ਨੂੰ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਫੀਡਬੈਕ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਕੇ ਉੱਦਮੀ ਸੋਚ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰੋ।
4. ਅਸਫਲਤਾ ਲਈ ਆਗਿਆ ਦਿਓ।
5. ਆਪਣੇ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਅਥਾਰਟੀ ਸੌਂਪੋ।

6. ਨਵੀਨਤਾ ਲਈ ਪ੍ਰੋਤਸਾਹਨ ਜੋ ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਵਿੱਤੀ ਸਫਲਤਾ ਵਿੱਚ ਯੋਗਦਾਨ ਪਾਉਂਦੇ ਹਨ।

ਉੱਦਮੀ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਕੀ ਹਨ ਜੋ ਸਭ ਤੋਂ ਸਫਲ ਸਭਿਆਚਾਰਾਂ ਵੱਲ ਲੈ ਜਾਂਦੀਆਂ ਹਨ?

- ਇੱਕ ਚੰਗਾ ਨੇਤਾ ਹੋਣਾ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ।

- ਆਸ਼ਾਵਾਦੀ ਹੋਣਾ ਚੰਗੀ ਗੱਲ ਹੈ।

- ਸਵੈ-ਭਰੋਸਾ ਹੋਣਾ।

- ਇੱਕ ਪਟਾਕੇ ਹੋਣਾ।

- ਅਨੁਸ਼ਾਸਿਤ ਵਿਅਕਤੀ ਹੋਣਾ।

- ਕਿਰਿਆਸ਼ੀਲ ਹੋਣਾ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ।

- ਖੁੱਲ੍ਹੇ ਦਿਮਾਗ ਨੂੰ ਬਣਾਈ ਰੱਖਣਾ।

- ਇੱਕ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਾਲੇ ਮਾਹੌਲ ਵਿੱਚ ਹੋਣਾ।

ਇੱਕ ਨੇਤਾ ਨੂੰ ਸਫਲ ਹੋਣ ਲਈ ਇੱਕ ਵਪਾਰਕ ਢੰਗ ਨਾਲ ਕੰਮ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਮੌਕਿਆਂ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਚੰਗੇ ਵਿਚਾਰ ਲਾਗੂ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਲੋਕ ਜਾਂ ਸਮੂਹ ਇਹਨਾਂ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਵਿੱਚ ਹਿੱਸਾ ਲੈ ਸਕਦੇ ਹਨ, ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਕਲਪਨਾ ਅਤੇ ਪ੍ਰੇਰਣਾ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਕੁਝ ਜੋਖਮਾਂ ਨੂੰ ਸਵੀਕਾਰ ਕਰਨ ਦੀ ਇੱਛਾ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਵਿਵਹਾਰ ਨੂੰ ਦਿਖਾਉਣ ਦੇ ਕਈ ਤਰੀਕੇ ਹਨ: ਸੰਪੂਰਨ ਕੰਮ ਦਾ ਮਾਹੌਲ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਕਿਸੇ ਦੀ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਅੰਦਰ ਸੁਰੱਖਿਆ ਨੂੰ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

ਇਹ ਕਿਹਾ ਗਿਆ ਹੈ ਕਿ ਉੱਦਮੀ ਸਭਿਆਚਾਰ ਇਸ ਉਦੇਸ਼ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਇੱਕ ਸਮੂਹ ਜਾਂ ਵਿਅਕਤੀ ਦੇ ਰਵੱਈਏ, ਵਿਸ਼ਵਾਸਾਂ, ਯੋਗਤਾਵਾਂ ਅਤੇ ਕਿਸੇ ਸੰਸਥਾ ਜਾਂ ਸੰਸਥਾ ਵਿੱਚ ਅਧਿਕਾਰ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਸਾਨੂੰ ਇਹ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉੱਦਮੀ ਸਭਿਆਚਾਰ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰਦੇ ਸਮੇਂ ਨਵੀਨਤਾ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਵਿਕਾਸ ਅਤੇ ਸਫਲਤਾ ਦੇ ਸਭ ਤੋਂ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹਿੱਸਿਆਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਹੈ।

ਰਚਨਾਤਮਕ ਉੱਦਮਤਾ ਇੱਕ ਕਾਰੋਬਾਰ ਸਥਾਪਤ ਕਰਨ ਦਾ ਅਭਿਆਸ ਹੈ - ਜਾਂ

ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਸਵੈ-ਰੁਜ਼ਗਾਰ ਵਜੋਂ ਸਥਾਪਤ ਕਰਨਾ - ਰਚਨਾਤਮਕ ਉਦਯੋਗਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਵਿੱਚ। ਰਚਨਾਤਮਕ ਉੱਦਮੀ ਦਾ ਫੋਕਸ ਆਮ ਵਪਾਰਕ ਉੱਦਮੀ ਨਾਲੋਂ ਵੱਖਰਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਾਂ, ਅਸਲ ਵਿੱਚ, ਸਮਾਜਿਕ ਉੱਦਮੀ ਸਭ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਰਚਨਾਤਮਕ ਜਾਂ ਬੌਧਿਕ ਪੂੰਜੀ ਦੀ ਰਚਨਾ ਅਤੇ ਸ਼ੋਸ਼ਣ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਅਸਲ ਵਿੱਚ, ਰਚਨਾਤਮਕ ਉੱਦਮੀ ਪ੍ਰਤਿਭਾ ਵਿੱਚ ਨਿਵੇਸ਼ਕ ਹੁੰਦੇ ਹਨ - ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਆਪਣੇ ਜਾਂ ਹੋਰ ਲੋਕਾਂ ਦੇ। ਸਭ ਤੋਂ ਮਸ਼ਹੂਰ ਰਚਨਾਤਮਕ ਉੱਦਮੀਆਂ ਨੇ ਮਲਟੀਮਿਲੀਅਨ ਡਾਲਰ ਦੇ ਵਪਾਰਕ ਸਾਮਰਾਜ ਬਣਾਉਣ ਦੀ ਉੱਦਮੀ ਯੋਗਤਾ ਦੇ ਨਾਲ ਰਚਨਾਤਮਕ ਸੁਭਾਅ ਨੂੰ ਜੋੜਿਆ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨਾਂ ਵਿੱਚ ਰੂਪਰਟ ਮਰਡੋਕ, ਮੈਡੋਨਾ, ਅਤੇ ਰਿਚਰਡ ਬ੍ਰੈਨਸਨ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ।¹⁸

ਰਚਨਾਤਮਕ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਨੂੰ ਆਰਥਿਕਤਾ ਦੇ ਦੂਜੇ ਖੇਤਰਾਂ ਤੋਂ ਸੱਤ ਮੁੱਖ ਆਰਥਿਕ ਜਾਂ "ਬੈਡਰੋਕ" ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਦੁਆਰਾ ਵੱਖ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ:

- ਮੰਗ ਅਸੰਭਵ ਹੈ
- ਰਚਨਾਤਮਕ ਪੇਸ਼ੇਵਰ ਆਪਣੀ ਨੌਕਰੀ ਬਾਰੇ ਭਾਵੁਕ ਹੁੰਦੇ ਹਨ - ਕੁਝ ਰਚਨਾਤਮਕ ਚੀਜ਼ਾਂ ਪ੍ਰਤਿਭਾ ਦੀ ਇੱਕ ਵਿਆਪਕ ਲੜੀ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ
- ਵਿਲੱਖਣ ਸਾਮਾਨ
- ਲੰਬਕਾਰੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਵੱਖਰੀ ਪ੍ਰਤਿਭਾ
- ਸਪੀਡ ਤੱਤ ਦਾ ਹੈ
- ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਤੱਕ ਚੱਲਣ ਵਾਲੇ ਉਤਪਾਦ ਅਤੇ ਕਿਰਾਏ

ਰਚਨਾਤਮਕ ਉੱਦਮੀ ਉਹ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜੋ ਆਪਣੇ ਰਚਨਾਤਮਕ ਜਾਂ ਬੌਧਿਕ ਗਿਆਨ ਅਤੇ ਯੋਗਤਾਵਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਰੋਜ਼ੀ-ਰੋਟੀ ਕਮਾਉਣ ਲਈ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਜਾਂ ਤਾਂ ਕਿਸੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੇ ਸੰਚਾਲਨ ਦੁਆਰਾ ਜਾਂ ਇੱਕ ਫ੍ਰੀਲਾਂਸਿੰਗ ਸਲਾਹਕਾਰ ਵਜੋਂ। ਇਹ ਰਵਾਇਤੀ ਉੱਦਮਤਾ ਦੇ ਉਲਟ ਹੈ, ਜਿਸ ਨੇ ਜ਼ਿਆਦਾਤਰ ਉਦਯੋਗਿਕ ਵਸਤੂਆਂ ਦੇ ਨਿਰਮਾਣ ਅਤੇ ਵੰਡ 'ਤੇ ਧਿਆਨ ਦਿੱਤਾ ਹੈ।

ਇੱਕ ਸਫਲ ਰਚਨਾਤਮਕ ਉੱਦਮੀ ਦੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਅਨੁਸਾਰ ਹਨ:

- ਇੱਕ ਕਾਰੋਬਾਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ
- ਜੋਖਮ ਲੈਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਖ਼ਤਰਿਆਂ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰਨ, ਆਨੰਦ ਲੈਣ ਅਤੇ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਹੈ।

- ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਜਿਸ ਕੋਲ ਵਿਚਾਰਾਂ ਨੂੰ ਸਫਲਤਾਪੂਰਵਕ ਅੱਗੇ ਵਧਾਉਣ ਦੀ ਕਾਬਲੀਅਤ ਅਤੇ ਪਹਿਲਕਦਮੀ ਹੈ.

- ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਸਿਰਜਣਾਤਮਕ ਖੇਤਰ ਲਈ ਜਨੂੰਨ ਦੀ ਇੱਕ ਮਜ਼ਬੂਤ ਭਾਵਨਾ: ਰਚਨਾਤਮਕ ਉੱਦਮੀ ਉਹ ਵਿਚੇਲੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜੋ ਨਵੀਨਤਾਕਾਰੀ ਚੀਜ਼ਾਂ ਨੂੰ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਲਿਆਉਂਦੇ ਹਨ, ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਆਪਣੀ ਅਤੇ ਦੂਜਿਆਂ ਦੀ ਰਚਨਾਤਮਕਤਾ ਨੂੰ ਪਛਾਣਨ, ਸਤਿਕਾਰ ਕਰਨ, ਸਮਝਣ ਅਤੇ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

ਹੇਠਾਂ ਕਾਰਪੋਰੇਟ ਹੁਨਰਾਂ ਦੀਆਂ ਉਦਾਹਰਣਾਂ ਹਨ: ਵਪਾਰਕ ਸੂਝ, ਵਪਾਰਕ ਜਾਗਰੂਕਤਾ, ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਯੋਗਤਾ, ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ ਅਤੇ ਰਣਨੀਤੀ। ਹੇਠਾਂ ਦਰਸਾਏ ਗਏ ੭ ਗੁਣ ਵੀ ਹਨ:

1) ਇੱਕ ਵਿਚਾਰ ਨੂੰ ਮਾਰਕੀਟ ਕਰਨ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ, ਗੱਲਬਾਤ ਅਤੇ ਨੈਟਵਰਕ ਸਾਰੀਆਂ ਉਦਾਹਰਣਾਂ ਹਨ

ਰਚਨਾਤਮਕ ਉੱਦਮਤਾ ਲਈ ਲੋੜੀਂਦੇ ਅੰਤਰ-ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਹੁਨਰਾਂ ਦੀ।

2) ਸਰੋਤਿਆਂ ਅਤੇ ਭਾਈਚਾਰਿਆਂ ਵਿੱਚ ਰਚਨਾਤਮਕ ਕੰਮ ਲਿਆਉਣ ਲਈ ਨਵੇਂ, ਖੋਜੀ ਤਰੀਕਿਆਂ ਦੀ ਪਛਾਣ ਅਤੇ ਵਿਕਾਸ ਕਰਦਾ ਹੈ - ਉਤਪਾਦਨ, ਵੰਡ, ਅਤੇ ਮੁੱਲ ਦੇ ਨਵੇਂ ਮਾਡਲ - ਅਜਿਹਾ ਕਰਨ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਵਿਆਪਕ ਸਮਾਜਿਕ, ਆਰਥਿਕ ਅਤੇ ਸੱਭਿਆਚਾਰਕ ਫਾਇਦਿਆਂ 'ਤੇ ਜ਼ੋਰ ਦਿੰਦੇ ਹੋਏ।

3) ਲਚਕਤਾ ਦਾ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਮੂਲ ਵਿਚਾਰ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਲਿਆਉਣ ਵਿੱਚ ਆਤਮ-ਵਿਸ਼ਵਾਸ।

4) ਲੀਡਰਸ਼ਿਪ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ / ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਤ ਕਰਨ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ

5) ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਰਾਸ਼ਟਰੀ ਰਚਨਾਤਮਕ ਭਾਈਚਾਰੇ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਨੇਤਾ ਬਣਨ ਲਈ ਉਹਨਾਂ ਦੀਆਂ ਰਚਨਾਤਮਕ ਅਤੇ ਉੱਦਮੀ ਪ੍ਰਤਿਭਾਵਾਂ ਨੂੰ ਜੋੜਨ ਦਾ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਰੱਖੋ।

6) ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਸੰਚਾਰ ਕਰਨ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ

7) ਪਰਿਵਰਤਨ ਏਜੰਟ: ਇੱਕ ਫਰਕ ਕਰਨ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ - ਸਿਰਫ ਹੋਣ ਦੁਆਰਾ ਨਹੀਂ ਵਪਾਰਕ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਸਫਲ, ਪਰ ਸਵਾਲ ਵਿੱਚ ਦੇਸ਼ ਦੇ ਬੁਨਿਆਦੀ ਢਾਂਚੇ 'ਤੇ ਲਾਹੇਵੰਦ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪਾਉਣ ਲਈ ਘਰੇਲੂ ਬਾਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਹੋ ਕੇ ਵੀ।

8) ਮਾਰਕੀਟ ਦੀ ਜਾਗਰੂਕਤਾ ਅਤੇ ਸਮਝ

9) ਸਥਾਨਕ ਮਾਰਕੀਟ ਵਾਤਾਵਰਣ ਅਤੇ ਇਸ ਵਿੱਚ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਦਾ ਗਿਆਨ; ਮਾਰਕੀਟ ਵਿੱਚ ਛੇਕਾਂ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰਨ ਅਤੇ ਇਹਨਾਂ ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ ਨੂੰ ਅਸਲ ਹੱਲਾਂ ਵਿੱਚ ਬਦਲਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਸਭ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹਨ।

ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਮਾਪਦੰਡ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਪੇਸ਼ੇਵਰਤਾ, ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਦੀ ਉੱਤਮਤਾ, ਅਤੇ ਕਾਰਜਸ਼ੀਲ ਪ੍ਰਤਿਭਾ ਕੰਪਨੀਆਂ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਮਹੱਤਵ ਰੱਖਦੇ ਹਨ। ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਲੋਕਾਂ ਲਈ ਸਤਿਕਾਰ, ਹਮਦਰਦੀ ਅਤੇ ਸਮਰਥਨ ਦਾ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜਿਸ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਲੋਕਾਂ ਤੋਂ ਮਜ਼ਬੂਤ ਲਗਨ, ਪ੍ਰੇਰਣਾ ਅਤੇ ਸ਼ਮੂਲੀਅਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਸਿਰਫ ਸਾਰੇ ਅੰਦਰੂਨੀ ਹਿੱਸੇਦਾਰਾਂ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਬਾਹਰੀ ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਦਿਮਾਗ ਵਿੱਚ ਉੱਚ ਇਮਾਨਦਾਰੀ, ਇਮਾਨਦਾਰੀ ਅਤੇ ਵਫ਼ਾਦਾਰੀ ਦਾ ਇੱਕ ਵਾਤਾਵਰਣ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਅੰਤਰ-ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਰਿਸ਼ਤਾ ਇੱਕੋ ਸੰਗਠਨ ਵਿੱਚ ਇੱਕੱਠੇ ਕੰਮ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਵਿਚਕਾਰ ਇੱਕ ਮਜ਼ਬੂਤ ਸਬੰਧ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ। 20 ਚੰਗੀ ਸਲਾਹ, ਕਿਸੇ ਦੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੀ ਇੱਕ ਵਿਆਪਕ ਤਸਵੀਰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ, ਅਤੇ ਚੰਗੀ ਸਾਂਝੇਦਾਰੀ ਨੂੰ ਕਾਇਮ ਰੱਖਣਾ ਅੰਤਰ-ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਸਬੰਧਾਂ ਨੂੰ ਬਿਹਤਰ ਬਣਾਉਣ ਦੇ ਸਾਰੇ ਤਰੀਕੇ ਹਨ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਧਿਆਨ ਨਾਲ ਫੈਸਲਾ ਕਰਨ ਲਈ ਸਮਾਂ ਕੱਢ ਰਿਹਾ ਹੈ ਕਿ ਕਿਸ ਕਿਸਮ ਦਾ ਸਬੰਧਾਂ ਦਾ ਨਿਰੰਤਰ ਵਿਕਾਸ, ਅਤੇ ਕਿਸੇ ਦੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦਾ ਸੰਪੂਰਨ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਹੈ। ਅੰਤਰ-ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਸਬੰਧਾਂ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣਾ ਕੁਦਰਤੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਉਭਰੇਗਾ ਜਦੋਂ ਕਿਸੇ ਦੇ ਚੁਣੇ ਹੋਏ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਅੱਗੇ ਵਧਣ ਦੀ ਇੱਛਾ ਉਨ੍ਹਾਂ ਲੋਕਾਂ ਲਈ ਸਤਿਕਾਰ ਨਾਲ ਜੁੜੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜੋ ਆਪਣੇ ਕਰੀਅਰ ਵਿੱਚ ਅੱਗੇ ਹਨ। ਅੰਤਰ-ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਹੁਨਰ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਸਭਿਆਚਾਰਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਤ ਕਰਦੇ ਹਨ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਨੌਕਰੀ ਦੀ ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਤ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਜੋ ਬਦਲੇ ਵਿੱਚ ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਦਾ ਫੈਸਲਾ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ। ... ਅਕਸਰ ਨਰਮ ਹੁਨਰ ਵਜੋਂ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਪਰਸਪਰ ਹੁਨਰ ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਸੰਚਾਰ ਕਰਨ, ਝਗੜਿਆਂ ਨੂੰ ਸੰਭਾਲਣ, ਅਤੇ ਉਸ ਅਨੁਸਾਰ ਦੂਜਿਆਂ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਦਾ ਜਵਾਬ ਦੇਣ ਦੀ ਇਜਾਜ਼ਤ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਉੱਤਮਤਾ ਦਾ ਸਾਰ ਨੈੱਟਵਰਕਿੰਗ ਅਤੇ ਸ਼ੇਅਰਿੰਗ ਹੈ, ਅਤੇ ਇਹ

ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਦੁਆਰਾ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਜਦੋਂ ਇੱਕ ਸਫਲ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਮਾਲਕ ਬਣਨ ਦੀ ਗੱਲ ਆਉਂਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਅੰਤਰ-ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਹੁਨਰ ਨਿੱਜੀ ਲੋਕਾਂ ਵਾਂਗ ਹੀ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਇਹਨਾਂ ਸਥਿਤੀਆਂ ਵਿੱਚ ਉੱਦਮੀਆਂ ਲਈ ਸੰਚਾਰ ਅਤੇ ਠੋਸ ਲੋਕ ਹੁਨਰ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹਨ।

ਕਿਸੇ ਵੀ ਕੰਮ ਦੇ ਮਾਹੌਲ ਵਿੱਚ ਆਪਣੇ ਰਿਲੇਸ਼ਨਲ ਹੁਨਰ ਨੂੰ ਬਿਹਤਰ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਇਹਨਾਂ ਸਿਫਾਰਸ਼ਾਂ ਦੀ ਪਾਲਣਾ ਕਰੋ:

- 1) ਸਕਾਰਾਤਮਕਤਾ ਦੇ ਮਹੱਤਵ 'ਤੇ ਜ਼ਿਆਦਾ ਜ਼ੋਰ ਨਹੀਂ ਦਿੱਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ। ਆਸ਼ਾਵਾਦੀ ਰਹਿਣ ਲਈ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਆਧਾਰ 'ਤੇ ਆਪਣੇ ਜੀਵਨ ਅਤੇ ਨੌਕਰੀ ਦੇ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਪਹਿਲੂਆਂ ਬਾਰੇ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਯਾਦ ਦਿਵਾਓ। ਜੇ ਤੁਸੀਂ ਕੰਮ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਕਿਸੇ ਨਿੱਜੀ ਚੀਜ਼ ਨੂੰ ਲੈ ਕੇ ਪਰੇਸ਼ਾਨ ਹੋ, ਤਾਂ ਇਸ ਨੂੰ ਪਾਸੇ ਰੱਖੋ। ਸਕਾਰਾਤਮਕਤਾ ਦੀ ਭਾਲ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ 'ਤੇ ਨਿਰਮਾਣ ਕਰਨਾ ਕੰਮ ਦੇ ਤਣਾਅ ਨਾਲ ਨਜਿੱਠਣ ਦਾ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਤਰੀਕਾ ਹੈ।
- 2) ਆਪਣੀਆਂ ਪ੍ਰਤੀਕਿਰਿਆਵਾਂ 'ਤੇ ਕਾਬੂ ਰੱਖੋ। ਜਦੋਂ ਕੰਮ ਦੀ ਗੱਲ ਆਉਂਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਆਪਣੀਆਂ ਭਾਵਨਾਵਾਂ ਨੂੰ ਕਾਬੂ ਵਿੱਚ ਰੱਖਣਾ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਹੈ। ਚਿੜਚਿੜਾ? ਉਦਾਸ? ਕੀ ਤੁਸੀਂ ਖੁਸ਼ਹਾਲ ਹੋ? ਇੱਕ ਡੂੰਘਾ ਸਾਹ ਲਓ ਅਤੇ ਆਪਣੀਆਂ ਭਾਵਨਾਵਾਂ ਨੂੰ ਕਾਬੂ ਵਿੱਚ ਰੱਖਣ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰੋ। ਬੋਲਣ ਵੇਲੇ ਹਮੇਸ਼ਾ ਸ਼ਾਂਤ ਅਤੇ ਸਹਿਣਸ਼ੀਲ ਵਿਵਹਾਰ ਰੱਖੋ।
- 3) ਦੂਜਿਆਂ ਦੇ ਗਿਆਨ ਦਾ ਆਦਰ ਕਰੋ। ਤੁਹਾਡੇ ਸਹਿਕਰਮੀਆਂ ਦੀ ਮੁਹਾਰਤ ਕੰਮ ਵਾਲੀ ਥਾਂ 'ਤੇ ਭਰੋਸਾ ਸਥਾਪਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਤੁਹਾਡੀ ਮਦਦ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਪ੍ਰੋਜੈਕਟਾਂ 'ਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਮਦਦ ਲਈ ਬੇਨਤੀ ਕਰੋ ਅਤੇ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਦੀ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਕਰੋ ਜਿੱਥੇ ਕ੍ਰੈਡਿਟ ਉਨ੍ਹਾਂ ਲੋਕਾਂ ਲਈ ਹੈ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਮਦਦ ਕੀਤੀ ਹੈ।
- 4) ਤੁਹਾਨੂੰ ਆਪਣੇ ਸਹਿਕਰਮੀਆਂ ਵਿੱਚ ਵੀ ਦਿਲਚਸਪੀ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਕਿਉਂਕਿ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਨਾਲ ਦਿਨ ਵਿੱਚ ਅੱਠ ਘੰਟੇ ਬਿਤਾਉਂਦੇ ਹੋ, ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਨਿੱਜੀ ਜ਼ਿੰਦਗੀ ਬਾਰੇ ਸੁਣਨਾ ਕੁਦਰਤੀ ਹੈ। ਆਪਣੇ ਸਹਿਕਰਮੀਆਂ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੀਆਂ ਤਰਜੀਹਾਂ ਬਾਰੇ ਜਾਣਨ ਲਈ ਇਸਨੂੰ ਇੱਕ ਬਿੰਦੂ ਬਣਾਓ। ਇਹ ਉਹਨਾਂ ਨਾਲ ਮਜ਼ਬੂਤ ਸਬੰਧ ਬਣਾਉਣ ਵਿੱਚ ਤੁਹਾਡੀ ਮਦਦ ਕਰੇਗਾ।
- 5) ਹਰੇਕ ਸਹਿਕਰਮੀ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਅਨੁਕੂਲ ਸ਼ਖਸੀਅਤ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰੋ। ਜੇ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਸਹਿਕਰਮੀਆਂ ਨਾਲ ਨਹੀਂ ਮਿਲਦੇ, ਤਾਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨਾਲ ਕੰਮ ਨਾ ਕਰੋ। ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਸਹਿਕਰਮੀ ਦੀ

ਸ਼ਖਸੀਅਤ ਤੁਹਾਡੇ ਆਪਣੇ ਨਾਲ ਬਿਲਕੁਲ ਉਲਟ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਹਨਾਂ ਵਿੱਚ ਘੱਟੋ-ਘੱਟ ਇੱਕ ਅਨੁਕੂਲ ਗੁਣ ਲੱਭਣਾ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਹੈ, ਆਦਰਸ਼ਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਕੁਝ ਪੇਸ਼ੇਵਰ।

6) ਇੱਕ ਨੇਤਾ ਦੀ ਭੂਮਿਕਾ ਨੂੰ ਅਪਣਾਓ. ਆਪਣੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਅਤੇ ਪਾਬੰਦੀਆਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਗਟ ਕਰਨ ਤੋਂ ਨਾ ਡਰੋ।

7) ਦੂਜਿਆਂ ਲਈ ਆਪਣੀ ਹਮਦਰਦੀ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ ਕਰੋ। ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਦੇ ਨਜ਼ਰੀਏ ਤੋਂ ਚੀਜ਼ਾਂ 'ਤੇ ਗੌਰ ਕਰੋ। ਤੁਹਾਡੀ ਹਮਦਰਦੀ ਕਰਨ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਤੁਹਾਨੂੰ ਅਜਿਹੇ ਹੱਲ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰੇਗੀ ਜੋ ਸ਼ਾਮਲ ਸਾਰੀਆਂ ਧਿਰਾਂ ਲਈ ਲਾਭਦਾਇਕ ਹਨ।

8) ਦੇਸਤਾਂ ਅਤੇ ਪਰਿਵਾਰ ਨਾਲ ਸੰਪਰਕ ਬਣਾਈ ਰੱਖੋ। ਸੋਸ਼ਲ ਮੀਡੀਆ ਜਾਂ ਈਮੇਲ ਰਾਹੀਂ ਕਾਲਜ ਦੇ ਪੁਰਾਣੇ ਦੇਸਤਾਂ ਅਤੇ ਸਹਿਕਰਮੀਆਂ ਨਾਲ ਸੰਪਰਕ ਵਿੱਚ ਰਹੋ, ਅਤੇ ਕੁਝ ਆਹਮੇ-ਸਾਹਮਣੇ ਮਿਲਣ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰੋ। ਉਹ ਧਿਆਨ ਦੇਣਗੇ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਕਿੰਨੀ ਪਰਵਾਹ ਕਰਦੇ ਹੋ, ਜੇ ਤੁਹਾਡੇ ਕੰਮ ਵਿੱਚ ਸਫਲ ਹੋਣ ਵਿੱਚ ਤੁਹਾਡੀ ਮਦਦ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਉੱਦਮੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਨੂੰ ਪੰਜ ਪੜਾਵਾਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡਣਾ ਲਾਭਦਾਇਕ ਹੈ: ਵਿਚਾਰ ਪੈਦਾ ਕਰਨਾ, ਮੌਕੇ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ, ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ, ਕੰਪਨੀ ਦਾ ਗਠਨ/ਲਾਂਚ, ਅਤੇ ਵਾਧਾ।²¹

1. ਆਈਡੀਆ ਜਨਰੇਸ਼ਨ: ਹਰ ਨਵਾਂ ਉੱਦਮ ਇੱਕ ਵਿਚਾਰ ਨਾਲ ਸ਼ੁਰੂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਸਾਡੇ ਸੰਦਰਭ ਵਿੱਚ, ਅਸੀਂ ਇੱਕ ਸੰਭਾਵੀ ਹੱਲ ਦੇ ਸੰਕਲਪ ਦੇ ਨਾਲ ਕੁਝ ਹਲਕੇ ਦੀ ਲੋੜ ਜਾਂ ਸਮੱਸਿਆ ਦਾ ਵਰਣਨ ਸਮਝਦੇ ਹਾਂ। (ਇਸ ਪੜਾਅ ਦੀ ਇੱਕ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਅਜੇ ਵੀ ਇਸ ਸਾਈਟ 'ਤੇ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਵਿੱਚ ਹੈ।)

2. ਮੌਕੇ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ: ਇਹ ਉਹ ਕਦਮ ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਤੁਸੀਂ ਇਹ ਸਵਾਲ ਪੁੱਛਦੇ ਹੋ ਕਿ ਕੀ ਇੱਥੇ ਨਿਵੇਸ਼ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਮੌਕਾ ਹੈ। ਨਿਵੇਸ਼ ਮੁੱਖ ਤੌਰ 'ਤੇ ਪੂੰਜੀ ਹੈ, ਭਾਵੇਂ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਜਾਂ ਬਾਹਰਲੇ ਨਿਵੇਸ਼ਕਾਂ ਤੋਂ, ਅਤੇ ਲੋਕਾਂ ਦੇ ਇੱਕ ਸਮੂਹ ਦਾ ਸਮਾਂ ਅਤੇ ਊਰਜਾ। ਪਰ ਤੁਹਾਨੂੰ ਹੋਰ ਸੰਪਤੀਆਂ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਬੌਧਿਕ ਸੰਪੱਤੀ, ਨਿੱਜੀ ਰਿਸ਼ਤੇ, ਭੌਤਿਕ ਸੰਪਤੀ ਆਦਿ 'ਤੇ ਵੀ ਵਿਚਾਰ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

3. ਯੋਜਨਾ ਬਣਾਉਣਾ: ਇੱਕ ਵਾਰ ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਇਹ ਫੈਸਲਾ ਕਰ ਲੈਂਦੇ ਹੋ ਕਿ ਇੱਕ ਮੌਕਾ, ਤੁਹਾਨੂੰ ਉਸ ਮੌਕੇ ਦਾ ਲਾਭ ਕਿਵੇਂ ਲੈਣਾ ਹੈ ਲਈ ਇੱਕ ਯੋਜਨਾ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ। ਇੱਕ ਯੋਜਨਾ ਵਿਚਾਰਾਂ ਦੇ ਇੱਕ ਕਾਫ਼ੀ ਸਧਾਰਨ ਸਮੂਹ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਸ਼ੁਰੂ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਫਿਰ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੇ ਰੂਪ ਧਾਰਣ ਦੇ ਨਾਲ ਹੋਰ ਗੁੰਝਲਦਾਰ ਬਣ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਯੋਜਨਾ ਦੇ ਪੜਾਅ ਵਿੱਚ, ਤੁਹਾਨੂੰ ਦੋ ਚੀਜ਼ਾਂ ਬਣਾਉਣ ਦੀ ਲੋੜ ਹੋਵੇਗੀ: ਰਣਨੀਤੀ ਅਤੇ ਸੰਚਾਲਨ ਯੋਜਨਾ।

4. ਕੰਪਨੀ ਦਾ ਗਠਨ/ਲਾਂਚ: ਇੱਕ ਵਾਰ ਜਦੋਂ ਕਾਫ਼ੀ ਮਜ਼ਬੂਰ ਮੌਕਾ ਅਤੇ ਯੋਜਨਾ ਮਿਲ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਉੱਦਮੀ ਟੀਮ ਕਾਰਪੋਰੇਟ ਇਕਾਈ ਦੇ ਸਹੀ ਰੂਪ ਨੂੰ ਚੁਣਨ ਅਤੇ ਅਸਲ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਕਾਨੂੰਨੀ ਸੰਸਥਾ ਵਜੋਂ ਉੱਦਮ ਬਣਾਉਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਵਿੱਚੋਂ ਲੰਘੇਗੀ।

5. ਵਿਕਾਸ: ਲਾਂਚ ਤੋਂ ਬਾਅਦ, ਕੰਪਨੀ ਆਪਣੇ ਉਤਪਾਦ ਜਾਂ ਸੇਵਾ ਨੂੰ ਬਣਾਉਣ, ਮਾਲੀਆ ਪੈਦਾ ਕਰਨ, ਅਤੇ ਟਿਕਾਊ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਵੱਲ ਵਧਣ ਵੱਲ ਕੰਮ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਜੇਰ ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ ਤੋਂ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਵੱਲ ਬਦਲਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਬਿੰਦੂ 'ਤੇ, ਤੁਸੀਂ ਸਵਾਲ ਪੁੱਛਣਾ ਜਾਰੀ ਰੱਖਦੇ ਹੋ ਪਰ ਆਪਣੀਆਂ ਯੋਜਨਾਵਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਆਪਣਾ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸਮਾਂ ਬਿਤਾਉਂਦੇ ਹੋ।

* ਇੱਕ ਚੰਗੀ ਉੱਦਮੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਵਿੱਚ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਸੁਣਨਾ, ਸਮੇਂ ਦੇ ਨਾਲ ਤੁਹਾਡੇ ਵਿਚਾਰ ਅਤੇ ਰੋਡਮੈਪ ਨੂੰ ਸੁਧਾਰਨਾ, ਅਤੇ ਦੁਹਰਾਉਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਤੁਹਾਡਾ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਵਿਚਾਰ ਵਿਹਾਰਕ ਹੈ, ਇਸਦਾ ਗਾਹਕਾਂ ਲਈ ਮੁੱਲ ਹੈ, ਅਤੇ ਇਹ ਕਿ ਤੁਹਾਡਾ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗੀ ਲਾਭ ਸਮੇਂ ਦੇ ਨਾਲ ਟਿਕਾਊ ਹੈ।²²

* ਅਨੁਕੂਲਤਾ, ਲਗਨ ਅਤੇ ਸਖ਼ਤ ਮਿਹਨਤ, ਛੋਟੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਵਿੱਚ ਸਫਲਤਾ ਦੀਆਂ ਕੁੰਜੀਆਂ ਹਨ, ਪਰ ਇਹ ਤਿੰਨ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਗੁਣ ਹਨ, ਭਾਵੇਂ ਤੁਹਾਡੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕੋਈ ਵੀ ਹੋਵੇ।²³

* ਇੱਕ ਉੱਦਮੀ ਗਤੀਵਿਧੀ ਦੀ ਚੋਣ ਕਿਵੇਂ ਕਰੀਏ:²⁴

1. ਸਮਾਜ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਅਤੇ ਇੱਛਾਵਾਂ ਨੂੰ ਜਾਣਨਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ।
2. ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਪਹਿਲਾਂ ਹੀ ਸਮਾਜਾਂ ਦੀ ਕੋਈ ਖਾਸ ਲੋੜ ਜਾਂ ਲੋੜ ਚੁਣਦੇ ਹੋ - ਤੁਹਾਡਾ ਨਿਸ਼ਾਨਾ ਬਾਜ਼ਾਰ - ਤੁਹਾਨੂੰ ਇਹ ਪਤਾ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਤੁਹਾਨੂੰ ਸਪਲਾਈ ਕਿਵੇਂ ਕਰਨੀ ਹੈ ਅਤੇ ਲੋਕਾਂ ਦੀਆਂ ਮੰਗਾਂ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਪੂਰਾ ਕਰਨਾ ਹੈ।
3. ਤੁਹਾਨੂੰ ਤਿਆਰ ਕਰਨ ਲਈ ਕਾਨੂੰਨੀ ਲੋੜਾਂ ਕੀ ਹਨ?

ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਉੱਦਮੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਦੇ ਖੋਜ ਪੜਾਅ ਦੇ ਹਿੱਸੇ ਵਜੋਂ ਵਪਾਰਕ ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਮੌਕਿਆਂ ਦੀ ਪਛਾਣ ਅਤੇ

ਮੁਲਾਂਕਣ ਦਾ ਕੰਮ ਗੁੰਝਲਦਾਰ ਹੈ; ਇੱਕ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਵਧੀਆ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਮੌਕੇ 'ਤੇ ਪਹੁੰਚਣ ਲਈ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ, ਗਾਹਕਾਂ, ਚੈਨਲ ਭਾਈਵਾਲਾਂ, ਤਕਨੀਕੀ ਮਾਹਰਾਂ, ਅਤੇ ਹੋਰਾਂ ਸਮੇਤ, ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਦੀ ਇੱਕ ਵਿਸ਼ਾਲ ਸ਼੍ਰੇਣੀ ਤੋਂ ਇਨਪੁਟ ਦੀ ਮੰਗ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇੱਕ ਵਪਾਰਕ ਰਣਨੀਤੀ ਬਣਾਉਣਾ: ਇੱਕ ਵਾਰ ਮੌਕਾ ਮਿਲ ਜਾਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ, ਇੱਕ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਨੂੰ ਇੱਕ ਵਿਸਤ੍ਰਿਤ ਵਪਾਰਕ ਯੋਜਨਾ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਵੀ ਨਵੇਂ ਉੱਦਮ ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਲਈ ਇੱਕ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਯੋਜਨਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਇਹ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨ ਲਈ ਕਿ ਕੀ ਸੰਗਠਨ ਆਪਣੇ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਟ੍ਰੈਕ 'ਤੇ ਹੈ, ਇੱਕ ਬੇਸਲਾਈਨ ਅਤੇ ਮੁਲਾਂਕਣ ਮਾਪਦੰਡ ਵਜੋਂ ਕੰਮ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਰਿਸੋਰਸਿੰਗ: ਰਿਸੋਰਸਿੰਗ ਉੱਦਮੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਦਾ ਤੀਜਾ ਕਦਮ ਹੈ, ਅਤੇ ਇਸ ਵਿੱਚ ਉੱਦਮੀ ਦੁਆਰਾ ਵਿੱਤ ਅਤੇ ਮਨੁੱਖੀ ਸਰੋਤਾਂ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰਨਾ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ। ਇੱਥੇ, ਉੱਦਮੀ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਨਵੇਂ ਉੱਦਮ ਲਈ ਫਾਈਨਾਂਸਰਾਂ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਇਸ ਦੇ ਸੰਚਾਲਨ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਸਟਾਫ਼ ਮਿਲਦਾ ਹੈ। ਕਾਰੋਬਾਰ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧਨ: ਵਿੱਤ ਜੁਟਾਉਣ ਅਤੇ ਸਟਾਫ਼ ਨੂੰ ਨਿਯੁਕਤ ਕੀਤੇ ਜਾਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ, ਸਥਾਪਤ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਵਪਾਰਕ ਕਾਰਵਾਈਆਂ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਲਈ ਹੇਠਲਾ ਪੜਾਅ ਹੈ। ਸਭ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਅਤੇ ਸਭ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ, ਇੱਕ ਉੱਦਮੀ ਨੂੰ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਢਾਂਚੇ ਜਾਂ ਦਰਜੇਬੰਦੀ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਜੋ ਕਾਰਜਸ਼ੀਲ ਮੁੱਦਿਆਂ ਨੂੰ ਹੱਲ ਕਰਨ ਲਈ ਲੋੜੀਂਦਾ ਹੋਵੇਗਾ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਉਹ ਵਿਕਸਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਵਾਢੀ: ਵਾਢੀ ਉੱਦਮੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਦਾ ਅੰਤਮ ਪੜਾਅ ਹੈ, ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੀਆਂ ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਇਸਦੇ ਵਾਧੇ ਅਤੇ ਵਿਕਾਸ ਬਾਰੇ ਫੈਸਲਾ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਗੁਣਵੱਤਾ ਨੂੰ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖਣਾ ਸਮੁੱਚੀ ਉੱਦਮੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਦੀ ਅਗਵਾਈ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਜਿਸ ਨਾਲ ਇੱਕ ਵੱਡੀ ਤਲ ਲਾਈਨ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

ਜ਼ਿਆਦਾਤਰ ਉੱਦਮੀ ਆਪਣੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਜਾਂ ਜਦੋਂ ਉਹ ਸੰਗਠਨਾਂ ਲਈ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਇੱਥੇ ਇੱਕ ਮਾਚੇ ਉੱਦਮਤਾ ਦਾ ਸਿਧਾਂਤ ਹੈ ਜੋ ਕਹਿੰਦਾ

ਹੈ ਕਿ ਤੁਹਾਨੂੰ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਨਾਲ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ, "ਡਰ" ਦਾ ਅਨੁਭਵ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਉੱਦਮ ਲਈ ਹਫ਼ਤੇ ਵਿੱਚ 80 ਘੰਟੇ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਸਮਰਪਿਤ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਇਹ ਧਾਰਨਾ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਹੈ ਕਿ ਇੱਕ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਸਫਲ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਦਾ ਜੇਕਰ ਉਹ ਰੁਜ਼ਗਾਰ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਪੈਰ ਰੱਖ ਕੇ ਆਪਣੀ ਸੱਟੇਬਾਜ਼ੀ ਨੂੰ ਰੋਕਦਾ ਹੈ। ਸਾਰੇ ਸਟਾਰਟਅਪ ਵਿੱਚ ਕਿਉਂ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ਜੇਕਰ ਸਟਾਰਟਅਪ ਸੰਭਾਵਿਤ ਘਟਨਾਵਾਂ ਹਨ, ਨਾ ਦਿੱਤੀਆਂ ਗਈਆਂ ਹਨ। ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਰੁਜ਼ਗਾਰਦਾਤਾ ਅਤੇ ਰੈਗੂਲੇਟਰ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਨਵੇਂ ਉੱਦਮਾਂ ਨੂੰ ਅੱਗੇ ਵਧਾਉਣ ਦੀ ਆਜ਼ਾਦੀ ਦਿੰਦੇ ਹਨ, ਖਾਸ ਤੌਰ 'ਤੇ ਉਹ ਜਿਹੜੇ ਆਪਣੇ ਮਾਲਕਾਂ ਨਾਲ ਸਿੱਧੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਮੁਕਾਬਲਾ ਨਹੀਂ ਕਰਦੇ (ਅਤੇ ਇਸ ਲਈ ਵਫ਼ਾਦਾਰੀ ਦੇ ਫਰਜ਼ ਦੀ ਉਲੰਘਣਾ ਨਹੀਂ ਕਰਦੇ)। ਹਾਈਬ੍ਰਿਡ ਉੱਦਮਤਾ ਉੱਦਮਤਾ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਕਰਮਚਾਰੀ ਇੱਕ ਕਾਰੋਬਾਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਆਪਣੀ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਦੀ ਨੈਕਰੀ ਉਦੋਂ ਤੱਕ ਜਾਰੀ ਰੱਖਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਤੱਕ ਸਟਾਰਟਅਪ ਇੱਕ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਆਕਾਰ ਤੱਕ ਨਹੀਂ ਪਹੁੰਚ ਜਾਂਦਾ। ਇੱਕ ਵਾਰ ਕਾਰੋਬਾਰ ਇੰਨਾ ਵੱਡਾ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਸੰਸਥਾਪਕ ਦੇ ਪੂਰੇ ਧਿਆਨ ਨੂੰ ਹੁਕਮ ਦੇ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਫਿਰ ਕਰਮਚਾਰੀ ਆਪਣਾ ਨਿਕਾਸ ਕਰਦਾ ਹੈ।²⁵

ਹਾਈਬ੍ਰਿਡ ਉੱਦਮੀ ਉਹ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜੋ ਫੁੱਲ-ਟਾਈਮ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਇੱਕ ਕੰਪਨੀ ਸਥਾਪਤ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਹਾਈਬ੍ਰਿਡ ਉੱਦਮਤਾ ਪਾਰਟ-ਟਾਈਮ ਉੱਦਮਤਾ ਤੋਂ ਵੱਖਰੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਬੇਰੋਜ਼ਗਾਰ ਜਾਂ ਬੇਰੋਜ਼ਗਾਰ ਉੱਦਮੀਆਂ ਨੂੰ ਖਤਮ ਕਰਦੀ ਹੈ ਜੋ ਬਹੁਤ ਛੋਟੇ ਹਨ, ਬਹੁਤ ਬਜ਼ੁਰਗ ਹਨ, ਜਾਂ ਕੰਮ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਅਸਮਰੱਥ ਹਨ (ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਸਰੀਰਕ ਜਾਂ ਮਾਨਸਿਕ ਕਮਜ਼ੋਰੀਆਂ ਦੇ ਕਾਰਨ), ਅਤੇ ਨਾਲ ਹੀ ਪਾਰਟ-ਟਾਈਮ ਕਰਮਚਾਰੀ, ਜੋ ਘੱਟ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਆਪਣੇ ਰੁਜ਼ਗਾਰ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਤੀ ਹਫ਼ਤੇ 30 ਘੰਟੇ ਤੋਂ ਵੱਧ।

* ਇੱਕ ਹਾਈਬ੍ਰਿਡ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਬਣਨ ਲਈ ਇਹ ਕੀ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਸਫਲ ਹੁੰਦਾ ਹੈ?

1. ਸ਼ੁਰੂ ਕਰੋ: ਸੰਸਾਰ ਵਿੱਚ ਹਰ ਕੋਈ ਇਸ ਬਾਰੇ ਗੱਲ ਕਰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਕੀ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਕੀ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ, ਉਹ ਕੀ ਕਰ ਸਕਦੇ ਸਨ, ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ

ਦੇ ਹੋਰ ਵਿਚਾਰਾਂ ਬਾਰੇ, ਪਰ ਕੋਈ ਵੀ ਇਸ ਬਾਰੇ ਕਦੇ ਕੁਝ ਨਹੀਂ ਕਰਦਾ। ਬਸ ਇੱਕ ਚੋਣ ਕਰੋ ਅਤੇ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰੋ।

2. ਸੰਪਰਕ: ਕੁਝ ਐਥੇ ਪਲ ਹੋਣਗੇ, ਪਰ ਜੇਕਰ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੀ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਵਿਦਿਆਰਥੀ ਹੋਣ ਅਤੇ ਇੱਕ ਮਜ਼ਬੂਤ ਕੰਮ ਦੀ ਨੈਤਿਕਤਾ ਲਈ ਵਚਨਬੱਧ ਹੋ, ਤਾਂ ਤੁਸੀਂ ਉਹਨਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਲੰਘਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਵੋਗੇ।

3. ਵੱਡੇ ਹੋਵੋ: ਆਪਣੀਆਂ ਗਲਤੀਆਂ ਤੋਂ ਸਿੱਖੋ ਅਤੇ ਆਪਣੀ ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ ਕਰੋ।

1. ਜੇਤੂ ਬਣੋ: ਹਰ ਕੋਈ ਕਾਮਯਾਬ ਨਹੀਂ ਹੋਵੇਗਾ ਕਿਉਂਕਿ ਹਰ ਕੋਈ ਲੜਾਈ ਵਿੱਚ ਡਟੇ ਨਹੀਂ ਰਹੇਗਾ। ਪਛਾਣੋ ਕਿ ਕਿਵੇਂ ਠੀਕ ਕਰਨਾ ਹੈ ਅਤੇ ਮਜ਼ਬੂਤੀ ਨਾਲ ਵਾਪਸ ਕਿਵੇਂ ਆਉਣਾ ਹੈ।

*** ਹਾਈਬ੍ਰਿਡ ਉੱਦਮਤਾ ਦੇ ਫਾਇਦੇ**

- ਤੁਹਾਡਾ ਰਨਵੇਅ ਅਜੇ ਖੁੱਲ੍ਹਾ ਨਹੀਂ ਹੈ: ਕਿਸੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦਾ ਰਨਵੇ ਉਹ ਸਮਾਂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਪੈਸਾ ਖਤਮ ਹੋਣ ਅਤੇ ਅਸਫਲ ਹੋਣ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਤੁਸੀਂ ਪੈਸਾ ਇਕੱਠਾ ਕਰਕੇ ਜਾਂ ਆਮਦਨ ਵਧਾ ਕੇ ਆਪਣਾ ਰਨਵੇ ਲੰਮਾ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ, ਪਰ ਜੇ ਤੁਸੀਂ ਬਹੁਤ ਜਲਦੀ ਛਾਲ ਮਾਰਦੇ ਹੋ, ਤਾਂ ਤੁਸੀਂ ਬਰਬਾਦ ਹੋ ਜਾਵੋਗੇ। ਜੇ ਤੁਸੀਂ ਇਸ ਗੱਲ 'ਤੇ ਧਿਆਨ ਕੇਂਦਰਿਤ ਕਰਦੇ ਹੋ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਇਸ ਸਮੇਂ ਕੀ ਕਰ ਰਹੇ ਹੋ, ਤਾਂ ਘੜੀ ਟਿਕਣ ਲੱਗਦੀ ਨਹੀਂ ਹੈ, ਅਤੇ ਤੁਸੀਂ ਕੀਮਤੀ ਸਮਾਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦੇ ਹੋ।

- ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਸੰਪਰਕ ਰੱਖੋ। ਸੰਸਥਾਪਕ ਦਾ ਨੈੱਟਵਰਕ ਕਾਰੋਬਾਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਦੇ ਸਭ ਤੋਂ ਘੱਟ ਅੰਦਾਜ਼ੇ ਵਾਲੇ ਤੱਤਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਕੋਈ ਨੈਕਰੀ ਛੱਡ ਦਿੰਦੇ ਹੋ, ਤਾਂ ਤੁਸੀਂ ਉਸ ਨੈੱਟਵਰਕ ਦੇ ਜ਼ਿਆਦਾਤਰ ਸਰੋਤਾਂ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚ ਗੁਆ ਦਿੰਦੇ ਹੋ, ਜਿਸ ਨਾਲ ਫੰਡ ਇਕੱਠਾ ਕਰਨ ਦੀ ਮੁਹਿੰਮ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਜਾਂ ਗਾਹਕ ਹਾਸਲ ਕਰਨ ਦੇ ਖਤਰਨਾਕ ਪਾਣੀਆਂ ਨੂੰ ਨੈਵੀਗੇਟ ਕਰਨਾ ਵਧੇਰੇ ਮੁਸ਼ਕਲ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

- ਜੇਕਰ ਤੁਸੀਂ ਅਸਫਲ ਹੋ ਜਾਂਦੇ ਹੋ ਤਾਂ ਤੁਸੀਂ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਵਾਪਸ ਉਛਾਲਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਵੋਗੇ। ਤੁਸੀਂ ਸਟਾਰਟਅਪ ਉਦਯੋਗ ਦੇ ਨਾਲ ਆਉਣ ਵਾਲੇ ਕੁਚਲਣ ਵਾਲੇ ਤਣਾਅ ਨੂੰ ਉਦੋਂ ਤੱਕ ਨਹੀਂ ਸਮਝ ਸਕਦੇ ਹੋ ਜਦੋਂ ਤੱਕ ਤੁਸੀਂ ਇਸਦਾ ਹਿੱਸਾ ਨਹੀਂ ਬਣਦੇ। ਜੇਕਰ ਤੁਹਾਨੂੰ ਹਾਈਬ੍ਰਿਡ ਉੱਦਮਤਾ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਝਟਕਾ

ਲੱਗਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਇਹ ਦੁਨੀਆਂ ਦਾ ਅੰਤ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇਹ ਤੁਹਾਨੂੰ ਬਹੁਤ ਐੱਖਾ ਮਾਰਦਾ ਹੈ ਜੇਕਰ ਇਹ ਤੁਹਾਡੇ ਅੰਦਰ ਡੁੱਬਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਵਾਪਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਗਲਤੀ ਲਈ ਅਸਲ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਹਾਸ਼ੀਏ ਨਹੀਂ ਹੈ।

ਹਾਈਬ੍ਰਿਡ ਉੱਦਮਤਾ ਉਹਨਾਂ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਲਈ ਇੱਕ ਵਿਹਾਰਕ ਵਿਕਲਪ ਹੈ ਜੋ ਆਪਣੇ ਵਪਾਰਕ ਟੀਚਿਆਂ ਨੂੰ ਵਧੇਰੇ ਕੁਦਰਤੀ ਅਤੇ ਜੋਖਮ-ਮੁਕਤ ਢੰਗ ਨਾਲ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਉੱਦਮੀ ਫੁੱਲ-ਟਾਈਮ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਮਾਲਕ ਬਣਨ ਦੀ ਇੱਛਾ ਨਹੀਂ ਰੱਖਦੇ। ਕੁਝ ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਉੱਦਮੀ ਯਤਨਾਂ ਰਾਹੀਂ ਪੈਸਾ ਕਮਾਉਣ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਚੰਗੀ-ਅਦਾਇਗੀ, ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਅਤੇ ਵੱਕਾਰੀ ਕੰਮ ਕਰਨ ਦਾ ਫਾਇਦਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਜੀਵਨ ਸ਼ੈਲੀ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਨਾ ਤਾਂ ਚੰਗਾ ਹੈ ਅਤੇ ਨਾ ਹੀ ਮਾੜਾ ਹੈ ਕਿ ਕੁਝ ਹਾਈਬ੍ਰਿਡ ਉੱਦਮੀਆਂ ਕੋਲ ਆਪਣੇ ਕਾਰੋਬਾਰਾਂ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਜਾਂ ਪਾਰਟ-ਟਾਈਮ ਤੋਂ ਫੁੱਲ-ਟਾਈਮ ਉੱਦਮਤਾ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਕਰਨ ਦੀ ਕੋਈ ਯੋਜਨਾ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਉੱਦਮੀ ਪਾਣੀਆਂ ਦੀ ਪਰਖ ਕਰਨ ਅਤੇ ਉੱਦਮ ਦੀ ਉੱਚ ਸੰਭਾਵਨਾ ਜਾਂ ਉੱਦਮੀ ਮਾਹੌਲ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਦੇ ਫਿੱਟ ਹੋਣ ਬਾਰੇ ਜਾਣਨ ਲਈ, ਹਾਈਬ੍ਰਿਡ ਉੱਦਮਤਾ ਸਵੈ-ਰੁਜ਼ਗਾਰ ਵਿੱਚ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਡੁੱਬਣ ਨਾਲੋਂ ਤਰਜੀਹੀ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਘੱਟ ਭਰੋਸੇਮੰਦ ਉੱਦਮੀ ਤਰਕ ਨਾਲ ਹਾਈਬ੍ਰਿਡ ਉੱਦਮਤਾ ਦੀ ਚੋਣ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ ਤਾਂ ਜੋ ਉਹ ਆਪਣੀ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤ ਸਮਰੱਥਾਵਾਂ 'ਤੇ ਡਾਟਾ ਇਕੱਠਾ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਘੱਟੋ-ਘੱਟ ਆਪਣੀ ਡੁੱਬੀ ਵਚਨਬੱਧਤਾ ਨੂੰ ਬਣਾਈ ਰੱਖਣ।

ਕਿਸੇ ਵਿਅਕਤੀ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਦੇ ਸਭ ਤੋਂ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਨਿਰਧਾਰਕ ਵਿਵਹਾਰ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਹੋਣ ਦਾ ਇਰਾਦਾ ਹੁੰਦੇ ਹਨ - ਨਾ ਕਿ ਵਿਹਾਰਾਂ ਪ੍ਰਤੀ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਰਵੱਈਏ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹਨਾਂ ਤੋਂ ਸਿਰਫ ਇਰਾਦਿਆਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਦੀ ਉਮੀਦ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇਰਾਦਿਆਂ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਨੂੰ ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਦੀ ਪ੍ਰੇਰਣਾ ਅਤੇ ਸੁਚੇਤ ਫੈਸਲੇ ਜਾਂ ਵਿਵਹਾਰ ਨੂੰ ਲਿਆਉਣ ਲਈ ਯਤਨ ਖਰਚ ਕਰਨ ਦੀ ਯੋਜਨਾ ਵਜੋਂ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ।

ਜਦੋਂ ਇਰਾਦੇ ਅਤੇ ਕਿਰਿਆ ਵਿਚਕਾਰ ਥੋੜ੍ਹੇ ਸਮੇਂ ਦਾ ਅੰਤਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਅਤੇ ਨਾਲ ਹੀ ਜਦੋਂ ਇਰਾਦੇ ਅਤੇ ਕੀਤੀ ਜਾਣ ਵਾਲੀ ਕਾਰਵਾਈ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਸੁੱਧਤਾ ਦਾ ਇੱਕ ਉੱਚਿਤ ਪੱਧਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਇਹ ਭਵਿੱਖਬਾਣੀ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਕਿ ਇਰਾਦੇ ਅਤੇ ਕਿਰਿਆ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ ਮਜ਼ਬੂਤ ਹੋਵੇਗਾ। ਸ਼ਖਸੀਅਤ, ਜਨਸੰਖਿਆ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ, ਰਵੱਈਏ, ਜਾਂ ਵਿਸ਼ਵਾਸਾਂ ਦੇ ਉਲਟ, ਉੱਦਮਤਾ ਇੱਕ ਜਾਣਬੁੱਝ ਕੇ ਫੈਸਲਾ ਹੈ, ਅਤੇ ਇਸ ਲਈ ਇਰਾਦੇ ਹੋਰ ਕਾਰਕਾਂ ਨਾਲੋਂ ਸਫਲਤਾ ਦੇ ਵਧੇਰੇ ਸਹੀ ਭਵਿੱਖਬਾਣੀ ਹਨ। ਉੱਦਮੀ ਇਰਾਦੇ ਵਿਚਾਰਾਂ, ਵਿਸ਼ਵਾਸਾਂ, ਜਾਣਕਾਰੀ ਅਤੇ ਯੋਗਤਾਵਾਂ ਦੁਆਰਾ ਸ਼ੁਰੂ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ, ਜੋ ਬਦਲੇ ਵਿੱਚ

ਉੱਦਮੀ ਕਾਰਵਾਈ ਦੁਆਰਾ ਸ਼ੁਰੂ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਉੱਦਮਤਾ ਨੂੰ ਵਾਤਾਵਰਣ ਦੀਆਂ ਸਥਿਤੀਆਂ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਉਦਯੋਗਿਕ ਯਤਨਾਂ ਦੀ ਸ਼ੁਰੂਆਤ, ਸ਼ਮੂਲੀਅਤ ਅਤੇ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਵਜੋਂ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ, ਜਿੱਥੇ ਇੱਕ ਉੱਦਮੀ ਯਤਨ ਨੂੰ ਖੋਜ (ਖੋਜ) ਵਿੱਚ ਸਰੋਤਾਂ (ਜਿਵੇਂ, ਬੇਧਾਤਮਕ, ਵਿਹਾਰਕ, ਵਿੱਤੀ ਅਤੇ ਹੋਰ ਸਰੋਤ) ਦੇ ਨਿਵੇਸ਼ ਵਜੋਂ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ। ਜਾਂ ਸੋਸ਼ਣ) ਇੱਕ ਸੰਭਾਵੀ ਮੌਕੇ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ। ਇਹ ਉਹ ਰੁਚੀਆਂ ਹਨ ਜੋ ਚਾਲ-ਚਲਣ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰਤੀਬਿੰਬਤ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਇਰਾਦੇ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਰੁਚੀਆਂ, ਜਦੋਂ ਤੱਕ ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਦੇ ਮਾਨਸਿਕ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਮੌਜੂਦ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ, ਉਦੋਂ ਤੱਕ ਇਰਾਦੇ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੇ ਜਦੋਂ ਤੱਕ ਉਹ ਆਪਣੇ ਆਪ ਵਿੱਚ ਸਪੱਸ਼ਟ ਨਹੀਂ ਹੋ ਜਾਂਦੇ। ਇਰਾਦਿਆਂ ਦੇ ਕੇਂਦਰ ਵਿੱਚ ਰੁਚੀਆਂ ਦਾ ਇੱਕ ਬੇਧਾਤਮਕ ਅਤੇ ਵਿਹਾਰਕ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀ ਹੈ ਜੋ ਇੱਕ ਚੇਤੰਨ ਟੀਚੇ ਵੱਲ ਕੇਂਦਰਿਤ ਹੈ। ਨਿੱਜੀ ਇਰਾਦਾ ਨਿਸ਼ਚਿਤ ਤੌਰ 'ਤੇ ਵਿਵਹਾਰ ਦਾ ਭਵਿੱਖਬਾਣੀ ਹੈ। ਇਰਾਦਾ ਵਿਚਾਰਾਂ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਮਨ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਦਾ ਹਵਾਲਾ ਦੇ ਸਕਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਕਿਸੇ ਦੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਵਿਕਸਤ ਕਰਨਾ ਹੈ ਇਸ ਬਾਰੇ ਕਿਸੇ ਦੀ ਪ੍ਰੇਰਣਾ ਦਾ ਹਵਾਲਾ ਵੀ ਦੇ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਪ੍ਰੇਰਣਾ ਅਤੇ ਇੱਛਾ ਨੂੰ ਤਰਕ ਨਾਲ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਦੇ ਪੂਰਕ ਹੋਣ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ। ਇੱਛਾ ਪ੍ਰੇਰਣਾ ਪੈਦਾ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸ ਨੂੰ ਕਾਰਜ ਦੀ ਇੱਕ ਸੁਰੱਖਿਆ ਸੀਮਾ ਦੇਣ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ। ਅਜਿਹੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਸੀਮਾ ਤੋਂ ਬਿਨਾਂ, ਸਿਰਫ਼ ਪ੍ਰੇਰਣਾ ਚੰਗੀ ਗੁਣਵੱਤਾ ਵਾਲੇ ਯੋਜਨਾਬੱਧ ਵਿਵਹਾਰ ਨੂੰ ਨੁਕਸਾਨ ਪਹੁੰਚਾ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਇੱਛਾ, ਤਰਜੀਹ, ਅਤੇ ਫੈਸਲਾ ਇਹ ਸਭ ਧਿਆਨ ਨਾਲ ਫੈਸਲਾ ਲੈਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਦਾ ਹਿੱਸਾ ਹਨ। ਸਾਰੇ ਉੱਦਮੀਆਂ ਨੂੰ ਜੋਖਮ ਨੂੰ ਘੱਟ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਉਪਲਬਧ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਜਾਣਕਾਰੀ 'ਤੇ ਫੈਸਲੇ ਲੈਣੇ ਪੈਂਦੇ ਹਨ। ਜੋਖਮ ਦੇ ਪੱਧਰ, ਭਾਵਨਾਤਮਕ ਤਜਰਬਿਆਂ ਅਤੇ ਅੱਗੇ ਵਧਣ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਤਰਕਪੂਰਨ ਪਹੁੰਚ ਵਿਚਕਾਰ ਇੱਕ ਨਾਜ਼ੁਕ ਸੰਤੁਲਨ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਨੂੰ ਆਪਣੀਆਂ ਸੰਭਾਵਿਤ ਕਾਰਵਾਈਆਂ ਨੂੰ ਕਾਰਵਾਈ ਦੇ ਕਦਮਾਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਰੱਖਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਜੋ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਲਏ ਜਾਣ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ। ਮਾਨਸਿਕ ਇਰਾਦੇ ਸਹੀ

ਕਦਮ ਚੁੱਕਣ ਦਾ ਪੂਰਵ-ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਪੱਧਰ ਹਨ। ਇਰਾਦਾ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੇ ਕਿਸੇ ਦੇ ਸਮੁੱਚੇ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਤੋਂ ਵੀ ਉਤਪੰਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ ਜਿੰਨੀ ਸਾਫ਼ ਹੋਵੇਗੀ, ਕਿਸੇ ਦੇ ਇਰਾਦੇ ਸਾਫ਼ ਹੋਣਗੇ, ਅਤੇ ਬਾਅਦ ਦੀਆਂ ਕਾਰਵਾਈਆਂ ਹਨ। ਉੱਦਮਤਾ ਦੀ ਸਿੱਖਿਆ ਅਤੇ ਨਿੱਜੀ ਰਵੱਈਆ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਕਦਮ ਅੱਗੇ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਵਿਅਕਤੀ ਦੇ ਇਰਾਦੇ ਅਤੇ ਪ੍ਰੇਰਣਾ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਤ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਇਹ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, "ਗਿਆਨ ਸ਼ਕਤੀ ਹੈ।" ਕਿਸੇ ਦੀ ਪਸੰਦ ਦੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੇ ਸੰਬੰਧ ਵਿੱਚ ਸਿੱਖਿਆ ਦੀ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਗੁਣਵੱਤਾ ਇੱਕ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਰਵੱਈਏ ਅਤੇ ਅੱਗੇ ਵਧੀਆ ਵਿਵਹਾਰਕ ਕਦਮਾਂ ਦਾ ਫੈਸਲਾ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਸਮੁੱਚੀ ਇਰਾਦੇ ਨੂੰ ਵਧਾਉਂਦੀ ਹੈ। ਪਰਿਵਾਰਕ ਸਮਰਥਨ ਉੱਦਮੀ ਇਰਾਦੇ ਨੂੰ ਵੀ ਵਧਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਪਰਿਵਾਰ ਬੇਲੋੜੇ ਜੋਖਮ ਲੈ ਕੇ ਪਰਿਵਾਰਕ ਵਿੱਤ ਨੂੰ ਖਤਰੇ ਵਿੱਚ ਪਾਏ ਬਿਨਾਂ ਉੱਦਮੀ ਨੂੰ ਅੱਗੇ ਵਧਣ ਲਈ ਮਾਰਗਦਰਸ਼ਨ, ਭਾਵਨਾਤਮਕ ਸਹਾਇਤਾ ਅਤੇ ਸਮਰਥਨ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਸਮੁੱਚੇ ਲਾਭ ਲਈ "ਯੋਜਨਾਬੱਧ ਵਿਵਹਾਰ" ਲਈ ਨਿਯਮਤ ਪਰਿਵਾਰਕ ਵਿਚਾਰ-ਵਟਾਂਦਰਾ ਇੱਕ ਵਧੀਆ ਤਰੀਕਾ ਹੈ। ਉਦਮੀ ਵਿਚਾਰ ਅਧੀਨ ਮੁੱਦਿਆਂ ਦੇ ਸੰਬੰਧ ਵਿੱਚ ਵੱਖਰੇ ਹਨ ਅਤੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਵਿੱਚ ਅੱਗੇ ਵਧਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹਨ। ਜਾਣਬੁੱਝ ਕੇ ਵਿਵਹਾਰ ਇੱਕ ਮਾਨਸਿਕਤਾ ਦਾ ਨਤੀਜਾ ਹੈ ਜਿਸਦਾ ਉਦੇਸ਼ ਵਪਾਰਕ ਸੰਸਾਰ ਵਿੱਚ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਯੋਗਦਾਨ ਪਾਉਣਾ ਹੈ। ਅਜਿਹਾ ਕਰਨ ਵਿੱਚ, ਇੱਕ ਦਾ ਉਦੇਸ਼ ਵਿੱਤੀ ਸਫਲਤਾ ਅਤੇ ਬਾਅਦ ਦੇ ਮੌਕਿਆਂ ਲਈ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਅਜਿਹੀ ਸਫਲਤਾ ਖੁੱਲ੍ਹਦੀ ਹੈ

ਆਵੇਗੀਲਤਾ ਪਹਿਲਾਂ ਇਸ ਬਾਰੇ ਸੋਚੇ ਬਿਨਾਂ ਕਾਰਵਾਈ ਕਰਨ ਅਤੇ ਫੈਸਲਾ ਲੈਣ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਡੇਟਾ 'ਤੇ ਵਿਚਾਰ ਕਰਨ ਦਾ ਹਵਾਲਾ ਦਿੰਦੀ ਹੈ। ਬਿਨਾਂ ਸੋਚੇ-ਸਮਝੇ ਕੰਮ ਕਰਨਾ ਅਜਿਹੀਆਂ ਸਥਿਤੀਆਂ ਵਿੱਚ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਫੈਸਲੇ ਲੈਣ ਦੀ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਹੈ ਜਿਸ ਲਈ ਵਿਆਪਕ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਅਤੇ ਵਿਚਾਰ-ਵਟਾਂਦਰੇ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਉਹ ਇਹ ਸਮਝਾਉਣ ਲਈ ਅੱਗੇ ਵਧਦੇ ਹਨ ਕਿ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਨੂੰ ਕੁਝ ਉੱਦਮੀ ਸਥਿਤੀਆਂ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਕੰਮ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ, ਅਸਪਸ਼ਟਤਾ, ਅਤੇ ਜ਼ਰੂਰੀਤਾ ਦੇ ਕਾਰਨ ਪੂਰੇ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨਾ ਅਸੰਭਵ ਹੈ। ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਅਧਰੰਗ

ਦੇ ਅੱਗੇ ਝੁਕਣ ਦੀ ਬਜਾਏ, ਉੱਦਮੀ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਦੀ ਛਾਲ ਮਾਰਦੇ ਹਨ ਜੋ ਜ਼ਿਆਦਾਤਰ ਹੋਰ ਨਹੀਂ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਵਿਅਕਤੀ ਅਣਪਛਾਤੀ ਸਥਿਤੀਆਂ ਵੱਲ ਖਿੱਚੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਉੱਦਮਤਾ, ਅਤੇ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ ਦੇ ਬਾਵਜੂਦ ਕੰਮ ਕਰਨ ਦੀ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸੰਭਾਵਨਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਮੌਜੂਦਾ ਖੋਜ ਮੁੱਖ ਤੌਰ 'ਤੇ ਵਿਵਹਾਰ 'ਤੇ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਲਈ ਢੁਕਵੀਂ ਲੇਖਾ-ਜੋਖਾ ਕੀਤੇ ਬਿਨਾਂ ਇੱਕ ਚੇਤੰਨ ਬੇਧਾਤਮਕ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਵਜੋਂ ਉੱਦਮਤਾ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਵੀ ਘਟਨਾ ਦੀ ਹਰ ਦਿਨ ਦੇ ਅੰਤ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਡਾਇਰੀ ਰੱਖੇ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਤੁਸੀਂ ਮਹਿਸੂਸ ਕਰਦੇ ਹੋ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਮਾੜੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਨਿਯੰਤਰਣ ਦਾ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਕੀਤਾ ਹੈ ਅਤੇ ਬਹੁਤ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਜਵਾਬ ਦਿੱਤਾ ਹੈ, ਅਤੇ ਨਾਲ ਹੀ ਉਹ ਘਟਨਾਵਾਂ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਵਿੱਚ ਤੁਸੀਂ ਮਹਿਸੂਸ ਕੀਤਾ ਹੈ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਚੰਗੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਨਿਯੰਤਰਣ ਦਾ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਕੀਤਾ ਹੈ ਅਤੇ ਤੁਹਾਡੇ ਪ੍ਰਭਾਵ 'ਤੇ ਕੰਮ ਕਰਨ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਸੁਣਿਆ ਅਤੇ ਉਡੀਕ ਕੀਤੀ ਹੈ। ਦੋ ਹਫ਼ਤਿਆਂ ਦੇ ਅੰਤ ਵਿੱਚ ਕਿਸੇ ਵੀ ਪੈਟਰਨ ਲਈ ਆਪਣੇ ਲੋਗ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰੋ। ਕਿਸੇ ਵੀ ਟਰਿਗਰਸ ਦੀ ਭਾਲ ਕਰੋ ਜੋ ਤੁਹਾਨੂੰ ਬਹੁਤ ਜਲਦੀ ਕਾਰਵਾਈ ਵਿੱਚ ਧੱਕਦੇ ਹਨ, ਅਤੇ ਨਾਲ ਹੀ ਕੋਈ ਵੀ ਟਰਿਗਰਸ ਜੋ ਤੁਹਾਨੂੰ ਆਪਣੇ ਸੰਜਮ ਅਤੇ ਇਕਾਗਰਤਾ ਨੂੰ ਬਣਾਈ ਰੱਖਣ ਦੀ ਇਜਾਜ਼ਤ ਦਿੰਦੇ ਹਨ। ਟਰਿਗਰਸ ਵਿੱਚ ਖਾਸ ਵਿਅਕਤੀ, ਸਥਿਤੀਆਂ ਜਾਂ ਕਾਰਵਾਈਆਂ ਸ਼ਾਮਲ ਹੋ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ। ਉੱਦਮੀਆਂ ਨੂੰ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤ ਉੱਦਮੀ ਮੌਕਿਆਂ ਬਾਰੇ ਫੈਸਲੇ ਲੈਣੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ, ਮੌਕਿਆਂ ਦੀਆਂ ਵਿੰਡੋਜ਼ ਬੰਦ ਹੋਣ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਜਲਦੀ ਕੰਮ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ, ਅਤੇ ਫੀਡਬੈਕ ਤੋਂ ਸਿੱਖਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ ਸਫਲ ਹੋਣ ਲਈ ਸਾਹਮਣੇ ਆਉਂਦੀ ਹੈ। ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਜੋ ਇਹ ਨਿਰਧਾਰਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕੀ ਇੱਕ ਸਥਿਤੀ ਇੱਕ ਮੌਕੇ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ, ਉਸ ਕੋਲ ਇਹ ਜਾਣਨ ਦਾ ਕੋਈ ਤਰੀਕਾ ਨਹੀਂ ਹੈ ਕਿ ਕੀ ਸਥਿਤੀ ਇੱਕ "ਅਸਲੀ" ਉਦੇਸ਼ ਦੇ ਮੌਕੇ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਜਾਂ ਕੀ ਵਿਅਕਤੀ ਮੌਕੇ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੈ; ਦੂਜੇ ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿੱਚ, ਉੱਦਮੀ ਮੌਕੇ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ 'ਤੇ ਅਨੁਮਾਨਿਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਅਨਿਸ਼ਚਿਤ ਸਥਿਤੀਆਂ ਲਈ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਦੀਆਂ ਪ੍ਰਤੀਕ੍ਰਿਆਵਾਂ (ਉਦਾਹਰਣ ਵਜੋਂ, ਜਦੋਂ ਇੱਕ ਨਵੇਂ ਮੌਕੇ ਨੂੰ ਪਛਾਣਦੇ ਹੋਏ) ਪ੍ਰਭਾਵੀ ਅਨੁਭਵਾਂ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਜੋ ਅਕਸਰ ਪ੍ਰਤੀਬਿੰਬਤ ਵਿਚਾਰ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ ਦੀ ਬਜਾਏ ਆਵੇਗਸ਼ੀਲਤਾ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਜਦੋਂ ਫੈਰੀ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ ਜਾਂ ਭਵਿੱਖ ਵਿੱਚ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤ ਨਤੀਜਿਆਂ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ,

ਤਾਂ ਚਿੰਤਾ, ਡਰ, ਜਾਂ ਚਿੰਤਾ ਵਰਗੇ ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਪ੍ਰਭਾਵੀ ਅਨੁਭਵ ਢਿੱਲ ਦਾ ਕਾਰਨ ਬਣ ਸਕਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਕਾਰਵਾਈ ਦੀ ਸ਼ੁਰੂਆਤ ਨੂੰ ਰੋਕ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਹਿਚਕਿਚਾਹਟ, ਸ਼ੱਕ ਅਤੇ ਢਿੱਲ ਇਹ ਸਾਰੇ ਉੱਦਮੀ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ ਦੇ ਆਮ ਨਤੀਜੇ ਹਨ, ਅਤੇ ਇਹ ਸਾਰੇ ਦੇਰੀ ਨਾਲ ਕਾਰਵਾਈ ਦੀ ਸ਼ੁਰੂਆਤ ਵਿੱਚ ਯੋਗਦਾਨ ਪਾਉਂਦੇ ਹਨ। ਖੁਸ਼ੀ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਉਹ ਮਹਿਸੂਸ ਕਰਦੇ ਹਨ ਜਦੋਂ ਉਹ ਜੋਖਮ ਭਰੀਆਂ ਸਥਿਤੀਆਂ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਭਵਿੱਖ ਦੇ ਫਾਇਦਿਆਂ ਲਈ ਉਹਨਾਂ ਦੀਆਂ ਉੱਚ ਉਮੀਦਾਂ ਹਨ, ਸਨਸਨੀ ਭਾਲਣ ਵਾਲੇ ਅਜਿਹੇ ਤਜਰਬਿਆਂ ਦੇ ਬਦਲੇ ਸਰੀਰਕ, ਸਮਾਜਿਕ, ਕਾਨੂੰਨੀ ਅਤੇ ਵਿੱਤੀ ਜੋਖਮਾਂ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨ ਲਈ ਤਿਆਰ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਇਨ੍ਹਾਂ 'ਤੇ ਨਜ਼ਰ ਰੱਖੋ ਪਰ ਆਪਣੇ ਉਤਸ਼ਾਹ ਨੂੰ ਕਾਬੂ ਵਿੱਚ ਰੱਖੋ।

ਜਦੋਂ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਕੁਝ ਲੋਕ ਨਿਰਣਾਇਕ, ਉਰਜਾਵਾਨ ਅਤੇ ਵਾਰ-ਵਾਰ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਦੂਸਰੇ, ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, ਸਾਵਧਾਨ ਹਨ ਅਤੇ ਅਕਿਰਿਆਸ਼ੀਲਤਾ ਕਾਰਨ ਅਯੋਗਤਾ ਤੋਂ ਪੀੜਤ ਹਨ। ਕਿਸੇ ਵੀ ਉੱਦਮੀ ਫੈਸਲੇ ਵਿੱਚ ਅਵੇਸਲੇਪਨ ਨੂੰ ਕਾਬੂ ਵਿੱਚ ਰੱਖਣ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਵਿੱਤੀ, ਭਾਵਨਾਤਮਕ ਅਤੇ ਪਰਿਵਾਰਕ ਨੁਕਸਾਨ ਪਹੁੰਚਾਉਣ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਹੈ। ਪ੍ਰੇਰਣਾ ਦੇ ਉੱਚ ਪੱਧਰ ਇੱਕ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ-ਅਧਾਰਿਤ ਮਾਨਸਿਕਤਾ ਲਈ ਅਨੁਕੂਲ ਨਹੀਂ ਹਨ। ਸਾਰੇ ਕਾਰੋਬਾਰਾਂ ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਲਈ ਟੀਮ ਵਰਕ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ। ਇੱਕ ਸਾਰਥਕ ਅਤੇ ਜੀਵਨ ਭਰ ਦਾ ਕੈਰੀਅਰ ਬਣਾਉਣ ਲਈ, ਤੁਹਾਨੂੰ ਦੂਜਿਆਂ ਨਾਲ ਚੰਗੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਕੰਮ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ ਜਿਸ ਕਾਰਨ ਪੇਸ਼ੇਵਰ ਸੰਸਾਰ ਵਿੱਚ ਟੀਮ ਵਰਕ ਬਹੁਤ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ। ਉਦਮੀ ਲਗਾਤਾਰ ਮੁੱਦਿਆਂ ਦੇ ਤਾਜ਼ੇ ਅਤੇ ਰਚਨਾਤਮਕ ਹੱਲਾਂ ਦੀ ਖੋਜ 'ਤੇ ਹਨ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਕੋਈ ਸ਼ੱਕ ਨਹੀਂ ਹੈ ਕਿ ਤੁਹਾਡਾ ਵਿਲੱਖਣ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਪੂਰੀ ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਮਦਦ ਕਰੇਗਾ। ਇੱਕ ਕੰਪਨੀ ਨੂੰ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਦਾ ਇੱਕ ਵਿਸ਼ਾਲ ਸੰਗ੍ਰਹਿ ਰੱਖਣ ਲਈ ਖੁਸ਼ਹਾਲ ਹੋਣ ਦੀ ਜ਼ਰੂਰਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜੋ ਹਰ ਇੱਕ ਆਪਣੇ ਵਿਲੱਖਣ ਵਿਚਾਰਾਂ ਵਿੱਚ ਯੋਗਦਾਨ ਪਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਇੱਕ ਸਮੂਹ ਦੀ ਸਹਿਯੋਗ ਕਰਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਸਮੱਸਿਆ ਨੂੰ ਹੱਲ ਕਰਨ ਵਿੱਚ

ਸਹਾਇਤਾ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਬ੍ਰੇਨਸਟਾਰਮਿੰਗ ਦੇ ਕਾਰਨ, ਟੀਮ ਨਵੇਂ ਅਤੇ ਕਲਪਨਾਤਮਕ ਹੱਲਾਂ ਦੇ ਨਾਲ ਆਉਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਡੇ ਜਵਾਬ ਲੱਭਣ ਲਈ ਸਹਿਯੋਗ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਮਿਲ ਕੇ ਕੰਮ ਕਰਨਾ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਸਮਾਂ-ਸੀਮਾਵਾਂ ਪੂਰੀਆਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਉੱਚ-ਗੁਣਵੱਤਾ ਵਾਲਾ ਕੰਮ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਟੀਮ ਦਾ ਇੱਕ ਮੈਂਬਰ ਪਿੱਛੇ ਰਹਿ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਦੂਜਾ ਉਸ ਨੂੰ ਸੰਭਾਲ ਲਵੇਗਾ। ਕਿਉਂਕਿ ਨੈਕਰੀਆਂ ਨੂੰ ਟੀਮ ਦੇ ਮੈਂਬਰਾਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਕੰਮ ਨੂੰ ਸਮੂਹਾਂ ਵਿੱਚ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਅਤੇ ਵਧੇਰੇ ਕੁਸ਼ਲਤਾ ਨਾਲ ਪੂਰਾ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਤੁਸੀਂ ਇੱਕ ਸਾਂਝੇ ਟੀਚੇ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਇਕੱਠੇ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹੋ ਤਾਂ ਤੁਹਾਡਾ ਸਮੂਹ ਨੇੜੇ ਹੋ ਜਾਵੇਗਾ। ਇੱਕ ਪ੍ਰੋਜੈਕਟ ਵਿੱਚ ਹਿੱਸਾ ਲੈਣਾ ਜੋ ਅਸਲ ਨਤੀਜੇ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ ਤੁਹਾਡੇ ਕੰਮ ਵਿੱਚ ਤੁਹਾਡੀ ਕਦਰ ਮਹਿਸੂਸ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਤੁਹਾਡੀ ਮਦਦ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਇੱਕ ਨਵੀਂ ਵਿਧੀ ਦਾ ਸੁਝਾਅ ਦਿੰਦੇ ਹੋ ਜੋ ਉਤਪਾਦਕਤਾ ਨੂੰ ਵਧਾ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਤੁਸੀਂ ਟੀਮ ਵਿੱਚ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਪੈਦਾ ਕਰਦੇ ਹੋ ਅਤੇ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਵਧਾਉਂਦੇ ਹੋ। ਮੁਹਾਰਤ ਦੇ ਵਿਭਿੰਨ ਸੈੱਟਾਂ ਨੂੰ ਇੱਕ ਸਮੂਹ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਖਿੱਚਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਉਹ ਵਿਅਕਤੀ ਅਤੇ ਸਮੂਹ ਜੋ ਸਫਲਤਾਪੂਰਵਕ ਇਕੱਠੇ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੋਣ ਦੀ ਮਜ਼ਬੂਤ ਭਾਵਨਾ ਅਤੇ ਸਾਂਝੇ ਉਦੇਸ਼ ਲਈ ਮਜ਼ਬੂਤ ਪ੍ਰਤੀਬੱਧਤਾ ਰੱਖਦੇ ਹਨ। ਇੱਕ ਉੱਦਮੀ ਟੀਮ ਵਿੱਚ ਦੋ ਜਾਂ ਦੋ ਤੋਂ ਵੱਧ ਵਿਅਕਤੀ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਰੁਚੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਵਿੱਤੀ ਅਤੇ ਹੋਰ ਦੋਵੇਂ ਤਰ੍ਹਾਂ ਨਾਲ, ਅਤੇ ਉੱਦਮ ਦੇ ਭਵਿੱਖ ਅਤੇ ਸਫਲਤਾ ਲਈ ਵਚਨਬੱਧਤਾ; ਜਿਸਦਾ ਕੰਮ ਸਾਂਝੇ ਟੀਚਿਆਂ ਅਤੇ ਉੱਦਮ ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਦੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਵਿੱਚ ਪਰਸਪਰ ਨਿਰਭਰ ਹੈ; ਜੋ ਉੱਦਮੀ ਟੀਮ ਅਤੇ ਉੱਦਮ ਲਈ ਜਵਾਬਦੇਹ ਹਨ। ਉੱਦਮੀ ਟੀਮ ਨੂੰ ਇੱਕ ਅਜਿਹੇ ਭਵਿੱਖ ਨੂੰ ਸਪਸ਼ਟ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਜੋ ਸਾਰੇ ਮੌਜੂਦਾ ਅਤੇ ਸੰਭਾਵੀ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਸੰਭਾਵੀ ਗਾਹਕਾਂ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਲਈ ਲੋੜੀਂਦਾ ਅਤੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਯੋਗ ਹੋਵੇ। ਜੇ ਲੋਕ ਇਕੁਇਟੀ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਕੰਪਨੀ ਵਿੱਚ ਇੰਨਾ ਨਿਵੇਸ਼ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਆਪਣੇ ਪੈਸੇ ਦਾ ਯੋਗਦਾਨ ਪਾਉਣ ਜਾਂ ਇਸਦੇ ਬਦਲੇ ਵਿੱਚ ਵੱਡੀ ਤਨਖਾਹ ਵਿੱਚ ਕਟੌਤੀ ਕਰਨ ਲਈ ਤਿਆਰ ਹੋਣ। ਇੱਥੇ ਇੱਕ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਟੀਮ ਦੀਆਂ ਪੰਜ ਭੂਮਿਕਾਵਾਂ ਹਨ: ਲੀਡਰ, ਰਚਨਾਤਮਕ ਪ੍ਰਸ਼ਾਸਕ, ਸੁਰੂਆਤੀ, ਇੰਸਟ੍ਰਕਟਰ, ਅਤੇ ਭਾਗੀਦਾਰ। ਇਹ ਸਾਰੇ ਇੱਕ ਟੀਮ ਦੇ ਮੁੱਖ ਭਾਗ ਹਨ, ਪਰ ਇਹਨਾਂ ਨੂੰ ਸੀਮਤ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਨਹੀਂ ਹੈ।

ਇੱਕ ਨੇਤਾ ਇੱਕ ਨਵੀਨਤਾਕਾਰੀ ਨਿਰਦੇਸ਼ਕ ਅਤੇ ਇੱਕ ਇੰਸਟ੍ਰਕਟਰ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸਮਿਆਂ 'ਤੇ ਕੰਮ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਸਰਗਰਮ ਸੁਣਨਾ ਅਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਬੋਲਣਾ ਸੰਚਾਰ ਅਤੇ ਸਮਾਜਿਕ ਹੁਨਰਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਹਨ ਜੋ ਟੀਮ ਵਰਕ ਦੁਆਰਾ ਸਿੱਖੇ ਜਾ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਇੱਕ ਟੀਮ ਵਿੱਚ ਆਪਣੇ ਫਰਜ਼ ਨਿਭਾਉਣ ਲਈ, ਬੱਚਿਆਂ ਨੂੰ ਸਿੱਖਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਨੇਤਾਵਾਂ ਅਤੇ ਕੋਚਾਂ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਸੁਣਨਾ ਹੈ। ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਦੀ ਗੱਲ ਸੁਣਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਜੋ ਉਹ ਇੱਕ ਟੀਮ ਵਜੋਂ ਕੰਮ ਕਰ ਸਕਣ। ਇੱਕ ਟੀਮ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਕਰਨ ਲਈ ਹਰ ਕਿਸੇ ਨੂੰ ਇੱਕ ਸਾਂਝੇ ਉਦੇਸ਼ ਲਈ ਵਚਨਬੱਧ ਹੋਣਾ ਅਤੇ ਤਾਲਮੇਲ ਨਾਲ ਮਿਲ ਕੇ ਕੰਮ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਟੀਮ ਵਰਕ ਹਰੇਕ ਟੀਮ ਦੇ ਮੈਂਬਰ ਵਿੱਚ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀਆਂ ਕਾਬਲੀਅਤਾਂ ਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਕਰ ਕੇ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਲਿਆਉਂਦਾ ਹੈ।

ਇਸ ਪੁਸਤਕ ਦੇ ਪਹਿਲੇ ਭਾਗ ਨੂੰ ਸਮਾਪਤ ਕਰਦੇ ਹੋਏ, ਲੇਖਕ ਇਸ ਗੱਲ 'ਤੇ ਜ਼ੋਰ ਦੇਣਾ ਚਾਹੇਗਾ ਕਿ ਅਨੁਸ਼ਾਸਨ ਦੀਆਂ ਦੋ ਕਿਸਮਾਂ ਹਨ: ਅੰਦਰੂਨੀ ਅਤੇ ਬਾਹਰੀ। ਜਦੋਂ ਕਿਸੇ ਦਾ ਜੀਵਨ ਬਾਹਰੀ ਕਾਰਕਾਂ ਦੁਆਰਾ ਨਿਯੰਤਰਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਇਸਨੂੰ ਬਾਹਰੀ ਅਨੁਸ਼ਾਸਨ ਵਜੋਂ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਬਾਹਰੀ ਅਨੁਸ਼ਾਸਨ ਸਮੇਂ ਦੇ ਨਾਲ ਅੰਦਰੂਨੀ ਅਨੁਸ਼ਾਸਨ ਬਣ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਉੱਦਮਤਾ ਵਿੱਚ ਸਫਲਤਾ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਕਾਰੋਬਾਰਾਂ ਵਿੱਚ ਤਜਰਬਾ ਹਾਸਲ ਕਰਨ, ਰੱਸੀਆਂ ਸਿੱਖਣ ਅਤੇ ਕਿਸੇ ਦੇ ਬਾਹਰੀ ਅਨੁਸ਼ਾਸਨ ਨੂੰ ਵਿਕਸਤ ਕਰਨ ਨਾਲ ਸ਼ੁਰੂ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਵਿਕਾਸ ਕਿਸੇ ਦੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੇ ਵਿਕਾਸ ਅਤੇ ਸਫਲ ਵਿਕਾਸ ਵੱਲ ਅਗਵਾਈ ਕਰਨ ਵਾਲੀ ਗਤੀਵਿਧੀ ਦੇ ਇੱਕ ਚੰਗੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਸੋਚੇ-ਸਮਝੇ ਪੈਟਰਨ ਦੀ ਪਾਲਣਾ ਕਰਨ ਲਈ ਅੰਦਰੂਨੀ ਤਾਕਤ ਦੀ ਸਹੂਲਤ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਅਜਿਹਾ ਅੰਦਰੂਨੀ ਅਨੁਸ਼ਾਸਨ ਦ੍ਰਿੜਤਾ, ਸਖਤ ਮਿਹਨਤ, ਮਰੀਜ਼ ਅਤੇ ਹੋਰ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਗੁਣਾਂ ਦੀ ਮੰਗ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇਹਨਾਂ ਸਾਰੇ ਸ਼ਾਨਦਾਰ ਗੁਣਾਂ (ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਇਸ ਕਿਤਾਬ ਦੇ ਅਗਲੇ ਭਾਗ ਵਿੱਚ ਵਰਣਨ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ) ਨੂੰ ਵਰਤਣਾ ਅੰਦਰੂਨੀ ਅਨੁਸ਼ਾਸਨ ਦਾ ਸਾਰ ਹੈ, ਜਿਸ ਨਾਲ ਕਿਸੇ ਦੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੀ ਨਿਰੰਤਰ ਵਿਕਾਸ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਬੇਸ਼ੱਕ, ਜ਼ਿੰਦਗੀ ਵਿਚ ਕੋਈ ਗਾਰੰਟੀ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਨੂੰ ਹਰ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਤੋਂ ਆਪਣੇ ਜੀਵਨ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰਨੀ ਪੈਂਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹ ਫੈਸਲਾ ਕਰਨਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕੀ ਇੱਕ ਉੱਦਮੀ ਮਾਰਗ ਦਾ ਪਿੱਛਾ ਕਰਨਾ

ਯੋਗ ਹੈ। ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਅਜਿਹੇ ਹਨ ਜੋ, ਲੋੜੀਂਦੀ ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ ਅਤੇ ਤਿਆਰੀ ਦੇ ਬਿਨਾਂ, ਵੱਖ-ਵੱਖ ਵਪਾਰਕ ਯਤਨਾਂ ਵਿੱਚ ਕੁੱਦਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਨਾਲ ਕਾਫ਼ੀ ਬੇਲੋੜਾ ਜੋਖਮ ਅਤੇ ਸੰਭਾਵੀ ਨੁਕਸਾਨ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਲੇਖਕ ਪਾਠਕਾਂ ਨੂੰ ਧੀਰਜ ਅਤੇ ਵਿਕਾਸ ਦੀ ਭਾਵਨਾ ਨਾਲ ਇਸ ਪੁਸਤਕ ਵਿੱਚ ਪੇਸ਼ ਕੀਤੇ ਗਏ ਵਿਚਾਰਾਂ ਦੀ ਭੀੜ 'ਤੇ ਵਿਚਾਰ ਕਰਨ ਲਈ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਅਗਲੇ ਭਾਗ ਵਿੱਚ, ਸਫਲ ਉੱਦਮੀਆਂ ਦੇ ਗੁਣ ਪੇਸ਼ ਕੀਤੇ ਗਏ ਹਨ ਤਾਂ ਜੋ ਸਾਰੇ ਪਾਠਕਾਂ ਨੂੰ ਇਹਨਾਂ ਗੁਣਾਂ ਨੂੰ ਵਿਕਸਤ ਕਰਨ ਲਈ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕੇ ਜੇਕਰ ਉਹ ਕੋਈ ਵਪਾਰਕ ਯਤਨ ਕਰਨ ਜਾ ਰਹੇ ਹਨ।

ਸਫਲ ਉੱਦਮੀਆਂ ਦੇ ਗੁਣ

ਰਚਨਾਤਮਕਤਾ

ਉੱਦਮਤਾ ਵਿੱਚ ਸਿਰਜਣਾਤਮਕਤਾ ਇੱਕ ਅੰਦਰੂਨੀ ਚੰਗਿਆੜੀ ਹੈ ਜੋ ਇੱਕ ਨਵੇਂ ਉਤਪਾਦ/ਸੇਵਾ ਦੇ ਵਿਕਾਸ ਜਾਂ ਇੱਕ ਨਵਾਂ ਉਤਪਾਦ/ਸੇਵਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨ ਦਾ ਇੱਕ ਵੱਖਰਾ ਤਰੀਕਾ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਦੀ ਸੋਚ ਨੂੰ ਨਵੀਨਤਾਕਾਰੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਵਰਤਣ ਲਈ ਅੰਦਰੂਨੀ ਡਰਾਈਵ ਹੈ। ਸੁਸਾਇਟੀ ਨਿਰਧਾਰਤ ਫਾਰਮੂਲੇ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਕੋਈ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਸਮਝਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਡੱਬੇ ਤੋਂ ਬਾਹਰ ਸਿੱਖਦਾ, ਸਵਾਲ ਕਰਦਾ ਅਤੇ ਸੋਚਦਾ ਰਹਿੰਦਾ ਹੈ।²⁷

* ਰਚਨਾਤਮਕਤਾ ਦੇ ਪੰਜ ਭਾਗ ਹਨ: ਨਿਪੁੰਨਤਾ, ਖੋਜੀ ਸੋਚ ਦੇ ਹੁਨਰ; ਇੱਕ ਸਾਹਸੀ ਪਾਤਰ; ਅੰਦਰੂਨੀ ਉਤਸ਼ਾਹ; ਅਤੇ ਇੱਕ ਕਲਪਨਾਤਮਕ ਵਾਤਾਵਰਣ ਜੋ ਰਚਨਾਤਮਕ ਵਿਚਾਰਾਂ ਨੂੰ ਜਗਾਉਂਦਾ, ਮਜ਼ਬੂਤ ਅਤੇ ਸੁਧਾਰਦਾ ਹੈ।

* ਸਿਰਜਣਾਤਮਕਤਾ ਸਾਨੂੰ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਨੂੰ ਵਧੇਰੇ ਖੁੱਲ੍ਹ ਕੇ ਅਤੇ ਮੌਲਿਕਤਾ ਨਾਲ ਸਮਝਣ ਅਤੇ ਹੱਲ ਕਰਨ ਦੀ ਆਗਿਆ ਦਿੰਦੀ ਹੈ। ਰਚਨਾਤਮਕਤਾ ਮਨ ਨੂੰ ਖੋਲ੍ਹਦੀ ਹੈ। ਜਿਹੜਾ ਸਮਾਜ ਆਪਣੇ ਸਿਰਜਣਾਤਮਕ ਪੱਖ ਤੋਂ ਟੁੱਟ ਗਿਆ ਹੋਵੇ, ਉਸ ਵਿੱਚ ਪੀੜ੍ਹੀ ਦਰ ਪੀੜ੍ਹੀ ਲੋਕ ਤੰਗ-ਦਿਲੀ ਵਾਲੇ ਬਣ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਸਾਡੀਆਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਨੂੰ ਵਧਾਉਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਪੂਰਵ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਨੂੰ ਦੂਰ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਸਾਡੀ ਮਦਦ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਰਚਨਾਤਮਕਤਾ ਦੇ ਹੁਨਰ ਦੀਆਂ ਉਦਾਹਰਣਾਂ:

- ਰਿਸ਼ਤੇ ਬਣਾਉਣਾ।
- ਸਵਾਲ ਪੁੱਛਣਾ।

- ਨਿਰੀਖਣ ਕਰਨਾ।
- ਇੰਟਰੈਕਟਿੰਗ ਅਤੇ ਨੈੱਟਵਰਕਿੰਗ।
- ਜਾਂਚ ਅਤੇ ਪ੍ਰਯੋਗ ਕਰਨਾ।

* ਰਚਨਾਤਮਕਤਾ ਸਿਰਫ ਕੁਝ ਨਵਾਂ ਬਣਾਉਣ ਬਾਰੇ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇਹ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਸਫਲ ਹੋਣ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੁਨਰਾਂ ਨੂੰ ਵਿਕਸਤ ਕਰਨ ਲਈ ਵੀ ਉਧਾਰ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ: ਸਿਰਜਣਾਤਮਕ ਅਭਿਆਸਾਂ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਹੋਣਾ ਸਾਡੀ ਸਮੱਸਿਆ-ਹੱਲ ਕਰਨ ਦੀਆਂ ਯੋਗਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਬਣਾਉਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਇੱਕ ਪੁਰਾਣੇ ਕੰਮ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਦੀ ਨਵੀਂ ਤਕਨੀਕ ਲੱਭਣ ਜਾਂ ਕੁਝ ਨਵਾਂ ਬਣਾਉਣ ਤੋਂ ਲੈ ਕੇ।

* ਸਫਲ ਉੱਦਮੀਆਂ ਨੂੰ ਬਰਕਰਾਰ ਰੱਖਣ ਅਤੇ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਲਈ ਰਚਨਾਤਮਕਤਾ ਸ਼ਾਇਦ ਸਭ ਤੋਂ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਗੁਣ ਹੈ। ਆਖਰਕਾਰ, ਰਚਨਾਤਮਕਤਾ ਸ਼ਕਤੀਆਂ ਦੀ ਕਾਢ ਪੁਰਾਣੀਆਂ ਚੁਣੌਤੀਆਂ ਦੇ ਨਵੇਂ ਕੋਣ ਅਤੇ ਹੱਲ ਸਥਾਪਤ ਕਰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਵਪਾਰਕ ਨੇਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਉੱਦਮਾਂ ਲਈ ਇੱਕ ਦਲੇਰ ਸੰਕਲਪ ਬਣਾਉਣ ਅਤੇ ਸਾਵਧਾਨੀ ਨਾਲ ਇਸ ਨੂੰ ਅੱਗੇ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ।

* ਪ੍ਰਤੀਯੋਗੀ ਲਾਭ ਲਈ ਨਵੀਆਂ ਧਾਰਨਾਵਾਂ ਬਣਾਉਣਾ। ਉੱਦਮ ਦੀ ਸਾਰੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਨਵੇਂ ਵਿਚਾਰਾਂ ਦੀ ਸਿਰਜਣਾ ਅਤੇ ਖੋਜ ਵਿੱਚ ਜੜ੍ਹੀ ਹੋਈ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਇੱਕ ਉੱਦਮੀ ਇੱਕ ਨਵਾਂ ਵਿਚਾਰ ਪੈਦਾ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜੋ ਸੰਭਵ ਹੋਣ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਕੁਸ਼ਲ ਵੀ ਹੈ, ਇਹ ਉਸਨੂੰ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਕਿਨਾਰਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸਥਾਨਾਂ ਦੀ ਜਾਂਚ ਕਰਨ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਇੱਕ ਸਿੱਖੇ ਹੋਏ ਹੁਨਰ ਜਾਂ ਇੱਕ ਸਰੋਤ ਦੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਹੈ ਜੋ ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਦੇ ਕੋਲ ਹੈ। ਤੁਹਾਡੇ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਬਣਾਉਣ ਅਤੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਨੂੰ ਬਿਹਤਰ ਬਣਾਉਣ ਦੇ

ਨਵੀਨਤਾਕਾਰੀ ਤਰੀਕਿਆਂ ਬਾਰੇ ਸੋਚਣ ਲਈ ਇੱਕ ਅੰਦਰੂਨੀ ਡਰਾਈਵ ਆਪਣੇ ਅੰਦਰ ਰਚਨਾਤਮਕ ਸ਼ਕਤੀ ਨੂੰ ਵਧਣ ਦੀ ਆਗਿਆ ਦਿੰਦੀ ਹੈ। ਮੌਜੂਦਾ ਉਤਪਾਦਾਂ ਜਾਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੇ ਸੁਧਾਰ ਨੂੰ ਰਚਨਾਤਮਕ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ ਦੁਆਰਾ ਸਹੂਲਤ ਦਿੱਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਜਿਸ ਨਾਲ ਕਿਸੇ ਦੇ ਚੁਣੇ ਹੋਏ ਕਾਰੋਬਾਰ ਨੂੰ ਅਨੁਕੂਲ ਬਣਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੇ ਡਿਲੀਵਰੇਬਲ ਵਿੱਚ ਵਿਸਥਾਰ ਲਈ ਹਮੇਸ਼ਾਂ ਜਗ੍ਹਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ; ਇਹ ਕਲਪਨਾਸ਼ੀਲ ਉੱਦਮੀ ਹੈ ਜੋ ਇਹ ਪਤਾ ਲਗਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਕਿ ਇਹ ਕਿਵੇਂ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਅਸੰਭਵ ਸੋਚਣ ਨਾਲ, ਬਾਹਰੋਂ ਤਰੱਕੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਸਿਰਜਣਾਤਮਕਤਾ ਨੂੰ ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸਮਝ ਤੋਂ ਬਾਹਰਲੇ ਵਿਚਾਰ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਲਈ ਕਲਪਨਾ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। "ਆਮ" ਅਤੇ "ਰੁਟੀਨ" ਦੀ ਸੀਮਾ ਨੂੰ ਪਾਰ ਕਰਨ ਅਤੇ ਬਕਸੇ ਤੋਂ ਬਾਹਰ ਸੋਚਣ ਲਈ ਪ੍ਰੇਰਨਾ ਅਤੇ ਕਲਪਨਾ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਕਾਰੋਬਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਰਵਾਇਤੀ ਹੱਲਾਂ ਤੋਂ ਪਰੇ ਸੋਚਣ ਦੀ ਇਜਾਜ਼ਤ ਦਿੰਦਾ ਹੈ, ਕੁਝ ਵੱਖਰਾ, ਦਿਲਚਸਪ, ਬਹੁਮੁਖੀ, ਅਤੇ ਸਫਲਤਾ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਰੱਖਦਾ ਹੈ। ਵੱਖ-ਵੱਖ ਖੇਤਰਾਂ ਵਿੱਚ ਸਮਾਨ ਪੈਟਰਨ ਲੱਭਣਾ ਉਦੋਂ ਵਾਪਰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕੋਈ ਇੱਕ ਨਵੇਂ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਤੋਂ ਕਿਸੇ ਵਪਾਰਕ ਵਿਚਾਰ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚਦਾ ਹੈ। ਕਈ ਵਾਰ, ਕਿਸੇ ਰੁਟੀਨ ਜਾਂ ਆਦਤ ਨੂੰ ਅਪਣਾਉਣ ਕਾਰਨ, ਸੋਚਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਵੀ ਉਹਨਾਂ ਸਥਾਪਿਤ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਚਲੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਰਚਨਾਤਮਕਤਾ ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਗੈਰ-ਸੰਬੰਧਿਤ ਅਤੇ ਗੈਰ-ਸੰਬੰਧਿਤ ਵਿਸ਼ਿਆਂ ਨਾਲ ਜੁੜਨ ਅਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਉੱਦਮੀ ਵਿਚਾਰ ਬਣਾਉਣ ਦੇ ਯੋਗ ਬਣਾਉਂਦੀ ਹੈ।

ਰਚਨਾਤਮਕਤਾ ਇੱਕੋ ਸਮੱਸਿਆ ਨੂੰ ਵੱਖਰੇ ਢੰਗ ਨਾਲ ਦੇਖ ਰਹੀ ਹੈ ਅਤੇ ਗੈਰ-
ਰਵਾਇਤੀ ਹੱਲਾਂ ਨਾਲ ਆ ਰਹੀ ਹੈ।

ਸਮਰਪਣ

ਸਮਰਪਣ ਉਹ ਹੈ ਜੋ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਨੂੰ ਸਖ਼ਤ ਮਿਹਨਤ ਕਰਨ ਲਈ, ਦਿਨ ਵਿੱਚ 12 ਘੰਟੇ ਜਾਂ ਇਸ ਤੋਂ ਵੱਧ, ਇੱਥੋਂ ਤੱਕ ਕਿ ਹਫ਼ਤੇ ਦੇ ਸੱਤ ਦਿਨ, ਖਾਸ ਤੌਰ 'ਤੇ ਸ਼ੁਰੂਆਤ ਵਿੱਚ, ਜ਼ਮੀਨ ਤੋਂ ਬਾਹਰ ਦਾ ਯਤਨ ਕਰਨ ਲਈ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਸਫਲ ਹੋਣ ਲਈ ਯੋਜਨਾ ਅਤੇ ਵਿਚਾਰਾਂ ਨੂੰ ਸਖ਼ਤ ਮਿਹਨਤ ਨਾਲ ਜੋੜਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਸਮਰਪਣ ਕਰਤੇ ਹੈਂ ॥੨੮॥

* ਇੱਕ ਵਚਨਬੱਧ ਉੱਦਮੀ ਸਾਥੀ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗੀਆਂ ਨੂੰ ਪਛਾੜਨ ਅਤੇ ਲਗਾਤਾਰ ਵਪਾਰਕ ਮੌਕਿਆਂ ਦੀ ਪੜਚੋਲ ਕਰਨ ਲਈ ਸਵੈ-ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਦੇ ਨਾਲ, ਵਚਨਬੱਧਤਾ ਅਤੇ ਸਮਰਪਣ ਐਥੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਆਸਾਨੀ ਨਾਲ ਸਮੁੰਦਰੀ ਸਫਰ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਹਮੇਸ਼ਾ ਇਹ ਗਾਰੰਟੀ ਦਿੰਦੇ ਹਨ ਕਿ ਉੱਦਮੀ ਕਿਸੇ ਦੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਨੂੰ ਵਿਕਸਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਇਕਸਾਰ ਅਤੇ ਇਕਸਾਰ ਹੈ।

* ਉੱਦਮੀ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਅਤੇ ਇਸ ਨਾਲ ਜੁੜੀਆਂ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ ਰਾਹੀਂ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਚੁਣੌਤੀਆਂ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨਾ ਪਵੇਗਾ। ਇਹਨਾਂ ਚੁਣੌਤੀਆਂ ਨਾਲ ਨਜਿੱਠਣ ਲਈ, ਇੱਕ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਨੂੰ ਸੰਕਲਪ, ਦ੍ਰਿੜਤਾ, ਅਤੇ ਲਗਨ ਦਾ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ, ਅਤੇ ਪ੍ਰਗਟ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਵਿਕਾਸਸ਼ੀਲ ਰਣਨੀਤੀਆਂ ਨੂੰ ਜਾਰੀ ਰੱਖਣ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਲੋੜੀਂਦੇ ਟੀਚਿਆਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਨਿਰੰਤਰਤਾ ਦੀ ਵੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

* ਦ੍ਰਿੜਤਾ ਕੰਮ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਦੀ ਇੱਛਾ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸ ਵਿੱਚ ਪਹਿਲਕਦਮੀ, ਲਗਨ, ਦਬਦਬਾ ਅਤੇ ਲੰਮੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਵਰਗੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ। ਦ੍ਰਿੜ ਇਰਾਦੇ ਵਾਲੇ ਲੋਕ ਆਪਣੇ ਆਪ ਦਾ ਦਾਅਵਾ ਕਰਨ ਲਈ ਤਿਆਰ ਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਉਹ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਅਤੇ ਅਗਾਊਂ ਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਵਿੱਚ ਰੁਕਾਵਟਾਂ ਦੇ ਸਾਮ੍ਹਣੇ ਬਚਣ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਹੁੰਦੀ

ਹੈ। ਦ੍ਰਿੜ ਇਰਾਦਾ ਸਫਲਤਾ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚਣ ਦੀ ਬਹੁਤ ਹੀ ਮਜ਼ਬੂਤ ਇੱਛਾ ਹੈ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਲਗਨ ਅਤੇ ਐਖੇ ਸਮੇਂ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਵਾਪਸ ਉਛਾਲਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ। ਇਹ ਉੱਦਮੀ ਨੂੰ 10ਵੀਂ ਫ਼ੋਨ ਕਾਲ ਕਰਨ ਲਈ ਉਤਸਾਹਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਨੌਂ ਨੇ ਕੁਝ ਨਹੀਂ ਦਿੱਤਾ। ਸੱਚੇ ਉੱਦਮੀ ਲਈ, ਪੈਸਾ ਪ੍ਰੇਰਣਾ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਸਫਲਤਾ ਅਤੇ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਪ੍ਰੇਰਕ ਹਨ; ਪੈਸਾ ਇਨਾਮ ਹੈ।

* ਉੱਦਮੀ ਇੱਛਾਵਾਂ ਨਿੱਜੀ ਪਰਿਵਰਤਨ ਦਾ ਰੂਪ ਹਨ। ਇਹ ਤੁਹਾਡੇ ਸੰਕਿਆਂ, ਡਰਾਂ ਅਤੇ ਅਵਿਸ਼ਵਾਸਾਂ ਨੂੰ ਦੂਰ ਕਰਨ ਬਾਰੇ ਹੈ ਕਿ ਇਹ ਇੱਕ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਹੋਣਾ ਕੀ ਹੈ। ਅਤੇ ਇਹ ਤੁਹਾਨੂੰ ਵੱਡੇ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਕਾਰਵਾਈ ਕਰਨ ਅਤੇ ਅਜਿਹੀ ਜ਼ਿੰਦਗੀ ਜੀਉਣ ਲਈ ਉਤਸਾਹਿਤ ਕਰਨ ਬਾਰੇ ਹੈ ਜੋ ਉਹ ਸਭ ਕੁਝ ਹੈ ਜਿਸਦੀ ਤੁਸੀਂ ਕਲਪਨਾ ਕੀਤੀ ਸੀ। ਸਮਰਪਣ ਜੀਵਨ ਵਿੱਚ ਜਿੱਤ ਦੀ ਸਰਵਉੱਚ ਕੁੰਜੀ ਹੈ। ਜਿੰਨਾ ਵੱਡਾ ਟੀਚਾ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਲਈ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਦੇ ਹੋ, ਤੁਹਾਨੂੰ ਇਸ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਉਨਾ ਹੀ ਲੰਮਾ ਸਮਾਂ ਤੈਅ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ... ਟੀਚੇ ਅਕਸਰ ਤੁਹਾਡੀ ਕਦਰ ਕਰਨ ਨਾਲੋਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸਮਾਂ ਲੈਂਦੇ ਹਨ। ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਭਵਿੱਖ ਵਿੱਚ ਲੰਮਾ ਰਸਤਾ ਤੈਅ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ ਅਤੇ ਉਸ ਲਈ ਵਚਨਬੱਧ ਬਣ ਸਕਦੇ ਹੋ, ਤਾਂ ਤੁਸੀਂ ਉਹਨਾਂ ਟੀਚਿਆਂ ਦੇ ਵਾਪਰਨ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹੋ।

* ਸਮਰਪਣ ਤੁਹਾਡੇ ਮੁੱਖ ਟੀਚੇ, ਤੁਹਾਡੇ "ਕਿਉਂ" 'ਤੇ ਕੇਂਦਰਿਤ ਰਹਿਣ ਅਤੇ ਤੁਹਾਡੇ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਨੂੰ ਪਹਿਲ ਦੇਣ ਵਿੱਚ ਤੁਹਾਡੀ ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਬਿਨਾਂ, ਤੁਸੀਂ ਸਿਰਫ ਆਪਣੇ ਲਈ ਕੰਮ ਕਰ ਰਹੇ ਹੋ। ਤੁਹਾਨੂੰ ਕਿਸੇ ਵੱਡੀ ਚੀਜ਼ ਲਈ ਕੰਮ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ, ਜਿਸ ਲਈ ਪਹੁੰਚਣ ਯੋਗ ਚੀਜ਼, ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਤੁਹਾਡੀ ਸਫਲਤਾ ਦੀ ਕੁੰਜੀ ਬਣ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

* ਉੱਦਮਤਾ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਕੰਮਾਂ ਅਤੇ ਚੁਣੌਤੀਆਂ ਨਾਲ ਆਉਂਦੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਉੱਦਮੀ ਕਈ ਭੂਮਿਕਾਵਾਂ ਨਿਭਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਤੌਰ 'ਤੇ ਸੱਚ ਹੈ ਜੇਕਰ ਉੱਦਮੀ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ

ਇੱਕਮਾਤਰ ਕਰਮਚਾਰੀ ਹੈ। ਵਪਾਰਕ ਮਾਡਲ ਦੀ ਪਰਵਾਹ ਕੀਤੇ ਬਿਨਾਂ, ਸਾਰੇ ਉੱਦਮੀਆਂ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਉੱਦਮੀ ਉੱਦਮ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਦੀ ਆਪਣੀ ਸ਼ਰਧਾ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਜੀਵਨ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਆਪਣੇ ਜੀਵਨ ਵਿੱਚ ਸੰਤੁਲਨ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਇੱਕ ਸੰਕਲਪ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰਨਾ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਤੁਹਾਡੇ ਪੇਸ਼ੇਵਰ ਅਤੇ ਨਿੱਜੀ ਜੀਵਨ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਖੇਤਰਾਂ ਨੂੰ ਸ਼ਾਮਲ ਕਰਨਾ ਇਸ ਕਿਸਮ ਦੇ ਸੰਤੁਲਨ ਨੂੰ ਯਥਾਰਥਵਾਦੀ ਬਣਾਉਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।

* ਉੱਦਮੀਆਂ ਲਈ ਸਫਲਤਾ ਦੇ ਕਾਰਕਾਂ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ: ਫੋਕਸ ਬਣਾਈ ਰੱਖੋ। ਮਹਾਨ ਉੱਦਮੀ ਇੱਕ ਸੰਭਾਵਨਾ 'ਤੇ ਤੀਬਰਤਾ ਨਾਲ ਟੀਚਾ ਰੱਖਦੇ ਹਨ ਜਿੱਥੇ ਦੂਜਿਆਂ ਨੂੰ ਕੁਝ ਨਹੀਂ ਦਿਖਾਈ ਦਿੰਦਾ। ਸਖ਼ਤ ਮਿਹਨਤ. ਜਿੱਤ ਮਿਹਨਤ ਨਾਲ ਹੀ ਮਿਲਦੀ ਹੈ। ਯਾਤਰਾ ਦਾ ਆਨੰਦ ਮਾਣੋ. ਆਪਣੇ ਅੰਤੜੀਆਂ ਦੀ ਸੂਝ 'ਤੇ ਭਰੋਸਾ ਕਰੋ। ਲਚਕਦਾਰ ਪਰ ਨਿਰੰਤਰ ਰਹੋ। ਲਚਕਤਾ ਅਤੇ ਸਮਰਪਣ/ਦ੍ਰਿੜਤਾ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਚਲਦੀ ਹੈ। ਆਪਣੀ ਟੀਮ 'ਤੇ ਭਰੋਸਾ ਕਰੋ। ਆਪਣੀ ਟੀਮ ਨਾਲ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਸੰਭਾਵੀ ਤਾਲਮੇਲ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰੋ ਅਤੇ ਏਕਤਾ ਵਧਾਓ। ਐਗਜ਼ੀਕਿਊਸ਼ਨ 'ਤੇ ਧਿਆਨ ਦਿਓ। ਥੋੜ੍ਹੇ ਸਮੇਂ ਅਤੇ ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਦੇ ਟੀਚਿਆਂ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚਣ ਲਈ ਹਰ ਇੱਕ ਵਿਹਾਰਕ ਕਦਮ ਵੱਲ ਧਿਆਨ ਦਿਓ।

ਸਮਰਪਣ ਕੋਈ 9 ਤੋਂ 5 ਯਤਨ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇਹ ਇੱਕ ਜੀਵਨ ਸ਼ੈਲੀ ਹੈ, ਸੋਚਣ ਦਾ ਇੱਕ ਤਰੀਕਾ ਹੈ, ਅਤੇ ਇਹ ਹਮੇਸ਼ਾ ਤੁਹਾਡੀਆਂ ਨਿੱਜੀ ਲੋੜਾਂ ਨਾਲੋਂ ਵਪਾਰਕ ਲੋੜਾਂ ਨੂੰ ਅੱਗੇ ਰੱਖਦਾ ਹੈ।

ਲਚਕਤਾ

ਲਚਕਤਾ ਬਾਜ਼ਾਰ ਦੀਆਂ ਬਦਲਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਦੇ ਜਵਾਬ ਵਿੱਚ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਅੱਗੇ ਵਧਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਹੈ। ਇਹ ਇੱਕ ਸੁਪਨੇ ਨੂੰ ਸੱਚ ਕਰਨ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਬਾਜ਼ਾਰ ਦੀਆਂ ਹਕੀਕਤਾਂ ਨੂੰ ਵੀ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਇੱਕ ਕਹਾਣੀ ਇੱਕ ਉੱਦਮੀ ਬਾਰੇ ਦੱਸੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਜਿਸਨੇ ਇੱਕ ਫੈਸੀ ਦੁਕਾਨ ਸ਼ੁਰੂ ਕੀਤੀ ਜੋ ਸਿਰਫ ਫ੍ਰੈਂਚ ਪੇਸਟਰੀਆਂ ਵੇਚਦਾ ਹੈ। ਪਰ ਗਾਹਕ ਮਫਿਨ ਵੀ ਖਰੀਦਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਸਨ। ਇਹਨਾਂ ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਨੁਕਸਾਨ ਦਾ ਖਤਰਾ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਦੀ ਬਜਾਏ, ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਨੇ ਇਹਨਾਂ ਲੋੜਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਆਪਣੇ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਨੂੰ ਸੋਧਿਆ।²⁹

* ਉੱਦਮੀ ਅਨੁਕੂਲ ਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਸਿੱਖਣ ਦੀ ਵਿਕਸਤ ਸਮਰੱਥਾ ਦੇ ਨਾਲ ਅਤੇ ਉਤਰਾਅ-ਚੜ੍ਹਾਅ ਅਤੇ ਬਦਲਦੇ ਵਾਤਾਵਰਣਾਂ ਦੇ ਆਦੀ ਬਣ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਸਫਲ ਉੱਦਮੀਆਂ ਦਾ ਮਨ ਖੁੱਲ੍ਹਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਹ ਆਪਣੇ ਫੈਸਲਿਆਂ ਨੂੰ ਬਦਲਣ ਵਿੱਚ ਝਿਜਕਦੇ ਨਹੀਂ ਹਨ ਜੇਕਰ ਚੰਗੇ ਅਤੇ ਨੁਕਸਾਨ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਰਨ ਤੋਂ ਬਾਅਦ, ਉਹ ਇਹ ਸਿੱਟਾ ਕੱਢਦੇ ਹਨ ਕਿ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਦੀ ਮੰਗ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਸੰਭਾਵੀ ਭਵਿੱਖ ਬਾਰੇ ਸੋਚਣਾ ਲਚਕਤਾ ਦੀ ਇੱਕ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਪਛਾਣ ਹੈ।

* ਸਰੀਰਕ ਲਚਕਤਾ ਵਿਚਾਰਨ ਲਈ ਪਹਿਲੀ ਕਿਸਮ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਹੈ। ਕੀ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਕੰਮ ਦੇ ਸਰੀਰਕ ਦਬਾਅ ਨੂੰ ਸੰਭਾਲ ਸਕਦੇ ਹੋ? ਸਰੀਰਕ ਲਚਕਤਾ ਸਮੁੱਚੀ ਸਿਹਤ ਅਤੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਕਾਰਜਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਭੂਮਿਕਾ ਨਿਭਾਉਂਦੀ ਹੈ। ਇੱਕ ਕਮਜ਼ੋਰ ਸਰੀਰ, ਇੱਕ ਲਚਕੀਲਾ ਸਰੀਰ, ਜਾਂ ਇੱਕ ਖੜੋਤ ਵਾਲਾ ਸਰੀਰ ਉੱਦਮੀ ਵਿਕਾਸ ਦੇ ਪੂਰਕ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ। ਇੱਕ ਸਿਹਤਮੰਦ ਸਰੀਰਕ ਸਰੀਰ ਇੱਕ ਬੁਨਿਆਦ ਹੈ ਜਿਸਦੀ ਹਰ ਗਤੀਵਿਧੀ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਅਧਾਰ 'ਤੇ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

* ਲਚਕਦਾਰ ਬਣਨ ਲਈ, ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਨਵੇਂ ਵਿਚਾਰਾਂ ਲਈ ਖੁੱਲ੍ਹਾ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਖੁੱਲ੍ਹਾ ਮਨ ਰੱਖਣ ਲਈ, ਕਿਸੇ ਨੂੰ ਕਈ ਵਿਕਲਪਾਂ ਦੀ ਪੜਚੋਲ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ

ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ, ਜਿਸਨੂੰ ਅਕਸਰ ਇੱਕ ਦਿਲਚਸਪ ਅਤੇ ਉਤਸ਼ਾਹਜਨਕ ਅਨੁਭਵ ਮੰਨਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਵਿਗਿਆਨਕ ਖੋਜ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਤੁਹਾਡੀ ਬੋਧਾਤਮਕ ਲਚਕਤਾ ਦੀ ਡਿਗਰੀ ਵਧਦੀ ਹੈ, ਤੁਹਾਡੇ ਲਈ ਮੁਸ਼ਕਲ ਜਾਪਦੀਆਂ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਦੇ ਜਵਾਬ ਲੱਭਣਾ ਸੌਖਾ ਹੋਵੇਗਾ, ਅਤੇ ਤੁਸੀਂ ਉਹਨਾਂ ਚੁਣੌਤੀਆਂ ਨੂੰ ਦੂਰ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਵੋਗੇ ਜਿਹਨਾਂ ਦਾ ਕੋਈ ਸਪੱਸ਼ਟ ਹੱਲ ਨਹੀਂ ਜਾਪਦਾ ਹੈ। . ਬੋਧਾਤਮਕ ਲਚਕਤਾ ਨੂੰ ਸਰੀਰਕ ਕਸਰਤ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਕਰਕੇ ਅਤੇ ਨਵੇਂ ਹੁਨਰ ਅਤੇ ਰੁਚੀਆਂ ਹਾਸਲ ਕਰਕੇ ਵੀ ਸੁਧਾਰਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

* ਵਿੱਤੀ ਬਹੁਪੱਖੀਤਾ, ਬੇਸ਼ੱਕ, ਲਚਕਤਾ ਦਾ ਇੱਕ ਪ੍ਰਮੁੱਖ ਰੂਪ ਹੈ। ਤੁਹਾਡੀ ਕੰਪਨੀ ਨੂੰ ਵਿੱਤੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਲਚਕਦਾਰ ਬਣਾਉਣ ਲਈ, ਤੁਹਾਨੂੰ ਆਪਣੇ ਮਾਲੀਏ ਅਤੇ ਖਰਚਿਆਂ ਨੂੰ ਇਸ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਸੰਭਾਲਣ ਲਈ ਤਿਆਰ ਰਹਿਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਜਦੋਂ ਤੁਹਾਨੂੰ ਇਸਦੀ ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਧ ਲੋੜ ਹੋਵੇ ਤਾਂ ਤੁਹਾਡੇ ਕੋਲ ਕੁਝ ਵਿੱਤੀ ਬੈਕਅੱਪ ਪਹੁੰਚਯੋਗ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ।

* ਸਮੇਂ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਲਚਕਤਾ ਦਾ ਚੌਥਾ ਰੂਪ ਹੈ। ਸਮੇਂ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੀ ਸਮਾਂ-ਸਾਰਣੀ ਕਿਵੇਂ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਦੇ ਹੋ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਦਿਨਾਂ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਕਿਵੇਂ ਕਰਦੇ ਹੋ ਇਸ 'ਤੇ ਤੁਹਾਡੇ ਕੋਲ ਕੁਝ ਨਿਯੰਤਰਣ ਅਤੇ ਆਜ਼ਾਦੀ ਹੈ। ਅਜਿਹੇ ਦਿਨ ਹੋਣਗੇ ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹੋ ਅਤੇ ਦਿਨ ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਘੱਟ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹੋ ਅਤੇ ਇੱਕ ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਰਣਨੀਤੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜੋ ਤੁਹਾਨੂੰ ਸਮੁੱਚੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਇੱਕ ਉੱਦਮੀ ਵਜੋਂ ਵਧਣ ਦੀ ਇਜਾਜ਼ਤ ਦਿੰਦੀ ਹੈ।

* ਵਾਤਾਵਰਨ ਲਚਕਤਾ ਲਚਕਤਾ ਦਾ ਛੇਵਾਂ ਰੂਪ ਹੈ। ਇਸ ਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਤੁਹਾਨੂੰ ਘੱਟੋ-ਘੱਟ ਕਈ ਵਾਰ ਕਿਸੇ ਵੱਖਰੀ ਥਾਂ 'ਤੇ ਕੰਮ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

* ਭਾਵਨਾਤਮਕ ਲਚਕਤਾ ਲਚਕਤਾ ਦਾ ਛੇਵਾਂ ਰੂਪ ਹੈ। ਇਹ ਅਨੁਕੂਲਤਾ ਇੱਕ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਮਾਲਕ ਵਜੋਂ ਸੰਸਾਰ ਨਾਲ ਨਜਿੱਠਣ ਵਿੱਚ ਨਿੱਜੀ ਲਚਕੀਲੇਪਣ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ। ਭਾਵਨਾਤਮਕ ਲਚਕਤਾ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਭਾਵਨਾਤਮਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਬਰਕਰਾਰ ਰੱਖਣ ਅਤੇ ਅੰਦਰੂਨੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਤੰਦਰੁਸਤ ਰੱਖਣ ਲਈ ਸਾਵਧਾਨੀ ਵਰਤਦੇ ਹੋਏ ਭਾਵਨਾਵਾਂ ਦੀ ਇੱਕ

ਵਿਸ਼ਾਲ ਸ਼੍ਰੇਣੀ ਦਾ ਅਨੁਭਵ ਕਰਨ ਦੀ ਆਗਿਆ ਦਿੰਦੀ ਹੈ।

* ਭਵਿੱਖ ਦੀ ਲਚਕਤਾ ਵਿਚਾਰਨ ਲਈ ਲਚਕਤਾ ਦਾ ਸੱਤਵਾਂ ਅਤੇ ਆਖਰੀ ਰੂਪ ਹੈ। ਕੀ ਤੁਹਾਡੇ ਕੋਲ ਭਵਿੱਖ ਬਾਰੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਅਤੇ ਉਤਸ਼ਾਹ ਦੀ ਭਾਵਨਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਅੱਗੇ ਦੇਖਦੇ ਹੋ? ਕੀ ਤੁਸੀਂ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਕਰਦੇ ਹੋ ਕਿ ਤੁਹਾਡੇ ਕੋਲ ਉਹ ਨਤੀਜੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਹੈ ਜੋ ਤੁਸੀਂ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ?

ਵਾਤਾਵਰਣ ਜਿਸ ਦੇ ਅੰਦਰ ਇੱਕ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਕੰਮ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਸਦਾ ਬਦਲ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਬਦਲਦੀਆਂ ਸਥਿਤੀਆਂ ਦੇ ਅਨੁਕੂਲ ਹੋਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਵਾਲਾ ਖੁੱਲਾ ਦਿਮਾਗ ਸਫਲਤਾ ਦੀ ਕੁੰਜੀ ਹੈ।

ਲੀਡਰਸ਼ਿਪ

ਲੀਡਰਸ਼ਿਪ ਨਿਯਮ ਬਣਾਉਣ ਅਤੇ ਟੀਚੇ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਹੈ। ਇਹ ਦੇਖਣ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਹੈ ਕਿ ਨਿਯਮਾਂ ਦੀ ਪਾਲਣਾ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਅਤੇ ਟੀਚੇ ਪੂਰੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।**30**

ਇੱਥੇ ਚਾਰ ਦ੍ਰਿਸ਼ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਵੱਖਰੀ ਸ਼ੈਲੀ ਦੇ ਨਾਲ ਉੱਦਮੀ ਲੀਡਰਸ਼ਿਪ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਸਭ ਹਨ:

1) ਨਵਾਂ ਕਾਰੋਬਾਰ ਖੋਲ੍ਹਣ ਦਾ ਫੈਸਲਾ ਕਰਨਾ। ਰਵਾਇਤੀ ਤੌਰ 'ਤੇ, ਉੱਦਮੀ ਸਟਾਰਟ-ਅੱਪ ਕੰਪਨੀਆਂ ਨਾਲ ਜੁੜੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਬਿਨਾਂ ਸ਼ੱਕ, ਸਫਲ ਉੱਦਮੀ ਉਹ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜੋ ਮੌਜੂਦਾ ਮਾਰਕੀਟ ਪਾੜੇ ਨੂੰ ਪਛਾਣ ਸਕਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਭਰ ਸਕਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਨਾਲ ਹੀ ਨਵੇਂ ਗਾਹਕਾਂ ਅਤੇ ਨਿਵੇਸ਼ਕਾਂ ਨੂੰ ਆਕਰਸ਼ਿਤ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਛੋਟੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਨੂੰ ਵੱਖਰੇ ਢੰਗ ਨਾਲ ਕੰਮ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹਨਾਂ ਕੋਲ ਵੱਡੀਆਂ ਕਾਰਪੋਰੇਸ਼ਨਾਂ ਦੇ ਸਮਾਨ ਸਰੋਤ ਨਹੀਂ ਹਨ। ਇਸ ਲਈ ਨਤੀਜੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਘੱਟ ਲਾਗਤ ਵਾਲੇ ਪ੍ਰਯੋਗ ਅਤੇ ਟੀਮ ਵਰਕ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

2) ਕਾਰੋਬਾਰਾਂ ਦੀਆਂ ਦੋ ਮੁੱਖ ਕਿਸਮਾਂ ਹਨ, ਆਰਥਿਕ ਅਤੇ ਸਮਾਜਿਕ ਸ਼ੁਰੂਆਤ। ਇਹਨਾਂ ਦੋਵਾਂ ਦਾ ਇੱਕ ਸਾਂਝਾ ਉਦੇਸ਼ ਹੈ ਗੈਰ-ਪੂਰੀਆਂ ਸਮਾਜਿਕ ਜਾਂ ਆਰਥਿਕ ਲੋੜਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨਾ। ਸਮਾਜਿਕ ਪ੍ਰੋਜੈਕਟਾਂ ਦੇ ਨੇਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਹੋਰ ਸਮੂਹਾਂ ਅਤੇ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਨਾਲ ਸਹਿਯੋਗ ਕਰਨ ਲਈ ਵਧੇਰੇ ਸਮਾਂ

ਬਿਤਾਉਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਆਰਥਿਕ ਕਾਰੋਬਾਰ ਮੁਨਾਫ਼ੇ ਲਈ ਮਾਡਲ ਦੁਆਰਾ ਚਲਾਏ ਜਾਂਦੇ ਹਨ, ਜਦੋਂ ਕਿ ਸਮਾਜਿਕ ਕਾਰੋਬਾਰ ਸਮਾਜ ਦੀ ਬਿਹਤਰੀ ਲਈ ਮਿਸ਼ਨ ਦੁਆਰਾ ਚਲਾਏ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।

3) ਇੱਕ ਪਰਿਵਾਰਕ ਮਾਮਲਾ, ਇਹ ਇਸ ਬਾਰੇ ਹੈ। ਜੇ ਪਰਿਵਾਰ ਦੀ ਮਲਕੀਅਤ ਵਾਲੀ ਫਰਮ ਚਲਾਉਂਦੇ ਹਨ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਇੱਕੋ ਸਮੇਂ ਨਿੱਜੀ ਅਤੇ ਕਾਰਪੋਰੇਟ ਚਿੰਤਾਵਾਂ ਨਾਲ ਨਜਿੱਠਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਬਜ਼ਾਰ ਦੀਆਂ ਬਦਲਦੀਆਂ ਸਥਿਤੀਆਂ ਦੇ ਅਨੁਕੂਲ ਹੋਣ ਲਈ, ਕਾਰੋਬਾਰ ਨੂੰ ਇੱਕ ਟੀਮ ਵਜੋਂ ਕੰਮ ਕਰਨ ਵਾਲੀ ਪਰਿਵਾਰਕ ਇਕਾਈ ਦੁਆਰਾ ਅੱਪਡੇਟ ਅਤੇ ਸੰਭਾਲਿਆ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

4) ਸੰਗਠਨਾਤਮਕ ਨਵੀਨਤਾ ਦੀ ਕਲਾ ਅਤੇ ਵਿਗਿਆਨ। ਸ਼ੁਰੂਆਤ ਕਿਵੇਂ ਕਰੀਏ? ਸਾਰੀਆਂ ਸੰਸਥਾਵਾਂ, ਵੱਡੀਆਂ ਜਾਂ ਛੋਟੀਆਂ, ਨਿਰੰਤਰ ਬਦਲਦੇ ਵਾਤਾਵਰਣ ਵਿੱਚ ਬਚਣ ਅਤੇ ਵਧਣ-ਫੁੱਲਣ ਲਈ ਨਵੀਨਤਾਕਾਰੀ ਹੋਈਆਂ ਚਾਹੀਦੀਆਂ ਹਨ। ਲੋੜੀਂਦੇ ਨਤੀਜੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ, ਰਣਨੀਤੀ ਅਤੇ ਸੱਭਿਆਚਾਰ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਨਾਲ ਸਮਕਾਲੀ ਹੋਣੇ ਚਾਹੀਦੇ ਹਨ। ਉੱਦਮੀ ਲੀਡਰਸ਼ਿਪ ਇਸ ਟੀਚੇ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਦੇ ਸਾਧਨ ਵਜੋਂ ਰਚਨਾਤਮਕਤਾ ਅਤੇ ਨਵੀਨਤਾ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ।

ਉੱਦਮੀ ਲੀਡਰਸ਼ਿਪ ਤੁਹਾਡੀ ਸਫਲਤਾ ਲਈ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੋਵੇਗੀ, ਭਾਵੇਂ ਤੁਸੀਂ ਕਿਸੇ ਵੀ ਮਾਹੌਲ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹੋ। ਪ੍ਰਤਿਭਾ ਨੂੰ ਵਿਕਸਤ ਕਰਨ, ਨਵੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਲਾਂਚ ਕਰਨ, ਕੁਸ਼ਲਤਾ ਵਧਾਉਣ ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟ ਸ਼ੇਅਰ ਜਿੱਤਣ ਲਈ ਲੀਡਰਸ਼ਿਪ ਯੋਗਤਾਵਾਂ ਪੈਦਾ ਕਰੋ। ਅਜਿਹੀ ਲੀਡਰਸ਼ਿਪ ਸੈਲੀ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਇੱਕ ਵਿਕਾਸ-ਮੁਖੀ ਪਹੁੰਚ ਵਰਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

ਇੱਥੇ ਕੁਝ ਜ਼ਰੂਰੀ ਲੀਡਰਸ਼ਿਪ ਯੋਗਤਾਵਾਂ ਹਨ ਜੋ ਕਿਸੇ ਵੀ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਮਾਲਕ ਨੂੰ ਵਿਕਸਤ ਕਰਨੀਆਂ ਚਾਹੀਦੀਆਂ ਹਨ:

1. ਇੱਕ ਰਣਨੀਤਕ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਬਣਾਓ: ਕਾਰੋਬਾਰ ਵਿੱਚ ਵਧਣ-ਫੁੱਲਣ ਲਈ ਜਨੂੰਨ ਅਤੇ ਇੱਕ ਸ਼ਾਨਦਾਰ ਕੰਪਨੀ ਸੰਕਲਪ ਤੋਂ ਵੱਧ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ।

2. ਖੁੱਲ੍ਹੇ ਦਿਲ ਨਾਲ ਸੰਚਾਰ ਕਰੋ: ਆਪਣੀ ਟੀਮ ਨੂੰ ਆਪਣੀਆਂ ਸਫਲਤਾਵਾਂ ਅਤੇ ਗਲਤੀਆਂ ਬਾਰੇ ਦੱਸੋ। ਜਦੋਂ ਜਾਣਕਾਰੀ ਸਪਸ਼ਟ ਤੌਰ 'ਤੇ ਸੰਚਾਰਿਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਉਹ ਫਰਮ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੋਣ ਦਾ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਅਤੇ ਭਾਵਨਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦੇ ਹਨ।

3. ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਡੀ ਪ੍ਰਤਿਭਾ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰੋ ਅਤੇ ਉਸ ਨੂੰ ਬਰਕਰਾਰ ਰੱਖੋ: ਤੁਹਾਡੀ ਕੰਪਨੀ ਸਿਰਫ ਉਹਨਾਂ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਜਿੰਨੀ ਹੀ ਸਫਲ ਹੈ ਜੋ ਇਸਦੇ ਲਈ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਇੱਕ ਚੀਜ਼ ਜੋ ਸਾਰੇ ਮਹਾਨ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਅਧਿਕਾਰੀਆਂ ਵਿੱਚ ਸਾਂਝੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਉਹ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਚਮਕਦਾਰ, ਬਹਾਦਰ ਅਤੇ ਭਰੋਸੇਮੰਦ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਨਾਲ ਘੇਰਦੇ ਹਨ।

4. ਜਾਣੇ ਕਿ ਕਦੋਂ ਅਤੇ ਕਿਵੇਂ ਸੌਂਪਣਾ ਹੈ: ਉੱਦਮੀ ਕੁਦਰਤ ਦੁਆਰਾ ਸਵੈ-ਭਰੋਸਾ ਰੱਖਦੇ ਹਨ। ਜਦੋਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਫਰਮ ਦੀ ਗੱਲ ਆਉਂਦੀ ਹੈ ਤਾਂ ਲਗਭਗ ਹਰ ਉੱਦਮੀ ਐਲਾਨ ਕਰੇਗਾ, "ਮੇਰੇ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਕੋਈ ਨਹੀਂ ਕਰ ਸਕਦਾ"।

5. ਇੱਕ ਚੰਗੀ ਮਿਸਾਲ ਕਾਇਮ ਕਰੋ: ਤੁਸੀਂ ਜੋ ਵੀ ਕਰਦੇ ਹੋ, ਇਮਾਨਦਾਰ ਅਤੇ ਨੈਤਿਕ ਬਣੋ। ਮਜ਼ਬੂਤ ਨੈਤਿਕ ਸਿਧਾਂਤ ਰੱਖੋ। ਤੁਹਾਨੂੰ ਉਸ ਦਾ ਅਭਿਆਸ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਜੋ ਤੁਸੀਂ ਪ੍ਰਚਾਰ ਕਰਦੇ ਹੋ।

6. ਸਲਾਹ ਲਓ: ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਕਿਸੇ ਦੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਨੂੰ ਬਦਲ ਦਿੰਦੀਆਂ ਹਨ, ਭਾਵੇਂ ਕੋਈ ਆਪਣੇ ਖੇਤਰ ਨੂੰ ਕਿੰਨਾ ਵੀ ਚੰਗੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਜਾਣਦਾ ਹੋਵੇ। ਉੱਦਮੀ ਅੰਨ੍ਹੇ ਸਥਾਨਾਂ ਨੂੰ ਵਿਕਸਤ ਕਰਨ ਜਾਂ ਅੱਗੇ ਵਧਣ ਅਤੇ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਕਦਮ ਚੁੱਕਣ ਬਾਰੇ ਉਲਝਣ ਵਿੱਚ ਹਨ।

7. ਨੇਤਾਵਾਂ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਕਰੋ: ਹਾਲਾਂਕਿ ਲੀਡਰਸ਼ਿਪ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਸਿਖਰ ਤੋਂ ਸ਼ੁਰੂ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ, ਨੇਤਾ ਅਕਸਰ ਅਥਾਰਟੀ ਦੇ ਅਹੁਦਿਆਂ ਤੋਂ ਉੱਭਰਦੇ ਨਹੀਂ ਹਨ। ਉਹ ਕਿਸੇ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਅੰਦਰ ਕਿਸੇ ਵੀ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਲੱਭੇ ਜਾ ਸਕਦੇ ਹਨ।

ਲੀਡਰਸ਼ਿਪ ਸਿਰਲੇਖਾਂ ਬਾਰੇ ਨਹੀਂ ਹੈ, ਪਰ ਸ਼ਾਮਲ ਸਾਰੀਆਂ ਪਾਰਟੀਆਂ ਲਈ ਜਿੱਤ-ਜਿੱਤ ਦੀਆਂ ਸਥਿਤੀਆਂ ਬਣਾਉਣ ਬਾਰੇ ਹੈ।

ਜਨੂੰਨ

ਜਨੂੰਨ ਉਹ ਹੈ ਜੋ ਉੱਦਮੀਆਂ ਨੂੰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਉੱਥੇ ਰੱਖਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਉੱਦਮੀਆਂ ਨੂੰ ਦੂਜਿਆਂ ਨੂੰ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਵਿੱਚ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਕਰਨ ਲਈ ਯਕੀਨ ਦਿਵਾਉਣ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ ਦਾ ਬਦਲ ਨਹੀਂ ਲੈ ਸਕਦਾ, ਪਰ ਇਹ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਫੋਕਸ ਰਹਿਣ ਅਤੇ ਦੂਜਿਆਂ ਨੂੰ ਉਹਨਾਂ ਦੀਆਂ ਯੋਜਨਾਵਾਂ ਨੂੰ ਦੇਖਣ ਲਈ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰੇਗਾ।³¹

* ਜਨੂੰਨ ਇੱਕ ਅੰਦਰੂਨੀ ਊਰਜਾ ਹੈ ਜਿਸਦੀ ਉੱਦਮੀਆਂ ਨੂੰ ਅੱਗੇ ਅਤੇ ਅੱਗੇ ਵਧਦੇ ਰਹਿਣ

ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਜਨੂੰਨ ਉੱਦਮੀਆਂ ਦੀ ਸਿਰਜਣਾਤਮਕਤਾ, ਲਗਨ, ਅਤੇ ਉੱਦਮ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਦਾ ਇੱਕ ਮੁੱਖ ਪੂਰਵ-ਸੂਚਕ ਹੈ। ਦੂਜੇ ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿਚ, ਉੱਦਮੀ ਜਿੰਨਾ ਜ਼ਿਆਦਾ ਭਾਵੁਕ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਸਫਲਤਾ ਦੀ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸੰਭਾਵਨਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

* ਕੁਝ ਉੱਦਮੀ ਖੋਜ ਕਰਨ ਦੇ ਸ਼ੌਕੀਨ ਹੁੰਦੇ ਹਨ: ਉਹ ਨਵੇਂ ਮੌਕਿਆਂ ਦੀ ਖੋਜ ਕਰਨ ਜਾਂ ਨਵੇਂ ਉਤਪਾਦਾਂ ਜਾਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ 'ਤੇ ਜ਼ੋਰ ਦਿੰਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਆਮ ਵਿਗਿਆਨੀ ਜਾਂ ਉਤਪਾਦ-ਮੁਖੀ ਉੱਦਮੀ ਹਨ।

* ਕੁਝ ਉੱਦਮੀ ਕਾਰੋਬਾਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਦੀ ਇੱਛਾ ਨਾਲ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਅਤੇ ਉਹ ਜ਼ਮੀਨ ਤੋਂ ਕਾਰੋਬਾਰ ਨੂੰ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਨ ਅਤੇ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਆਪਣੇ ਯਤਨਾਂ ਨੂੰ ਸਮਰਪਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਉੱਦਮੀ ਇੱਕ ਫਰਮ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਦੇ ਕੰਮ ਦੁਆਰਾ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਉਹ ਅਕਸਰ ਇੱਕ ਖਾਸ ਪੜਾਅ 'ਤੇ ਬਾਹਰ ਨਿਕਲਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਇੱਕ ਨਵੇਂ ਉੱਦਮ ਨਾਲ ਦੁਬਾਰਾ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਦੇ ਹਨ।

* ਹੋਰ ਉੱਦਮੀ ਵਿਕਾਸ ਦੁਆਰਾ ਚਲਾਏ ਜਾਂਦੇ ਹਨ: ਉਹ ਫਰਮ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ, ਨਵੇਂ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਭਰਤੀ ਕਰਨ, ਨਵੇਂ ਸਟਾਫ ਦੀ ਭਰਤੀ ਕਰਨ, ਅਤੇ ਸੰਗਠਨਾਤਮਕ ਸੱਭਿਆਚਾਰ ਸਥਾਪਤ ਕਰਨ 'ਤੇ ਕੇਂਦ੍ਰਿਤ ਹਨ।

* ਇੱਥੇ ਕੁਝ ਕਾਰਨ ਹਨ ਕਿ ਇੱਕ ਉੱਦਮੀ ਵਜੋਂ ਸਫਲਤਾ ਲਈ ਉਤਸ਼ਾਹ ਦੀ ਮਜ਼ਬੂਤ ਭਾਵਨਾ ਕਿਉਂ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ:

1. ਤੁਹਾਡੀ ਵਪਾਰਕ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ ਤੁਹਾਡੇ ਜਨੂੰਨ ਤੋਂ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਹੈ, ਭਾਵੇਂ ਇਹ ਅਜਿਹੇ ਖੇਤਰ ਵਿੱਚ ਹੋਵੇ ਜਿੱਥੇ ਪਹਿਲਾਂ ਕੋਈ ਨਹੀਂ ਗਿਆ ਹੈ।
2. ਤੁਹਾਡੀ ਫਰਮ ਸਹੀ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਆਕਰਸ਼ਿਤ ਕਰੇਗੀ ਜੇਕਰ ਤੁਸੀਂ ਉਸ ਬਾਰੇ ਭਾਵੁਕ ਹੋ ਜੋ ਤੁਸੀਂ ਕਰਦੇ ਹੋ।

3. ਜਨੂੰਨ ਇੱਕ ਅਸਲੀ ਬ੍ਰਾਂਡ ਅਤੇ ਕਹਾਣੀ ਦੀ ਸਿਰਜਣਾ ਵਿੱਚ ਸਹਾਇਤਾ ਕਰਦਾ ਹੈ।
4. ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਫਸੇ ਜਾਂ ਅਸਪਸ਼ਟ ਹੋ, ਤਾਂ ਤੁਹਾਡਾ ਜਨੂੰਨ ਤੁਹਾਨੂੰ ਸਪਸ਼ਟਤਾ ਲੱਭਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।
5. ਜਨੂੰਨ ਬੁਨਿਆਦੀ ਸਿਧਾਂਤਾਂ ਦੀ ਸਥਾਪਨਾ ਅਤੇ ਤੁਹਾਡੀ ਸੰਸਥਾ ਲਈ ਇੱਕ ਪੱਕਾ ਆਧਾਰ ਬਣਾਉਣ ਵਿੱਚ ਸਹਾਇਤਾ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਜਨੂੰਨ ਤੁਹਾਨੂੰ ਪ੍ਰੇਰਣਾ ਅਤੇ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਤੁਹਾਨੂੰ ਆਪਣੇ ਮਿਸ਼ਨ ਅਤੇ ਉਦੇਸ਼ ਨੂੰ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨ ਦੀ ਜ਼ਰੂਰਤ ਹੈ ਜੋ ਤੁਸੀਂ ਕਰਦੇ ਹੋ ਅਤੇ ਤੁਸੀਂ ਇਹ ਕਿਉਂ ਕਰਦੇ ਹੋ।
6. ਜਨੂੰਨ ਤੁਹਾਨੂੰ ਸਹੀ ਲੋਕਾਂ ਨਾਲ ਜੁੜਨ ਦੀ ਇਜਾਜ਼ਤ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਤੁਹਾਡੇ ਵਿਚਾਰ ਸਾਂਝੇ ਕਰਦੇ ਹਨ।
7. ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੀ ਜਗ੍ਹਾ ਦੇ ਮਾਲਕ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹੋ ਅਤੇ ਜੋ ਤੁਸੀਂ ਕਰਦੇ ਹੋ ਉਸ ਵਿੱਚ ਮਾਹਰ ਬਣ ਸਕਦੇ ਹੋ ਜੇਕਰ ਤੁਹਾਡੇ ਕੋਲ ਇਸਦਾ ਜਨੂੰਨ ਹੈ।
8. ਜਨੂੰਨ ਅਸਲ ਸਮੱਗਰੀ ਦੀ ਸਿਰਜਣਾ ਵਿੱਚ ਸਹਾਇਤਾ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਇੱਛੁਤ ਦਰਸ਼ਕਾਂ ਨਾਲ ਗੂੰਜਦਾ ਹੈ।
9. ਜੇਕਰ ਤੁਸੀਂ ਉਸ ਬਾਰੇ ਭਾਵੁਕ ਹੋ ਜੋ ਤੁਸੀਂ ਕਰ ਰਹੇ ਹੋ ਤਾਂ ਤੁਸੀਂ ਭੀੜ ਤੋਂ ਵੱਖ ਹੋਵੋਗੇ।
 - * ਉਦਮੀ ਜਨੂੰਨ ਇੱਕ ਪ੍ਰੇਰਣਾਦਾਇਕ ਵਿਚਾਰ ਹੈ ਜੋ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਭਾਵਨਾਤਮਕ ਉਤਸ਼ਾਹ, ਅੰਦਰੂਨੀ ਡਰਾਈਵ, ਅਤੇ ਨਿੱਜੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਅਰਥਪੂਰਨ ਕੰਮ ਨਾਲ ਰੁਝੇਵੇਂ ਦੁਆਰਾ ਚਿੰਨ੍ਹਿਤ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਉਦਮੀ ਦੀ ਸਵੈ-ਪਛਾਣ ਲਈ ਕੇਂਦਰੀ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।
 - * ਉਦਮੀ ਦੇ ਜਨੂੰਨ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਗਾਹਕ, ਨਿਵੇਸ਼ਕ ਅਤੇ ਕਾਮੇ ਉਦਮੀ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਵਧੇਰੇ ਅਨੁਕੂਲ ਰੋਸ਼ਨੀ ਵਿੱਚ ਦੇਖਦੇ ਹਨ। ਜਦੋਂ ਉਹ ਇਸਨੂੰ ਮਹਿਸੂਸ

ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ ਤਾਂ ਲੋਕ ਇੱਕ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਦੇ ਜਨੂੰਨ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਹੋਣ ਦੀ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸੰਭਾਵਨਾ ਰੱਖਦੇ ਹਨ। ਜਨੂੰਨ ਇਹਨਾਂ ਲੋਕਾਂ ਲਈ ਹੇਠ ਲਿਖਿਆਂ ਦਾ ਇੱਕ ਪ੍ਰਮੁੱਖ ਸੂਚਕ ਹੈ: ਪ੍ਰੇਰਣਾ, ਵਚਨਬੱਧਤਾ ਦਾ ਪੱਧਰ, ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਵਿੱਚ ਵਿਸ਼ਵਾਸ, ਰੁਕਾਵਟਾਂ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਲਗਨ, ਅਤੇ ਉਹ ਆਪਣੇ ਉੱਦਮ ਵਿੱਚ ਦੂਜਿਆਂ ਦੀ ਕਿੰਨੀ ਚੰਗੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਅਗਵਾਈ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ, ਕਾਇਲ ਕਰਨ ਦੇ ਹੁਨਰ, ਇਸ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ। ਗਾਹਕਾਂ, ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ, ਅਤੇ ਜੋਸ਼ ਨਾਲ ਫੰਡਿੰਗ ਫੈਸਲੇ ਲੈਣ ਵਾਲੇ ਕਿਸੇ ਵੀ ਵਿਅਕਤੀ ਨਾਲ ਸੰਚਾਰ ਕਰੋ, ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਉੱਦਮ ਜਾਂ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ ਦਾ ਸਮਰਥਨ ਕਰਨ ਲਈ ਮਨਾਉਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰੇਗਾ।

ਜਨੂੰਨ ਹਰ ਮੌਸਮ ਦਾ ਬਾਲਣ ਹੈ ਜੋ ਤੁਹਾਡੇ ਉੱਦਮ ਨੂੰ ਸੰਕਲਪ ਤੋਂ ਸਫਲਤਾ ਵੱਲ ਲੈ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਸਵੈ ਭਰੋਸਾ

ਸਵੈ-ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਪੂਰੀ ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ ਤੋਂ ਆਉਂਦਾ ਹੈ, ਜੋ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ ਅਤੇ ਜੋਖਮ ਦੇ ਪੱਧਰ ਨੂੰ ਘਟਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਮੁਹਾਰਤ ਤੋਂ ਵੀ ਆਉਂਦਾ ਹੈ। ਆਤਮ-ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਉੱਦਮੀ ਨੂੰ ਆਸਾਨੀ ਨਾਲ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਜਾਂ ਡਰਾਏ ਬਿਨਾਂ ਸੁਣਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦਾ ਹੈ। "ਸਮਾਰਟ" ਵਿੱਚ ਕਿਸੇ ਸੰਬੰਧਿਤ ਕਾਰੋਬਾਰ ਜਾਂ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਵਿੱਚ ਗਿਆਨ ਜਾਂ ਅਨੁਭਵ ਨਾਲ ਜੁੜੀ ਆਮ ਸਮਝ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਪਹਿਲਾ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਚੰਗੀ ਪ੍ਰਵਿਰਤੀ ਦਿੰਦਾ ਹੈ, ਬਾਅਦ ਵਾਲਾ, ਮੁਹਾਰਤ। ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਲੋਕਾਂ ਕੋਲ ਅਜਿਹੇ ਸਮਾਰਟ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਉਹ ਨਹੀਂ ਪਛਾਣਦੇ। ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਜੋ ਸਫਲਤਾਪੂਰਵਕ ਇੱਕ ਪਰਿਵਾਰ ਨੂੰ ਬਜਟ ਵਿੱਚ ਰੱਖਦਾ ਹੈ, ਕੋਲ ਸੰਗਠਨਾਤਮਕ ਅਤੇ ਵਿੱਤੀ ਹੁਨਰ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਰੁਜ਼ਗਾਰ, ਸਿੱਖਿਆ, ਅਤੇ ਜੀਵਨ ਦੇ ਤਜਰਬੇ ਸਾਰੇ ਸਮਾਰਟ ਵਿੱਚ ਯੋਗਦਾਨ ਪਾਉਂਦੇ ਹਨ।**32**

* ਆਤਮ-ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਵਾਲੇ ਉੱਦਮੀਆਂ ਕੋਲ ਨਵੀਂ ਫਰਮ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਅਤੇ ਸਫਲ ਹੋਣ ਦੇ ਵਧੇਰੇ ਮੌਕੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਸਵੈ-ਪ੍ਰਭਾਵ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਦਿਵਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਸਫਲ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਇਸਦੇ ਕਾਰਨ, ਉਹ ਇੱਕ ਨਵੀਂ ਕੰਪਨੀ ਉੱਦਮ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਦਾ ਜੋਖਮ ਲੈਣ ਦੀ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸੰਭਾਵਨਾ ਰੱਖਦੇ ਹਨ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਉਸ ਕਾਰੋਬਾਰ ਵਿੱਚ ਸਫਲਤਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਨਾਲ ਸਵੈ-ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਹੋਰ ਵੀ ਵਧਦਾ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਇਹ ਤੁਹਾਡੀ ਆਮ ਤੰਦਰੁਸਤੀ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਤੁਹਾਨੂੰ ਵਧੇਰੇ ਸਫਲ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ।

* ਆਤਮ-ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਵਾਲੇ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਲੋਕ ਹਨ:

- ਮੌਕਿਆਂ ਦੇ ਪਿੱਛੇ ਜਾਣ ਦੀ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸੰਭਾਵਨਾ ਹੈ
- ਵਧਦੀ ਲਗਨ
- ਰੁਕਾਵਟਾਂ ਨੂੰ ਦੂਰ ਕਰਨ ਲਈ ਵਧੇਰੇ ਸਮਰੱਥ
- ਦੂਸਰੇ ਬਹੁਤ ਹੱਦ ਤੱਕ ਵਿਚਾਰਾਂ ਨੂੰ ਸਵੀਕਾਰ ਕਰਨਗੇ

ਸਵੈ-ਭਰੋਸੇਮੰਦ ਉੱਦਮੀਆਂ ਲਈ ਇੱਕ ਨਵੇਂ ਕਾਰੋਬਾਰ ਵਿੱਚ ਸਥਾਪਤ ਹੋਣ ਅਤੇ ਵਧਣ-ਫੁੱਲਣ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਵਧੇਰੇ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਉਹ ਸੋਚਦੇ ਹਨ ਕਿ ਉਹਨਾਂ ਕੋਲ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹਨਾਂ ਕੋਲ ਸਵੈ-ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ੀਲਤਾ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਉਹ ਦੂਜੇ ਲੋਕਾਂ ਨਾਲੋਂ ਇੱਕ ਨਵਾਂ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਯਤਨ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਦਾ ਜੋਖਮ ਲੈਣ ਲਈ ਵਧੇਰੇ ਝੁਕੇ ਹੋਏ ਹਨ। ਉਸ ਕਾਰੋਬਾਰ ਵਿੱਚ ਸਫਲ ਹੋਣ ਨਾਲ ਉਸ ਸਫਲਤਾ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਆਤਮ-ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਹੋਰ ਵੀ ਵਧਦਾ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਇਹ ਤੁਹਾਡੀ ਸਮੁੱਚੀ ਤੰਦਰੁਸਤੀ ਨੂੰ ਵਧਾਉਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਤੁਹਾਨੂੰ ਹੋਰ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ।

* ਜੇਕਰ ਤੁਹਾਨੂੰ ਨੈਕਰੀ ਵਿੱਚ ਭਰੋਸਾ ਹੈ ਤਾਂ ਤੁਸੀਂ ਸਥਿਤੀ ਦੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਕਿਰਿਆਸ਼ੀਲ, ਹਮਲਾਵਰ ਅਤੇ ਫੇਕਸ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹੋ। ਆਤਮ-ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਹਾਸਲ ਕਰਨ ਲਈ, ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ

ਕੰਮ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਵੱਡੇ ਮਿਆਰ ਕਾਇਮ ਕਰਨ ਤੋਂ ਝਿਜਕਣਾ ਨਹੀਂ ਚਾਹੀਦਾ। ਸਵੈ ਦੀ ਮਜ਼ਬੂਤ ਭਾਵਨਾ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਅਗਵਾਈ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦੀ ਹੈ।

* ਦ੍ਰਿੜਤਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਤੁਹਾਨੂੰ ਟਕਰਾਅ ਨਾਲ ਬਿਹਤਰ ਢੰਗ ਨਾਲ ਨਜਿੱਠਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਤੁਹਾਡੇ ਸੰਚਾਰ ਹੁਨਰ ਨੂੰ ਵਧਾਉਂਦਾ ਹੈ, ਅਤੇ ਤੁਹਾਨੂੰ ਕੰਮ 'ਤੇ ਖੁਸ਼ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।

* ਆਤਮ-ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਇਹ ਅਚੇਤ ਤੌਰ 'ਤੇ ਦੂਜਿਆਂ ਨੂੰ ਦੱਸਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਕਿਸੇ ਅਜਿਹੇ ਵਿਅਕਤੀ ਦੀ ਸੰਗਤ ਵਿੱਚ ਹਨ ਜੋ ਇੱਕ ਨੇਤਾ ਹੈ ਅਤੇ ਆਪਣੀ ਕਾਬਲੀਅਤ 'ਤੇ ਭਰੋਸਾ ਰੱਖਦਾ ਹੈ... ਉਹ ਲੋਕ ਜੋ ਆਪਣੇ ਆਪ ਦੀ ਮਜ਼ਬੂਤ ਭਾਵਨਾ ਰੱਖਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਜੋ ਆਪਣੇ ਅੰਦਰ ਨੂੰ ਪ੍ਰਗਟ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਆਤਮਵਿਸ਼ਵਾਸ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਜੀਵਨ ਵਿੱਚ ਵਾਧੇ, ਤਰੱਕੀਆਂ ਅਤੇ ਸਮੁੱਚੀ ਸਫਲਤਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੀ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸੰਭਾਵਨਾ ਹੈ।

* ਸਫਲਤਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਸਵੈ-ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਇੱਕ ਜ਼ਰੂਰੀ ਉੱਦਮੀ ਹੁਨਰ ਹੈ। ਸਵੈ-ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਵਿਅਕਤੀ ਦੀ ਉਸ ਦੀਆਂ ਯੋਗਤਾਵਾਂ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਹੈ। ਇੱਕ ਸਫਲ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਨੂੰ ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਤਿਭਾ ਵਿੱਚ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਅਣਜਾਣ ਖੇਤਰ, ਜੋਖਮ ਅਤੇ ਮੁਸ਼ਕਲ ਨਿਰਣੇ ਦੇ ਸਾਮ੍ਹਣੇ, ਉਹ ਜੋਖਮ ਲੈਣ ਅਤੇ ਮੁਸ਼ਕਲ ਫੈਸਲੇ ਲੈਣ ਤੋਂ ਨਹੀਂ ਡਰਦਾ।

* ਜਦੋਂ ਕਿਸੇ ਦਾ ਆਤਮ-ਸਨਮਾਨ ਘੱਟ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਸ ਵਿੱਚ ਆਪਣੀ ਕਾਬਲੀਅਤ ਵਿੱਚ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਦੀ ਕਮੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਉਹ ਅਕਸਰ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਕਰਦੇ ਹਨ ਕਿ ਉਹ ਅਯੋਗ, ਅਣਚਾਹੇ, ਜਾਂ ਨਾਕਾਫ਼ੀ ਹਨ। ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ, ਉਹ ਵਿਅਕਤੀ ਜੋ ਘੱਟ ਸਵੈ-ਮਾਣ ਨਾਲ ਲੜਦੇ ਹਨ ਉਹ ਹਮੇਸ਼ਾ ਗਲਤੀਆਂ ਕਰਨ ਜਾਂ ਦੂਜੇ ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਨਿਰਾਸ਼ ਕਰਨ ਨਾਲ

ਚਿੰਤਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

* "ਸਿਹਤਮੰਦ ਆਤਮ-ਵਿਸ਼ਵਾਸ" ਕੀ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹ ਕਿਵੇਂ ਕੰਮ ਕਰਦਾ ਹੈ? ਆਪਣੇ ਬਾਰੇ ਸੰਤੁਲਿਤ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਰੱਖਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ ਸਵੈ-ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਦੀ ਚੰਗੀ ਭਾਵਨਾ ਨੂੰ ਬਣਾਈ ਰੱਖਣ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ। ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਆਪਣੀਆਂ ਕਮੀਆਂ ਅਤੇ ਕਮਜ਼ੋਰੀਆਂ ਦੇ ਖੇਤਰਾਂ ਨੂੰ ਪਛਾਣਦੇ ਹੋਏ ਆਪਣੀਆਂ ਸ਼ਕਤੀਆਂ ਦਾ ਅਨੰਦ ਲੈਣਾ।

ਸਵੈ-ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਤੁਹਾਡੀ ਕਾਬਲੀਅਤ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਹੈ ਕਿ ਭਾਵੇਂ ਕੋਈ ਵੀ ਰੁਕਾਵਟਾਂ ਕਿਉਂ ਨਾ ਹੋਣ, ਤੁਸੀਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਪਾਰ ਕਰੋਗੇ ਅਤੇ ਅੰਤ ਵਿੱਚ ਸਫਲ ਹੋਵੋਗੇ।

ਸਟ੍ਰੀਟ ਸਮਾਰਟ

"ਸਮਾਰਟ" ਵਿੱਚ ਕਿਸੇ ਸੰਬੰਧਿਤ ਕਾਰੋਬਾਰ ਜਾਂ ਕੇਸਿਸ ਵਿੱਚ ਗਿਆਨ ਜਾਂ ਅਨੁਭਵ ਨਾਲ ਜੁੜੀ ਆਮ ਸਮਝ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਪਹਿਲਾ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਚੰਗੀ ਪ੍ਰਵਿਰਤੀ ਦਿੰਦਾ ਹੈ, ਬਾਅਦ ਵਾਲਾ, ਮੁਹਾਰਤ। ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਲੋਕਾਂ ਕੋਲ ਅਜਿਹੇ ਸਮਾਰਟ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਉਹ ਨਹੀਂ ਪਛਾਣਦੇ। ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਜੋ ਸਫਲਤਾਪੂਰਵਕ ਇੱਕ ਪਰਿਵਾਰ ਨੂੰ ਬਜਟ ਵਿੱਚ ਰੱਖਦਾ ਹੈ, ਕੋਲ ਸੰਗਠਨਾਤਮਕ ਅਤੇ ਵਿੱਤੀ ਹੁਨਰ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਰੁਜ਼ਗਾਰ, ਸਿੱਖਿਆ, ਅਤੇ ਜੀਵਨ ਦੇ ਤਜਰਬੇ ਸਾਰੇ ਸਮਾਰਟ ਵਿੱਚ ਯੋਗਦਾਨ ਪਾਉਂਦੇ ਹਨ।**33**

* ਇੱਕ ਸਟ੍ਰੀਟ-ਸਮਾਰਟ ਵਿਅਕਤੀ ਮੌਕਿਆਂ ਨੂੰ ਪਛਾਣਦਾ ਹੈ, ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਮੁੱਦਿਆਂ/ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਦੇ ਹੱਲ ਦੀ ਕਲਪਨਾ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਅਜਿਹਾ ਵਿਅਕਤੀ ਪੇਸ਼ਕਾਰੀ ਮੁੱਦਿਆਂ ਰਾਹੀਂ ਨੈਵੀਗੇਟ ਕਰਨ ਲਈ ਉਪਲਬਧ ਸਰੋਤਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।

* ਅਨੁਕੂਲਨ, ਆਕਾਰ ਬਣਾਉਣ ਅਤੇ ਚੋਣ ਦੀਆਂ ਤਿੰਨ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ ਰਾਹੀਂ, ਵਿਅਕਤੀ ਆਪਣੇ ਆਪ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਵਾਤਾਵਰਣ ਵਿਚਕਾਰ ਇੱਕ ਆਦਰਸ਼ ਫਿੱਟ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਕਿਸਮ ਦੀ ਬੁੱਧੀ ਨੂੰ ਅਕਸਰ "ਸਟ੍ਰੀਟ ਸਮਾਰਟ" ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਅਨੁਕੂਲਤਾ ਉਦੋਂ ਵਾਪਰਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕੋਈ ਵਿਅਕਤੀ ਆਪਣੇ ਆਲੇ ਦੁਆਲੇ ਨੂੰ ਬਿਹਤਰ ਢੰਗ ਨਾਲ ਅਨੁਕੂਲ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਆਪਣੇ ਅੰਦਰ ਤਬਦੀਲੀ ਕਰਦਾ ਹੈ।**33.1**

* ਵਿਹਾਰਕ ਬੁੱਧੀ ਵਿੱਚ ਅਸਲ ਸੰਸਾਰ ਵਿੱਚ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਦੇ ਕੰਮਾਂ ਨਾਲ ਨਜਿੱਠਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਤੁਸੀਂ ਇਸਨੂੰ "ਸਟ੍ਰੀਟ ਸਮਾਰਟ" ਕਹਿ ਸਕਦੇ ਹੋ ਜੋ ਇਹ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕੋਈ ਵਿਅਕਤੀ ਬਾਹਰੀ ਵਾਤਾਵਰਣ ਨਾਲ ਕਿੰਨਾ ਵਧੀਆ ਸਬੰਧ ਰੱਖਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਉਹਨਾਂ ਟੀਚਿਆਂ ਵੱਲ ਵੀ ਸੇਧਿਤ ਹੈ ਜੋ ਤੁਹਾਡੇ ਆਲੇ ਦੁਆਲੇ ਦੇ ਸੰਸਾਰ ਨੂੰ ਢਾਲਣ ਜਾਂ ਬਦਲਣ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰਦੇ ਹਨ।**33.2**

* ਸਮਝਦਾਰੀ ਨਾਲ ਕੰਮ ਕਰੋ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਰੁਜ਼ਗਾਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਸਮਾਰਟ ਬਣਨ ਲਈ ਸਵੈ-ਅਨੁਸ਼ਾਸਨ ਦਾ ਅਭਿਆਸ ਕਰਨਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ। ਜਿਸ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਡੋਮੇਨ ਨੂੰ ਤੁਸੀਂ ਨਿਸ਼ਾਨਾ ਬਣਾਉਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ, ਉਸ ਬਾਰੇ ਜਿੰਨਾ ਹੋ ਸਕੇ ਸਿੱਖੋ। ਇੱਕ ਤਬਦੀਲੀ-ਮੁਖੀ, ਭਵਿੱਖ-ਕੇਂਦਰਿਤ ਮਾਨਸਿਕਤਾ, ਅਤੇ ਨਾਲ ਹੀ ਇੱਕ ਕਾਰਵਾਈਯੋਗ ਐਗਜ਼ੀਕਿਊਸ਼ਨ ਰਣਨੀਤੀ ਬਣਾਈ ਰੱਖੋ। ਇਹ ਅਕਸਰ ਸਮਝਦਾਰੀ ਨਾਲ ਕੰਮ ਨਾ ਕਰਨ ਦਾ ਬਹਾਨਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕੋਈ ਕਹਿੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਸਖ਼ਤ ਮਿਹਨਤ ਕਰ ਰਹੇ ਹਨ।

* ਸਭ ਕੁਝ ਦਿਖਾਇਆ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਜੁਬਾਨੀ ਬਹਿਸ ਤੋਂ ਪਰੇ ਸੋਚਣ ਦੇ ਅਨੁਸ਼ਾਸਨ ਦਾ ਅਭਿਆਸ ਕਰੋ ਜੇਕਰ ਤੁਸੀਂ ਇੱਕ ਵਚਨਬੱਧਤਾ ਨੂੰ ਯਕੀਨ ਦਿਵਾਉਣ ਜਾਂ ਕਮਾਉਣ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰ ਰਹੇ ਹੋ। ਤਿਆਰੀ, ਰਿਹਰਸਲ, ਐਗਜ਼ੀਕਿਊਸ਼ਨ, ਅਤੇ ਕਿਸੇ ਦੇ ਉਤਪਾਦ/ਸੇਵਾ ਨੂੰ ਵੇਚਣਾ ਚੰਗੀ ਪੇਸ਼ਕਾਰੀ ਦੇ ਚਾਰ ਪੜਾਅ ਹਨ। ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਸਹਿਭਾਗੀਆਂ, ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਅਤੇ ਸਮੂਹ ਮੈਂਬਰਾਂ ਦੇ ਨਾਲ ਸਾਰੀਆਂ ਗੱਲਬਾਤ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਕਰੋ।

* ਤੁਹਾਨੂੰ ਦੂਜਿਆਂ ਨਾਲ ਗੱਲਬਾਤ ਕਰਨੀ ਪਵੇਗੀ। ਇਹ ਤੁਹਾਡੀ ਸ਼ੁਰੂਆਤ ਨਹੀਂ ਹੈ ਜਿਸ ਨਾਲ ਲੋਕ ਵਪਾਰ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ; ਉਹ ਤੁਹਾਡੇ ਨਾਲ ਵਪਾਰ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਜੇਕਰ ਤੁਹਾਡੇ ਕੋਲ ਚੰਗੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਵਿਕਸਤ ਲੋਕਾਂ ਦੇ ਹੁਨਰ ਹਨ ਤਾਂ ਤੁਸੀਂ ਵਧੇਰੇ ਸੁਹਾਵਣਾ, ਦਿਆਲੂ, ਖੁੱਲ੍ਹੇ ਅਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਹੋਵੋਗੇ। ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ ਰੱਖੋ ਅਤੇ ਚੀਜ਼ਾਂ ਨੂੰ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਨਜ਼ਰੀਏ ਤੋਂ ਦੇਖੋ। ਬੋਲਣ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਧੀਰਜ ਅਤੇ ਸਰਗਰਮੀ ਨਾਲ ਸੁਣਨਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ। ਸਟ੍ਰੀਟ ਸਮਾਰਟ ਵਾਲੇ ਉੱਦਮੀ ਇਸ ਅਨੁਸ਼ਾਸਨ ਨੂੰ ਉਦੋਂ ਤੱਕ ਅਪਣਾਉਂਦੇ ਹਨ ਜਦੋਂ ਤੱਕ ਇਹ ਕੰਮ ਕਰਨਾ ਬੰਦ ਨਹੀਂ ਕਰ ਦਿੰਦਾ।

* ਆਪਣੇ ਵਿੱਤ 'ਤੇ ਨਜ਼ਰ ਰੱਖੋ। ਰਚਨਾਤਮਕ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੇ ਮਾਲਕਾਂ ਲਈ ਵਿੱਤੀ ਮਾਮਲਿਆਂ ਦੁਆਰਾ ਨਾਪਸੰਦ ਕਰਨਾ ਜਾਂ ਡਰਾਉਣਾ ਅਸਧਾਰਨ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਜੇ ਇਹ ਮਾਮਲਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਇੱਕ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਸਾਥੀ ਦੀ ਭਾਲ ਕਰੋ ਜੋ ਫਰਮ ਦੇ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣਾਤਮਕ ਪੱਖ ਲਈ ਤੁਹਾਡੇ ਜਨੂੰਨ ਨੂੰ ਸਾਂਝਾ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਪੈਸੇ ਨੂੰ ਚੰਗੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਸੰਭਾਲਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਕਿਸੇ ਨੂੰ ਵਿੱਤੀ ਵ੍ਹਾਈਜ਼ ਹੋਣ ਦੀ ਲੋੜ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਨੂੰ ਸਿਰਫ ਹੱਥ ਵਿਚ ਕੰਮ 'ਤੇ ਸਖਤ ਧਿਆਨ ਦੇਣ ਦੀ ਜ਼ਰੂਰਤ ਹੈ।

* ਹਰ ਕੋਈ ਮੁਨਾਫਾ ਕਮਾਉਣ ਦੇ ਧੰਦੇ ਵਿਚ ਹੈ। ਇੱਕ ਸਟਾਰਟਅੱਪ ਵਿੱਚ ਹਰ ਕੋਈ, ਸਥਿਤੀ ਦੀ ਪਰਵਾਹ ਕੀਤੇ ਬਿਨਾਂ, ਵੇਚਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਪਹਿਲੀ ਵਾਰ ਕਿਸੇ ਨਿਵੇਸ਼ਕ ਜਾਂ ਖਪਤਕਾਰ ਨੂੰ ਮਿਲਦੇ ਹੋ, ਤਾਂ ਤੁਸੀਂ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਮਨ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਪ੍ਰਭਾਵ ਅਤੇ ਧਾਰਨਾ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹੋ। ਤੁਹਾਡੀ ਦੁਨੀਆ ਤੁਹਾਡੇ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਦੁਆਰਾ ਘੜੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਅਤੇ ਤੁਹਾਨੂੰ ਇਸ ਨੂੰ ਸਹੀ ਕਰਨ ਦਾ ਸਿਰਫ ਇੱਕ ਮੌਕਾ ਮਿਲਦਾ ਹੈ।

ਇੱਕ ਸਟ੍ਰੀਟ-ਸਮਾਰਟ ਵਿਅਕਤੀ ਉਹ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਬਹੁਤ ਅਨੁਭਵੀ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਆਪਣੀ ਸਿੱਖਿਆ ਦੀ ਪਰਵਾਹ ਕੀਤੇ ਬਿਨਾਂ ਜੀਵਨ ਅਤੇ ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਸਮਝਦਾ ਹੈ। ਸਿੱਖਿਆ ਦੇ ਪੱਧਰ ਦਾ ਸਟ੍ਰੀਟ ਸਮਾਰਟ ਹੋਣ ਨਾਲ ਬਹੁਤ ਘੱਟ ਲੈਣਾ-ਦੇਣਾ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਉੱਦਮੀ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ

ਸਫਲ ਉੱਦਮੀ ਇੱਕ ਚਿੱਤਰ, ਵਿਚਾਰ, ਜਾਂ ਕਿਸੇ ਚੀਜ਼ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਸੰਕਲਪ ਨਾਲ ਸ਼ੁਰੂਆਤ ਕਰਦੇ ਹਨ ਜੋ ਇੱਕ ਨਵਾਂ ਕਾਰੋਬਾਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਲਈ ਜੇਸ਼ ਭਰਪੂਰ ਉਰਜਾ ਪੈਦਾ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇੱਕ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਦਾ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਇੱਕ ਰੋਡਮੈਪ ਦੀ ਸ਼ੁਰੂਆਤ ਹੈ ਜੋ ਇਹ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰੇਗਾ ਕਿ ਕੀ ਕਿਸੇ ਦਾ ਕਾਰੋਬਾਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਦਾ ਮਾਰਗ ਸੰਭਵ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਦੇ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਸਿੱਖਿਆ,

ਅਨੁਭਵ, ਅਤੇ ਕਿਸੇ ਦੇ ਉਤਪਾਦ/ਸੇਵਾ ਨੂੰ ਵੇਚਣ ਦੀ ਵਿਵਹਾਰਕਤਾ ਬਾਰੇ ਅੰਦਰੂਨੀ ਵਿਸ਼ਵਾਸ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੈ। ਵਿਜ਼ਨ ਸਟੇਟਮੈਂਟ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਉਹ ਤਸਵੀਰ ਹੈ ਜੋ ਵਿਅਕਤੀ ਆਪਣੇ ਮਨ ਵਿੱਚ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਫਿਰ ਇਸਨੂੰ ਠੋਸ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ।³⁴

ਇਸਦੇ ਉਲਟ, ਮਿਸ਼ਨ ਉਹਨਾਂ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਬਾਰੇ ਇੱਕ ਬਿਆਨ ਹੈ ਜਿਹਨਾਂ ਦੀ ਐਂਟਰਪ੍ਰਾਈਜ਼ ਦੁਆਰਾ ਮਦਦ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ, ਜਦੋਂ ਕਿ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ ਇੱਕ ਬਿਆਨ ਹੈ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਇੱਕ ਸੰਗਠਨ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਕਿਉਂ ਮਹੱਤਵ ਰੱਖਦੇ ਹੋ ਅਤੇ ਕੰਪਨੀ ਭਵਿੱਖ ਵਿੱਚ ਕੀ ਹੋਵੇਗੀ। ਇਹਨਾਂ ਕਥਨਾਂ ਨੂੰ ਸੋਧ ਕੇ ਤੁਹਾਡੇ ਉੱਦਮੀ ਬਿਰਤਾਂਤ ਨੂੰ ਸਪੱਸ਼ਟ ਕਰਨਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

* ਦਰਸ਼ਨ ਹੋਣ ਨਾਲ ਫਰਮ ਨੂੰ ਦਿਸ਼ਾ ਅਤੇ ਉਦੇਸ਼ ਦੀ ਭਾਵਨਾ ਮਿਲਦੀ ਹੈ। ਜਿਵੇਂ ਤੁਸੀਂ ਅੱਗੇ ਵਧਦੇ ਹੋ, ਤੁਹਾਡੀ ਨਜ਼ਰ ਤੁਹਾਡੇ ਛੋਟੇ ਅਤੇ ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਦੇ ਟੀਚਿਆਂ ਨੂੰ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰਨ ਅਤੇ ਤੁਹਾਡੇ ਕੰਮਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਤੁਹਾਡੀ ਮਦਦ ਕਰੇਗੀ। ਸਫਲ ਹੋਣ ਲਈ, ਇੱਕ ਨੇਤਾ ਕੋਲ ਇਹ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ ਅਤੇ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕੁਝ ਵੀ ਸੰਭਵ ਹੈ। ਅਸੀਂ ਇਹ ਦੇਖਣ ਲਈ ਇੰਤਜ਼ਾਰ ਨਹੀਂ ਕਰ ਸਕਦੇ ਕਿ ਉਹ ਅੱਗੇ ਕੀ ਕਰੇਗਾ!"

* ਆਪਣੇ ਵਿੱਤ ਨੂੰ ਕ੍ਰਮਬੱਧ ਰੱਖਣ ਲਈ, ਤੁਹਾਡੇ ਕੋਲ ਮੁੱਲਾਂ ਦਾ ਇੱਕ ਸਮੂਹ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਜੋ ਤੁਹਾਨੂੰ ਮੁਸ਼ਕਲ ਸਮਿਆਂ ਵਿੱਚ ਮਾਰਗਦਰਸ਼ਨ ਕਰੇਗਾ। ਇੱਕ ਸਪਸ਼ਟ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ ਅਤੇ ਮਿਸ਼ਨ ਤੁਹਾਨੂੰ ਤੁਹਾਡੇ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਸਹੀ ਰਸਤੇ 'ਤੇ ਰੱਖੇਗਾ। ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਸਮੁੱਚੀ ਧੁਨ ਅਤੇ ਦਿਸ਼ਾ ਤੁਹਾਡੇ ਇੰਟਰਨੈੱਟ ਐਂਟਰਪ੍ਰਾਈਜ਼ ਦੀ ਆਮ ਟੋਨ ਅਤੇ ਦਿਸ਼ਾ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰੇਗੀ

* ਮਾਮੂਲੀ ਇੱਛਾਵਾਂ ਰੱਖਣ ਨਾਲ, ਵਿਅਕਤੀ ਆਪਣੀ ਬੇਅੰਤ ਸਿਰਜਣਾਤਮਕਤਾ ਅਤੇ ਸਮਰੱਥਾ ਨੂੰ ਜੇਲ ਦੀ ਕੋਠੜੀ ਤੱਕ ਸੀਮਤ ਕਰ ਲੈਂਦਾ ਹੈ। ਆਪਣੇ ਅਸਲ ਜਨੂੰਨ ਦਾ ਪਾਲਣ ਕਰੋ ਜੇਕਰ ਤੁਸੀਂ ਵਿਕਾਸ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਵਧਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ, ਨਾਲ ਹੀ ਦੂਜਿਆਂ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਲਈ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਮੁੱਲ ਪੈਦਾ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ। ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਦੂਸਰਿਆਂ ਲਈ ਮੁੱਲ ਪੈਦਾ ਕਰਦੇ ਹੋ, ਤਾਂ ਤੁਹਾਡੀ ਦੌਲਤ ਦੀ ਪਾਲਣਾ ਕੀਤੀ ਜਾਵੇਗੀ।

* ਸਪੱਸ਼ਟ ਕਰਨ ਲਈ, ਉਸਦਾ ਮਿਸ਼ਨ ਇਸ ਬਾਰੇ ਇੱਕ ਬਿਆਨ ਹੈ ਕਿ ਉਸਦੇ ਮਿਸ਼ਨ ਨੂੰ ਕਿਸ ਨੂੰ ਲਾਭ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਜਦੋਂ ਕਿ ਉਸਦਾ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਇੱਕ ਬਿਆਨ ਹੈ ਕਿ ਉਸਦਾ ਮਿਸ਼ਨ ਇੰਨਾ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਕਿਉਂ ਹੈ। ਇਹਨਾਂ ਵਾਕਾਂ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਇੱਕ ਬਿਹਤਰ ਸੰਤੁਲਨ ਬਣਾਉਣਾ ਤੁਹਾਨੂੰ ਆਪਣੇ ਉੱਦਮੀ ਬਿਰਤਾਂਤ ਨੂੰ ਦੂਰ ਕਰਨ ਦੀ ਇਜਾਜ਼ਤ ਦੇਵੇਗਾ।
ਕਾਰਪੋਰੇਟ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ ਕਿਉਂ ਮਾਇਨੇ ਰੱਖਦੀ ਹੈ?

1) ਇਹ ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਇਕੱਠੇ ਖਿੱਚਦਾ ਹੈ।

ਜਦੋਂ ਕਿਸੇ ਸੰਸਥਾ ਦਾ ਉਦੇਸ਼ ਜਾਂ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ ਬਿਆਨ ਸਪੱਸ਼ਟ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਹਰ ਕੋਈ ਵੱਡੀ ਚੀਜ਼ ਦਾ ਹਿੱਸਾ ਮਹਿਸੂਸ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇੱਕ ਡੂੰਘੇ ਅਰਥ ਪ੍ਰਾਪਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਅਤੇ ਨਾਲ ਹੀ ਹਰ ਕੋਈ ਇੱਕ ਇਕਸੁਰ ਟੀਮ ਹੈ ਜੋ ਪ੍ਰੋਜੈਕਟ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ 'ਤੇ ਸੰਗਠਿਤ ਅਤੇ ਕੇਂਦਰਿਤ ਹੈ।

2. ਇਹ ਗਿਆਨ ਭਰਪੂਰ ਹੈ।

ਤੁਸੀਂ ਕਿੱਥੇ ਜਾਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ ਇਹ ਸਪੱਸ਼ਟ ਤੌਰ 'ਤੇ ਦੇਖਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ ਮੁਕਤੀ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਇਹ ਹਰੇਕ ਨੂੰ ਆਪਣਾ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਕਰਨ ਲਈ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਨਤੀਜਾ ਸ਼ਰਧਾ ਅਤੇ ਪਰਿਵਰਤਨ ਵਿੱਚ ਵਾਧਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਹਾਲਾਂਕਿ ਇਹ ਮੁਸ਼ਕਲ ਸਮਿਆਂ ਦੌਰਾਨ ਖਾਸ ਤੌਰ 'ਤੇ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਇਹ ਤੁਹਾਨੂੰ ਇਹ ਯਾਦ ਦਿਵਾ ਕੇ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਰਹਿਣ ਵਿੱਚ ਵੀ ਮਦਦ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਕਿਉਂ ਸ਼ੁਰੂ ਕੀਤਾ ਸੀ।

3. ਟੀਚਾ ਨਿਰਧਾਰਨ ਅਤੇ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਯੋਜਨਾ ਸਹਾਇਤਾ।

ਜਦੋਂ ਇੱਕ ਫਰਮ ਦਾ ਦਰਸ਼ਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਇਸ ਵਿੱਚ ਉਦੇਸ਼ ਅਤੇ ਉਦੇਸ਼ ਦੀ ਭਾਵਨਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੀ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ ਦੁਆਰਾ ਮਾਰਗਦਰਸ਼ਨ ਕਰੋਗੇ ਅਤੇ ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਜਾਂਦੇ ਹੋ ਤਾਂ ਥੋੜ੍ਹੇ ਅਤੇ ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਦੇ ਟੀਚੇ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰੋਗੇ।

ਪਹਿਲਾਂ, ਤੁਹਾਡੇ ਕੋਲ ਇੱਕ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਜੋ ਤੁਹਾਡੇ ਲਈ

ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ ਅਤੇ ਇਸਨੂੰ ਦੂਜਿਆਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਗਟ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਜੋ ਉਹ ਤੁਹਾਡੇ ਨਾਲ ਜੁੜਨਾ ਚਾਹੁਣ। ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਮਹਾਨ ਉੱਦਮੀ ਇੱਕ ਸਪਸ਼ਟ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ ਨਾਲ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਦੇ ਹਨ ਕਿ ਉਹ ਕੀ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਅਤੇ ਫਿਰ ਆਪਣੇ ਟੀਚਿਆਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ, ਇੱਕ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਉੱਥੇ ਪਹੁੰਚਣ ਲਈ ਛੋਟੇ ਕਦਮ ਚੁੱਕਦੇ ਹਨ।

ਇੱਕ ਕੰਪਨੀ ਦਾ ਭਵਿੱਖ ਹਮੇਸ਼ਾ **CEO** ਲਈ ਚਿੰਤਾ ਦਾ ਵਿਸ਼ਾ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਉਹ ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਜਨਤਾ ਦੇ ਸਾਹਮਣੇ ਪੇਸ਼ ਕੀਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ, ਤਾਂ ਮਹਾਨ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਸੀਈਓਜ਼ ਨੂੰ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਰਣਨੀਤਕ ਯੋਗਤਾ ਜਾਂ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਤੌਰ 'ਤੇ ਦਰਸਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਦਰਸ਼ਣ ਉਹ ਬੁਨਿਆਦ ਹੈ ਜਿਸ 'ਤੇ ਕਿਸੇ ਦੀਆਂ ਕਾਰਵਾਈਆਂ ਅਤੇ ਕੰਮ ਦੀ ਨੈਤਿਕਤਾ ਉੱਦਮੀ ਸਫਲਤਾ ਦਾ ਨਿਰਮਾਣ ਕਰਨ ਜਾ ਰਹੀ ਹੈ। ਆਪਣੇ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਨੂੰ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰਨ ਲਈ ਸਮਾਂ ਕੱਢੋ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਮਨ ਵਿੱਚ ਅੰਤਮ ਉਤਪਾਦ ਨੂੰ ਸਪਸ਼ਟ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਦੇਖੋ। ਸਫਲ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀ ਦੇ ਵਿਕਾਸ ਲਈ ਧੀਰਜ ਅਤੇ ਧਿਆਨ ਨਾਲ ਅਧਿਐਨ ਕਰਨਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ।

ਉੱਦਮੀ ਮਾਨਸਿਕਤਾ

ਇੱਕ ਉੱਦਮੀ ਮਾਨਸਿਕਤਾ, ਇੱਕ ਜਾਗਰੂਕਤਾ ਅਤੇ ਇੱਕ ਸਮੱਸਿਆ ਨੂੰ ਹੱਲ ਕਰਨ ਦੁਆਰਾ ਇੱਕ ਮੌਕੇ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰਨ 'ਤੇ ਧਿਆਨ ਕੇਂਦਰਿਤ ਕਰਨਾ, ਅਤੇ ਉਸ ਵਿਚਾਰ ਨੂੰ ਅੱਗੇ ਵਧਾਉਣ ਲਈ ਅੱਗੇ ਵਧਣ ਦੀ ਇੱਛਾ ਕਿਸੇ ਵੀ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੇ ਵਿਕਾਸ ਲਈ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ। ਉੱਦਮੀ ਮਾਨਸਿਕਤਾ ਉਹ ਲੈਂਜ਼ ਹੈ ਜਿਸ ਰਾਹੀਂ ਉੱਦਮੀ ਸੰਸਾਰ ਨੂੰ ਵੇਖਦਾ ਹੈ, ਜਿੱਥੇ ਹਰ ਚੀਜ਼ ਨੂੰ ਉੱਦਮੀ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੀ ਰੋਸ਼ਨੀ ਵਿੱਚ ਵਿਚਾਰਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਕੋਈ ਫੈਸਲਾ ਲੈਂਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਵਪਾਰ ਹਮੇਸ਼ਾ ਇੱਕ ਵਿਚਾਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਜ਼ਿਆਦਾਤਰ ਮਾਮਲਿਆਂ ਵਿੱਚ, ਉੱਦਮੀ ਜੋ ਕਾਰਵਾਈ ਕਰਦਾ ਹੈ ਉਹ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੇ ਫਾਇਦੇ ਲਈ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਪਰ ਕਈ ਵਾਰ, ਇਹ ਉੱਦਮੀ ਨੂੰ ਉਚਿਤ ਮਾਨਸਿਕਤਾ ਅਪਣਾਉਣ

ਲਈ ਤਿਆਰ ਹੋਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਮਾਨਸਿਕਤਾ ਉਦਮੀ ਲਈ ਜੀਵਨ ਦਾ ਰਾਹ ਬਣ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।³⁵

* ਉੱਦਮੀ ਬਣਨ ਲਈ, ਤੁਹਾਡੇ ਕੋਲ ਸਫਲ ਹੋਣ ਲਈ ਸਹੀ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਜਾਣਕਾਰੀ ਅਤੇ ਬੇਧਾਤਮਕ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ ਹੋਣੀਆਂ ਚਾਹੀਦੀਆਂ ਹਨ। ਜ਼ਿਆਦਾਤਰ ਉੱਦਮੀਆਂ ਦਾ ਮਾਨਵਵਾਦੀ ਨਜ਼ਰੀਆ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਉਹ ਬਾਹਰੀ ਦਿੱਖ ਵਾਲੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਅਤੇ ਇਹ ਪਛਾਣਦੇ ਹਨ ਕਿ ਮੁੱਲ ਦੂਜੇ ਲੋਕਾਂ ਲਈ ਮੁੱਦਿਆਂ ਨੂੰ ਹੱਲ ਕਰਕੇ ਬਣਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ।

ਉੱਦਮੀ ਮਾਨਸਿਕਤਾ ਕੀ ਹੈ?

1) ਦ੍ਰਿੜਤਾ ਹਾਰ ਮੰਨਣ ਤੋਂ ਇਨਕਾਰ ਕਰਕੇ ਉੱਦਮਾਂ ਨੂੰ ਜ਼ਿੰਦਾ ਰੱਖਦੀ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਕਿਸੇ ਝਟਕੇ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਉੱਦਮੀ ਨਕਾਰਾਤਮਕ 'ਤੇ ਧਿਆਨ ਕੇਂਦਰਿਤ ਕਰਨ ਦੀ ਬਜਾਏ ਹੱਲ ਲੱਭਦੇ ਹਨ।

2) ਉੱਦਮੀ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਤੋਂ ਭਟਕਣ ਨਹੀਂ ਦਿੰਦੇ ਹਨ। ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਉੱਦਮੀਆਂ ਨੂੰ ਉਹਨਾਂ ਕਾਬਲੀਅਤਾਂ ਨੂੰ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਹੋਵੇਗੀ, ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਰੁਜ਼ਗਾਰ (ਜੇਕਰ ਉਹ ਅਜੇ ਵੀ ਨੌਕਰੀ ਕਰ ਰਹੇ ਹਨ), ਪਰਿਵਾਰਕ ਕਰਤੱਵਾਂ, ਅਤੇ ਆਮ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਕਾਰਜ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ।

3) ਉਦਮੀ ਆਪਣੇ ਵਿਚਾਰਾਂ ਨੂੰ ਹਕੀਕਤ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਇੰਨੇ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਕਿ ਉਹ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਰੁਟੀਨ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ ਤਾਂ ਜੋ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਟਰੈਕ 'ਤੇ ਬਣੇ ਰਹਿਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕੇ।

4) ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਕਿਸੇ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਦੇ ਨਿਯੰਤਰਣ ਵਿੱਚ ਹੁੰਦੇ ਹੋ, ਤਾਂ ਸਭ ਕੁਝ ਤੁਹਾਡੇ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇੱਕ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਦੀ ਤੇਜ਼ ਅਤੇ ਤਰਕਸੰਗਤ ਫੈਸਲੇ ਲੈਣ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਉਸਨੂੰ ਗੈਰ-ਉਤਪਾਦਕ ਵਿਚਾਰਾਂ ਅਤੇ ਅਭਿਆਸਾਂ ਤੋਂ ਬਚਣ ਵਿੱਚ ਸਹਾਇਤਾ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ।

5) ਸਵੈ-ਨਿਰਭਰਤਾ: ਉੱਦਮੀ ਆਪਣੇ ਆਪ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਨੂੰ ਹੱਲ ਕਰਨ ਤੋਂ ਡਰਦੇ ਨਹੀਂ ਹਨ। ਜਿਹੜੇ ਲੋਕ ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਤੋਂ ਕਿਸੇ ਕੰਪਨੀ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਉਹ ਖੁਦਮੁਖਤਿਆਰੀ ਦੀ ਇੱਛਾ ਦੇ ਕਾਰਨ ਇਸ ਨੂੰ ਇਕੱਲੇ ਜਾਣ ਦੀ ਚੋਣ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ।

6) ਪ੍ਰਮਾਣਿਕਤਾ: ਉੱਦਮੀ ਧੋਖੇਬਾਜ਼ ਨਹੀਂ ਹਨ; ਉਹ ਸੱਚੇ ਹਨ। ਉਹ ਜੋ ਕੁਝ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ ਉਸ ਲਈ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਦੇ ਉਤਸ਼ਾਹ, ਭਾਵੇਂ ਉਹ ਹਮੇਸ਼ਾ ਆਪਣੇ ਵਿਚਾਰਾਂ ਵਿੱਚ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਨਾ ਕਰਦੇ ਹੋਣ, ਸਵਾਲ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ।

7) ਲਚਕਤਾ: ਇੱਕ **9-ਤੋਂ-5** ਨੈਕਰੀ ਉੱਦਮੀਆਂ ਲਈ ਇੱਕ ਆਕਰਸ਼ਕ ਵਿਕਲਪ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਦੀ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਦਿਨ ਜਾਂ ਰਾਤ ਕਿਸੇ ਵੀ ਸਮੇਂ ਕੰਮ ਕਰਨ ਤੋਂ ਰੋਕਿਆ ਨਹੀਂ ਜਾ ਸਕਦਾ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਹਮੇਸ਼ਾ ਆਪਣੇ ਵਿਚਾਰਾਂ ਬਾਰੇ ਸੋਚਦੇ ਰਹਿੰਦੇ ਹਨ।

8) ਅਸੰਤੁਸ਼ਟ ਉਤਸੁਕਤਾ: ਉੱਦਮੀ ਕੁਦਰਤੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਉਤਸੁਕ ਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਇਸੇ ਕਰਕੇ ਉਹ ਬੈਚਲਰ ਡਿਗਰੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਉਹ ਚੇਤੰਨ ਹਨ, ਹਾਲਾਂਕਿ, ਇਹਨਾਂ ਵਿਚਾਰਾਂ ਨੂੰ ਅਪਣਾਏ ਜਾਣ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਇਹਨਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਹੋਰ ਅਧਿਐਨ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ।

9) ਤੁਹਾਨੂੰ ਕਾਰੋਬਾਰ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਫੁੱਲਤ ਕਰਨ ਲਈ, ਬਕਸੇ ਤੋਂ ਬਾਹਰ ਸੋਚਣ ਅਤੇ ਲੋੜ ਪੈਣ 'ਤੇ ਸੁਧਾਰ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਉਨ੍ਹਾਂ ਕੋਲ ਸਥਿਤੀ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਰਨ ਅਤੇ ਇਹ ਕਲਪਨਾ ਕਰਨ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਹੈ ਕਿ ਇਹ ਕਿਵੇਂ ਬਿਹਤਰ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਕੋਈ ਵੀ ਉੱਦਮੀ ਮਾਨਸਿਕਤਾ ਨਾਲ ਪੈਦਾ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ। ਇਹ ਇੱਕ ਹਾਸਲ ਹੁਨਰ ਹੈ। ਇੱਕ ਉੱਦਮੀ ਮਾਨਸਿਕਤਾ ਮੁਕਤੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਵਰਗੀ ਹੈ। ਇਹ ਤੁਹਾਡੇ ਸੁਪਨਿਆਂ ਦਾ ਪਾਲਣ ਕਰਨ, ਆਦਿ ਦਾ ਜੋਖਮ ਲੈਣ ਦੀ ਸਹੀ ਮਾਤਰਾ ਹੈ। ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਲੋਕਾਂ ਨੇ ਇੱਕ ਉੱਦਮੀ ਮਾਨਸਿਕਤਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀ ਹੈ, ਉਹਨਾਂ ਨੇ ਇਹ ਪਤਾ ਲਗਾਇਆ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਕਿੰਨੇ ਜੋਖਮ ਨੂੰ ਬਰਦਾਸ਼ਤ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ ਕਿ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਪਹਿਲੂਆਂ 'ਤੇ ਕਿੰਨਾ ਸਮਾਂ ਅਤੇ ਧਿਆਨ ਦੇਣ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ। ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਜ਼ਿੰਦਗੀ। ਇੱਕ ਉੱਦਮੀ ਮਾਨਸਿਕਤਾ ਸਿਰਫ਼ ਤੁਹਾਡੇ

ਕਾਰੋਬਾਰ ਬਾਰੇ ਹਰ ਸਮੇਂ ਸੋਚਣਾ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇਹ ਸਹੀ ਸੰਤੁਲਨ ਦਾ ਪਤਾ ਲਗਾਉਣ ਬਾਰੇ ਹੈ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਨੀਂਦ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ, ਪਰਿਵਾਰ, ਅਤੇ ਨਿੱਜੀ ਟੀਚੇ ਆਦਿ ਸਾਰੇ ਬੁਸਟਰ ਹਨ।

ਜਨੂੰਨ ਨੂੰ ਸੰਸਥਾਪਕ ਦੇ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਅਤੇ ਮਿਸ਼ਨ ਦੁਆਰਾ ਸ਼ਾਂਤ ਕੀਤਾ ਜਾਣਾ ਹੈ।
ਜਨੂੰਨ ਲਈ ਜਨੂੰਨ ਕਾਫ਼ੀ ਨਹੀਂ ਹੈ।

ਮੌਕੇ ਦੀ ਪਛਾਣ

ਮੌਕਿਆਂ ਦੀ ਪਛਾਣ ਇੱਕ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਵਿਅਕਤੀ ਅਤੇ ਸੰਸਥਾਵਾਂ ਸਰਗਰਮੀ ਨਾਲ ਨਵੇਂ ਉਤਪਾਦਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਲਈ ਮੌਕਿਆਂ ਦੀ ਖੋਜ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਅਤੇ ਨਾਲ ਹੀ ਅਨੁਭਵ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਦੀ ਤੁਲਨਾ ਦਿਮਾਗ ਦੀ ਇੱਕ ਨਿਰੰਤਰ ਸਥਿਤੀ ਨਾਲ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ, ਜਿੱਥੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਹਮੇਸ਼ਾ ਨਵੀਨਤਾ ਜਾਂ ਸੁਧਾਰ ਕਰਨ ਦੇ ਤਰੀਕਿਆਂ ਦੀ ਭਾਲ ਵਿੱਚ ਰਹਿੰਦੇ ਹਨ।³⁶

* ਮੌਕੇ ਦੀ ਪਛਾਣ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਤਿੰਨ ਵੱਖਰੀਆਂ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ ਪ੍ਰਤੀਤ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ: (1) ਮਾਰਕੀਟ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਅਤੇ/ਜਾਂ ਘੱਟ ਰੁਜ਼ਗਾਰ ਵਾਲੇ ਸਰੋਤਾਂ ਨੂੰ ਸਮਝਣਾ ਜਾਂ ਸਮਝਣਾ, (2) ਖਾਸ ਮਾਰਕੀਟ ਲੋੜਾਂ ਅਤੇ ਸਰੋਤਾਂ ਵਿਚਕਾਰ "ਫਿੱਟ" ਨੂੰ ਪਛਾਣਨਾ ਜਾਂ ਖੋਜਣਾ, ਅਤੇ (3) ਇੱਕ ਬਣਾਉਣ ਵੱਖਰੀਆਂ ਮਾਰਕੀਟ ਲੋੜਾਂ ਅਤੇ ਸਰੋਤਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਨਵਾਂ "ਫਿੱਟ"।

ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਅਤੇ ਕਾਰੋਬਾਰਾਂ ਨੂੰ ਨਵੇਂ ਉਤਪਾਦਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਬਾਰੇ ਸੋਚਣ ਲਈ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਮਾਰਕੀਟਪਲੇਸ ਵਿੱਚ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਉਹ ਇੱਕ ਮੌਕਾ ਪਛਾਣਦੇ ਹਨ।

* ਮੌਕੇ ਦੀ ਪਛਾਣ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਅਤੇ ਕਾਰੋਬਾਰਾਂ ਨੂੰ ਨਵੇਂ ਉਤਪਾਦਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਬਾਰੇ

ਸੋਚਣ ਲਈ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਕੇ ਨਵੀਨਤਾ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਮਾਰਕੀਟਪਲੇਸ ਵਿੱਚ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਵਿਧੀ ਨਿਰੰਤਰ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ ਦੀ ਆਗਿਆ ਦਿੰਦੀ ਹੈ, ਜਿਸਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਮੌਜੂਦਾ ਉਤਪਾਦਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ ਕਰਨ ਦੇ ਤਰੀਕਿਆਂ ਦੀ ਖੋਜ ਕਰਨਾ ਜਦੋਂ ਕਿ ਨਾਲ ਹੀ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਬਿਹਤਰ ਬਣਾਉਣਾ।

* ਮੌਕਿਆਂ ਨੂੰ ਪਛਾਣਨਾ ਇੱਕ ਬੇਧਾਤਮਕ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਹੈ ਜੋ ਦਿਮਾਗ ਵਿੱਚ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਦੀ ਪੈਟਰਨ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰਨ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ ਬਣਾਉਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੈ। ਆਪਣੇ ਪੁਰਾਣੇ ਗਿਆਨ ਅਤੇ ਤਜਰਬੇ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੇ ਹੋਏ, ਲੋਕ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਜਾਣਕਾਰੀਆਂ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ ਸਥਾਪਤ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਉਹ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਉਹਨਾਂ ਮੁੱਦਿਆਂ ਜਾਂ ਲੋੜਾਂ ਨਾਲ ਜੋੜਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜਿਹਨਾਂ ਦਾ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਜਾਂ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਨੇੜੇ ਦੇ ਹੋਰ ਲੋਕ ਅਨੁਭਵ ਕਰ ਰਹੇ ਹਨ।

* ਕਿਸੇ ਮੌਕੇ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰਨ ਲਈ, ਤਿੰਨ ਕਦਮ ਹਨ:

- ਰੁਝਾਨਾਂ ਨੂੰ ਵੇਖਣਾ

- ਇੱਕ ਸਮੱਸਿਆ ਦਾ ਹੱਲ

- ਬਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਪਾੜੇ ਪਛਾਣੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਭਰੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।

* ਇੱਕ ਵਪਾਰਕ ਮੌਕਾ ਇੱਕ ਨਵੇਂ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਉੱਦਮ ਦੀ ਸਿਰਜਣਾ ਲਈ ਇੱਕ ਉਤਪ੍ਰੇਰਕ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਅਤੇ ਇਹ ਮਾਰਕੀਟ ਦੀਆਂ ਸਥਿਤੀਆਂ ਦੇ ਇੱਕ ਸਮੂਹ ਤੋਂ ਬਣਿਆ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਇੱਕ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਵਿਚਾਰ ਨੂੰ ਇੱਕ ਸਫਲ ਵਪਾਰਕ ਯਤਨ ਵਿੱਚ ਬਦਲਣਾ ਸੰਭਵ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ। ਇੱਕ ਵਪਾਰਕ ਸੰਕਲਪ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ ਅਤੇ ਪ੍ਰਮਾਣਿਕਤਾ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸਾਧਨਾਂ ਅਤੇ ਵਿਧੀਆਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਦੁਆਰਾ ਪੂਰਾ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਹੇਠਾਂ ਚਰਚਾ ਕੀਤੀ ਗਈ ਹੈ।

* ਚੰਗੇ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਮੌਕੇ ਲੱਭਣਾ ਵਿਅਰਥ ਹੈ ਜੇਕਰ ਤੁਸੀਂ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਮਿਲਣ ਵੇਲੇ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਪਛਾਣਨ ਵਿੱਚ ਅਸਮਰੱਥ ਹੋ। ਚੰਗੀਆਂ ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ ਨੂੰ ਪਛਾਣਨ ਲਈ ਯੋਗਤਾ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਭਾਵੇਂ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਦੰਦਾਂ ਵਿੱਚ ਡੁੱਬਣ ਲਈ ਕੁਝ ਲੱਭ ਰਹੇ ਹੋ ਜਾਂ ਤੁਸੀਂ ਪਹਿਲਾਂ ਹੀ ਸਫਲਤਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰ ਚੁੱਕੇ ਹੋ ਅਤੇ ਇਸਨੂੰ ਦੁਹਰਾਉਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ।

* ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ ਦਾ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਕਰਨ ਅਤੇ ਦੌਲਤ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਸਰੋਤਾਂ ਦੀ ਖੋਜ ਕਰਨ ਲਈ ਜੇ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰਬੰਧਿਤ ਅਤੇ ਸ਼ੇਸ਼ਣ ਕੀਤੇ ਜਾ ਸਕਦੇ ਹਨ, ਮੌਕੇ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

* ਮੌਕੇ ਦੀ ਪਛਾਣ ਚਾਰ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਤਰੀਕਿਆਂ ਰਾਹੀਂ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ: ਜਾਗਰੂਕਤਾ, ਪਿਛਲਾ ਗਿਆਨ, ਪੈਟਰਨ ਪਛਾਣ, ਅਤੇ ਇਹਨਾਂ ਤਰੀਕਿਆਂ ਦਾ ਸੁਮੇਲ। ਜਨਤਕ ਧਿਆਨ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ; ਅਸਾਧਾਰਨ, ਅਸਲੀ, ਜਾਂ ਆਕਰਸ਼ਕ ਵਸਤੂਆਂ ਜਾਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਵਿਕਰੀ ਦੁਆਰਾ ਦੌਲਤ ਕਮਾਉਣਾ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਪਹਿਲਾਂ ਸ਼ੇਸ਼ਣ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ

* ਇਸ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ ਵਿਚਾਰਨ ਲਈ ਤਿੰਨ ਮੁੱਖ ਗੱਲਾਂ ਹਨ: (1) ਮੌਕਿਆਂ ਦੀ ਸਰਗਰਮ ਖੋਜ, (2) ਮੌਕਿਆਂ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰਨ ਲਈ ਜਾਗਰੂਕਤਾ, ਅਤੇ (3) ਕਿਸੇ ਉਦਯੋਗ ਵਿੱਚ ਪਹਿਲਾਂ ਤੋਂ ਗਿਆਨ ਅਤੇ ਮੁਹਾਰਤ। ਇਹ ਪੈਟਰਨ ਮਾਨਤਾ ਜਾਂ ਤਾਂ ਨਮੂਨਾ ਮਾਡਲਾਂ ਜਾਂ ਪ੍ਰੋਟੋਟਾਈਪਾਂ, ਜਾਂ ਇਹਨਾਂ ਦੇ ਤਰੀਕਿਆਂ ਦੇ ਸੁਮੇਲ ਦੇ ਅਧਾਰ ਤੇ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

* ਵਪਾਰਕ ਸੰਸਾਰ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਵਿਚਾਰ ਅਤੇ ਇੱਕ ਮੌਕੇ ਦੇ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਅੰਤਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਭਾਵੇਂ ਕਿ ਇਹ ਸ਼ਬਦ ਅਕਸਰ ਬਦਲਵੇਂ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਵਰਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।

ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਵਪਾਰਕ ਮੌਕੇ ਉਹ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜੋ ਵਿਅਕਤੀ ਦੇ ਜਨੂੰਨ ਨਾਲ ਮੇਲ ਖਾਂਦੇ ਹਨ... ਇੱਕ ਸੰਚਾਲਿਤ ਸੰਸਥਾਪਕ ਕੋਲ ਆਪਣੀ ਕੰਪਨੀ ਨੂੰ ਮਾਰਕੀਟਪਲੇਸ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਸਫਲ ਭਵਿੱਖ ਵੱਲ ਦੇਖਣ ਲਈ ਇੱਕ ਅੰਦਰੂਨੀ ਡਰਾਈਵ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

ਅਨੁਸ਼ਾਸਨ

ਅਨੁਸ਼ਾਸਨ: ਕਾਰੋਬਾਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਚਲਾਉਣਾ ਕੋਈ ਆਸਾਨ ਕਾਰਨਾਮਾ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇੱਕ ਪਰੰਪਰਾਗਤ ਨੈਕਰੀ ਦੇ ਉਲਟ ਜਿੱਥੇ ਤੁਹਾਡੇ ਕੋਲ ਅਕਸਰ ਉੱਚ-ਪੱਧਰੀ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਵਪਾਰਕ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਚਲਾਉਣਾ ਅਤੇ ਤੁਹਾਨੂੰ ਜਵਾਬਦੇਹ ਰੱਖਣਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਇੱਕ

ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਹੋਣ ਲਈ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਜਵਾਬਦੇਹ ਬਣਾਉਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਤੁਹਾਡੇ ਕੋਲ ਅਜਿਹਾ ਕਰਨ ਲਈ "ਬੈਂਸ" ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਜਿਹੜੇ ਲੋਕ ਬਾਹਰੀ ਕਾਰਕਾਂ ਨੂੰ ਜਵਾਬਦੇਹ ਠਹਿਰਾਏ ਬਿਨਾਂ ਵੀ ਪੈਂਦੇ ਬਣਾਉਣ ਅਤੇ ਚਲਾਉਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਉਹਨਾਂ ਦਾ ਕਾਰੋਬਾਰ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਮੁਕਾਬਲੇਬਾਜ਼ੀ ਵਾਲਾ ਕਿਨਾਰਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਇੱਕ ਉੱਦਮੀ ਕੋਲ ਸਵੈ-ਅਨੁਸ਼ਾਸਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਉਹ ਦੇਰੀ ਕਰਨ ਦੀ ਇੱਛਾ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਲੋੜ ਪੈਣ 'ਤੇ ਨਿਰਣਾਇਕ ਕਾਰਵਾਈ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਪਛਾਣਨਾ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ ਕਿ ਕਿਸੇ ਵੀ ਸ਼ੁਰੂਆਤ ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਲਈ ਫੋਕਸ ਅਤੇ ਅਨੁਸ਼ਾਸਨ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹਨ। ਇਹ ਅਨੁਸ਼ਾਸਿਤ ਅਮਲ ਹੈ ਜੋ ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਲਾਭਦਾਇਕ ਉੱਦਮੀ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ।**37**

* ਅਨੁਸ਼ਾਸਿਤ ਵਿਅਕਤੀ ਜੋ ਸਿਸਟਮ ਤੋਂ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਉਨ੍ਹਾਂ ਕੋਲ ਜ਼ਿੰਦਗੀ ਵਿਚ ਸਫਲ ਹੋਣ ਦੀ ਬਿਹਤਰ ਸੰਭਾਵਨਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਉਹ ਵਿਆਪਕ ਨੋਟਸ ਲੈਂਦੇ ਹਨ, ਸੂਚੀਆਂ ਲਿਖਦੇ ਹਨ, ਕੈਲੰਡਰ ਰੱਖਦੇ ਹਨ, ਆਪਣੇ ਫੋਨਾਂ 'ਤੇ ਰੀਮਾਈਂਡਰ ਰੱਖਦੇ ਹਨ, ਅਤੇ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਦਾ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਸਮਾਂ-ਸਾਰਣੀ ਰੱਖਦੇ ਹਨ ਜਿਸ ਦੇ ਆਲੇ ਦੁਆਲੇ ਉਹ ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਆਪਣੇ ਯਤਨਾਂ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧ ਕਰਦੇ ਹਨ ਕਿ ਉਹ ਕੁਝ ਵੀ ਨਾ ਭੁੱਲਣ। ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਜਿੰਨਾ ਜ਼ਿਆਦਾ ਕ੍ਰਮਬੱਧ ਅਤੇ ਅਨੁਸ਼ਾਸਿਤ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਵਿੱਚ ਉਹਨਾਂ ਦੀਆਂ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਦੀਆਂ ਘਟਨਾਵਾਂ ਘੱਟ ਅਰਾਜਕ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ। ਹਰੇਕ ਵਿਅਕਤੀ ਨੇ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਵਿਵਸਥਿਤ ਕਰਨ ਦਾ ਇੱਕ ਤਰੀਕਾ ਵਿਕਸਿਤ ਕੀਤਾ ਹੈ ਜੋ ਉਹਨਾਂ ਲਈ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਹੈ। ਕੋਈ ਫਰਕ ਨਹੀਂ ਪੈਂਦਾ ਕਿ ਉਹ ਇਹ ਕਿਵੇਂ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਅਨੁਸ਼ਾਸਿਤ ਵਿਅਕਤੀ ਆਪਣੀ ਯੋਜਨਾਬੱਧ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਨੂੰ ਹਰ ਰੋਜ਼ ਅਮਲ ਵਿੱਚ ਲਿਆਉਂਦੇ ਹਨ, ਜਿਸ ਨਾਲ ਉਹ ਆਪਣੇ ਸਮੇਂ ਅਤੇ ਮੌਕਿਆਂ ਦਾ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਸੰਭਵ ਹੱਦ ਤੱਕ ਲਾਭ ਉਠਾ ਸਕਦੇ ਹਨ।

* ਅਨੁਸ਼ਾਸਿਤ ਹੋਣ ਦੇ ਸਭ ਤੋਂ ਜ਼ਰੂਰੀ ਪਹਿਲੂਆਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਹੈ ਲਚਕਦਾਰ ਹੋਣ ਤੋਂ ਬਚਣਾ ਅਤੇ ਇਸ ਦੀ ਬਜਾਏ ਖੇਜੀ ਬਣਨਾ। ਇੱਕ ਅਨੁਸ਼ਾਸਿਤ ਵਿਅਕਤੀ ਲੋੜ ਪੈਣ 'ਤੇ ਦਿਸ਼ਾ ਭਾਲਣ ਜਾਂ ਵਿਵਹਾਰ ਦੇ ਨਵੇਂ ਪੈਟਰਨ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰਨ ਲਈ ਆਪਣੇ ਆਰਾਮ

ਖੇਤਰ ਤੋਂ ਬਾਹਰ ਕਦਮ ਚੁੱਕਣ ਤੋਂ ਝਿਜਕਦਾ ਨਹੀਂ ਹੈ ਜੇ ਭਵਿੱਖ ਵਿੱਚ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਲਾਭ ਪਹੁੰਚਾਏਗਾ। ਜੇ ਉਹਨਾਂ ਕੋਲ ਉਹ ਨਹੀਂ ਹੈ ਜਿਸਦੀ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਲੋੜ ਹੈ, ਤਾਂ ਅਨੁਸ਼ਾਸਿਤ ਲੋਕ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਘਾਟ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦਾ ਤਰੀਕਾ ਲੱਭਣ ਲਈ ਆਪਣੇ ਯਤਨਾਂ ਵਿੱਚ ਦ੍ਰਿੜ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਸੰਸਾਧਨ ਹਨ, ਇਹ ਵਿਅਕਤੀ ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਜਵਾਬ ਨੂੰ ਸਵੀਕਾਰ ਨਹੀਂ ਕਰਨਗੇ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਕਿਸੇ ਨਾ ਕਿਸੇ ਢੰਗ ਨਾਲ ਆਪਣੀ ਸਥਿਤੀ ਦਾ ਹੱਲ ਲੱਭ ਲੈਣਗੇ।

* ਅਨੁਸ਼ਾਸਨ ਜੀਵਨ ਵਿਚ ਸਭ ਤੋਂ ਸਫਲ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਦੁਆਰਾ ਸਾਂਝਾ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਗੁਣ ਹੈ। ਅਨੁਸ਼ਾਸਨ ਬੁਨਿਆਦੀ ਹੁਨਰਾਂ ਦਾ ਬਣਿਆ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਅਸੀਂ ਉਹਨਾਂ ਮੁੱਦਿਆਂ ਅਤੇ ਚੁਣੌਤੀਆਂ ਨਾਲ ਨਜਿੱਠਣ ਲਈ ਵਰਤਦੇ ਹਾਂ ਜੋ ਜੀਵਨ ਸਾਡੇ 'ਤੇ ਸੁੱਟਦੇ ਹਨ।

* ਅਨੁਸ਼ਾਸਿਤ ਲੋਕ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਕਰਦੇ ਹਨ ਕਿ ਜਦੋਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਉੱਚ ਪੱਧਰੀ ਚਿੜਚਿੜੇਪਨ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਹ ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਧ ਵਧਣਗੇ। ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਦਰਪੇਸ਼ ਮੁਸ਼ਕਲਾਂ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਅਸਫਲਤਾ ਤੋਂ ਵੱਖ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਅਸਫਲ ਹੋਣ ਦੀ ਬਜਾਏ ਸਫਲ ਵਜੋਂ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ। ਅਨੁਸ਼ਾਸਿਤ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਦੀਆਂ ਸਮੱਸਿਆ-ਹੱਲ ਕਰਨ ਦੀਆਂ ਯੋਗਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਉਦੋਂ ਸਾਹਮਣੇ ਲਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਉਹ ਚੁਣੌਤੀ ਜਾਂ ਨਿਰਾਸ਼ ਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਅਤੇ ਉਹ ਆਪਣੀ ਖੁੱਲ੍ਹ ਅਤੇ ਵਚਨਬੱਧਤਾ ਨੂੰ ਕਾਇਮ ਰੱਖਦੇ ਹਨ। ਅਨੁਸ਼ਾਸਿਤ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਨੂੰ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤ ਸਮਿਆਂ ਦੌਰਾਨ ਕਈ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੀਆਂ ਚੁਣੌਤੀਆਂ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ, ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਚਰਿੱਤਰ ਦੀ ਤਾਕਤ ਆਖਰਕਾਰ ਇਸ ਗੱਲ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦੀ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਕਿਵੇਂ ਪ੍ਰਤੀਕਿਰਿਆ ਕਰਦੇ ਹਨ।

* ਅਨੁਸ਼ਾਸਿਤ ਵਿਅਕਤੀ ਮੰਨਦੇ ਹਨ ਕਿ ਜੀਵਨ ਜਾਂ ਕਾਰੋਬਾਰ ਵਿਚ ਕਾਮਯਾਬ ਹੋਣ ਲਈ, ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਸਭ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਤੰਦਰੁਸਤ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਲੋਕ ਸਿਰਫ ਆਪਣੇ ਕੰਮ ਵਾਲੀ ਥਾਂ 'ਤੇ ਅਨੁਸ਼ਾਸਿਤ ਹੋਣ 'ਤੇ ਧਿਆਨ ਨਹੀਂ ਦਿੰਦੇ ਹਨ। ਉਹ ਸਿਹਤਮੰਦ ਭੋਜਨ ਖਾਣ, ਇੱਕ ਸਰਗਰਮ ਕਸਰਤ ਦੇ ਨਿਯਮ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਹੋਣ, ਅਤੇ ਲੋੜੀਂਦੀ ਨੀਂਦ ਲੈਣ ਲਈ ਵਚਨਬੱਧ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

* ਸਿਰਫ ਅਨੁਸ਼ਾਸਿਤ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਦੁਆਰਾ ਸਫਲਤਾ ਦੇ ਸੰਦਰਭ ਵਿੱਚ ਸੋਚਣ ਦਾ ਇੱਕ ਜਾਣਬੁੱਝ ਕੇ ਫੈਸਲਾ। ਉਹ ਇੱਕ ਆਸ਼ਾਵਾਦੀ ਨਜ਼ਰੀਆ ਬਣਾਈ ਰੱਖਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਦੇਖਦੇ ਹੋਏ ਕਿ ਸਫਲਤਾ ਹਮੇਸ਼ਾ ਆਸਾਨ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੀ, ਉਹਨਾਂ ਦੀਆਂ ਅਸਫਲਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਤਰੱਕੀ ਦੇ ਮੌਕਿਆਂ ਵਜੋਂ ਦੇਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜੋ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਭਵਿੱਖ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਹੋਰ ਸਫਲ ਮਾਰਗ ਵੱਲ ਲੈ ਜਾਵੇਗਾ।

ਅਨੁਸ਼ਾਸਿਤ ਲੋਕ ਸਮਝਦੇ ਹਨ ਕਿ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਸੋਚਣ ਦਾ ਤਰੀਕਾ ਜਾਂ ਤਾਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਨੁਕਸਾਨ ਪਹੁੰਚਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜਾਂ ਵਿਕਾਸ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਸਵੈ-ਜਾਗਰੂਕਤਾ

ਸਵੈ-ਜਾਗਰੂਕਤਾ: ਉਦਮੀ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਕੋਲ ਸਵੈ-ਜਾਗਰੂਕਤਾ ਦੀ ਭਾਵਨਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਸਫਲਤਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਪੇਸ਼ੇਵਰ ਤੌਰ 'ਤੇ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹਨ। ਜਦੋਂ ਇੱਕ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਸਵੈ-ਜਾਗਰੂਕ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਉਹ ਆਪਣੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਨੂੰ ਚਲਾਉਣ ਨਾਲ ਸਬੰਧਤ ਆਪਣੀਆਂ ਸ਼ਕਤੀਆਂ ਅਤੇ ਕਮਜ਼ੋਰੀਆਂ ਦਾ ਮਾਲਕ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਜਾਗਰੂਕਤਾ ਦੇ ਨਾਲ, ਉਹ ਕਾਰੋਬਾਰ ਨੂੰ ਚਲਾਉਣ ਦੇ ਕੰਮਾਂ ਅਤੇ ਤੱਤਾਂ ਨੂੰ ਜ਼ੀਰੋ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਉਹ ਉੱਤਮਤਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਖੇਤਰਾਂ ਨੂੰ ਸੌਂਪਣ ਲਈ ਵਧੇਰੇ ਇੱਛੁਕ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਵਿੱਚ ਉਹ ਮਜ਼ਬੂਤ ਨਹੀਂ ਹਨ। ਸਵੈ-ਜਾਗਰੂਕ ਹੋਣ ਦਾ ਇੱਕ ਹੋਰ ਲਾਭ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਇਹ ਵਿਅਕਤੀ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਵਧਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਅਰਥਪੂਰਨ ਫੀਡਬੈਕ ਦਿਓ, ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰੋ ਅਤੇ ਲਾਗੂ ਕਰੋ।³⁸

* ਸਵੈ-ਜਾਗਰੂਕ ਹੋਣਾ ਅਤੇ ਲੋਕਾਂ ਦਾ ਸਹੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਿਵੇਂ ਕਰਨਾ ਹੈ, ਇਹ ਜਾਣਨਾ ਉੱਦਮੀਆਂ ਨੂੰ ਉਹਨਾਂ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਲੱਭਣ ਦੇ ਯੋਗ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ ਜੋ ਕੰਪਨੀ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਲਈ ਵਧੀਆ ਮੇਲ ਖਾਂਦੇ ਹਨ। ਸਵੈ-ਜਾਗਰੂਕ ਹੋਣਾ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਤੁਹਾਨੂੰ ਇੱਕ ਭਰੋਸੇਯੋਗ ਨਿੱਜੀ ਬ੍ਰਾਂਡ ਬਣਾਉਣ ਦੇ ਯੋਗ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ।

ਬਿਹਤਰ ਫੈਸਲੇ ਲੈਣ ਦੀ ਬਿਹਤਰ ਸਵੈ-ਜਾਗਰੂਕਤਾ ਦੁਆਰਾ ਸਹਾਇਤਾ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

* ਨਾਲ ਹੀ, ਨੇਤਾ ਆਪਣੀ ਟੀਮ ਦੇ ਮੈਂਬਰਾਂ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਉਹਨਾਂ ਦੀਆਂ ਸ਼ਕਤੀਆਂ ਅਤੇ ਕਮਜ਼ੋਰੀਆਂ ਨੂੰ ਸਮਝ ਕੇ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਸਵੀਕਾਰ ਕਰਕੇ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਆਪਣੇ ਪੱਖਪਾਤਾਂ ਨੂੰ ਪਛਾਣ ਕੇ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਸਵੀਕਾਰ ਕਰਕੇ ਉਹਨਾਂ ਦਾ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਵਧਾ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਨੇਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਅਤੇ ਆਪਣੀ ਸਮਰੱਥਾ ਨੂੰ ਨੇਤਾਵਾਂ ਵਜੋਂ ਪਛਾਣਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਜੋ ਉਹ ਪੇਸ਼ੇਵਰ ਤੌਰ 'ਤੇ ਸੁਧਾਰ ਕਰ ਸਕਣ ਅਤੇ ਕਾਰੋਬਾਰ 'ਤੇ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪਾ ਸਕਣ।

* ਜਦੋਂ ਅਸੀਂ ਆਪਣੀ ਪਛਾਣ ਬਾਰੇ ਜਾਣਦੇ ਹਾਂ, ਤਾਂ ਅਸੀਂ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਵੱਖੋ-ਵੱਖਰੇ ਅਤੇ ਵੰਨ-ਸੁਵੰਨੇ ਲੋਕਾਂ ਵਜੋਂ ਦੇਖ ਸਕਦੇ ਹਾਂ। ਉਹਨਾਂ ਖੇਤਰਾਂ ਨੂੰ ਪਛਾਣਦੇ ਹੋਏ ਜਿੱਥੇ ਅਸੀਂ ਵਿਕਾਸ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਾਂ, ਅਸੀਂ ਆਪਣੀਆਂ ਸ਼ਕਤੀਆਂ ਅਤੇ ਕਮਜ਼ੋਰੀਆਂ ਨੂੰ ਪਛਾਣ ਸਕਦੇ ਹਾਂ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਬਦਲ ਸਕਦੇ ਹਾਂ।

* ਆਪਣੀਆਂ ਭਾਵਨਾਵਾਂ ਨੂੰ ਦੂਰ ਕਰਨ ਦੀ ਬਜਾਏ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਲਈ ਸਵੈ-ਜਾਗਰੂਕਤਾ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇੱਕ ਵਾਰ ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੀਆਂ ਭਾਵਨਾਵਾਂ, ਵਿਚਾਰਾਂ ਅਤੇ ਵਿਹਾਰਾਂ ਪ੍ਰਤੀ ਸੁਚੇਤ ਹੋ ਜਾਂਦੇ ਹੋ, ਤਾਂ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਸੁਧਾਰਨ ਅਤੇ ਦੂਜਿਆਂ ਦੀ ਸੇਵਾ ਕਰਨ ਲਈ ਕੰਮ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ।

* ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਦੂਜਿਆਂ 'ਤੇ ਆਪਣੇ ਸ਼ਬਦਾਂ ਅਤੇ ਕੰਮਾਂ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵਾਂ ਨੂੰ ਸਮਝਦੇ ਹੋ, ਅਤੇ ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਉਨ੍ਹਾਂ ਪ੍ਰਭਾਵਾਂ ਲਈ ਤਰਸ ਕਰਦੇ ਹੋ, ਤਾਂ ਤੁਹਾਨੂੰ ਸਵੈ-ਜਾਗਰੂਕਤਾ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਭਾਵੇਂ ਤੁਸੀਂ ਸਵੈ-ਜਾਗਰੂਕ ਹੋਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹੋ ਜਾਂ ਨਹੀਂ, ਤੁਹਾਡੀਆਂ ਗੱਲਾਂ ਅਤੇ ਕਾਰਵਾਈਆਂ ਦੂਜਿਆਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦੀਆਂ ਹਨ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੀ ਜਾਗਰੂਕਤਾ ਨੂੰ ਸਮਾਜਿਕ ਜਾਗਰੂਕਤਾ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

* ਭਾਵਨਾਤਮਕ ਬੁੱਧੀ ਰੱਖਣ ਲਈ, ਤੁਹਾਨੂੰ ਸਵੈ-ਜਾਗਰੂਕ ਹੋਣ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ। ਪ੍ਰਬੰਧਕਾਂ

ਅਤੇ ਟੀਮ ਦੇ ਮੈਂਬਰ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਕੋਲ ਉੱਚ ਪੱਧਰੀ ਭਾਵਨਾਤਮਕ ਬੁੱਧੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਉੱਚ **EQ** ਹੋਣਾ ਸੁਵਿਧਾਜਨਕ ਲੱਗਦਾ ਹੈ। ਸਵੈ-ਜਾਗਰੂਕਤਾ ਲਈ ਕਿਸੇ ਵਿਅਕਤੀ ਦੀ ਸ਼ਖਸੀਅਤ, ਸ਼ਕਤੀਆਂ ਅਤੇ (ਸਭ ਤੋਂ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ) ਕਮਜ਼ੋਰੀਆਂ ਦੀ ਸਮਝ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

* ਉੱਚ ਪੱਧਰੀ ਸਵੈ-ਜਾਗਰੂਕਤਾ ਹੋਣ ਨਾਲ ਇੱਕ ਨੇਤਾ ਨੂੰ ਉਸਦੀ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਪ੍ਰਤਿਭਾ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰਨ ਅਤੇ ਉਸਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਮਿਲਦੀ ਹੈ। ਨਾ ਸਿਰਫ ਸਵੈ-ਚੇਤਨਾ ਵਾਲੇ ਨੇਤਾਵਾਂ ਵਿੱਚ ਸੰਚਾਰ ਪ੍ਰਭਾਵ ਵਧੇਰੇ ਹੁੰਦਾ ਹੈ, ਪਰ ਉਹ ਦੂਜਿਆਂ 'ਤੇ ਆਪਣੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਦਾ ਪਤਾ ਲਗਾਉਣ ਲਈ ਵੀ ਬਿਹਤਰ ਢੰਗ ਨਾਲ ਲੈਸ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

* ਜੇ ਤੁਸੀਂ ਸਵੈ-ਜਾਣੂ ਨਹੀਂ ਹੋ, ਤਾਂ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਸੁਰਾਗ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਨਹੀਂ ਹੋਵੋਗੇ ਕਿ ਤੁਹਾਡੇ ਵਿਚਾਰ ਅਤੇ ਭਾਵਨਾਵਾਂ ਤੁਹਾਡੇ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਦੀਆਂ ਕਾਰਵਾਈਆਂ ਵਿੱਚ ਕਿਵੇਂ ਪ੍ਰਗਟ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ। ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਵਿਚਾਰਾਂ ਅਤੇ ਵਿਵਹਾਰ ਵਿੱਚ ਪੈਟਰਨਾਂ ਨੂੰ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖਣ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰ ਰਹੇ ਹੋ, ਤਾਂ ਤੁਸੀਂ ਕਦੇ ਵੀ ਸਫਲ ਨਹੀਂ ਹੋਵੋਗੇ। ਤਣਾਅਗ੍ਰਸਤ ਵਿਅਕਤੀ ਇਸ ਲਈ ਵਧੇਰੇ ਸੰਭਾਵਿਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਕਿਉਂਕਿ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਇਸ ਗੱਲ ਦੀ ਬਹੁਤ ਘੱਟ ਸਮਝ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਕਿ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਬਿਹਤਰ ਢੰਗ ਨਾਲ ਫਿੱਟ ਕਰਨ ਲਈ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਫੈਸਲਿਆਂ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਸੋਧਣਾ ਹੈ।

* ਮੌਜੂਦਾ ਸੰਦਰਭ ਵਿੱਚ ਆਪਣੇ ਆਪ ਦੀ ਮਜ਼ਬੂਤ ਭਾਵਨਾ ਹੋਣੀ ਬਹੁਤ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ। ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਸਹੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਜਾਣੇ ਬਿਨਾਂ, ਤੁਸੀਂ ਇੱਕ ਪੜ੍ਹਿਆ-ਲਿਖਿਆ ਫੈਸਲਾ ਲੈਣ ਵਿੱਚ ਅਸਮਰੱਥ ਹੋ। ਅੰਤ ਵਿੱਚ, ਨੇਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਸਫਲ ਹੋਣ ਲਈ ਸਵੈ-ਜਾਗਰੂਕ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਜਾਣੇ ਬਿਨਾਂ ਕਿ ਕਿੱਥੋਂ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨਾ ਹੈ, ਕੋਈ ਵੀ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਨੇਤਾ ਨਹੀਂ ਬਣ ਸਕਦਾ।

* ਸੱਚੀ ਜਾਗਰੂਕਤਾ ਪੱਖਪਾਤ ਅਤੇ ਵਿਗਾੜਾਂ ਦੀ ਬਜਾਏ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਹੈ, ਦੇਖਣ ਨਾਲ ਮਿਲਦੀ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਦੀ ਹਉਮੈ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਸਪਸ਼ਟ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਵੇਖਣ ਦੇ ਰਾਹ ਵਿੱਚ ਆ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਇਹੀ ਤਰੀਕਾ ਹੈ ਕਿ ਚੰਗੀ ਸਲਾਹ ਦਾ ਹੋਣਾ ਬਹੁਤ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ।

ਕਿਸੇ ਦੀਆਂ ਭਾਵਨਾਵਾਂ ਅਤੇ ਵਿਵਹਾਰਾਂ ਦੀ ਜਾਗਰੂਕਤਾ ਸਵੈ-ਪਛਾਣ ਦਾ ਇੱਕ ਰੂਪ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਇਸ ਸੰਕਲਪ ਨੂੰ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਸਮਝ ਲੈਂਦੇ ਹੋ, ਤਾਂ ਤੁਹਾਡੇ ਕੋਲ ਆਪਣੀਆਂ ਇੱਛਾਵਾਂ ਨੂੰ ਸਾਕਾਰ ਕਰਨ ਲਈ ਆਪਣੇ ਜੀਵਨ ਦੇ ਪਹਿਲੂਆਂ ਨੂੰ ਸੋਧਣ ਦੀ ਆਜ਼ਾਦੀ ਅਤੇ ਸਮਰੱਥਾ ਹੋਵੇਗੀ।

ਸੰਸਾਧਨ

ਸੰਸਾਧਨ: ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਉੱਦਮੀਆਂ ਨੂੰ ਕੰਮ ਅਤੇ ਚੁਣੌਤੀਆਂ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਪਹਿਲਾਂ ਕਦੇ ਸਾਹਮਣਾ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ। ਸੰਸਾਧਨ ਹੋਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਇੱਕ ਮਾਨਸਿਕਤਾ ਹੈ ਜੋ ਉੱਦਮੀਆਂ ਨੂੰ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੇ ਸਪਸ਼ਟ ਤਰੀਕੇ ਦੇ ਬਿਨਾਂ ਉੱਚੇ ਟੀਚਿਆਂ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਉੱਦਮੀ ਸਰੋਤਾਂ ਨਾਲ ਕੰਮ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ, ਤਾਂ ਉਹ ਅਜਿਹਾ ਕਰਨ ਲਈ ਸਾਰੇ ਜਵਾਬਾਂ ਜਾਂ ਸਰੋਤਾਂ ਤੋਂ ਬਿਨਾਂ ਆਪਣੇ ਕਾਰੋਬਾਰਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਹੱਲ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ-ਹੱਲ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਕਾਰੋਬਾਰਾਂ ਨੂੰ ਵਧਾ ਸਕਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਸਕੇਲ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਸੰਸਾਧਨ ਹੋਣ ਲਈ ਇੱਕ ਕੰਮ-ਕਾਜ ਦੇ ਰਵੱਈਏ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਤੁਰੰਤ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੇ ਬਿਨਾਂ ਕਿਸੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਕਰਨ ਲਈ ਰਚਨਾਤਮਕ ਢੰਗ ਨਾਲ ਕੰਮ ਕਰਨ ਦੀ ਇੱਛਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।³⁹

* ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਨਾਲੋਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਕੰਮ ਕਰਨ ਅਤੇ ਸਿੱਖਣ ਦੀ ਇੱਛਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ। ਹਾਲਾਂਕਿ ਪੈਸੇ ਅਤੇ ਸਰੋਤਾਂ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚ ਲਾਭਦਾਇਕ ਹੈ, ਇੱਕ ਉੱਦਮੀ ਹੋਣ ਦੇ ਸਭ ਤੋਂ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹਿੱਸਿਆਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਸਵੈ-ਨਿਰਭਰਤਾ ਹੈ। ਕੋਈ ਸ਼ਾਰਟਕੱਟ ਨਹੀਂ ਹਨ; ਤੁਹਾਨੂੰ ਲਗਨ ਨਾਲ ਕੰਮ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਇਸ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਸਥਾਪਤ ਕਰਨ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਕਿ, ਜੇਕਰ ਕਿਸਮਤ ਤੁਹਾਡੇ ਲਈ ਅਨੁਕੂਲ ਹੈ, ਤਾਂ ਤੁਸੀਂ ਮੌਕੇ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ ਅਤੇ ਇਸ ਦਾ ਲਾਭ ਉਠਾ ਸਕਦੇ ਹੋ।

* ਵਪਾਰਕ ਸੰਸਾਰ ਵਿੱਚ, ਸਾਧਨਾਂ ਨੂੰ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਨੂੰ ਹੱਲ ਕਰਨ ਅਤੇ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ

ਕਰਨ ਲਈ ਉਪਲਬਧ ਸਰੋਤਾਂ ਨੂੰ ਖੋਜਣ ਅਤੇ ਵਰਤਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਵਜੋਂ ਦਰਸਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ। ਇਹ ਇੱਕ ਮਾਨਸਿਕਤਾ ਹੈ ਜੋ ਮੁਸ਼ਕਲਾਂ ਨੂੰ ਹੱਲ ਕਰਨ ਦੀ ਬਜਾਏ ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ ਵਜੋਂ ਦੇਖਦੀ ਹੈ।

* ਇੱਕ ਸੰਸਾਧਨ ਵਿਅਕਤੀ ਬਾਹਰੀ ਹਾਲਾਤਾਂ ਨੂੰ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰਨ ਦੀ ਇਜਾਜ਼ਤ ਨਹੀਂ ਦਿੰਦਾ ਕਿ ਉਹ ਕਦੇ ਜਾਂ ਕਿਵੇਂ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹਨ; ਨਹੀਂ ਤਾਂ, ਉਹ ਹਮੇਸ਼ਾ ਘੱਟ ਲਈ ਸੈਟਲ ਹੋ ਜਾਣਗੇ। ਇੱਕ ਸੰਸਾਧਨ ਮਾਨਸਿਕਤਾ ਨਵੀਨਤਾਕਾਰੀ ਸੋਚ, ਨਵੇਂ ਵਿਚਾਰਾਂ ਦੀ ਪੀੜ੍ਹੀ, ਅਤੇ ਸਫਲਤਾ ਦੇ ਸਾਰੇ ਸੰਭਵ ਮਾਰਗਾਂ ਨੂੰ ਦੇਖਣ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ।

* ਸੰਸਾਧਨਤਾ ਮੁੱਦਿਆਂ ਦੇ ਤੇਜ਼ ਅਤੇ ਨਵੀਨਤਾਕਾਰੀ ਜਵਾਬਾਂ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰਨ, ਪ੍ਰਤੀਤ ਹੋਣ ਯੋਗ ਰੁਕਾਵਟਾਂ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਦੂਰ ਕਰਨਾ ਹੈ, ਅਤੇ ਇਸਲਈ ਦੂਜਿਆਂ ਤੋਂ ਖੁੰਝਣ ਵਾਲੇ ਮੌਕਿਆਂ ਨੂੰ ਵੇਖਣਾ ਹੈ। ਸੰਖੇਪ ਰੂਪ ਵਿੱਚ, ਸੰਸਾਧਨ ਸਭ ਤੋਂ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਗੁਣ ਹੈ।

* ਸੰਸਾਧਨ ਹੋਣ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਬਾਰ ਨੂੰ ਵਧਾਉਂਦੇ ਹੋਏ ਸਾਡੇ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਰਣਨੀਤੀਆਂ ਤਿਆਰ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾ ਨੂੰ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਵਿਅਕਤੀ ਇੱਕ ਨਵੀਨਤਾਕਾਰੀ, ਸਾਹਸੀ ਮਾਨਸਿਕਤਾ ਰੱਖਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਸਫਲ ਹੋਣ ਦੇ ਹੋਰ ਤਰੀਕਿਆਂ 'ਤੇ ਵਿਚਾਰ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਆਪਣੇ ਟੀਚਿਆਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਤਿਆਰ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

* ਇੱਕ ਆਸ਼ਾਵਾਦੀ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਨੂੰ ਅਪਣਾਉਣ ਨਾਲ ਕੰਮ ਵਾਲੀ ਥਾਂ ਦੀ ਸੰਸਾਧਨਤਾ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਵਾਧਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਸਕਾਰਾਤਮਕਤਾ ਨਵੇਂ ਵਿਚਾਰਾਂ ਲਈ ਖੁੱਲ੍ਹੇ ਦਿਮਾਗ ਨੂੰ ਬਣਾਈ ਰੱਖਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਸਭ ਤੋਂ ਤਜਰਬੇਕਾਰ ਨੇਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਵੀ ਸਿੱਖਣਾ ਜਾਰੀ ਰੱਖਣ ਲਈ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ।

* ਸੰਸਾਧਨਤਾ ਰੁਕਾਵਟਾਂ ਅਤੇ ਰੁਕਾਵਟਾਂ ਦੇ ਬਾਵਜੂਦ ਕੰਮ ਕਰਨ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਹੈ। ਇਹ ਹੱਥ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰ ਰਿਹਾ ਹੈ ਅਤੇ ਜੇ ਤੁਹਾਡੇ ਕੋਲ ਹੈ ਉਸ ਨੂੰ ਅਨੁਕੂਲ

ਬਣਾਉਣਾ ਹੈ, ਭਾਵੇਂ ਤੁਸੀਂ ਕੁਝ ਨਵਾਂ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰ ਰਹੇ ਹੋ ਜਾਂ ਸਿਰਫ਼ ਇਸ ਬਾਰੇ ਸੋਚ ਰਹੇ ਹੋ ਕਿ ਕੁਝ ਬਿਹਤਰ ਕਿਵੇਂ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਸਰੋਤ ਨੇਤਾ ਨਵੀਨਤਾਕਾਰੀ ਅਤੇ ਨਿਰੰਤਰ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

* ਸੂਝਵਾਨ ਲੋਕ ਢੁਕਵੇਂ ਸਵਾਲ ਪੁੱਛਦੇ ਹਨ, ਉਚਿਤ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟਾਂਤ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਢੁਕਵੇਂ ਸ਼ਬਦ ਬੋਲਦੇ ਹਨ। ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਕਦੇ ਵੀ ਕਿਸੇ ਨੂੰ ਸਵਾਲ ਨਾ ਪੁੱਛਣ ਜਾਂ ਵਧੇਰੇ ਚੌਕਸ ਨਾ ਰਹਿਣ ਦਾ ਪਛਤਾਵਾ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ। ਨਵੀਨਤਾਕਾਰੀ ਹੋਣਾ ਬੁੱਧੀਮਾਨ ਹੋਣ ਨਾਲੋਂ ਕੁਝ ਵੀ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਬਾਰੇ ਘੱਟ ਹੈ। ਤੁਸੀਂ ਵਸਤੂਆਂ ਦੀ ਦਿੱਖ ਨੂੰ ਸੁਧਾਰ ਕੇ ਅਤੇ ਪੁਰਾਣੀਆਂ ਚੀਜ਼ਾਂ ਨੂੰ ਦੁਬਾਰਾ ਤਿਆਰ ਕਰਕੇ ਸਦੀਵੀ ਸਾਧਨ ਬਣ ਜਾਂਦੇ ਹੋ। ਨਵੀਨਤਾਕਾਰੀ ਵਿਚਾਰ ਆਉਂਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਜਲਦੀ ਜਾਂਦੇ ਹਨ; ਜੇਕਰ ਕੋਈ ਕੰਮ ਨਹੀਂ ਕਰਦਾ, ਤਾਂ ਦੂਜੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰੇ। ਇਹਨਾਂ ਸਿਫ਼ਾਰਸ਼ਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਤੁਹਾਨੂੰ ਉਸ ਹੱਲ ਦੀ ਦਿਸ਼ਾ ਵੱਲ ਇਸ਼ਾਰਾ ਕਰ ਸਕਦੀ ਹੈ ਜਿਸਦੀ ਤੁਸੀਂ ਭਾਲ ਕਰ ਰਹੇ ਹੋ।

* ਇਮਾਨਦਾਰੀ: ਸ਼ਾਇਦ ਸੰਸਾਧਨ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਦੀ ਸਭ ਤੋਂ ਮਹੱਤਵਪੂਰਣ ਗੁਣ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਇਮਾਨਦਾਰੀ ਹੈ। ਤੁਸੀਂ ਕਦੇ ਵੀ ਕਿਸੇ ਅਜਿਹੇ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਨਹੀਂ ਮਿਲੋਗੇ ਜੋ ਕਿਸੇ ਕੰਮ ਜਾਂ ਵਚਨਬੱਧਤਾ ਬਾਰੇ ਸ਼ਾਨਦਾਰ ਝੂਠ ਬੋਲਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਵੇ। ਜੇ ਉਹ ਪੂਰਾ ਨਹੀਂ ਕਰ ਸਕਦੇ, ਉਸ 'ਤੇ ਜ਼ਿਆਦਾ ਵਾਅਦਾ ਕਰਨ ਦੀ ਬਜਾਏ ਆਪਣੇ ਵਾਅਦੇ ਨਿਭਾਉਣ ਲਈ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਤਾਰੀਫ਼ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। "ਨਹੀਂ" ਜਾਂ "ਮੈਨੂੰ ਪੱਕਾ ਪਤਾ ਨਹੀਂ" ਦਾ ਜਵਾਬ ਦੇਣਾ ਠੀਕ ਹੈ, ਕਿਉਂਕਿ ਝੂਠ ਬੋਲਣਾ ਅੰਤ ਵਿੱਚ ਦੂਜਿਆਂ ਦੀ ਖੋਜ ਅਤੇ ਨਿਰੀਖਣ ਕਰਨ ਨਾਲੋਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸਮਾਂ ਲਵੇਗਾ।

ਇੱਕ ਸਮਝਦਾਰ ਵਿਅਕਤੀ ਹਮੇਸ਼ਾ ਆਪਣੀਆਂ ਖਾਸ ਲੋੜਾਂ ਅਨੁਸਾਰ ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ ਤਿਆਰ ਕਰੇਗਾ। ਸੰਸਾਧਨ ਕਿਸੇ ਦੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਨੂੰ ਵਿਕਸਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਨਵੇਂ ਪਹੁੰਚਾਂ ਵੱਲ ਅਗਵਾਈ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਬਿਹਤਰ ਨੈੱਟਵਰਕਿੰਗ ਵੱਲ ਲੈ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ-ਮੁਖੀ ਮਾਨਸਿਕਤਾ

ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ-ਅਧਾਰਿਤ ਮਾਨਸਿਕਤਾ: ਕਿਸੇ ਵੀ ਸਫਲ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਲਈ ਠੋਸ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ ਦਾ ਹੋਣਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ। ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੀ ਦੁਨੀਆ ਵਿੱਚ, ਇੱਕ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਉਹਨਾਂ ਕਦਮਾਂ ਦੀ ਇੱਕ ਦੁਹਰਾਉਣ ਯੋਗ ਲੜੀ ਹੈ ਜੋ ਇੱਕ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੇ ਅੰਦਰ ਕੰਮ ਕਰਨ ਵਾਲਿਆਂ ਨੂੰ ਜ਼ਰੂਰੀ ਕਾਰਜਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਪਹਿਲੂਆਂ 'ਤੇ ਲਾਗੂ ਹੋ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ, ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਵਿਕਰੀ, ਟੀਮ ਦੇ ਨਵੇਂ ਮੈਂਬਰਾਂ ਨੂੰ ਸ਼ਾਮਲ ਕਰਨਾ, ਉਤਪਾਦਨ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦ ਦੀ ਪੂਰਤੀ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਮਾਲਕਾਂ ਕੋਲ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ-ਅਧਾਰਿਤ ਮਾਨਸਿਕਤਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਹ ਚੁਸਤ ਕੰਮ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ, ਐੱਖਾ ਨਹੀਂ। ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੇ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਖੇਤਰਾਂ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਨਾਲ ਬਰਬਾਦੀ ਨੂੰ ਰੋਕਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਜਿਸ ਨਾਲ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਮਾਲਕਾਂ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਕਾਰੋਬਾਰਾਂ ਨੂੰ ਸਕੇਲ ਅਤੇ ਵਧਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।**40**

* ਸਵੈ-ਅਨੁਸ਼ਾਸਿਤ ਵਿਅਕਤੀ ਸਥਾਪਤ ਪ੍ਰਣਾਲੀਆਂ ਅਤੇ ਢਾਂਚਿਆਂ ਵਿੱਚ ਚੰਗੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਸੈਟਲ ਹੋ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਯਾਤਰਾ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਮੰਜ਼ਿਲ 'ਤੇ ਉਰਜਾਵਾਨਤਾ ਨਾਲ ਕੇਂਦਰਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਅਜਿਹੇ ਉੱਦਮੀ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਮਿਆਰਾਂ ਤੋਂ ਜਾਣੂ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਚੀਜ਼ਾਂ ਨੂੰ ਸੁਚਾਰੂ ਢੰਗ ਨਾਲ ਚਲਾਉਣ ਵਿੱਚ ਮਾਹਰ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

* ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਨਾਲੋਂ ਜ਼ਿਆਦਾ ਕੰਮ ਕਰਨ ਅਤੇ ਸਿੱਖਣ ਦੀ ਇੱਛਾ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ। ਹਾਲਾਂਕਿ ਪੈਸੇ ਅਤੇ ਸਰੋਤਾਂ ਤੱਕ ਪਹੁੰਚ ਲਾਭਦਾਇਕ ਹੈ, ਇੱਕ ਉੱਦਮੀ ਹੋਣ ਦੇ ਸਭ ਤੋਂ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹਿੱਸਿਆਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਸਵੈ-ਨਿਰਭਰਤਾ ਹੈ। ਕੋਈ ਸ਼ਾਰਟਕੱਟ ਨਹੀਂ ਹਨ; ਤੁਹਾਨੂੰ ਲਗਨ ਨਾਲ ਕੰਮ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਇਸ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਸਥਾਪਤ ਕਰਨ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰਨੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ ਕਿ, ਜੇਕਰ ਕਿਸਮਤ ਤੁਹਾਡੇ ਲਈ ਅਨੁਕੂਲ ਹੈ, ਤਾਂ ਤੁਸੀਂ ਮੌਕੇ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ ਅਤੇ ਇਸ ਦਾ ਲਾਭ ਉਠਾ ਸਕਦੇ ਹੋ।

* ਵਪਾਰਕ ਸੰਸਾਰ ਵਿੱਚ, ਇੱਕ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ-ਅਧਾਰਿਤ ਵਿਅਕਤੀ ਜਿਸ ਕੋਲ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ

ਨੂੰ ਹੱਲ ਕਰਨ ਅਤੇ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਉਪਲਬਧ ਸਰੋਤਾਂ ਨੂੰ ਖੋਜਣ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਹੈ। ਇਹ ਇੱਕ ਮਾਨਸਿਕਤਾ ਹੈ ਜੋ ਮੁਸ਼ਕਲਾਂ ਨੂੰ ਹੱਲ ਕਰਨ ਦੀ ਬਜਾਏ ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ ਵਜੋਂ ਦੇਖਦੀ ਹੈ।

* ਇੱਕ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ-ਅਧਾਰਿਤ ਵਿਅਕਤੀ ਸਾਧਨ ਭਰਪੂਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਬਾਹਰੀ ਹਾਲਾਤਾਂ ਨੂੰ ਇਹ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰਨ ਦੀ ਇਜਾਜ਼ਤ ਨਹੀਂ ਦਿੰਦਾ ਕਿ ਉਹ ਕਦੇ ਜਾਂ ਕਿਵੇਂ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹਨ; ਨਹੀਂ ਤਾਂ, ਉਹ ਹਮੇਸ਼ਾ ਘੱਟ ਲਈ ਸੈਟਲ ਹੋ ਜਾਣਗੇ। ਇੱਕ ਸੰਸਾਧਨ ਮਾਨਸਿਕਤਾ ਨਵੀਨਤਾਕਾਰੀ ਸੋਚ, ਨਵੇਂ ਵਿਚਾਰਾਂ ਦੀ ਪੀੜ੍ਹੀ, ਅਤੇ ਸਫਲਤਾ ਦੇ ਸਾਰੇ ਸੰਭਵ ਮਾਰਗਾਂ ਨੂੰ ਦੇਖਣ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ।

* ਸੰਸਾਧਨਤਾ ਮੁੱਦਿਆਂ ਦੇ ਤੇਜ਼ ਅਤੇ ਨਵੀਨਤਾਕਾਰੀ ਜਵਾਬਾਂ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰਨ, ਪ੍ਰਤੀਤ ਹੋਣ ਯੋਗ ਰੁਕਾਵਟਾਂ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਦੂਰ ਕਰਨਾ ਹੈ, ਅਤੇ ਇਸਲਈ ਦੂਜਿਆਂ ਤੋਂ ਖੁੰਝਣ ਵਾਲੇ ਮੌਕਿਆਂ ਨੂੰ ਵੇਖਣਾ ਹੈ। ਸੰਖੇਪ ਰੂਪ ਵਿੱਚ, ਸੰਸਾਧਨ ਸਭ ਤੋਂ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਗੁਣ ਹੈ।

* ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ-ਅਧਾਰਿਤ ਹੋਣ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਬਾਰ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਰਣਨੀਤੀਆਂ ਤਿਆਰ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਗੁਣ ਨੂੰ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਿਤ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਵਿਅਕਤੀ ਇੱਕ ਨਵੀਨਤਾਕਾਰੀ, ਸਾਹਸੀ ਮਾਨਸਿਕਤਾ ਰੱਖਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਸਫਲ ਹੋਣ ਦੇ ਹੋਰ ਤਰੀਕਿਆਂ 'ਤੇ ਵਿਚਾਰ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਆਪਣੇ ਟੀਚਿਆਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਤਿਆਰ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

* ਇੱਕ ਆਸ਼ਾਵਾਦੀ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਨੂੰ ਅਪਣਾਉਣ ਨਾਲ, ਇੱਕ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ-ਅਧਾਰਿਤ ਮਾਨਸਿਕਤਾ ਦੇ ਹਿੱਸੇ ਵਜੋਂ, ਕੰਮ ਵਾਲੀ ਥਾਂ ਦੀ ਸੰਸਾਧਨਤਾ ਨੂੰ ਬਹੁਤ ਵਧਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਸਕਾਰਾਤਮਕਤਾ ਨਵੇਂ ਵਿਚਾਰਾਂ ਲਈ ਖੁੱਲ੍ਹੇ ਦਿਮਾਗ ਨੂੰ ਬਣਾਈ ਰੱਖਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਸਭ ਤੋਂ ਤਜਰਬੇਕਾਰ ਨੇਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਵੀ ਸਿੱਖਣਾ ਜਾਰੀ ਰੱਖਣ ਲਈ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ।

* ਸੰਸਾਧਨਤਾ ਰੁਕਾਵਟਾਂ ਅਤੇ ਰੁਕਾਵਟਾਂ ਦੇ ਬਾਵਜੂਦ ਕੰਮ ਕਰਨ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਹੈ। ਇਹ ਹੱਥ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰ ਰਿਹਾ ਹੈ ਅਤੇ ਤੁਹਾਡੇ ਕੋਲ ਜੇ ਵੀ ਹੈ ਉਸ ਨੂੰ ਅਨੁਕੂਲ

ਬਣਾਉਣਾ ਹੈ, ਭਾਵੇਂ ਤੁਸੀਂ ਕੁਝ ਨਵਾਂ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰ ਰਹੇ ਹੋ ਜਾਂ ਸਿਰਫ਼ ਇਸ ਬਾਰੇ ਸੋਚ ਰਹੇ ਹੋ ਕਿ ਕੁਝ ਬਿਹਤਰ ਕਿਵੇਂ ਕਰਨਾ ਹੈ। ਸਰੋਤ ਨੇਤਾ ਨਵੀਨਤਾਕਾਰੀ ਅਤੇ ਨਿਰੰਤਰ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

* ਸੂਝਵਾਨ ਲੋਕ ਢੁਕਵੇਂ ਸਵਾਲ ਪੁੱਛਦੇ ਹਨ, ਉਚਿਤ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟਾਂਤ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਢੁਕਵੇਂ ਸ਼ਬਦ ਬੋਲਦੇ ਹਨ। ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਕਦੇ ਵੀ ਕਿਸੇ ਨੂੰ ਸਵਾਲ ਨਾ ਪੁੱਛਣ ਜਾਂ ਵਧੇਰੇ ਚੌਕਸ ਨਾ ਰਹਿਣ ਦਾ ਪਛਤਾਵਾ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ। ਨਵੀਨਤਾਕਾਰੀ ਹੋਣਾ ਬੁੱਧੀਮਾਨ ਹੋਣ ਨਾਲੋਂ ਕੁਝ ਵੀ ਪੈਦਾ ਕਰਨ ਬਾਰੇ ਘੱਟ ਹੈ।

* ਸ਼ਾਇਦ ਸੰਸਾਧਨ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਦੀ ਸਭ ਤੋਂ ਮਹੱਤਵਪੂਰਣ ਗੁਣ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਇਮਾਨਦਾਰੀ ਹੈ। ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ-ਅਧਾਰਿਤ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਨੂੰ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਵਾਅਦੇ ਨਿਭਾਉਣ ਲਈ ਸ਼ਲਾਘਾ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ ਨਾ ਕਿ ਉਹ ਜੇ ਉਹ ਨਹੀਂ ਰੱਖ ਸਕਦੇ ਹਨ ਉਸ 'ਤੇ ਜ਼ਿਆਦਾ ਵਾਅਦਾ ਕਰਨ ਦੀ ਬਜਾਏ।

**ਇੱਕ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ-ਅਧਾਰਿਤ ਮਾਨਸਿਕਤਾ ਕਿਸੇ ਵੀ ਉੱਦਮੀ ਯਤਨ ਵਿੱਚ
ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਲਈ ਇੱਕ ਬੁਨਿਆਦ ਹੈ।**

ਹਮਦਰਦੀ

ਹਮਦਰਦੀ: ਉੱਦਮੀਆਂ ਲਈ ਹਮਦਰਦੀ ਇੱਕ ਜ਼ਰੂਰੀ ਗੁਣ ਹੈ। ਭਾਵੇਂ ਇੱਕ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਮਾਲਕ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਦੀ ਇੱਕ ਵੱਡੀ ਟੀਮ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜਾਂ ਇੱਕ ਉੱਚ-ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਸੇਲੇਪ੍ਰੀਨਿਊਰ ਦੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਆਪਣੇ ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਸਿੱਧੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਕੰਮ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਇੱਕ ਸੱਚੇ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਦੂਜਿਆਂ ਨਾਲ ਜੁੜਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਸਫਲ ਉੱਦਮੀ ਆਪਣੇ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੇ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣਾਂ ਨੂੰ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖਦੇ ਹੋਏ, ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਦੂਜਿਆਂ ਦੀ ਜੁੱਤੀ ਵਿੱਚ ਪਾ ਸਕਦੇ ਹਨ ਕਿਉਂਕਿ ਉਹ ਮੁੱਖ ਵਪਾਰਕ ਫੈਸਲਿਆਂ ਨੂੰ ਨੈਵੀਗੇਟ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਕਾਰੋਬਾਰ ਵਿੱਚ, ਹਮਦਰਦੀ ਤੁਹਾਡੇ ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਦਾ ਅੰਦਾਜ਼ਾ ਲਗਾਉਣ ਵਰਗੀ ਲੱਗ ਸਕਦੀ ਹੈ,

ਤੁਹਾਡੀ ਟੀਮ ਦੇ ਮੈਂਬਰਾਂ ਨੂੰ ਲੋੜ ਪੈਣ 'ਤੇ ਰੀਚਾਰਜ ਕਰਨ ਲਈ ਸਮਾਂ ਕੱਢਣ ਲਈ ਸ਼ਕਤੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਦੀ ਹੈ, ਅਤੇ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੇਵਾਂ ਨੂੰ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਵਿਚਾਰਾਂ ਅਤੇ ਚਿੰਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਗਟ ਕਰਨ ਲਈ ਜਗ੍ਹਾ ਦਿੰਦੀ ਹੈ।⁴¹

* ਹਮਦਰਦੀ ਕੁਨੈਕਸ਼ਨ ਦੀ ਨੀਂਹ ਹੈ, ਅਤੇ ਕੁਨੈਕਸ਼ਨ ਉੱਦਮ ਦਾ ਇੱਕ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹਿੱਸਾ ਹੈ। ਹਮਦਰਦੀ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਅਧਿਕਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਵੱਖ-ਵੱਖ ਸਥਿਤੀਆਂ ਵਿੱਚ ਲਾਭ ਪਹੁੰਚਾ ਸਕਦੀ ਹੈ, ਭਾਵੇਂ ਉਹ ਅਗਲੇ ਵੱਡੇ ਵਿਚਾਰ ਦੀ ਭਾਲ ਵਿੱਚ ਹਨ, ਇੱਕ ਨਿਸ਼ਾਨਾ ਮਾਰਕੀਟ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮੁਸ਼ਕਲ ਆ ਰਹੀ ਹੈ, ਜਾਂ ਸਿਰਫ਼ ਨਵੇਂ ਮਾਲੀਏ ਦੀਆਂ ਧਾਰਾਵਾਂ ਦੀ ਭਾਲ ਕਰ ਰਹੇ ਹਨ।

* ਕੰਮ ਵਾਲੀ ਥਾਂ 'ਤੇ ਨੇਤਾਵਾਂ ਦੁਆਰਾ ਹਮਦਰਦੀ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ:

- ਭਾਵਨਾਤਮਕ ਪ੍ਰਤੀਕਿਰਿਆ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਕਰਨਾ। ਮੈਂ ਜਾਣੂ ਹਾਂ।
- ਕੋਨੇ ਦੇ ਦਫ਼ਤਰ ਤੋਂ ਛੁਟਕਾਰਾ ਪਾਉਣਾ।
- ਹਮਦਰਦੀ ਅਤੇ ਸਹਿਣਸ਼ੀਲਤਾ ਨਾਲ ਹਮਦਰਦੀ।
- ਲੀਡਰਸ਼ਿਪ ਲਈ ਕੁਨੈਕਸ਼ਨ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਦੀ ਸਥਾਪਨਾ ਕਰਨਾ।
- ਸੁਣਨਾ ਜਾਰੀ ਰੱਖਣਾ।
- ਇੱਕ ਆਸ਼ਾਵਾਦੀ ਰਵੱਈਆ ਮੰਨਣਾ।
- ਨਿੱਜੀ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀ ਲੈਣਾ।
- ਤੁਹਾਡੀ ਪ੍ਰਸ਼ੰਸਾ ਨੂੰ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਬਣਾਉਣਾ।
- ਮਨੁੱਖੀ ਵਸੀਲਿਆਂ ਦੇ ਸਟਾਫ਼ ਵਿੱਚ ਨਿਵੇਸ਼ ਕਰਨਾ।

* ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਵਿਅਕਤੀ ਦੇ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ 'ਤੇ ਵਿਚਾਰ ਕਰਨਾ ਹਮਦਰਦੀ ਦਾ ਇੱਕ ਬੇਧਾਤਮਕ ਹਿੱਸਾ ਹੈ, ਅਤੇ ਇਹ ਬੇਧਾਤਮਕ ਅਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵੀ ਦੇਵਾਂ ਹਿੱਸਿਆਂ ਤੋਂ ਬਣਿਆ ਹੈ ਜੋ ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧਿਤ ਮਨੋਵਿਗਿਆਨਕ ਸਥਿਤੀਆਂ ਦੀ ਵਿਆਖਿਆ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਮਨੋਵਿਗਿਆਨਕ ਵਿਧੀ ਨੂੰ ਬਿਹਤਰ ਢੰਗ ਨਾਲ ਸਮਝਣ ਲਈ ਜਿਸ ਰਾਹੀਂ ਉੱਦਮੀ ਮੌਕੇ ਦੇਖਦੇ ਹਨ, ਅਸੀਂ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣਾਤਮਕ ਢਾਂਚੇ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਭਾਵਨਾਤਮਕ ਭਾਗ,

ਜਿਸਨੂੰ ਹਮਦਰਦੀ ਜਾਂ ਹਮਦਰਦੀ ਦੇਖਭਾਲ ਵਜੋਂ ਜਾਣਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਨੂੰ ਸ਼ਾਮਲ ਕੀਤਾ ਹੈ। ਹਮਦਰਦੀ ਦੀ ਦੇਖਭਾਲ ਨੂੰ ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਵਿਅਕਤੀ ਦੀਆਂ ਸੱਚੀਆਂ ਭਾਵਨਾਵਾਂ, ਭਾਵਨਾਵਾਂ ਅਤੇ ਚਿੰਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਪਛਾਣਨ ਅਤੇ ਸਮਝਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਵਜੋਂ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਭਾਵ, ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਵਿਅਕਤੀ ਦੀਆਂ ਮੁਸ਼ੀਬਤਾਂ ਪ੍ਰਤੀ ਭਾਵਨਾਤਮਕ ਪ੍ਰਤੀਕਿਰਿਆ।

* ਹਮਦਰਦੀ ਦੀ ਦੇਖਭਾਲ ਦੇ ਪ੍ਰਗਟਾਵੇ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਹਮਦਰਦੀ ਦੀ ਭਾਵਨਾ ਪੈਦਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਜਿਸ ਨੂੰ ਦੂਜਿਆਂ ਦੀ ਸਹਾਇਤਾ ਕਰਨ ਦੀ ਇੱਛਾ ਜਾਂ ਡਰਾਈਵ ਵਜੋਂ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

ਕੁਝ ਉੱਦਮੀ ਹੋਰ ਕਿਸਮ ਦੇ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਨਾਲੋਂ ਘੱਟ ਪਰਉਪਕਾਰੀ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ, ਅਤੇ ਦੂਜਿਆਂ ਦੀ ਸਹਾਇਤਾ ਕਰਨ ਲਈ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਮੁਹਿੰਮ ਹੋਰ ਕਿਸਮਾਂ ਦੇ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਨਾਲੋਂ ਕਮਜ਼ੋਰ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਹਮਦਰਦੀ ਭਰੀ ਚਿੰਤਾ, ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਦੀਆਂ ਹਮਦਰਦੀ ਦੀਆਂ ਭਾਵਨਾਵਾਂ ਜਾਂ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਸਹਾਇਤਾ ਕਰਨ ਦੀ ਇੱਛਾ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਕੇ ਇਹਨਾਂ ਕਮੀਆਂ ਨੂੰ ਦੂਰ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰੇਗੀ, ਜੇ ਬਦਲੇ ਵਿੱਚ, ਉਹਨਾਂ ਵਿਚਾਰਾਂ ਦੇ ਵਿਕਾਸ ਵਿੱਚ ਯੋਗਦਾਨ ਪਾਵੇਗੀ ਜੇ ਮਾਰਕੀਟ ਨਾਲ ਵਧੇਰੇ ਅਨੁਕੂਲ ਹਨ। ਵਿਹਾਰਕ, ਅਤੇ ਗਾਹਕਾਂ ਲਈ ਵਧੇਰੇ ਆਕਰਸ਼ਕ।

* ਹਰ ਵਿਅਕਤੀ ਦੀਆਂ ਭਾਵਨਾਵਾਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਲੋਕਾਂ ਦੀਆਂ ਭਾਵਨਾਵਾਂ ਨਾਲ ਜੁੜਨਾ ਜੇ ਕਿਸੇ ਦੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਕਰ ਰਹੇ ਹਨ ਮਾਨਸਿਕ ਹਮਦਰਦੀ ਦਾ ਇੱਕ ਰੂਪ ਹੈ। ਇਸ ਲਈ ਚੰਗੀ ਨਿਰੀਖਣ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਜਾਣਕਾਰੀ ਕਿਸੇ ਦੀ ਟੀਮ ਤੋਂ ਧਿਆਨ ਨਾਲ ਇਕੱਠੀ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਬੇਧਾਤਮਕ ਹਮਦਰਦੀ ਕਿਸੇ ਹੋਰ ਦੇ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਤੋਂ ਕਾਰੋਬਾਰ ਵਿੱਚ ਕਿਸੇ ਵੀ ਸਥਿਤੀ ਨੂੰ ਦੇਖਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਦੇ ਵਪਾਰਕ ਟੀਚਿਆਂ ਨੂੰ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖਦੇ ਹੋਏ ਟੀਮ ਦੇ ਹਰੇਕ ਵਿਅਕਤੀ ਨਾਲ ਸੱਚਮੁੱਚ ਜੁੜਨ ਲਈ "ਪਰਸਪੈਕਟਿਵ-ਲੈਕਿੰਗ" ਦੇ ਅਭਿਆਸ ਬਹੁਤ ਉਪਯੋਗੀ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

* ਕਿਸੇ ਦੇ ਸੰਦਰਭ ਅਤੇ ਅਨੁਭਵ ਦੇ ਫਰੇਮ ਤੋਂ ਬਾਹਰ ਦੀ ਕਲਪਨਾ ਕਰਨ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਧਿਆਨ ਨਾਲ ਸੁਣਨ, ਦੇਖ ਕੇ ਅਤੇ ਕਿਸੇ ਦੀ ਟੀਮ ਨਾਲ ਗੱਲ ਕਰਨ ਦੁਆਰਾ ਵਿਕਸਿਤ

ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਅਜਿਹਾ ਸੰਚਾਰ ਪੱਖਪਾਤ ਤੋਂ ਬਿਨਾਂ ਅਤੇ ਸੰਵੇਦਨਸ਼ੀਲਤਾ ਨਾਲ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਰੁਜ਼ਗਾਰਦਾਤਾ ਅਤੇ ਕਰਮਚਾਰੀ ਵਿਚਕਾਰ ਇੱਕ ਸੱਚਾ ਹਮਦਰਦੀ ਵਾਲਾ ਬੰਧਨ ਕਿਸੇ ਦੀ ਟੀਮ ਨੂੰ ਹੋਰ ਮਜ਼ਬੂਤ ਕਰਨ ਦਾ ਨਤੀਜਾ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ।

ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਮਾਹੌਲ ਵਿੱਚ ਅਸਲ ਹਮਦਰਦੀ ਮਾਲਕ ਲਈ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਕਰਮਚਾਰੀ ਦੀ ਭੂਮਿਕਾ ਵਿੱਚ ਰੱਖਣ ਲਈ ਹੈ। ਅਜਿਹਾ ਕਰਨ ਨਾਲ ਇੱਕ ਹਮਦਰਦੀ ਨਾਲ ਸੰਬੰਧ ਬਣਾਉਣ ਦੀ ਆਗਿਆ ਮਿਲਦੀ ਹੈ।

ਸਵੈ-ਪ੍ਰੇਰਣਾ

ਸਵੈ-ਪ੍ਰੇਰਣਾ: ਸਿੱਧੇ ਸ਼ਬਦਾਂ ਵਿਚ ਕਹੋ, ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਬੌਸ ਹੋ ਤਾਂ ਤੁਹਾਨੂੰ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਅਤੇ ਲਗਾਤਾਰ ਕੰਮ ਕਰਨ ਲਈ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਰੱਖਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਉੱਦਮੀਆਂ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਕਾਰੋਬਾਰਾਂ ਨੂੰ ਜਾਰੀ ਰੱਖਣ ਲਈ ਸਿਰਜਣਾਤਮਕ ਰੁਚੀਆਂ ਅਤੇ ਅਪ੍ਰੇਰਿਤ ਮਹਿਸੂਸ ਕਰਨ ਦੇ ਬਿੰਦੂਆਂ ਦੁਆਰਾ ਕੰਮ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਜਾਣਨ ਨਾਲ ਸ਼ੁਰੂ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਪ੍ਰੇਰਣਾ ਘੱਟ ਹੋਣ 'ਤੇ ਤੁਹਾਨੂੰ ਅੱਗੇ ਵਧਣ ਅਤੇ ਲੋੜੀਂਦੀ ਪ੍ਰੇਰਨਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਕਿਹੜੀ ਚੀਜ਼ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ।⁴²

* ਇੱਕ ਐਸਤ ਵਿਅਕਤੀ ਇੱਕ ਮਹਾਨ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਵਿੱਚ ਬਦਲ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜੇ ਮੌਕੇ ਪੈਦਾ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉੱਦਮ ਦੀ ਪ੍ਰੇਰਣਾ ਦੁਆਰਾ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਦੌਲਤ ਅਤੇ ਆਰਥਿਕ ਤਰੱਕੀ ਵਿੱਚ ਯੋਗਦਾਨ ਪਾ ਸਕਦਾ ਹੈ... ਮਾਨਤਾ, ਸਨਮਾਨ, ਅਤੇ ਸਵੈ-ਵਾਸਤਵਿਕਤਾ ਲਈ ਇੱਕ ਉੱਚ-ਪੱਧਰੀ ਇੱਛਾ ਉੱਦਮੀ ਗਤੀਵਿਧੀ ਨੂੰ ਵਧਾਉਂਦੀ ਹੈ, ਅਤੇ ਇਹ ਇੱਛਾਵਾਂ ਸਵੈ-ਰੁਜ਼ਗਾਰ ਰਾਹੀਂ ਪੂਰੀਆਂ ਹੁੰਦੀਆਂ ਹਨ।

* ਅਸੀਂ ਸਾਰਿਆਂ ਨੇ ਆਪਣੀ ਜ਼ਿੰਦਗੀ ਦੇ ਕਿਸੇ ਸਮੇਂ ਕਾਰੋਬਾਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਬਾਰੇ ਕਲਪਨਾ ਕੀਤੀ ਹੈ। ਹਾਲਾਂਕਿ ਇਸਦੇ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਫਾਇਦੇ ਹਨ, ਪਰ ਇਸ ਧਾਰਨਾ ਨੂੰ ਰੋਮਾਂਟਿਕ ਬਣਾਉਣਾ ਆਸਾਨ ਹੈ। ਉੱਦਮਤਾ ਇੱਕ ਸਪੱਸ਼ਟ ਟੀਚਾ ਜਾਪਦੀ ਹੈ, ਪਰ ਇੱਥੇ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਕਾਰਨ ਹਨ ਕਿ ਕੋਈ ਵਿਅਕਤੀ ਇਸਦਾ ਪਿੱਛਾ ਕਰਨਾ ਚਾਹ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਇੱਕ ਕਾਰੋਬਾਰੀ

ਮਾਲਕ ਹੋਣ ਦੇ ਨਾਤੇ, ਤੁਹਾਨੂੰ ਆਪਣੇ ਸਟਾਫ਼ ਦੀਆਂ ਪ੍ਰੇਰਨਾਵਾਂ ਨੂੰ ਜਾਣਨਾ ਅਤੇ ਸਮਝਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

* ਜ਼ਿੰਦਗੀ ਦੇ ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਧ ਲੋਭੀ ਨਤੀਜਿਆਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਹੈ ਖੁਸ਼ਹਾਲੀ। ਇਹ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਯਕੀਨ ਦਿਵਾਉਣ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰਨਾ ਇੱਕ ਕਿਸਮ ਦਾ ਸਵੈ-ਭਰਮ ਹੈ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਹਰ ਸਮੇਂ ਪੈਸੇ ਬਾਰੇ ਨਹੀਂ ਸੋਚ ਰਹੇ ਹੋ। ਜੇ ਤੁਹਾਡੇ ਕੋਲ ਸਮਾਂ ਅਤੇ ਸਹੀ ਸੰਕਲਪ ਹੈ, ਤਾਂ ਤੁਸੀਂ ਇੱਕ ਰਵਾਇਤੀ ਕੈਰੀਅਰ ਵਿੱਚ ਪੈਸਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹੋ ਜੇ ਕਿ ਅਸੰਭਵ ਹੋਵੇਗਾ (ਸੱਚਮੁੱਚ, ਇਹ ਇੰਨਾ ਸੌਖਾ ਨਹੀਂ ਹੈ)।

* ਕਿਸੇ ਦੀ ਪਹਿਲਕਦਮੀ 'ਤੇ ਕੰਮ ਕਰਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਸਵੈ-ਪ੍ਰੇਰਣਾ ਦਾ ਇੱਕ ਪਹਿਲੂ ਹੈ। ਫੈਸਲੇ ਲੈਣ, ਟੀਮਾਂ ਬਣਾਉਣ ਅਤੇ ਸਮੇਂ ਦੀਆਂ ਕਮੀਆਂ ਦੇ ਤਹਿਤ ਅੰਤਿਮ ਫੈਸਲੇ ਲੈਣ ਦੀ ਆਜ਼ਾਦੀ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਗੁਣ ਹਨ। ਆਪਣੇ ਖੁਦ ਦੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦਾ ਮਾਲਕ ਹੋਣਾ ਤੁਹਾਨੂੰ ਫੈਸਲੇ ਲੈਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੀ ਆਗਿਆ ਦਿੰਦਾ ਹੈ।

* ਕਿਸੇ ਵਿਅਕਤੀ ਦੀ ਆਪਣੀਆਂ ਅੱਖਾਂ ਨਾਲ ਦੇਖਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ: ਕੁਝ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਮਾਲਕਾਂ ਦੁਆਰਾ ਇੱਕ ਕਾਰੋਬਾਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਨੂੰ ਸੰਸਾਰ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਫਰਕ ਲਿਆਉਣ ਦੇ ਤਰੀਕੇ ਵਜੋਂ ਦੇਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਪ੍ਰੇਰਣਾ ਪੈਸਾ ਜਾਂ ਘਰ ਤੋਂ ਕੰਮ ਕਰਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਨਹੀਂ ਹੈ; ਇਸ ਦੀ ਬਜਾਏ, ਇਹ ਭਵਿੱਖ ਲਈ ਇੱਕ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਹੈ ਜੋ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਕਾਮਯਾਬ ਹੋਣ ਲਈ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ।

* ਵਿਅੰਗਾਤਮਕ ਤੌਰ 'ਤੇ, ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਰਹਿਣ ਦਾ ਪਹਿਲਾ ਕਦਮ ਇਹ ਮਹਿਸੂਸ ਕਰਨਾ ਹੈ ਕਿ ਜੇਸ਼ ਟਿਕ ਨਹੀਂ ਸਕਦਾ - ਘੱਟੋ ਘੱਟ ਕੁਝ ਕੰਮ ਕੀਤੇ ਬਿਨਾਂ ਨਹੀਂ। ਪ੍ਰੇਰਕ ਕ੍ਰਿਆਵਾਂ ਵਿੱਚ "ਉਕਸਾਉਣਾ," "ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਨਾ," ਅਤੇ "ਪ੍ਰੇਰਨਾ" ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ। ਸਮੁੱਚੇ ਤੌਰ 'ਤੇ, ਉਹ ਸਾਰੇ ਕਿਸੇ ਅਜਿਹੀ ਚੀਜ਼ ਨੂੰ ਉੱਚਾ ਚੁੱਕਣ ਬਾਰੇ ਗੱਲ ਕਰ ਰਹੇ ਹਨ ਜਿਸ ਨੂੰ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਦੀ ਉੱਚ ਡਿਗਰੀ ਤੱਕ ਘਟਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ।

* ਕੁਝ ਉਤਰਾਅ-ਚੜ੍ਹਾਅ ਚੱਕਰ ਵਾਲੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਤੁਸੀਂ ਸਭ ਕੁਝ ਪੂਰਾ

ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹੋ. ਦੂਜੇ ਦਿਨ, ਕੱਪੜੇ ਪਾਉਣਾ ਇੱਕ ਸੰਘਰਸ਼ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ. ਤੁਹਾਡੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੇ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਪਹਿਲੂ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ, ਪ੍ਰੇਰਣਾ ਲਈ ਨਿਰੰਤਰ ਦੇਖਭਾਲ ਅਤੇ ਖੁਰਾਕ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਜੇ ਤੁਸੀਂ ਚੱਟਾਨ ਦੇ ਹੇਠਲੇ ਹਿੱਸੇ ਨੂੰ ਮਾਰਿਆ ਹੈ ਤਾਂ ਨਾ ਛੱਡੋ।

* ਪ੍ਰੇਰਣਾ ਅਜਿਹੀ ਚੀਜ਼ ਨਹੀਂ ਹੈ ਜੋ ਸਿਰਫ ਵਾਪਰਦੀ ਹੈ, ਅਤੇ ਇਹ ਅਜਿਹੀ ਚੀਜ਼ ਨਹੀਂ ਹੈ ਜੋ ਰਹਿੰਦੀ ਹੈ। ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਇਕਾਗਰਤਾ, ਸਮਰਪਣ ਅਤੇ ਜਾਣਬੁੱਝ ਕੇ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ਾਂ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਰੋਣ ਦੀ ਬਜਾਏ, ਆਪਣੀਆਂ ਸਲੀਵਜ਼ ਨੂੰ ਰੋਲ ਕਰੋ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਨੂੰ ਵਿਕਸਤ ਕਰਨ ਲਈ ਕੰਮ 'ਤੇ ਵਾਪਸ ਜਾਓ।

* ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਮਾਲਕ ਆਪਣੀਆਂ ਸਫਲਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਪਛਾਣਨ ਅਤੇ ਆਪਣੀਆਂ ਅਸਫਲਤਾਵਾਂ ਤੋਂ ਸਿੱਖਣ ਵਿੱਚ ਅਸਫਲ ਰਹਿੰਦੇ ਹਨ। ਨੁਕਸਾਨ ਅਤੇ ਜਿੱਤ ਦੋਵੇਂ ਉੱਦਮੀ ਡਰਾਈਵ ਦੇ ਜਾਣੇ-ਪਛਾਣੇ ਰਾਜ਼ ਹਨ, ਇਸ ਲਈ ਇਹ ਸ਼ਰਮਨਾਕ ਹੈ। ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰੇਰਕ ਸਮਝੋ ਜੇਕਰ ਤੁਹਾਡੇ ਕੋਲ ਪਹਿਲਾਂ ਹੀ ਨਹੀਂ ਹੈ।

* ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਬੇਰੋਕ ਮਹਿਸੂਸ ਕਰ ਰਹੇ ਹੋ, ਤਾਂ ਉਸ 'ਤੇ ਇੱਕ ਨਜ਼ਰ ਮਾਰੋ ਜੋ ਤੁਸੀਂ ਪਹਿਲਾਂ ਹੀ ਕਰ ਚੁੱਕੇ ਹੋ। ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਵਧਾਈ ਦੇਣ ਲਈ ਇੱਕ ਪਲ ਕੱਢੋ ਅਤੇ ਸਫਲਤਾ ਦੀ ਰੋਸ਼ਨੀ ਵਿੱਚ ਅਨੰਦ ਲਓ। ਤੁਹਾਨੂੰ ਪਤਾ ਲੱਗ ਸਕਦਾ ਹੈ ਕਿ ਤੁਹਾਨੂੰ ਵਧੇਰੇ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਕਰਨ ਲਈ ਇੱਕ ਛੋਟਾ ਜਿਹਾ ਬ੍ਰੇਕ ਲੱਗਦਾ ਹੈ।

ਸਫਲਤਾਵਾਂ ਅਤੇ ਅਸਫਲਤਾਵਾਂ ਦੇ ਬਾਵਜੂਦ ਅੱਗੇ ਵਧਣ ਦੀ ਹਿੰਮਤ ਹੀ ਪ੍ਰੇਰਣਾ ਹੈ।

ਮੁਸ਼ਕਲ ਟੀਚਿਆਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ

ਪ੍ਰਤੀਯੋਗੀ ਭਾਵਨਾ: ਉੱਦਮੀ ਮੁਸ਼ਕਲ ਟੀਚਿਆਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ ਪਸੰਦ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਕਿਉਂਕਿ ਇੱਕ ਕੰਪਨੀ ਸਥਾਪਤ ਕਰਨਾ ਸਭ ਤੋਂ ਚੁਣੌਤੀਪੂਰਨ ਚੀਜ਼ਾਂ

ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਹੈ ਜੋ ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਪੂਰਾ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਅਜਿਹਾ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਹੋਵੇਗੀ। ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ, ਤੁਸੀਂ ਵਧੇਰੇ ਗਾਹਕਾਂ ਅਤੇ ਇੱਕ ਵੱਡਾ ਮਾਰਕੀਟ ਸ਼ੇਅਰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਹਮੇਸ਼ਾਂ ਆਪਣੇ ਵਿਰੋਧੀਆਂ ਨਾਲ ਲੜਾਈ ਵਿੱਚ ਹੁੰਦੇ ਹੋ। ਇਸ ਸਾਰੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਆਪਣੇ ਆਪ 'ਤੇ ਧਿਆਨ ਕੇਂਦਰਿਤ ਕਰਨ ਲਈ ਅਤੇ ਪੈਸੇ ਕਮਾਉਣ ਵਾਲੇ ਪਾਵਰਹਾਊਸ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਫਰਮ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਇੱਕ ਨਿੱਜੀ ਚੁਣੌਤੀ ਵੀ ਹੈ ਜਿਸ ਨੂੰ ਮੁਨਾਫੇ ਲਈ ਵੇਚਿਆ ਜਾਂ ਹਾਸਲ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।¹

* ਕੋਈ ਵੀ ਕਾਰੋਬਾਰ, ਭਾਵੇਂ ਕੋਈ ਕਾਰਪੋਰੇਸ਼ਨ ਹੋਵੇ ਜਾਂ ਖੋਜ ਪ੍ਰਯੋਗਸ਼ਾਲਾ, ਸਿਰਫ ਤਾਂ ਹੀ ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੀ ਭਾਵਨਾ ਨੂੰ ਵਧਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜੇਕਰ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਨੂੰ ਅਧਿਕਾਰ ਸੌਂਪਿਆ ਗਿਆ ਹੋਵੇ ਅਤੇ ਕਰਮਚਾਰੀ ਮਹਿਸੂਸ ਕਰਦੇ ਹਨ ਕਿ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਹੁਨਰ ਅਤੇ ਯਤਨਾਂ ਨੂੰ ਸਵੀਕਾਰ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਅਜਿਹੀ ਸੈਟਿੰਗ ਬਣਾਓ, ਅਤੇ ਸਫਲਤਾ ਦਾ ਪਾਲਣ ਹੋਵੇਗਾ।²

* ਅੱਜ ਦੇ ਮੁਕਾਬਲੇ ਵਾਲੇ ਮਾਹੌਲ ਵਿੱਚ, ਇਹ ਬਹੁਤ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ ਕਿ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਆਪਣੇ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਦੀ ਵਿਅਕਤੀਗਤਤਾ ਨੂੰ ਸਵੀਕਾਰ ਕਰਨ ਅਤੇ ਹਰੇਕ ਵਿਅਕਤੀ ਦੇ ਵਿਲੱਖਣ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ, ਸਥਿਤੀ ਅਤੇ ਮਨੋਵਿਗਿਆਨ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰਨ। ਜੇਕਰ ਤੁਸੀਂ ਇੱਕ ਲੈਬ ਮੈਨੇਜਰ ਹੋ ਜੋ ਕਾਰਜਾਂ ਨੂੰ ਚਲਾਉਣ ਲਈ ਤੁਹਾਡੀ ਟੀਮ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਤੁਹਾਨੂੰ ਪਹਿਲਾਂ ਇਹ ਸਮਝਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਹਰੇਕ ਟੀਮ ਦੇ ਮੈਂਬਰ ਨੂੰ ਕੀ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਅਤੇ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ।³

* ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਮਨੋਵਿਗਿਆਨੀ ਮੰਨਦੇ ਹਨ ਕਿ ਹਰੇਕ ਵਿਅਕਤੀ ਵਿੱਚ ਆਪਣੀ ਪੂਰੀ ਸਮਰੱਥਾ ਨੂੰ ਮਹਿਸੂਸ ਕਰਨ ਦੀ ਤੀਬਰ ਇੱਛਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ, ਮਾਸਲੇ (1971) ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਇਸ ਪੂਰੀ ਸਮਰੱਥਾ ਨੂੰ ਮਹਿਸੂਸ ਕਰਨ ਦਾ ਇੱਕੋ ਇੱਕ ਤਰੀਕਾ ਸਵੈ-ਵਾਸਤਵਿਕਤਾ ਦੁਆਰਾ ਹੈ, ਜੋ ਹੇਠਾਂ ਦਿੱਤੇ ਵਿੱਚ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਅੱਠ ਤਰੀਕੇ: ⁴

1. ਇਕਾਗਰਤਾ. ਹਰ ਚੀਜ਼ ਨੂੰ ਪੂਰੀ ਸੰਭਵ ਹੱਦ ਤੱਕ ਮਹਿਸੂਸ ਕਰੋ, ਹਰ ਚੀਜ਼ ਨੂੰ ਬਹੁਤ

- ਵਿਸਥਾਰ ਨਾਲ ਦੇਖੋ, ਅਤੇ ਜੇ ਅਸੀਂ ਕਰ ਰਹੇ ਹਾਂ ਉਸ ਨੂੰ ਚੰਗੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਜਜ਼ਬ ਕਰੋ।
2. ਵਿਕਾਸ ਲਈ ਵੱਖੋ-ਵੱਖਰੇ ਵਿਕਲਪ ਜੋ ਅਸੀਂ ਜੀਵਨ ਨੂੰ ਫੈਸਲਿਆਂ ਦਾ ਇੱਕ ਕ੍ਰਮ ਮੰਨਦੇ ਹਾਂ, ਤਾਂ ਸਵੈ-ਵਾਸਤਵਿਕਤਾ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਆਪ ਦੀ ਰੱਖਿਆ ਕਰਨ ਦੀ ਬਜਾਏ ਵਿਕਾਸ ਕਰਨ ਦੀ ਚੋਣ ਕਰਨ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਵਜੋਂ ਦੇਖਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।
 3. ਸਵੈ-ਜਾਗਰੂਕਤਾ. ਸਵੈ-ਵਾਸਤਵਿਕਤਾ ਉਹ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਹੈ ਜਿਸ ਰਾਹੀਂ ਅਸੀਂ ਆਪਣੇ ਅੰਦਰੂਨੀ ਸੁਭਾਅ ਬਾਰੇ ਵਧੇਰੇ ਚੇਤੰਨ ਹੋ ਜਾਂਦੇ ਹਾਂ ਅਤੇ ਉਸ ਢੰਗ ਨਾਲ ਵਿਵਹਾਰ ਕਰਦੇ ਹਾਂ ਜੋ ਉਸ ਕੁਦਰਤ ਨਾਲ ਮੇਲ ਖਾਂਦਾ ਹੈ।
 4. ਇਮਾਨਦਾਰੀ। ਸਵੈ-ਵਾਸਤਵਿਕਤਾ ਲਈ ਇਹ ਬਹੁਤ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ ਕਿ ਅਸੀਂ ਆਪਣੀਆਂ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਲਈ ਪੂਰੀ ਅਤੇ ਇਮਾਨਦਾਰੀ ਨਾਲ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀ ਸਵੀਕਾਰ ਕਰੀਏ। ਸਾਡੇ ਲਈ ਇਹ ਸੰਭਵ ਨਹੀਂ ਹੈ ਕਿ ਅਸੀਂ ਇੱਕ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਦੂਜੀ ਗੱਲ ਕਰੀਏ।
 5. ਨਿਰਣਾ. ਸਾਨੂੰ ਇਹ ਪਤਾ ਲਗਾਉਣਾ ਹੋਵੇਗਾ ਕਿ ਅਸੀਂ ਆਪਣੇ ਵਿਵੇਕ 'ਤੇ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਕਿਵੇਂ ਕਰੀਏ ਅਤੇ ਆਪਣੀਆਂ ਭਾਵਨਾਵਾਂ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ ਨੂੰ ਸਵੀਕਾਰ ਕਰੀਏ।
 6. ਸਵੈ-ਵਿਕਾਸ. ਸਾਡੀ ਸਰੀਰਕ, ਭਾਵਨਾਤਮਕ ਅਤੇ ਮਾਨਸਿਕ ਸਮਰੱਥਾ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਇੱਕ ਨਿਰੰਤਰ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਹੈ ਜੋ ਸਵੈ-ਵਾਸਤਵਿਕਤਾ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ।
 7. ਪੀਕ ਅਨੁਭਵ। ਸਵੈ-ਵਾਸਤਵਿਕਤਾ ਦੇ ਇਹ ਅਸਥਾਈ ਪਲ ਉਹ ਉਦਾਹਰਣ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਵਿੱਚ ਅਸੀਂ ਵਧੇਰੇ ਸੰਪੂਰਨ, ਏਕੀਕ੍ਰਿਤ, ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਪ੍ਰਮਾਣਿਕ ਸਵੈ ਵਾਂਗ ਮਹਿਸੂਸ ਕਰਦੇ ਹਾਂ।
 8. ਹਉਮੈ ਰੱਖਿਆ ਵਿਧੀਆਂ ਦੀ ਅਣਹੋਂਦ ਸਾਡੀ ਹਉਮੈ ਦੀ ਰੱਖਿਆ ਦਾ ਅਹਿਸਾਸ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਰੁਕਾਵਟਾਂ ਨੂੰ ਜਾਣਬੁੱਝ ਕੇ ਤਿਆਗਣਾ ਸਵੈ-ਵਾਸਤਵਿਕਤਾ ਦਾ ਅੰਤਮ ਪੜਾਅ ਹੈ।

* ਇਹ ਜਾਦੂ ਦੁਆਰਾ ਨਹੀਂ ਹੈ ਕਿ ਕੋਈ ਸੁਪਨਾ ਹਕੀਕਤ ਬਣ ਸਕਦਾ ਹੈ; ਇਸ ਦੀ ਬਜਾਇ, ਇਹ ਪਸੀਨੇ, ਸਮਰਪਣ ਅਤੇ ਮਿਹਨਤ ਦੁਆਰਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। " ਕਿਸਮਤ ਉਹ ਚੀਜ਼ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਮੈਂ ਬਹੁਤ ਸਾਰਾ ਸਟਾਕ ਰੱਖਦਾ ਹਾਂ, ਅਤੇ ਜਿੰਨਾ ਜ਼ਿਆਦਾ ਮਿਹਨਤ ਮੈਂ ਕਰਦਾ ਹਾਂ, ਓਨਾ ਹੀ ਮੈਂ ਇਸਨੂੰ ਆਕਰਸ਼ਿਤ ਕਰਦਾ ਹਾਂ।" ਇਹ ਬਹੁਤ ਹੀ ਸਕਿੰਟ ਤੁਹਾਨੂੰ ਅਗਲੇ ਦੂਜੇ ਸਕਿੰਟ ਲਈ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ ਰੱਖੇਗਾ."

* ਸਵੈ-ਅਨੁਸ਼ਾਸਨ ਉਹ ਚੀਜ਼ ਹੈ ਜੋ ਸਮੇਂ ਦੇ ਨਾਲ ਮਿਹਨਤ ਅਤੇ ਮਿਹਨਤ ਦੇ ਉਪਯੋਗ ਦੁਆਰਾ ਵਿਕਸਤ ਕੀਤੀ ਜਾ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਇੱਥੋਂ ਤੱਕ ਕਿ ਜਦੋਂ ਅਸੀਂ ਜਾਣਦੇ ਹਾਂ ਕਿ ਸਾਡੀਆਂ ਸਾਧਾਰਨ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਵੀ ਟਾਲਣਾ ਸਾਨੂੰ ਅਸਫਲ ਕਰਨ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ ਪਾ

ਸਕਦਾ ਹੈ, ਫਿਰ ਵੀ ਅਸੀਂ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਤੇੜਨ ਦੇ ਤਰੀਕੇ ਲੱਭ ਲੈਂਦੇ ਹਾਂ। ਕਈ ਵਾਰ ਅਜਿਹਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਅਸੀਂ ਇਹ ਵੀ ਯਕੀਨੀ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੇ ਕਿ ਅਸੀਂ ਅਜਿਹਾ ਕਿਉਂ ਕਰਨਾ ਜਾਰੀ ਰੱਖਦੇ ਹਾਂ! ਪਰ ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਇੱਕ ਮੁਸ਼ਕਲ ਕੰਮ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਆਪਣੀਆਂ ਨਜ਼ਰਾਂ ਤੈਅ ਕਰਦੇ ਹੋ, ਤਾਂ ਸਵੈ-ਅਨੁਸ਼ਾਸਨ ਕੁਦਰਤੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਪਾਲਣਾ ਕਰੇਗਾ।

ਕਿਸੇ ਦੇ ਨਿਰਧਾਰਤ ਟੀਚਿਆਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਲਚਕਦਾਰ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਸਥਿਰਤਾ ਵੱਲ ਉਦੇਸ਼ ਲਚਕਤਾ ਲਈ ਧੀਰਜ, ਅਧਿਐਨ ਅਤੇ ਸਿੱਖਣ ਨੂੰ ਜਾਰੀ ਰੱਖਣ ਦੀ ਇੱਛਾ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

ਲਚਕੀਲਾਪਨ

ਲਚਕਤਾ: ਸਫਲ ਉੱਦਮੀਆਂ ਕੋਲ ਲਚਕੀਲੇਪਣ ਦੀ ਭਾਵਨਾ ਹੋਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਕਾਰੋਬਾਰ ਚਲਾਉਂਦੇ ਸਮੇਂ, ਉੱਦਮੀਆਂ ਲਈ ਬੰਦ ਦਰਵਾਜ਼ਿਆਂ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਸੰਭਾਵੀ ਗਾਹਕਾਂ ਅਤੇ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਤੋਂ ਉਹ ਫੰਡਿੰਗ ਦੀ ਮੰਗ ਕਰ ਰਹੇ ਹਨ ਉਹਨਾਂ ਤੋਂ ਅਕਸਰ "ਨਹੀਂ" ਕਿਹਾ ਜਾਣਾ ਆਮ ਗੱਲ ਹੈ। ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਉੱਦਮੀ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਕਈ ਕਾਰੋਬਾਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਲੱਭ ਸਕਦੇ ਹਨ ਜੇਕਰ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਸ਼ੁਰੂਆਤੀ ਵਿਚਾਰ ਨਹੀਂ ਚੱਲਦਾ। ਬਿਊਰੋ ਆਫ ਲੇਬਰ ਸਟੈਟਿਸਟਿਕਸ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਲਗਭਗ ਅੱਧੇ ਛੋਟੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਪਹਿਲੇ ਚਾਰ ਸਾਲਾਂ ਵਿੱਚ ਅਸਫਲ ਹੋ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਕੁਝ ਸਫਲ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਮਾਲਕਾਂ ਨੂੰ ਪਤਾ ਲੱਗ ਸਕਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਪਹਿਲੇ ਕੁਝ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਵਿਚਾਰ ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਟਿਕਾਊ ਨਹੀਂ ਸਨ ਪਰ ਉਹਨਾਂ ਸਿੱਖਿਆਵਾਂ ਨੂੰ ਨਵੇਂ ਕਾਰੋਬਾਰਾਂ ਵਿੱਚ ਲਾਗੂ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਚਾਹੇ ਕਿਸੇ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਨੂੰ ਵਿਕਰੀ ਜਾਂ ਮੌਕਾ ਨਾ ਦਿੱਤਾ ਗਿਆ ਹੋਵੇ ਜਾਂ ਉਸਨੂੰ ਇੱਕ ਵਰਗ ਤੋਂ ਸ਼ੁਰੂਆਤ ਕਰਨੀ ਪਵੇ, ਚੁਣੌਤੀਆਂ ਦੇ ਸਾਮ੍ਹਣੇ ਲਚਕੀਲਾ ਅਤੇ ਖੋਜੀ ਹੋਣਾ ਲਾਜ਼ਮੀ ਹੈ।⁴⁴

* ਕਿਸੇ ਵੀ ਹੋਰ ਸਮੂਹ ਨਾਲੋਂ ਉੱਦਮੀਆਂ ਨੂੰ ਮਾੜੇ ਹਾਲਾਤਾਂ ਤੋਂ ਵਾਪਸ ਉਛਾਲਣ ਦੀ

ਯੋਗਤਾ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਜੇ ਇੱਕ ਸਮੂਹ ਹੈ ਜਿਸਨੂੰ ਇਸ ਹੁਨਰ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ, ਤਾਂ ਇਹ ਉਹ ਹਨ ਜੋ ਆਪਣੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਜੇਕਰ ਤੁਹਾਡੇ ਕੋਲ ਲਚਕੀਲਾਪਨ ਨਹੀਂ ਹੈ ਤਾਂ ਹਰ ਗੁਆਚਿਆ ਗਾਹਕ ਇੱਕ ਤ੍ਰਾਸਦੀ ਵਾਂਗ ਜਾਪਦਾ ਹੈ। ਬੈਕਅੱਪ ਅਤੇ ਧੁਰੀ ਬਣਾਉਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਉਹ ਚੀਜ਼ ਹੈ ਜੋ ਕੁਝ ਉੱਦਮੀ ਦੂਜਿਆਂ ਨਾਲੋਂ ਬਿਹਤਰ ਹਨ।

* ਕਿਸੇ ਵੀ ਹੋਰ ਸਮੂਹ ਨਾਲੋਂ ਉੱਦਮੀਆਂ ਨੂੰ ਮਾੜੇ ਹਾਲਾਤਾਂ ਤੋਂ ਵਾਪਸ ਉਛਾਲਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਜੇ ਇੱਕ ਸਮੂਹ ਹੈ ਜਿਸਨੂੰ ਇਸ ਹੁਨਰ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ, ਤਾਂ ਇਹ ਉਹ ਹਨ ਜੋ ਆਪਣੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਹਰ ਗੁਆਚਿਆ ਗਾਹਕ ਇੱਕ ਤ੍ਰਾਸਦੀ ਵਾਂਗ ਜਾਪਦਾ ਹੈ ਜੇਕਰ ਕਿਸੇ ਕੋਲ ਲਚਕੀਲਾਪਣ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ। ਅਸਫਲਤਾ ਇੱਕ ਥੈਸਹੋਲਡ ਜਾਪਦੀ ਹੈ ਜਿਸ ਤੋਂ ਪਰੇ ਵਾਪਸ ਜਾਣ ਦਾ ਕੋਈ ਰਸਤਾ ਨਹੀਂ ਹੈ, ਭਾਵੇਂ ਇਹ ਇੱਕ ਆਮ ਹੈ, ਹਾਲਾਂਕਿ ਦਰਦਨਾਕ ਹੈ, ਕੁਝ ਮਾਮਲਿਆਂ ਵਿੱਚ, ਇੱਕ ਕਾਰੋਬਾਰ ਸਥਾਪਤ ਕਰਨ ਦਾ ਨਤੀਜਾ ਹੈ।

* ਲਚਕਤਾ ਇੱਕ ਬਾਈਨਰੀ ਸੰਕਲਪ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਬੈਕਅੱਪ ਅਤੇ ਧੁਰੀ ਬਣਾਉਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਉਹ ਚੀਜ਼ ਹੈ ਜੋ ਕੁਝ ਉੱਦਮੀ ਦੂਜਿਆਂ ਨਾਲੋਂ ਬਿਹਤਰ ਹਨ।

* ਉਦਮੀ ਜੋ ਲਚਕੀਲੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਉਹ ਆਪਣੇ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਸਖ਼ਤ ਮਿਹਨਤ ਕਰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਨਵੀਆਂ ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ ਦਾ ਲਾਭ ਲੈਣ ਅਤੇ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਵਿੱਚ ਆਪਣੀਆਂ ਗਲਤੀਆਂ ਤੋਂ ਸਿੱਖਣ ਲਈ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਨੂੰ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਅਨੁਕੂਲ ਬਣਾਉਂਦੇ ਹਨ। ਖੋਜ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਲਚਕੀਲੇ ਉੱਦਮੀ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਨੁਕਸਾਨ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਕਰਨ ਅਤੇ ਉੱਦਮੀ ਸੰਸਾਰ ਵਿੱਚ ਮੁੜ-ਪ੍ਰਵੇਸ਼ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੁੰਦੇ ਹਨ।

* ਹਾਲਾਂਕਿ ਲਚਕੀਲਾ ਹੋਣਾ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ, ਆਪਣੇ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਲਗਨ ਹੋਰ ਵੀ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ ਜਦੋਂ ਤੁਹਾਡੇ ਵਿੱਤੀ ਸਾਧਨ ਸੀਮਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਤੁਹਾਡੇ ਮੌਕੇ ਦੀ ਵਿੰਡੋ ਛੋਟੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਉਦਮੀ ਜੋ ਲਚਕੀਲੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਉਹ ਆਪਣਾ ਸੰਜਮ ਬਰਕਰਾਰ ਰੱਖਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਅਚਾਨਕ ਮੁਸ਼ਕਲਾਂ ਦੇ ਸਾਮ੍ਹਣੇ ਸ਼ਾਂਤ ਰਹਿੰਦੇ ਹਨ।

* ਉੱਦਮੀਆਂ ਲਈ ਮਜ਼ਬੂਤ ਨੈੱਟਵਰਕ ਹੋਣਾ ਬਹੁਤ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਸਮੱਸਿਆ ਨੂੰ ਹੱਲ ਕਰਨ ਜਾਂ ਜੀਵਨ ਦੀ ਗੁਣਵੱਤਾ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ ਕਰਨ ਲਈ ਇੱਕ ਵਿਚਾਰ ਨੂੰ ਲੈ ਕੇ ਅਤੇ ਇਸਨੂੰ ਸੰਸਾਰ ਦੇ ਸਾਹਮਣੇ ਇੱਕ ਕਿਸਮ ਦੇ ਅਤੇ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੱਲ ਵਜੋਂ ਪੇਸ਼ ਕਰਦੇ ਸਮੇਂ ਤੁਹਾਡੇ ਪੱਖ ਵਿੱਚ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਦੀ ਇੱਕ ਛਾਲ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਸਫਲ ਹੋਣ ਲਈ ਸਾਨੂੰ ਸਾਰਿਆਂ ਨੂੰ ਇੰਨੀ ਵੱਡੀ ਮਾਤਰਾ ਵਿੱਚ ਆਤਮ-ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਦੀ ਲੋੜ ਹੈ।

* ਉੱਦਮੀ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੇ ਸਫਲਤਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੀ ਹੈ, ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, ਰਚਨਾ ਦੀ ਕਲਾ ਵਿੱਚ ਮੁਹਾਰਤ ਹਾਸਲ ਕੀਤੀ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਇੱਕ ਰਣਨੀਤੀ ਵਿਕਸਿਤ ਕੀਤੀ ਜਾ ਰਹੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਤੁਹਾਨੂੰ ਰਸਤੇ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਘੱਟ, ਅਤੇ ਕਈ ਵਾਰ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ, ਸਮਾਯੋਜਨ ਕਰਨ ਲਈ ਤਿਆਰ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਦੀਆਂ ਖਾਮੀਆਂ ਨੂੰ ਪਛਾਣਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ, ਅਤੇ ਨਾਲ ਹੀ ਉਹਨਾਂ ਖੇਤਰਾਂ ਨੂੰ ਪਛਾਣਨਾ ਜਿੱਥੇ ਕਿਸੇ ਦੇ ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਦੇ ਟੀਚਿਆਂ ਅਤੇ ਡਿਜ਼ਾਈਨ ਸੰਕਲਪਾਂ ਵਿੱਚ ਸੁਧਾਰ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਆਪਣੇ ਆਪ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਹੁਨਰ ਹੈ।

* ਮੁਸ਼ੀਬਤਾਂ ਵਿੱਚ ਤੁਹਾਡੇ ਵਿਕਾਸ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਨ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਨੂੰ ਸਫਲਤਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ, ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਪਹਿਲਾਂ ਮੁਸ਼ਕਲ ਦੇ ਦੌਰ ਵਿੱਚੋਂ ਲੰਘਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਇੱਕ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਜੋ ਬਦਕਿਸਮਤੀ ਤੋਂ ਵਾਪਸ ਉਛਾਲ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਮੁਸ਼ਕਲਾਂ ਨੂੰ ਇੱਕ ਮੌਕੇ ਵਿੱਚ ਬਦਲਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ।

* ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਕਾਰੋਬਾਰਾਂ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ ਜੇ ਮਾੜੇ ਹਾਲਾਤਾਂ ਤੋਂ ਮਜ਼ਬੂਤੀ ਨਾਲ ਬਾਹਰ ਆਏ ਹਨ, ਲਚਕੀਲੇਪਣ ਦੀ ਇੱਕ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਇਹ ਮੰਨ ਰਹੀ ਹੈ ਕਿ ਭਾਵੇਂ ਤੁਸੀਂ ਸੰਕਟ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਦੇ ਹਾਲਾਤਾਂ ਵਿੱਚ ਵਾਪਸ ਨਹੀਂ ਜਾ ਸਕਦੇ ਹੋ, ਤੁਸੀਂ ਅਨੁਭਵ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ ਮਜ਼ਬੂਤ ਅਤੇ ਸਮਝਦਾਰ ਬਣ ਸਕਦੇ ਹੋ।

ਲਚਕੀਲਾਪਨ ਉੱਚ ਸਵੈ-ਮਾਣ ਅਤੇ ਸ਼ਕਤੀਸ਼ਾਲੀ ਤਕਨੀਕਾਂ ਦਾ ਸੁਮੇਲ ਹੈ ਜੋ ਕਿਸੇ ਦੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਨੂੰ ਸਫਲ ਬਣਾਉਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਸਵੈ-ਪ੍ਰਭਾਵੀਤਾ

ਸਵੈ-ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਕਿਸੇ ਵਿਅਕਤੀ ਦੀ ਕਿਸੇ ਖਾਸ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਕਰਨ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਹੈ ਅਤੇ ਮੁਸ਼ਕਲਾਂ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨ 'ਤੇ ਸਫਲ ਕਿਵੇਂ ਹੋਣਾ ਹੈ। ਸਵੈ-ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ੀਲਤਾ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਕਿਸੇ ਦੇ ਵਿਵਹਾਰ ਨੂੰ ਘੱਟੋ-ਘੱਟ ਤਿੰਨ ਤਰੀਕਿਆਂ ਨਾਲ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ: (ਏ) ਕਿਸੇ ਦੀ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਦੀ ਚੋਣ, ਜੋ ਕੀਤੀ ਜਾਵੇਗੀ (ਬੀ) ਕਿਸੇ ਦੀ ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਦੀ ਗੁਣਵੱਤਾ (ਸੀ) ਮੁਸ਼ਕਲ ਕੰਮਾਂ ਵਿੱਚ ਨਿਰੰਤਰਤਾ। ਇਹ ਅਸਫਲਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਦੂਰ ਕਰਨ ਦੀ ਤਾਕਤ ਵੀ ਵਧਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਜਿਹੜੇ ਲੋਕ ਸਵੈ-ਪ੍ਰਭਾਵ ਵਿੱਚ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਨਹੀਂ ਰੱਖਦੇ ਹਨ ਉਹ ਆਪਣੀ ਅਯੋਗਤਾ 'ਤੇ ਜ਼ੋਰ ਦਿੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਕਰਦੇ ਹਨ ਕਿ ਸੰਭਾਵੀ ਰੁਕਾਵਟਾਂ ਨੂੰ ਦੂਰ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ। ਕਿਸੇ ਦੀ ਕਾਰਗੁਜ਼ਾਰੀ ਦੀ ਗੁਣਵੱਤਾ ਅਤੇ ਮੁਸ਼ਕਲ ਕੰਮਾਂ ਲਈ ਲਗਨ ਸਵੈ-ਪ੍ਰਭਾਵੀ ਵਿਸ਼ਵਾਸਾਂ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ।⁴⁵

* ਚਾਰ ਸਰੋਤ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਸਵੈ-ਪ੍ਰਭਾਵ ਬਾਰੇ ਵਿਸ਼ਵਾਸਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ: ਕਿਰਿਆਸ਼ੀਲ ਮਹਾਰਤ ਅਨੁਭਵ, ਵਿਕਾਰ ਅਨੁਭਵ, ਮੌਖਿਕ ਪ੍ਰੇਰਣਾ, ਅਤੇ ਸਰੀਰਕ ਅਤੇ ਭਾਵਨਾਤਮਕ ਸਥਿਤੀ।^{37.1}

* ਖੋਜ ਅਤੇ ਸਹਿ-ਰਚਨਾ ਦੀ ਇੱਕ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ, ਉੱਦਮਤਾ ਨੂੰ ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੇ ਉਤਪਾਦਨ ਦੀਆਂ ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ ਵਜੋਂ ਦਰਸਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਦੀ ਪਛਾਣ, ਮੁਲਾਂਕਣ ਅਤੇ ਸ਼ੋਸ਼ਣ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

* ਉੱਦਮੀ ਸਵੈ-ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ੀਲਤਾ, ਜੋ ਕਿ ਉੱਦਮੀ ਨਤੀਜਿਆਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਨਿਸ਼ਾਨਾ ਬਣਾਈਆਂ ਗਈਆਂ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਅਤੇ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਚਲਾਉਣ ਦੀ ਉਸਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਦੇ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ, ਇਹ ਚੁਣਨ ਵੇਲੇ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ ਕਿ ਉੱਦਮੀ ਪੇਸ਼ੇ ਨੂੰ ਅੱਗੇ ਵਧਾਉਣਾ ਹੈ ਜਾਂ ਨਹੀਂ ਅਤੇ ਉੱਦਮੀ ਗਤੀਵਿਧੀਆਂ ਵਿੱਚ ਹਿੱਸਾ ਲੈਣਾ ਹੈ।

* ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਦੀ ਸਵੈ-ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਆਮ ਆਬਾਦੀ ਅਤੇ ਪਰਿਵਾਰਕ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਸੈਟਿੰਗਾਂ ਵਿੱਚ ਉੱਦਮੀ ਰੋਲ ਮਾਡਲਾਂ ਦੇ ਐਕਸਪੋਜ਼ਰ ਨਾਲ ਅਨੁਕੂਲਤਾ ਨਾਲ ਜੁੜੀ ਹੋਈ ਹੈ, ਅਤੇ ਇੱਕ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਦੇ ਦੇਸ਼ਤਾਂ ਅਤੇ ਪਰਿਵਾਰ ਦੇ ਨਾਲ ਮਜ਼ਬੂਤ ਸਬੰਧ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਉੱਦਮੀ ਸਵੈ-ਪ੍ਰਭਾਵ ਨਾਲ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਸਬੰਧਤ ਹਨ।

* ਬੇਲੋੜੇ ਜੋਖਮ ਲੈਣ ਦੇ ਪਰਤਾਵਿਆਂ ਤੋਂ ਸੁਚੇਤ ਹੋਣਾ ਵਧੀ ਹੋਈ ਸਵੈ-ਪ੍ਰਭਾਵ ਦਾ ਹਿੱਸਾ ਹੈ। ਸਵੈ-ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ੀਲਤਾ ਬੁੱਧੀਮਾਨ ਫੈਸਲੇ ਲੈਣ ਦੀ ਹੈ ਜਦੋਂ ਕਿ ਪਰਤਾਵੇ ਦੇ ਬਲ ਦੁਆਰਾ ਲਏ ਗਏ ਫੈਸਲੇ ਕਿਸੇ ਦੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਅਤੇ ਕਿਸੇ ਦੇ ਜੀਵਨ ਦੇ ਕਈ ਹੋਰ ਖੇਤਰਾਂ ਲਈ ਬੁਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਨੁਕਸਾਨਦੇਹ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ।

* ਸਵੈ-ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਦੇ ਉੱਚ ਪੱਧਰ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਗੁਣਾਂ ਨੂੰ ਸ਼ਾਮਲ ਕਰਦੇ ਹਨ:

- ਮਾਰਕੀਟ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਨਾਲ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਅਤੇ ਤਰਕ ਨਾਲ (ਭਾਵਨਾਤਮਕ ਸੰਤੁਲਨ ਦੇ ਨਾਲ) ਨਜਿੱਠਣ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ।
- ਕਿਸੇ ਦੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੇ ਸਮੁੱਚੇ ਸੰਦਰਭ ਵਿੱਚ ਵਧੀਆ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਪਹੁੰਚ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨਾ।
- ਕਿਸੇ ਦੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੇ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੇ ਸਬੰਧ ਵਿੱਚ ਵਧੀਆ ਵਪਾਰਕ ਰਣਨੀਤੀਆਂ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨਾ।
- ਜੋਖਮ ਲੈਣ ਨੂੰ ਘੱਟ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਤਰਕਸੰਗਤ ਵਿਕਲਪਾਂ ਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਕਰਨਾ।
- ਰਚਨਾਤਮਕ ਨਵੀਨਤਾ ਲਈ ਕਿਸੇ ਦੀ ਮਾਨਸਿਕ ਸ਼ਕਤੀ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨਾ।
- ਸਖ਼ਤ ਵਿੱਤੀ ਨਿਯੰਤਰਣ ਰੱਖੋ।
- ਇੱਕ ਨਵੀਨਤਾਕਾਰੀ ਵਾਤਾਵਰਣ ਬਣਾਓ।
- ਨਿਵੇਸ਼ਕ ਸਬੰਧਾਂ ਦੀ ਪੜਚੋਲ ਕਰੋ।
- ਆਪਣੇ ਮੁੱਖ ਉਦੇਸ਼ ਨੂੰ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖੋ।
- ਅਚਾਨਕ ਚੁਣੌਤੀਆਂ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰੋ।
- ਮਨੁੱਖੀ ਵਸੀਲਿਆਂ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਕਰਨਾ ਜਾਰੀ ਰੱਖੋ।

* ਨਾ ਸਿਰਫ਼ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਅਤੇ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਦੀਆਂ ਪ੍ਰਾਪਤੀਆਂ ਸਵੈ-ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਦਾ ਨਤੀਜਾ ਹਨ, ਸਗੋਂ ਇਹ ਸਵੈ-ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਦੇ ਪੂਰਵ-ਸੂਚਕ ਵੀ ਹਨ। ਸਵੈ-ਪ੍ਰਭਾਵ ਨੂੰ ਵਿਕਸਤ ਕਰਨ ਅਤੇ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਰਨ ਲਈ ਸਭ ਤੋਂ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਕਾਰਕ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਪ੍ਰਾਪਤੀਆਂ ਹੋਣ ਲਈ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ। ਵਿਅਕਤੀ ਸਵੈ-ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ੀਲਤਾ ਦੀ ਭਾਵਨਾ ਨੂੰ

ਵਿਕਸਤ ਕਰਨ ਅਤੇ ਬਣਾਈ ਰੱਖਣ ਲਈ ਆਪਣੇ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਦੀ ਨਿਗਰਾਨੀ ਅਤੇ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਅਤੇ ਸਵੈ-ਪ੍ਰਭਾਵ ਆਪਸ ਵਿੱਚ ਮਜ਼ਬੂਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਸਵੈ-ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਦਿਲਚਸਪੀ, ਪ੍ਰੇਰਣਾ, ਅਤੇ ਲਗਨ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ, ਜਦੋਂ ਕਿ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਫੀਡਬੈਕ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਜਿਸ 'ਤੇ ਸਵੈ-ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਦਾ ਮੁਲਾਂਕਣ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਅੱਗੇ ਬਦਲਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

*ਆਪਣੀ ਖੁਦ ਦੀ ਕੰਪਨੀ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਅਤੇ ਚਲਾਉਣ ਦੀ ਚੋਣ ਨੂੰ ਉੱਦਮੀ ਫੈਸਲੇ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਇੱਕ ਗੁੰਝਲਦਾਰ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਹੈ ਜੋ ਕਈ ਵੇਰੀਏਬਲਾਂ ਦੁਆਰਾ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਸਾਪੇਖਿਕ ਅਤੇ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਵੇਰੀਏਬਲ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਕਾਰਕਾਂ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਇਹਨਾਂ ਕਾਰਕਾਂ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ, ਵਾਤਾਵਰਣ ਸੰਬੰਧੀ ਵੇਰੀਏਬਲ ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਨੈਕਰੀ ਦੀ ਥਾਂ ਬਦਲਣਾ ਅਤੇ ਪਿਛਲੇ ਕੰਮ ਦਾ ਤਜਰਬਾ। ਉਹਨਾਂ ਵਿੱਚ ਸਫਲਤਾ ਦੀ ਇੱਛਾ, ਨਿਯੰਤਰਣ ਦਾ ਅੰਦਰੂਨੀ ਟਿਕਾਣਾ, ਭਰੋਸੇ ਦਾ ਪੱਧਰ, ਅਤੇ ਜੋਖਮ ਭਰੇ ਪਰਤਾਵਿਆਂ ਨੂੰ ਸੰਭਾਲਣ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਵਰਗੀਆਂ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਵੀ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ।

ਸਵੈ-ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ੀਲਤਾ ਕਿਸੇ ਦੀਆਂ ਕਾਬਲੀਅਤਾਂ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰਨ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਧਿਆਨ ਨਾਲ ਸਮਕਾਲੀ ਕਰਨ ਨਾਲ ਸ਼ੁਰੂ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਅਜਿਹੀ ਸਮਕਾਲੀਤਾ ਦੁਆਰਾ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਕਦਮ ਚੁੱਕਣਾ ਸਵੈ-ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ੀਲਤਾ ਹੈ।

ਕੰਟਰੋਲ ਦਾ ਟਿਕਾਣਾ

ਉੱਦਮੀਆਂ ਕੋਲ ਨਿਯੰਤਰਣ ਦਾ ਇੱਕ ਮਜ਼ਬੂਤ ਅੰਦਰੂਨੀ ਟਿਕਾਣਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਨਿਯੰਤਰਣ ਦਾ ਸਥਾਨ ਇੱਕ ਸੰਕਲਪ ਹੈ ਜੋ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਕੀ ਕੋਈ ਵਿਅਕਤੀ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਕਰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਆਪਣੇ ਭਵਿੱਖ ਦੇ ਨਿਯੰਤਰਣ ਵਿੱਚ ਹੈ ਜਾਂ ਕੋਈ ਹੋਰ ਇਸ ਦੇ ਨਿਯੰਤਰਣ ਵਿੱਚ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਅਸੀਂ ਸਾਰੇ ਉਹਨਾਂ ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਜਾਣਦੇ ਹਾਂ ਜੋ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਕਰਦੇ ਹਨ ਕਿ ਉਹਨਾਂ ਦਾ ਆਪਣੇ ਜੀਵਨ ਉੱਤੇ ਕੋਈ ਨਿਯੰਤਰਣ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਦਾ ਮੰਨਣਾ ਹੈ ਕਿ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨਾਲ ਜੋ ਵਾਪਰਦਾ ਹੈ, ਉਹ ਬਾਹਰੀ ਤਾਕਤਾਂ ਦੁਆਰਾ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਜਿਹੜੇ ਲੋਕ ਮਹਿਸੂਸ ਕਰਦੇ ਹਨ ਕਿ ਉਹ ਬਾਹਰੀ ਤਾਕਤਾਂ

ਦੇ ਸ਼ਿਕਾਰ ਹਨ, ਉਹਨਾਂ ਦਾ ਕੰਟਰੋਲ ਦਾ ਬਾਹਰੀ ਟਿਕਾਣਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ - "ਇਹ ਮੇਰੀ ਗਲਤੀ ਨਹੀਂ ਹੈ ਕਿ ਇਹ ਮੇਰੇ ਨਾਲ ਹੋਇਆ ਹੈ।" ਇਸਦੇ ਉਲਟ, ਉੱਦਮੀਆਂ ਕੋਲ ਨਿਯੰਤਰਣ ਦਾ ਇੱਕ ਬਹੁਤ ਮਜ਼ਬੂਤ ਅੰਦਰੂਨੀ ਸਥਾਨ ਹੈ। ਉਹ ਮੰਨਦੇ ਹਨ ਕਿ ਉਹਨਾਂ ਦਾ ਭਵਿੱਖ ਉਹਨਾਂ ਦੁਆਰਾ ਕੀਤੇ ਗਏ ਵਿਕਲਪਾਂ ਦੁਆਰਾ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇੱਕ ਛੋਟੇ ਪੇਂਡੂ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੇ ਸੰਦਰਭ ਵਿੱਚ, ਇੱਕ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਉਹ ਵਿਅਕਤੀ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਖੇਤੀਬਾੜੀ ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਲਈ ਇੱਕ ਮਾਰਕੀਟ ਮੌਕੇ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਮੌਕੇ ਦਾ ਪਿੱਛਾ ਕਰਨ ਲਈ ਇੱਕ ਵਪਾਰਕ ਸੰਗਠਨ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਉੱਦਮੀਆਂ ਨੂੰ ਸਮਝਣ ਵਿੱਚ ਤੁਹਾਡੀ ਮਦਦ ਕਰਨ ਲਈ, ਇੱਥੇ ਸਫਲ ਉੱਦਮੀਆਂ ਦੀਆਂ ਚਾਰ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ਤਾਵਾਂ ਹਨ।**46**

* ਲੇਕਸ ਆਫ ਕੰਟਰੋਲ ਥਿਊਰੀ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਦਾ ਉਸਦੇ ਜੀਵਨ ਵਿੱਚ ਵਾਪਰ ਰਹੀਆਂ ਘਟਨਾਵਾਂ ਦਾ ਦ੍ਰਿਸ਼ਟੀਕੋਣ ਅੰਤਰੀਵ ਕਾਰਨਾਂ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੈ। ਕੀ ਤੁਹਾਡਾ ਭਵਿੱਖ ਤੁਹਾਡੇ ਆਪਣੇ ਹੱਥਾਂ ਵਿੱਚ ਹੈ, ਜਾਂ ਕੀ ਇਹ ਬਾਹਰੀ ਕਾਰਕਾਂ (ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਕਿਸਮਤ, ਰੱਬ, ਜਾਂ ਹੋਰ ਮਜ਼ਬੂਤ ਲੋਕ) ਦੁਆਰਾ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ?

* ਸਫਲ ਉੱਦਮੀਆਂ ਦੁਆਰਾ ਵਪਾਰਕ ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ ਨੂੰ ਹੋਰ ਆਸਾਨੀ ਨਾਲ ਪਛਾਣਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਵੱਲ ਧਿਆਨ ਦੇਣ ਦੀ ਬਜਾਏ, ਉਹ ਆਪਣੀਆਂ ਗ਼ਲਤੀਆਂ ਤੋਂ ਸਿੱਖਣ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰਦੇ ਹਨ।

* ਸਫਲ ਹੋਣ ਵਾਲੇ ਉੱਦਮੀ ਐਕਸ਼ਨ-ਅਧਾਰਿਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਤਤਕਾਲਤਾ ਦੀ ਭਾਵਨਾ ਮੈਨੂੰ ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਕੰਮ ਕਰਨ ਲਈ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਉਹਨਾਂ ਕੋਲ ਸਫਲ ਹੋਣ ਦੀ ਤੀਬਰ ਇੱਛਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਜੋ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਵਿਚਾਰਾਂ ਨੂੰ ਅਮਲ ਵਿੱਚ ਲਿਆਉਣ ਲਈ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ।

* ਸਫਲ ਉੱਦਮੀਆਂ ਕੋਲ ਸਫਲਤਾ ਦੇ ਮੁੱਖ ਤੱਤਾਂ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਵਿੱਚ ਸਭ ਨੂੰ ਸ਼ਾਮਲ ਕਰਨ ਲਈ ਜ਼ਰੂਰੀ ਸਰੀਰਕ ਸਹਿਣਸ਼ੀਲਤਾ ਦੀ ਚੰਗੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਸਮਝ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

* ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਤਿਭਾ, ਮੁਹਾਰਤ ਅਤੇ ਯੋਗਤਾਵਾਂ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਸਫਲ ਉੱਦਮੀ ਬਾਹਰੀ ਸਹਾਇਤਾ 'ਤੇ ਭਰੋਸਾ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਉਹ ਆਪਣੇ ਜਨੂੰਨ ਦੇ ਕਾਰਨ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਨਿਵੇਸ਼ਕਾਂ, ਭਾਈਵਾਲਾਂ, ਲੈਣਦਾਰਾਂ ਅਤੇ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਦੀ ਭਰਤੀ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ।

* ਨਿਯੰਤਰਣ ਦਾ ਅੰਦਰੂਨੀ ਟਿਕਾਣਾ ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਦਾ ਵਰਣਨ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਕਰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਆਪਣੇ ਮਾਲਕ ਹਨ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੀਆਂ ਰਹਿਣ ਦੀਆਂ ਸਥਿਤੀਆਂ ਨੂੰ ਬਦਲਣ ਲਈ ਕੰਮ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ। ... ਇਸਦੇ ਉਲਟ, ਨਿਯੰਤਰਣ ਦੇ ਅੰਦਰੂਨੀ ਟਿਕਾਣੇ ਵਾਲੇ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਕਰਦੇ ਹਨ ਕਿ ਸਫਲਤਾ ਉਸਦੇ ਯਤਨਾਂ ਅਤੇ ਯੋਗਤਾਵਾਂ ਦੁਆਰਾ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ।

* ਨਿਯੰਤਰਣ ਦੇ ਅੰਦਰੂਨੀ ਟਿਕਾਣੇ ਵਾਲਾ ਵਿਅਕਤੀ ਮਹਿਸੂਸ ਕਰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਆਪਣੀ ਕਿਸਮਤ ਦੇ ਇੰਚਾਰਜ ਹਨ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਹਾਲਾਤਾਂ ਨੂੰ ਸੁਧਾਰਨ ਲਈ ਕਾਰਵਾਈ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, ਨਿਯੰਤਰਣ ਦੇ ਅੰਦਰੂਨੀ ਟਿਕਾਣੇ ਵਾਲੇ ਉੱਦਮੀ ਸੋਚਦੇ ਹਨ ਕਿ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਯਤਨ ਅਤੇ ਪ੍ਰਤਿਭਾ ਇਹ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰੇਗੀ ਕਿ ਉਹ ਸਫਲ ਹੋਣਗੇ ਜਾਂ ਨਹੀਂ।

* ਇੱਕ ਵਪਾਰਕ ਸੈਟਿੰਗ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਸੰਗਠਨ ਦਾ ਪ੍ਰਬੰਧਨ, ਮਾਰਗਦਰਸ਼ਨ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਲਈ ਸੰਗਠਨਾਤਮਕ ਨਿਯੰਤਰਣ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ ਅਤੇ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆਵਾਂ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਚਾਰ ਪ੍ਰਾਇਮਰੀ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਕਾਰਜਾਂ ਵਿੱਚੋਂ ਇੱਕ ਹੈ, ਯੋਜਨਾਬੰਦੀ, ਆਯੋਜਨ ਅਤੇ ਅਗਵਾਈ ਦੇ ਨਾਲ... ਤੁਹਾਡੇ ਨਕਦ ਪ੍ਰਵਾਹ ਨੂੰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਲਈ ਇੱਕ ਸ਼ਾਨਦਾਰ ਸਥਾਨ ਵਜੋਂ ਵੀ ਨਿਯੰਤਰਿਤ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

* ਉੱਦਮੀ ਲੋਕਾਂ ਕੋਲ ਇੱਕ ਮਜ਼ਬੂਤ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਡਰਾਈਵ, ਮੱਧਮ ਜੋਖਮ ਲੈਣ, ਨਵੀਨਤਾ ਕਰਨ ਦੀ ਵਧੇਰੇ ਇੱਛਾ ਅਤੇ ਸਮਰੱਥਾ, ਅਤੇ ਕੰਟਰੋਲ ਦਾ ਅੰਦਰੂਨੀ ਕੇਂਦਰ (ਬਾਹਰੀ ਦੀ ਬਜਾਏ) ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਕਾਰੋਬਾਰ ਕਰਨ ਦੇ ਨਵੇਂ ਤਰੀਕਿਆਂ ਨੂੰ ਦੇਖਣਾ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦਾ ਫਾਇਦਾ ਉਠਾਉਣਾ "ਨਵੀਨਤਾ" ਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ।

* ਨਿਯੰਤਰਣ ਦੇ ਟਿਕਾਣੇ ਵਾਲਾ ਵਿਅਕਤੀ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਕਰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਨ੍ਹਾਂ ਕੋਲ ਆਪਣੇ ਜੀਵਨ ਦੇ ਹਾਲਾਤਾਂ 'ਤੇ ਸ਼ਕਤੀ ਜਾਂ ਨਿਯੰਤਰਣ ਹੈ। ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਮਾਲਕਾਂ ਨੂੰ ਨਿਯੰਤਰਣ ਦੇ ਟਿਕਾਣੇ ਤੋਂ ਲਾਭ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਇੱਕ ਸ਼ਕਤੀਸ਼ਾਲੀ ਤਣਾਅ-ਘਟਾਉਣ ਦੀ ਰਣਨੀਤੀ ਹੈ ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਫੈਸਲੇ ਲੈਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਤਣਾਅ ਦੁਆਰਾ ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਉੱਦਮੀਆਂ ਕੋਲ ਸਫਲ ਹੋਣ ਦੀ ਤੀਬਰ ਇੱਛਾ, ਮੱਧਮ ਜੋਖਮ ਲੈਣ, ਨਵੀਨਤਾ ਕਰਨ ਦੀ ਮਜ਼ਬੂਤ ਇੱਛਾ ਅਤੇ ਸਮਰੱਥਾ, ਨਿਯੰਤਰਣ ਦੇ ਮਜ਼ਬੂਤ ਟਿਕਾਣੇ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

ਮੈਂ ਆਪਣੇ ਹਾਲਾਤ ਨਹੀਂ ਹਾਂ। ਮੈਂ ਉਹ ਵਿਅਕਤੀ ਹਾਂ ਜਿਸਨੂੰ ਮੈਂ ਚੁਣਿਆ ਹੈ। ਹਾਲਾਤ ਮੇਰੇ ਲਈ ਬਿਹਤਰ ਚੋਣਾਂ ਕਰਨ ਦਾ ਇੱਕ ਸਾਧਨ ਹਨ।

ਅਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ ਸਹਿਣਸ਼ੀਲਤਾ

ਅਸਪਸ਼ਟ ਜਾਣਕਾਰੀ ਹਰ ਜਗ੍ਹਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹ ਸਿੱਟਾ ਕੱਢ ਸਕਦੀ ਹੈ ਕਿ ਬਾਹਰ ਨਿਕਲਣ ਦਾ ਕੋਈ ਰਸਤਾ ਨਹੀਂ ਹੈ, ਸਮਝਣ ਦਾ ਕੋਈ ਤਰੀਕਾ ਨਹੀਂ ਹੈ, ਜਾਂ ਅੱਗੇ ਵਧਣ ਦਾ ਕੋਈ ਵਿਹਾਰਕ ਤਰੀਕਾ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਫੈਸਲਾ ਲੈਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਅਸਪਸ਼ਟਤਾ ਦੁਆਰਾ ਅਧਰੰਗੀ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ ਜੇ ਨਿਰਣਾਇਕ ਨੁਸਖਿਆਂ ਨੂੰ ਰੋਕਦੀ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਕਿਸੇ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਉੱਦਮੀ ਉੱਦਮ ਬਾਰੇ ਉੱਚ ਪੱਧਰੀ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ ਮੌਜੂਦ ਹੁੰਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਹ ਵਿਅਕਤੀ ਜੋ ਅਸਪਸ਼ਟਤਾ ਦੀ ਸਹਿਣਸ਼ੀਲਤਾ ਦੇ ਉੱਚ ਪੱਧਰਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਿਤ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਸਫਲ ਹੋਣ ਦੀ ਜ਼ਿਆਦਾ ਸੰਭਾਵਨਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਵਿਵਾਦਪੂਰਨ ਜਾਣਕਾਰੀ ਨੂੰ ਬਰਦਾਸ਼ਤ ਕਰਨ ਅਤੇ ਗੁੰਮ ਹੋਈ ਜਾਣਕਾਰੀ ਨਾਲ ਨਜਿੱਠਣ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਫਰਕ ਪਾਉਂਦੀ ਹੈ।**47**

*ਵਿਰੋਧੀ ਜਾਣਕਾਰੀ ਅਤੇ ਅਸੁੱਧ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੀਆਂ ਮੰਗਾਂ ਨੂੰ ਬਰਦਾਸ਼ਤ ਕਰਨ ਦੀ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਇੱਕ ਖਾਸ ਆਰਥਿਕ ਸੰਭਾਵਨਾ ਜਿੰਨੀ ਜ਼ਿਆਦਾ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤ ਹੁੰਦੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਵਧਦੀ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਬਣ ਜਾਂਦੀ ਹੈ। ਇੱਕ ਪਾਸੇ, ਅਸੀਂ ਵਧੇਰੇ ਇਕਸਾਰ ਮਾਰਕੀਟ ਜਾਣਕਾਰੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਲਈ ਸਥਾਪਿਤ ਕੰਪਨੀਆਂ ਦੀਆਂ ਕਿਸਮਾਂ

(ਉਦਾਹਰਣ ਵਜੋਂ, ਰੈਸਟੋਰੈਂਟ) ਵਿੱਚ ਉੱਦਮਾਂ ਦੀ ਉਮੀਦ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਾਂ, ਜਦੋਂ ਕਿ ਉੱਭਰ ਰਹੇ ਸੈਕਟਰਾਂ (ਉਦਾਹਰਣ ਲਈ ਤਕਨਾਲੋਜੀ ਫਰਮਾਂ) ਵਿੱਚ ਉੱਦਮ ਵਧੇਰੇ ਉਲਝਣ ਵਾਲੀ ਮਾਰਕੀਟ ਜਾਣਕਾਰੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਜਦੋਂ ਉੱਦਮੀ ਨਵੀਆਂ ਫਰਮਾਂ ਨੂੰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਲਈ ਰਣਨੀਤੀਆਂ ਲਾਗੂ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਤਾਂ ਉਹ ਇਸ ਸੰਭਾਵਨਾ ਬਾਰੇ ਬਹੁਤ ਘੱਟ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦੇ ਨਾਲ ਅਜਿਹਾ ਕਰਦੇ ਹਨ ਕਿ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਯਤਨ ਸਫਲ ਹੋਣਗੇ। ਉਹ ਆਪਣੀ ਜਾਨ ਖਤਰੇ ਵਿੱਚ ਪਾਉਣ ਦੀ ਬਜਾਏ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ ਦਾ ਸ਼ਿਕਾਰ ਹੋ ਰਹੇ ਹਨ।

* ਨਵੀਆਂ ਰਣਨੀਤੀਆਂ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨਾ, ਨਵੀਆਂ ਵਸਤਾਂ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਕਰਨਾ, ਅਤੇ ਨਵੇਂ ਬਾਜ਼ਾਰਾਂ ਵਿੱਚ ਫੈਲਣਾ ਇਹ ਸਭ ਕੁਝ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ ਦੇ ਨਾਲ ਹਨ। ਕਿਸੇ ਵਿਰੋਧੀ ਨੂੰ ਖਰੀਦਣ ਦੇ ਲਾਹੇਵੰਦ ਨਤੀਜਿਆਂ ਦੇ ਵਾਪਰਨ ਦੀ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤ ਸੰਭਾਵਨਾ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਵਪਾਰਕ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ ਨੂੰ ਸਵੀਕਾਰ ਕਰਕੇ ਮੁਨਾਫਾ ਕਮਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਅਤੇ ਜਿੰਨੀ ਜ਼ਿਆਦਾ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ ਸਵੀਕਾਰ ਕੀਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਓਨਾ ਹੀ ਜ਼ਿਆਦਾ ਲਾਭ ਕਮਾਇਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਅਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ ਅਤੇ ਲਾਭ ਦੇ ਵਿਚਕਾਰ ਸਬੰਧ ਰੇਖਿਕ ਜਾਂ ਇੱਥੋਂ ਤੱਕ ਕਿ ਪ੍ਰਕਿਰਤੀ ਵਿੱਚ ਘਾਤਕ ਵੀ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਜਦੋਂ ਬਜ਼ਾਰ ਵਿੱਚ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ ਦਾ ਪੱਧਰ ਉੱਚਾ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਤਾਂ ਵੱਡੇ ਭੁਗਤਾਨ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਉਦਮੀ, ਅਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ ਵਾਲੇ ਪਰਿਕਲਪਨਾ ਦੇ ਅਨੁਸਾਰ, ਅਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ ਦੇ ਵਾਹਕ ਮੰਨੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਉੱਦਮਤਾ ਸਿਧਾਂਤ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ ਦੇ ਮੱਦੇਨਜ਼ਰ ਫੈਸਲੇ ਲੈਣ ਲਈ ਉੱਦਮੀ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ 'ਤੇ ਜ਼ੋਰਦਾਰ ਫੋਕਸ ਰੱਖਦਾ ਹੈ।

* ਅਸੀਂ ਆਪਣੇ ਭਵਿੱਖ ਨੂੰ ਸੁਪਨੇ ਵੇਖਣ ਵਾਲਿਆਂ ਅਤੇ ਉੱਦਮੀਆਂ, ਉਹਨਾਂ ਦੁਰਲੱਭ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਦੇ ਦੇਣਦਾਰ ਹਾਂ ਜੋ ਤਨਖਾਹ ਦੀ ਸੁਰੱਖਿਆ ਨੂੰ ਛੱਡ ਦਿੰਦੇ ਹਨ, ਆਪਣੀ ਸਾਰੀ ਮਲਕੀਅਤ ਨੂੰ ਗਿਰਵੀ ਰੱਖਦੇ ਹਨ, ਅਤੇ ਇੱਕ ਟੀਚੇ ਦੀ ਪਾਲਣਾ ਕਰਦੇ ਹਨ ਜੋ ਸਾਡੇ ਭਵਿੱਖ ਨੂੰ ਪੈਦਾ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਉਹੀ ਹੈ ਜਿਸ ਨੂੰ ਹੁਸ਼ਿਆਰ ਅਰਥ ਸ਼ਾਸਤਰੀ ਜੋਸਫ ਸ਼ੂਮਪੀਟਰ ਨੇ ਕਿਹਾ: "ਤਬਾਹੀ ਦਾ ਆਵਰਤੀ ਤੂਫਾਨ." ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਕਾਰੋਬਾਰ ਨੂੰ ਕ੍ਰਮ ਅਤੇ ਨਿਰਪੱਖਤਾ ਦੇ ਉਲਟ ਅਸੰਤੁਲਨ ਅਤੇ ਅਸਥਿਰਤਾ ਦੁਆਰਾ ਦਰਸਾਇਆ ਗਿਆ ਹੈ।

* ਉੱਦਮੀਆਂ ਨੂੰ ਰੋਜ਼ਾਨਾ ਅਧਾਰ 'ਤੇ ਉੱਚ ਪੱਧਰੀ ਜੋਖਮ ਅਤੇ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ ਨਾਲ ਨਜਿੱਠਣਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਕੋਲ ਹੋਰ ਕੋਈ ਬਦਲ ਨਹੀਂ ਹੈ। ਇਹ ਉਨ੍ਹਾਂ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਭਵਿੱਖ ਨੂੰ ਆਕਾਰ ਦੇਣਗੇ। ਇਹ ਉਨ੍ਹਾਂ 'ਤੇ ਨਿਰਭਰ ਕਰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਸਫਲ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜਾਂ ਅਸਫਲ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਉੱਦਮੀਆਂ ਨੂੰ ਇਹ ਸਿੱਖਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਫਰਮ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਦੀ ਰੋਜ਼ੀ-ਰੋਟੀ ਲਈ ਜ਼ਿੰਮੇਵਾਰ ਹੋਣ ਦੇ ਖਤਰੇ ਅਤੇ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ ਨਾਲ ਕਿਵੇਂ ਨਜਿੱਠਣਾ ਹੈ।

* ਅਨਿਸ਼ਚਿਤ ਸੈਟਿੰਗਾਂ ਵਿੱਚ ਮੌਕੇ ਪੈਦਾ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ, ਅਤੇ ਬਾਅਦ ਵਿੱਚ ਉਹਨਾਂ ਦਾ ਪਿੱਛਾ ਕਰਨ ਲਈ ਸਰੋਤਾਂ ਨੂੰ ਵਚਨਬੱਧ ਕਰਨ ਲਈ ਜੋਖਮ-ਆਧਾਰਿਤ ਨਿਰਣੇ ਦੀ ਲੋੜ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਤੌਰ 'ਤੇ ਉਦੋਂ ਸੱਚ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਬਾਹਰੀ ਨਿਵੇਸ਼ਕ ਸ਼ਾਮਲ ਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਜੋ ਕਿਸੇ ਉੱਦਮ ਜਾਂ ਪ੍ਰੋਜੈਕਟ ਵਿੱਚ ਨਿਵੇਸ਼ ਕਰਨ ਤੋਂ ਪਹਿਲਾਂ ਜੋਖਮ ਦਾ ਅਨੁਮਾਨ ਲਗਾਉਣਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ, ਕਿਸੇ ਦੇ ਨਿਰਣੇ ਨੂੰ ਅਸਪਸ਼ਟ ਅਤੇ ਜੋਖਮ ਭਰਪੂਰ ਸਥਿਤੀਆਂ ਨੂੰ ਖੋਜੀ ਅਤੇ ਸ਼ੇਸ਼ਣ ਦੇ ਸੰਦਰਭਾਂ ਨਾਲ ਜੋੜਨ ਦੀ ਜ਼ਰੂਰਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

* ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਤਰੀਕਿਆਂ ਨਾਲ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ ਮੌਜੂਦ ਹੈ: (ਏ) ਭਵਿੱਖ ਦੀਆਂ ਘਟਨਾਵਾਂ ਦੇ ਨਤੀਜਿਆਂ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ; (ਬੀ) ਭਵਿੱਖ ਦੀਆਂ ਘਟਨਾਵਾਂ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ, ਹੋਰ ਘਟਨਾਵਾਂ ਦੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਲਈ ਸ਼ਰਤ; (c) ਭਵਿੱਖੀ ਘਟਨਾ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਜਾਣਕਾਰੀ ਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਸ਼ਾਮਲ ਕਰਨਾ ਹੈ।

ਜੇ ਕੁਝ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ ਜਾਪਦਾ ਹੈ, ਉਹ ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਨਵੀਆਂ ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ 'ਤੇ ਵਿਚਾਰ ਕਰਨ ਦਾ ਮੌਕਾ ਹੈ।

ਜੋਖਮ ਲੈਣਾ

ਇੱਕ ਜੋਖਮ ਲੈਣ ਵਾਲਾ ਉਹ ਵਿਅਕਤੀ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਦੀ ਉਮੀਦ ਵਿੱਚ ਸਭ ਕੁਝ ਜੋਖਮ ਵਿੱਚ ਲੈਂਦਾ ਹੈ ਜਾਂ ਫੈਸਲਿਆਂ ਵਿੱਚ ਨੁਕਸਾਨ ਦੀ ਵੱਧ ਸੰਭਾਵਨਾ ਨੂੰ ਸਵੀਕਾਰ

ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ ਨੂੰ ਬਰਦਾਸ਼ਤ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਦੇ ਉਲਟ, ਕੁਝ ਪ੍ਰਬੰਧਕ ਜੋਖਮ-ਪ੍ਰਤੀਰੋਧੀ ਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਅਤੇ ਉਹ ਅਜਿਹੇ ਵਿਕਲਪ ਚੁਣਦੇ ਹਨ ਜੋ ਘੱਟ ਜੋਖਮਾਂ ਨੂੰ ਸ਼ਾਮਲ ਕਰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਜਾਣ-ਪਛਾਣ ਅਤੇ ਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ ਨੂੰ ਤਰਜੀਹ ਦਿੰਦੇ ਹਨ।**48**

* ਜੋਖਮ ਲੈਣ ਨੂੰ ਕਿਸੇ ਜਾਣਬੁੱਝ ਕੇ ਜਾਂ ਅਚੇਤ ਤੌਰ 'ਤੇ ਨਿਯੰਤ੍ਰਿਤ ਕਾਰਵਾਈ ਦੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕੀਤਾ ਗਿਆ ਹੈ, ਜਿਸ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਬਾਰੇ ਸਮਝੀ ਗਈ ਅਨਿਸ਼ਚਿਤਤਾ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਕਿਸੇ ਜਾਂ ਦੂਜਿਆਂ ਦੀ ਸਰੀਰਕ, ਆਰਥਿਕ, ਜਾਂ ਮਨੋ-ਸਮਾਜਿਕ ਤੰਦਰੁਸਤੀ ਲਈ ਸੰਭਾਵੀ ਫਾਇਦੇ ਜਾਂ ਲਾਗਤਾਂ ਹਨ।

* ਜੋਖਮ ਲੈਣਾ ਨਵੀਨਤਾ ਦੀ ਆਗਿਆ ਦਿੰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਜੋ ਕਿਸੇ ਉਤਪਾਦ ਜਾਂ ਸੇਵਾ ਲਈ ਮੁੱਖ ਅੰਤਰ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਫੇਲ ਹੋਣ ਵਾਲੇ ਜੋਖਮ ਜ਼ਰੂਰੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਮਾੜੇ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦੇ। ਉਹ ਕਈ ਵਾਰ ਇੱਕ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਨੂੰ ਸਭ ਤੋਂ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਵਪਾਰਕ ਸਬਕ ਸਿਖਾ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਅਸਫਲਤਾ ਭਵਿੱਖ ਦੇ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਵਿਚਾਰਾਂ ਦੇ ਵਿਕਾਸ ਵਿੱਚ ਸਹਾਇਤਾ ਕਰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਅੰਤ ਵਿੱਚ ਵਿਸਤਾਰ ਦਾ ਕਾਰਨ ਬਣ ਸਕਦੀ ਹੈ।

* ਕਿਸੇ ਟੀਚੇ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ ਜੋਖਮ ਉਠਾਉਣ ਲਈ ਅਣਜਾਣ ਦੇ ਡਰ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨ ਲਈ ਬਹਾਦਰੀ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਅਸੀਂ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਦੁਆਰਾ ਵਿਕਾਸ ਕਰਦੇ ਹਾਂ, ਨਤੀਜੇ ਦੀ ਪਰਵਾਹ ਕੀਤੇ ਬਿਨਾਂ, ਅਤੇ ਵਧੇਰੇ ਮਜ਼ਬੂਤ ਅਤੇ ਆਤਮ-ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਬਣ ਜਾਂਦੇ ਹਾਂ। ਬਿਹਤਰ ਅਜੇ ਵੀ, ਅਜਿਹੀਆਂ ਕਾਬਲੀਅਤਾਂ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਕਰਨਾ ਤੁਹਾਨੂੰ ਵਧੇਰੇ ਜੋਖਮ ਲੈਣ ਲਈ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਭਵਿੱਖ ਦੇ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਦੀਆਂ ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ ਨੂੰ ਵਧਾਉਂਦਾ ਹੈ।

* ਕਿਸੇ ਸੰਸਥਾ ਦੀ ਪੂੰਜੀ ਅਤੇ ਮੁਨਾਫੇ ਲਈ ਜੋਖਮਾਂ ਦਾ ਪਤਾ ਲਗਾਉਣ, ਮੁਲਾਂਕਣ ਕਰਨ ਅਤੇ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਨੂੰ ਜੋਖਮ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

* ਜੋਖਮ ਦੀ ਪਛਾਣ: ਕਿਸੇ ਪ੍ਰੋਜੈਕਟ ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਲਈ ਸੰਭਾਵਿਤ ਖਤਰਿਆਂ ਦੀ ਪਛਾਣ ਕਰਦਾ ਹੈ।

- ਜੇਖਮ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਦੀ ਗਣਨਾ ਕਰਨਾ, ਇਸਨੂੰ ਸਮਝਣਾ, ਅਤੇ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਟੀਚਿਆਂ 'ਤੇ ਇਸਦਾ ਪ੍ਰਭਾਵ ਇਹ ਸਭ ਜੇਖਮ ਵਿਸ਼ਲੇਸ਼ਣ ਦਾ ਹਿੱਸਾ ਹਨ।

- ਜੇਖਮ ਮੁਲਾਂਕਣ ਅਤੇ ਮੁਲਾਂਕਣ: ਇਹ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰੋ ਕਿ ਕੀ ਜੇਖਮ ਸਵੀਕਾਰਯੋਗ ਹੈ ਅਤੇ ਕੀ ਕੰਪਨੀ ਦੀ ਜੇਖਮ ਦੀ ਭੁੱਖ ਪੂਰੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ।

- ਪਛਾਣੇ ਗਏ ਜੇਖਮਾਂ ਨੂੰ ਘਟਾਉਣ ਲਈ ਰਣਨੀਤੀ ਤਿਆਰ ਕਰੋ।

- ਜੇਖਮ ਦੀ ਨਿਗਰਾਨੀ: ਹਰ ਸਮੇਂ ਨਵੇਂ ਅਤੇ ਮੌਜੂਦਾ ਖਤਰਿਆਂ 'ਤੇ ਨਜ਼ਰ ਰੱਖੋ।

* ਜੇਖਮ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਲਈ ਰਣਨੀਤੀਆਂ

ਜੇਖਮ ਤੋਂ ਬਚਣਾ: ਜੇਖਮ ਤੋਂ ਬਚਣ ਦੀ ਰਣਨੀਤੀ ਦਾ ਟੀਚਾ ਇੱਕ ਭਿਆਨਕ ਤਬਾਹੀ ਦੇ ਮਹਿੰਗੇ ਅਤੇ ਵਿਘਨਕਾਰੀ ਪ੍ਰਭਾਵਾਂ ਨੂੰ ਰੋਕਣ ਲਈ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਜੇਖਮਾਂ ਨੂੰ ਦੂਰ ਕਰਨਾ ਹੈ।

ਜੇਖਮ ਘਟਾਉਣਾ: ਸਮੁੱਚੀ ਪ੍ਰੋਜੈਕਟ ਯੋਜਨਾ ਜਾਂ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਦੇ ਖਾਸ ਤੱਤਾਂ ਨੂੰ ਸੋਧ ਕੇ, ਜਾਂ ਇਸਦੇ ਦਾਇਰੇ ਨੂੰ ਘਟਾ ਕੇ, ਤੁਸੀਂ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਕਾਰਜਾਂ 'ਤੇ ਕੁਝ ਜੇਖਮਾਂ ਦੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਦੀ ਮਾਤਰਾ ਨੂੰ ਘਟਾ ਸਕਦੇ ਹੋ।

ਜੇਖਮ ਸਾਂਝਾ ਕਰਨਾ: ਜੇਖਮ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਕਈ ਪ੍ਰੋਜੈਕਟ ਭਾਗੀਦਾਰਾਂ ਜਾਂ ਕਾਰਪੋਰੇਟ ਡਿਵੀਜ਼ਨਾਂ ਦੇ ਨਾਲ-ਨਾਲ ਤੀਜੀ ਧਿਰ, ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਵਿਕਰੇਤਾ ਜਾਂ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਭਾਈਵਾਲ ਵਿੱਚ ਸਾਂਝੇ ਜਾਂ ਵੰਡੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।

ਜੇਖਮ ਬਰਕਰਾਰ ਰੱਖਣਾ: ਜਦੋਂ ਕਿਸੇ ਪ੍ਰੋਜੈਕਟ ਦਾ ਅਨੁਮਾਨਤ ਲਾਭ ਇਸਦੇ ਸੰਭਾਵੀ ਜੇਖਮ ਦੇ ਖਰਚਿਆਂ ਤੋਂ ਵੱਧ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਜੇਖਮ ਨੂੰ ਬਰਕਰਾਰ ਰੱਖਣ ਅਤੇ ਕਿਸੇ ਵੀ ਸੰਭਾਵੀ ਨਤੀਜਿਆਂ ਨਾਲ ਸਿੱਝਣ ਦਾ ਫੈਸਲਾ ਕੀਤਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ।

* ਆਮ ਤੌਰ 'ਤੇ, ਉੱਦਮੀ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਆਪਣੇ ਵਿਰੋਧੀਆਂ ਤੋਂ ਵੱਖ ਕਰਨ ਲਈ ਜੇਖਮ ਲੈਂਦੇ ਹਨ। ਅੱਜ ਦੇ ਪ੍ਰਤੀਯੋਗੀ ਕਾਰਪੋਰੇਟ ਮਾਹੌਲ ਵਿੱਚ, ਜੇ ਜੇਖਮ ਲੈਣ ਲਈ ਤਿਆਰ

ਹਨ, ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਲੀਡਰਾਂ ਦੇ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਰੱਖਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਜਦੋਂ ਕਿ ਦੂਸਰੇ ਪਿੱਛੇ ਰਹਿ ਜਾਂਦੇ ਹਨ।

* ਜੋਖਮ ਲੈਣ ਵਾਲਿਆਂ ਨੂੰ ਤਿੰਨ ਸ਼੍ਰੇਣੀਆਂ ਵਿੱਚ ਵੰਡਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ: **1.** ਇੱਕ ਹਮਲਾਵਰ ਜੋਖਮ ਲੈਣ ਵਾਲਾ ਕਿਸੇ ਵੀ ਵਪਾਰਕ ਜੋਖਮ ਨੂੰ ਸਵੀਕਾਰ ਕਰਨ ਤੋਂ ਡਰਦਾ ਨਹੀਂ ਹੈ। **2.** ਮੱਧਮ ਜੋਖਮ ਲੈਣ ਵਾਲਾ ਵਧੇਰੇ ਸਾਵਧਾਨ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਦੋਂ ਇਹ ਮੌਕੇ ਲੈਣ ਦੀ ਗੱਲ ਆਉਂਦੀ ਹੈ। **3.** ਰੂੜੀਵਾਦੀ ਜੋਖਮ ਲੈਣ ਵਾਲਾ ਕਿਸੇ ਵੀ ਕਿਸਮ ਦਾ ਜੋਖਮ ਲੈਣ ਤੋਂ ਸੁਚੇਤ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

* ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ ਲੈਣ ਨਾਲ ਇਹ ਸੋਚਣ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਦੂਰ ਹੋ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, "ਕੀ ਹੁੰਦਾ ਹੈ?" ਭਵਿੱਖ ਵਿੱਚ. ਭਾਵੇਂ ਤੁਸੀਂ ਅਸਫਲ ਹੋ ਜਾਂਦੇ ਹੋ, ਤੁਹਾਨੂੰ ਵਧੇਰੇ ਅਨੁਭਵ ਅਤੇ ਜਾਣਕਾਰੀ ਮਿਲੇਗੀ, ਜਿਸ ਨਾਲ ਹੋਰ ਖੇਤਰਾਂ ਵਿੱਚ ਵਧੇਰੇ ਸਫਲਤਾ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ।

ਜੋਖਮਾਂ ਨੂੰ ਸੀਮਤ ਕਰਨਾ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਆ ਨੂੰ ਵੱਧ ਤੋਂ ਵੱਧ ਕਰਨਾ ਟੀਚਾ ਹੈ। ਇੱਕ ਨੂੰ ਸਵੀਕਾਰਯੋਗ ਜੋਖਮ ਅਤੇ ਨੁਕਸਾਨਦੇਹ ਜੋਖਮ ਵਿੱਚ ਫਰਕ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਭਾਵਨਾਤਮਕ ਅਤੇ ਵਿੱਤੀ ਨੁਕਸਾਨ ਨੂੰ ਰੋਕਣ ਲਈ ਸਭ ਤੋਂ ਅੱਗੇ ਰੱਖਿਆ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

ਪ੍ਰਬੰਧਨ

ਅਗਵਾਈ ਕਰਨ ਦਾ ਅਸਲ ਵਿੱਚ ਕੀ ਮਤਲਬ ਹੈ? ਕਾਰੋਬਾਰ ਵਿੱਚ ਲੀਡਰਸ਼ਿਪ ਇੱਕ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ ਹੈ ਜੋ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਉੱਚਤਮ ਪੱਧਰ 'ਤੇ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਕਰਨ ਲਈ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ, ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਉਹ ਸਮਰੱਥ ਹਨ, ਮੁਕਾਬਲੇ ਨੂੰ ਪਛਾੜਣ ਲਈ, ਅਭਿਲਾਸੀ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਸਥਾਪਤ ਕਰਨ ਅਤੇ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਲਈ, ਲੋੜ ਪੈਣ 'ਤੇ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਅਤੇ ਨਿਰਣਾਇਕ ਢੰਗ ਨਾਲ ਅੱਗੇ ਵਧਣ ਲਈ, ਅਤੇ ਇਸ ਲਈ ਬਾਰ ਸੈੱਟ ਕਰਨ ਲਈ ਹੋਰਾਂ ਦੀ ਪਾਲਣਾ ਕਰਨ ਲਈ।⁴⁹

* ਜਿਸ ਮਾਹੌਲ ਵਿੱਚ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੀ ਫਰਮ ਨੂੰ ਚਲਾਉਣ ਦੀ ਚੋਣ ਕਰਦੇ ਹੋ, ਉੱਦਮੀ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਤੁਹਾਡੀ ਸਫਲਤਾ ਦਾ ਇੱਕ ਬਿਲਕੁਲ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹਿੱਸਾ ਬਣਨ ਜਾ ਰਿਹਾ ਹੈ। ਪ੍ਰਤਿਭਾ ਦੀ ਕਾਸ਼ਤ, ਨਵੀਨਤਾਕਾਰੀ ਵਸਤੂਆਂ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਸ਼ੁਰੂਆਤ, ਸੰਗਠਨਾਤਮਕ ਪ੍ਰਭਾਵ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣਾ, ਅਤੇ ਵਧੇਰੇ ਮਾਰਕੀਟ ਹਿੱਸੇ ਦੀ ਪ੍ਰਾਪਤੀ ਇਹ ਕੁਝ ਲਾਭ ਹਨ ਜੋ ਲੀਡਰਸ਼ਿਪ ਵਿਕਾਸ ਵਿੱਚ ਨਿਵੇਸ਼ ਕਰਨ ਤੋਂ ਪ੍ਰਾਪਤ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹਨ।

* ਇੱਕ ਮਾਨਸਿਕਤਾ ਜੋ ਫਰਮਾਂ ਨੂੰ ਮੁੱਦਿਆਂ ਨੂੰ ਆਰਥਿਕ ਅਤੇ ਸਮਾਜਿਕ ਮੁੱਲ ਦੇ ਵਿਕਾਸ ਦੇ ਮੌਕਿਆਂ ਵਿੱਚ ਬਦਲਣ ਲਈ ਧੱਕਦੀ ਹੈ, ਸਾਡਾ ਮਤਲਬ ਉਹ ਹੈ ਜਦੋਂ ਅਸੀਂ ਲੀਡਰਸ਼ਿਪ ਦੇ ਹੁਨਰਾਂ ਦੇ ਅਧਾਰ ਤੇ ਉੱਦਮੀ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਬਾਰੇ ਗੱਲ ਕਰਦੇ ਹਾਂ।

* ਉੱਦਮਤਾ ਵਿੱਚ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਰੱਖਣ ਵਾਲੇ ਅਤੇ ਉੱਦਮਤਾ ਦਾ ਸਮਰਥਨ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਇੱਕ ਵਿਅਕਤੀ ਦੁਆਰਾ ਦੂਜਿਆਂ ਉੱਤੇ ਜਾਣਬੁੱਝ ਕੇ ਪ੍ਰਭਾਵ ਪਾ ਕੇ ਇੱਕ ਸਮੂਹ ਜਾਂ ਸੰਗਠਨ ਵਿੱਚ ਕਾਰਵਾਈਆਂ ਅਤੇ ਸੰਪਰਕਾਂ ਨੂੰ ਨਿਰਦੇਸ਼ਤ ਅਤੇ ਸਮਰਥਨ ਦੇਣ ਦੀ ਤਕਨੀਕ ਨੂੰ ਉੱਦਮੀ ਲੀਡਰਸ਼ਿਪ ਕਿਹਾ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਸ਼ਬਦ ਕਿਸੇ ਸਮੂਹ ਜਾਂ ਸੰਗਠਨ ਦੇ ਸੰਦਰਭ ਵਿੱਚ ਵਰਤਿਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉੱਦਮੀ ਲੀਡਰਸ਼ਿਪ ਦੀ ਧਾਰਨਾ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਵਿਅਕਤੀ ਦੀ ਨਵੀਨਤਾ ਕਰਨ ਦੀ ਇੱਛਾ ਨਿਰਭਰ ਵੇਰੀਏਬਲ ਹੈ ਜੋ ਸਭ ਤੋਂ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੋਣ ਦੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਦੂਜੇ ਸਥਾਨ 'ਤੇ ਹੈ।

* ਉੱਦਮੀ ਯਤਨਾਂ ਵਿੱਚ ਲੀਡਰਸ਼ਿਪ ਅਤੇ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਨੂੰ ਇੱਕ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਗੁਣ ਦੁਆਰਾ ਨਹੀਂ ਦਰਸਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਸਗੋਂ ਵਿਅਕਤੀਗਤ ਗੁਣਾਂ ਦੇ ਸੰਗ੍ਰਹਿ ਦੁਆਰਾ ਦਰਸਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਹਨਾਂ ਕਾਬਲੀਅਤਾਂ ਵਿੱਚ ਅੱਗੇ ਦੀ ਯੋਜਨਾ ਬਣਾਉਣ, ਸੰਭਾਵੀ ਨਤੀਜਿਆਂ ਦੀ ਕਲਪਨਾ ਕਰਨ, ਅਨੁਕੂਲਤਾ ਨੂੰ ਬਰਕਰਾਰ ਰੱਖਣ, ਰਣਨੀਤਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਸੋਚਣ ਅਤੇ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਲਈ ਦੂਜਿਆਂ ਨਾਲ ਮਿਲ ਕੇ ਕੰਮ ਕਰਨ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ ਜੋ ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਲਈ ਸੰਗਠਨ ਦੀ ਨਿਰੰਤਰ ਵਿਹਾਰਕਤਾ ਨੂੰ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣਗੇ। ਕਿਸੇ ਦੀ ਟੀਮ ਦੇ ਨਾਲ ਮਿਲ ਕੇ ਕੰਮ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਲੀਡਰਸ਼ਿਪ ਦੀ ਸਥਿਤੀ ਨੂੰ ਕਾਇਮ ਰੱਖਣਾ ਇੱਕ ਚੁਣੌਤੀਪੂਰਨ ਸੰਤੁਲਨ ਕਾਰਜ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਪਰ ਸ਼ਾਨਦਾਰ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਆਗੂ ਆਪਣੀਆਂ ਕੰਪਨੀਆਂ ਅਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਦੇ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਦੇਵਾਂ ਦੀ ਡੂੰਘਾਈ ਨਾਲ

ਪਰਵਾਹ ਕਰਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਚਿੰਤਾ ਇਸ ਗੱਲ ਤੋਂ ਜ਼ਾਹਰ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਇਨ੍ਹਾਂ ਦੇਵਾਂ ਧੜਿਆਂ ਨੂੰ ਲੈ ਕੇ ਚਿੰਤਤ ਹਨ।

* ਉੱਦਮੀ ਨੇਤਾ ਕੰਮ 'ਤੇ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਮਾਹੌਲ ਪੈਦਾ ਕਰਨ, ਮੌਕਿਆਂ ਦਾ ਪਤਾ ਲਗਾਉਣ ਅਤੇ ਜ਼ਬਤ ਕਰਨ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਨੂੰ ਸੰਗਠਿਤ ਕਰਨ, ਅਤੇ ਅਸਲ ਵਿਚਾਰਾਂ ਦੀ ਸਿਰਜਣਾ ਵਿੱਚ ਸਰਗਰਮੀ ਨਾਲ ਯੋਗਦਾਨ ਪਾਉਣ ਲਈ ਜਵਾਬਦੇਹ ਹੁੰਦਾ ਹੈ।

* ਹਰ ਉੱਦਮੀ ਨੂੰ ਇਸ ਤੱਥ ਨੂੰ ਸਵੀਕਾਰ ਕਰਨਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਜੇ ਕੁਝ ਵੀ ਕਰਦੇ ਹਨ ਉਹ ਸਫਲ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ, ਅਤੇ ਇਹ ਸਿੱਖਣਾ ਕਿ ਇੱਕ ਸਿਹਤਮੰਦ ਤਰੀਕੇ ਨਾਲ ਝਟਕਿਆਂ ਨਾਲ ਕਿਵੇਂ ਨਜਿੱਠਣਾ ਹੈ, ਪ੍ਰਾਪਤੀਆਂ ਦੀ ਸ਼ਲਾਘਾ ਕਰਨ ਦੇ ਬਰਾਬਰ ਹੈ। ਇਹ ਵਿਸ਼ੇਸ਼ ਤੌਰ 'ਤੇ ਸੱਚ ਹੈ ਜਦੋਂ ਅਸਫਲਤਾ ਦੇ ਮੂਲ ਕਾਰਨਾਂ ਨੂੰ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਨ ਅਤੇ ਇਹ ਯਕੀਨੀ ਬਣਾਉਣ ਦੀ ਗੱਲ ਆਉਂਦੀ ਹੈ ਕਿ ਭਵਿੱਖ ਵਿੱਚ ਅਜਿਹੀਆਂ ਗਲਤੀਆਂ ਨਾ ਹੋਣ।

* ਲੀਡਰਸ਼ਿਪ ਨੂੰ ਇੱਕ ਸਿੰਗਲ, ਸਿੱਧੇ ਵਿਚਾਰ ਵਿੱਚ ਸੰਖੇਪ ਕਰਨਾ ਸੰਭਵ ਹੈ, ਜੋ ਕਿ ਦੂਜਿਆਂ ਲਈ ਇੱਕ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਉਦਾਹਰਣ ਵਜੋਂ ਸੇਵਾ ਕਰਨਾ ਲਾਭਦਾਇਕ ਹੈ। ਇਹ ਇੱਕ ਜ਼ਰੂਰੀ ਵਿਚਾਰ ਹੈ, ਖਾਸ ਤੌਰ 'ਤੇ ਇਹਨਾਂ ਮੁਸ਼ਕਲ ਆਰਥਿਕ ਸਮਿਆਂ ਵਿੱਚ, ਜਦੋਂ ਕਾਰੋਬਾਰਾਂ ਨੂੰ ਮੁਸ਼ਕਲਾਂ ਆ ਰਹੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਕਰਮਚਾਰੀ ਆਪਣੀਆਂ ਨੌਕਰੀਆਂ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਅਗਲੇ ਪੈਚੈਕ ਵਿੱਚ ਭੁਗਤਾਨ ਕੀਤੇ ਜਾਣ ਵਾਲੇ ਪੈਸੇ ਦੀ ਰਕਮ ਬਾਰੇ ਚਿੰਤਤ ਹਨ। ਜਦੋਂ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਅਨੁਮਾਨਿਤਤਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਅਤੇ ਇਹ ਜਾਣਨ ਦਾ ਕੋਈ ਤਰੀਕਾ ਨਹੀਂ ਹੁੰਦਾ ਕਿ ਭਵਿੱਖ ਕੀ ਰੱਖਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਰੱਖਣ ਦੀ ਜ਼ਰੂਰਤ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਕਿ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਹਿੱਤਾਂ, ਚੋਟੀ ਦੇ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੇ ਹਿੱਤਾਂ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਨੂੰ ਸਵੀਕਾਰ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇਗਾ ਅਤੇ ਸੁਰੱਖਿਅਤ ਕੀਤਾ ਜਾਵੇਗਾ।

* ਲੀਡਰਸ਼ਿਪ ਅਤੇ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਦੇ ਵੱਖੋ-ਵੱਖਰੇ ਪਰ ਸਲਾਹੁਣਯੋਗ ਵਿਚਾਰ ਹਨ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਨੂੰ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਨਾਲ ਉਲਝਣ ਵਿੱਚ ਨਹੀਂ ਪਾਇਆ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ, ਇਸ ਤੱਥ ਦੇ ਬਾਵਜੂਦ ਕਿ ਉਹ ਅਕਸਰ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਦੇ ਨਾਲ ਬਦਲਵੇਂ ਰੂਪ ਵਿੱਚ ਵਰਤੇ ਜਾਂਦੇ ਹਨ। ਨਿਯੰਤਰਣ

ਇੱਕ ਹੁਨਰ ਹੈ ਜੋ ਪ੍ਰਬੰਧਕੀ ਅਹੁਦਿਆਂ 'ਤੇ ਹੋਣ ਲਈ ਅਸਲ ਵਿੱਚ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ।

ਐੱਖੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ, ਲੋਕ ਹੱਲ ਦਾ ਹਿੱਸਾ ਬਣਨਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਕੁਰਬਾਨੀਆਂ ਦੇਣ ਲਈ ਤਿਆਰ ਹਨ ਜੇਕਰ ਉਹ ਮੰਨਦੇ ਹਨ ਕਿ ਕੁਰਬਾਨੀ ਸੰਸਥਾ ਦੇ ਸਿਖਰ ਤੋਂ ਆ ਰਹੀ ਹੈ।

ਸਵੈ-ਮੁਕਾਬਲਾ

ਅਜਿਹਾ ਕਿਉਂ ਹੈ ਕਿ ਕੁਝ ਉੱਦਮੀ ਜਿਨ੍ਹਾਂ ਕੋਲ ਪਹਿਲਾਂ ਦੀਆਂ ਪ੍ਰਾਪਤੀਆਂ ਹਨ, ਆਪਣੀ ਪੂੰਜੀ ਨੂੰ ਵਾਰ-ਵਾਰ ਜੋਖਮ ਵਿੱਚ ਪਾਉਂਦੇ ਹਨ? ਉਹ ਰਿਟਾਇਰ ਕਿਉਂ ਨਹੀਂ ਹੋ ਜਾਂਦੇ? ਇੱਕ ਸੰਭਾਵਨਾ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਇਹ ਉੱਦਮੀ ਸੰਸਾਰ ਜਾਂ ਇੱਕ ਦਿੱਤੇ ਖੇਤਰ ਜਾਂ ਸਪੇਸ ਵਿੱਚ ਸਭ ਤੋਂ ਉੱਤਮ ਬਣਨ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰ ਰਹੇ ਹਨ। ਇਕ ਹੋਰ ਸੰਭਾਵਨਾ ਇਹ ਹੈ ਕਿ ਉਹ ਆਪਣੇ ਪੁਰਾਣੇ ਲੋਕਾਂ ਨਾਲੋਂ ਬਿਹਤਰ ਬਣਨ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰ ਰਹੇ ਹਨ। ਸਵੈ-ਮੁਕਾਬਲਾ ਉਹ ਹੁੰਦਾ ਹੈ ਜਿੱਥੇ ਵਿਅਕਤੀ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਬਿਹਤਰ ਬਣਾਉਣ ਦੀ ਇੱਛਾ ਪੈਦਾ ਕਰਦੇ ਹਨ, ਜਾਂ ਇਸ ਦੀ ਬਜਾਏ, ਆਪਣੇ ਪੁਰਾਣੇ ਸਵੈ 'ਤੇ ਉੱਦਮਤਾ ਨੂੰ ਵਿਵਹਾਰ ਵਜੋਂ ਦੇਖਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਜੋ ਵਿਅਕਤੀ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਬਿਹਤਰ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਵਰਤਦੇ ਹਨ। ਇਹ ਵਿਚਾਰ ਇਹ ਵੀ ਮੰਨਦਾ ਹੈ ਕਿ ਵਿਅਕਤੀ ਆਪਣੇ ਨਿੱਜੀ ਸਰਵੋਤਮ ਦਾ ਧਿਆਨ ਰੱਖਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਆਪ ਦੀ ਤੁਲਨਾ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਪੁਰਾਣੇ ਸਰਵੋਤਮ ਨਾਲ ਕਰਨ ਦੀ ਸਮਰੱਥਾ ਰੱਖਦੇ ਹਨ।⁵⁰

* ਆਪਣੇ ਮੁੱਲਾਂ ਅਤੇ ਉਪਾਵਾਂ ਦੀ ਚੋਣ ਕਰਨ ਦਾ ਵਿਕਲਪ ਆਪਣੇ ਆਪ ਦੇ ਵਿਰੁੱਧ ਮੁਕਾਬਲਾ ਕਰਨ ਦਾ ਸਭ ਤੋਂ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਪਹਿਲੂ ਹੈ। ਕਿਸੇ ਵੀ ਸਥਿਤੀ ਵਿੱਚ, ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨਾਲ ਮੁਕਾਬਲਾ ਕਰਦੇ ਹੋ, ਤਾਂ ਤੁਸੀਂ ਦੂਜੇ ਲੋਕਾਂ ਦੇ ਮੁਕਾਬਲੇ ਅਤੇ ਕਦਰਾਂ-ਕੀਮਤਾਂ ਦੁਆਰਾ ਲੁਭਾਇਆ ਨਹੀਂ ਜਾਵੇਗੇ। ਅੱਗੇ ਵਧੋ, ਪਰ ਸਿਰਫ਼ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਕਾਰਕਾਂ ਦੇ ਆਧਾਰ 'ਤੇ ਆਪਣੇ ਆਪ ਦਾ ਨਿਰਣਾ ਕਰੋ।

ਸਵੈ-ਮੁਕਾਬਲੇ ਦੀ ਇੱਕ ਸਿਹਤਮੰਦ ਭਾਵਨਾ ਦਾ ਰਾਹ

1. ਆਪਣੇ ਲਈ ਵੱਡੇ, ਦਿਲਚਸਪ ਟੀਚੇ ਬਣਾਓ। **SMART** ਟੀਚੇ, ਜੋ ਕਿ ਖਾਸ, ਮਾਪਣਯੋਗ, ਪ੍ਰਾਪਤੀਯੋਗ, ਢੁਕਵੇਂ ਅਤੇ ਸਮੇਂ ਸਿਰ ਹੁੰਦੇ ਹਨ, ਨੂੰ ਪਰੇਸ਼ਾਨੀ ਦਾ ਸਰੋਤ ਨਹੀਂ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

2. ਆਪਣੇ ਮੁੱਲ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰੋ। ਸਵੈ-ਲੇਖਕਤਾ ਇੱਕ ਧਾਰਨਾ ਹੈ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਸਿਧਾਂਤਾਂ ਦੇ ਅਧਾਰ ਤੇ ਫੈਸਲੇ ਲੈ ਸਕਦੇ ਹੋ।

3. ਵਿਕਾਸ ਦੀ ਮਾਨਸਿਕਤਾ ਅਪਣਾਓ।

* ਪ੍ਰਤੀਯੋਗੀ ਹੋਣਾ ਤੁਹਾਨੂੰ ਪਹਿਲਾਂ ਦੀਆਂ ਸਫਲਤਾਵਾਂ ਨਾਲ ਸੰਤੁਸ਼ਟ ਜਾਂ ਸੰਤੁਸ਼ਟ ਹੋਣ ਤੋਂ ਰੋਕਦਾ ਹੈ। ਅਸੀਂ ਸੁਧਾਰ ਜਾਰੀ ਰੱਖਣ ਲਈ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਹੁੰਦੇ ਹੋਏ ਆਪਣੀਆਂ ਪ੍ਰਾਪਤੀਆਂ ਤੋਂ ਖੁਸ਼ ਮਹਿਸੂਸ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਾਂ। ਜੇ ਅਸੀਂ ਪਿਛਲੀ ਅਸਫਲਤਾ ਨੂੰ ਪ੍ਰੇਰਨਾ ਵਜੋਂ ਵਰਤ ਸਕਦੇ ਹਾਂ ਤਾਂ ਅੱਗੇ ਵਧਣਾ ਆਸਾਨ ਹੈ। ਸਪਸ਼ਟਤਾ ਪੈਦਾ ਹੋਵੇਗੀ।

* ਕੀ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ ਉਹ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਹੈ, ਨਾਲ ਹੀ ਜੇ ਤੁਸੀਂ ਦੂਜਿਆਂ ਦੀ ਬਜਾਏ ਆਪਣੇ ਲਈ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਿਤ ਕਰਦੇ ਹੋ। ਇਹ ਲਾਭਦਾਇਕ ਵੀ ਹੈ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਤੁਹਾਨੂੰ ਮੁੜ ਪਰਿਭਾਸ਼ਿਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ ਕਿ ਸਫਲਤਾ ਕੀ ਹੈ: ਇਹ ਇੱਕ ਨਵਾਂ ਹੁਨਰ ਹਾਸਲ ਕਰਨ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਲਗਾਤਾਰ ਵਧਣ ਦਾ ਪ੍ਰਤੀਕ ਬਣ ਜਾਂਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਬਾਰੇ ਸ਼ੇਖੀ ਮਾਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਨਹੀਂ ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਪੂਰਾ ਹੋ ਰਿਹਾ ਹੈ।

* ਨਿਯਮਿਤ ਤੌਰ 'ਤੇ ਦੂਜਿਆਂ ਨਾਲ ਮੁਕਾਬਲਾ ਕਰਨ ਦੁਆਰਾ, ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਲਗਾਤਾਰ ਦੂਜਿਆਂ ਨਾਲ ਤੁਲਨਾ ਕਰਨ ਲਈ ਸਿਖਲਾਈ ਦਿੰਦੇ ਹੋ, ਖਾਸ ਤੌਰ 'ਤੇ ਜਿਹੜੇ ਤੁਹਾਡੇ ਨਾਲੋਂ ਬਿਹਤਰ ਹਨ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਤੁਸੀਂ ਮਹਿਸੂਸ ਕਰਦੇ ਹੋ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਕਦੇ ਵੀ ਚੰਗੇ ਨਹੀਂ ਹੋ, ਜੇ ਤੁਹਾਡੇ ਜੀਵਨ ਵਿੱਚ ਤੁਹਾਡੇ ਸਾਰੇ ਉਤਸ਼ਾਹ ਨੂੰ ਕੱਢ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਦੂਜਿਆਂ ਨਾਲ ਆਪਣੇ ਆਪ ਦੀ ਤੁਲਨਾ ਕਰਨਾ ਤੁਹਾਡੇ ਕੋਲ ਜੇ ਵੀ ਹੈ ਉਸ ਦੀ ਕਦਰ ਕਰਨਾ ਮੁਸ਼ਕਲ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ।

* ਆਪਣੇ ਆਪ ਦੇ ਵਿਰੁੱਧ ਮੁਕਾਬਲਾ ਕਰਨ ਵਿੱਚ, ਤੁਸੀਂ ਦੂਜੇ ਲੋਕਾਂ ਦੇ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਮਾਪਕਾਂ ਨੂੰ ਨਜ਼ਰਅੰਦਾਜ਼ ਕਰਦੇ ਹੋ। ਹਾਲਾਂਕਿ ਕੁਝ ਲੋਕ ਸੋਚ ਸਕਦੇ ਹਨ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਪਾਗਲ ਹੋ

ਜਾਂ ਆਪਣਾ ਸਮਾਂ ਬਰਬਾਦ ਕਰ ਰਹੇ ਹੋ, ਇਹ ਤੁਹਾਡੇ ਲਈ ਮਾਇਨੇ ਨਹੀਂ ਰੱਖਦਾ ਕਿਉਂਕਿ ਤੁਸੀਂ ਇਸ ਗੱਲ ਦੇ ਪਾਬੰਦ ਨਹੀਂ ਹੋ ਕਿ ਦੂਸਰੇ ਤੁਹਾਡੇ ਬਾਰੇ ਕੀ ਸੋਚਦੇ ਹਨ। ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਜਵਾਬ ਦੇਣ ਦੀ ਲੋੜ ਨਹੀਂ ਹੈ।

* ਇਸ ਸਮੇਂ ਆਪਣੀ ਤੁਲਨਾ ਆਪਣੇ ਦੇਸਤ, ਸਹਿਕਰਮੀ, ਗੁਆਂਢੀ ਜਾਂ ਜੀਵਨ ਸਾਥੀ ਨਾਲ ਕਰਨਾ ਬੰਦ ਕਰੋ। ਆਪਣੇ ਆਪ ਦੀ ਦੂਜਿਆਂ ਨਾਲ ਤੁਲਨਾ ਕਰਨਾ ਇਕਾਗਰਤਾ ਗੁਆਉਣ ਅਤੇ ਤੁਸੀਂ ਜੋ ਕਰਨ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰ ਰਹੇ ਹੋ ਉਸ ਤੋਂ ਦੂਰ ਜਾਣ ਦਾ ਸਭ ਤੋਂ ਤੇਜ਼ ਤਰੀਕਾ ਹੈ। ਆਪਣੇ ਉਦੇਸ਼ਾਂ 'ਤੇ ਲੇਜ਼ਰ-ਕੇਂਦ੍ਰਿਤ ਬਣਨਾ ਅਤੇ ਤੁਹਾਡੇ ਲਈ ਸਫਲਤਾ ਦਾ ਕੀ ਅਰਥ ਹੈ, ਇੱਕ ਮਨੁੱਖ ਵਜੋਂ, ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਚੀਜ਼ ਹੈ ਜੋ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਲਈ ਅਤੇ ਨਾਲ ਹੀ ਸੰਸਾਰ ਲਈ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ।

* ਦੂਜਿਆਂ ਨਾਲ ਮੁਕਾਬਲਾ ਕਰਦੇ ਹੋਏ, ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਹਮੇਸ਼ਾ ਦੂਜਿਆਂ ਨਾਲ ਤੁਲਨਾ ਕਰਨ ਲਈ ਸਿਖਾਉਂਦੇ ਹੋ, ਖਾਸ ਤੌਰ 'ਤੇ ਉਨ੍ਹਾਂ ਨਾਲ ਜੋ ਤੁਹਾਡੇ ਨਾਲੋਂ ਬਿਹਤਰ ਹਨ। ਨਤੀਜੇ ਵਜੋਂ, ਤੁਸੀਂ ਮਹਿਸੂਸ ਕਰਦੇ ਹੋ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਕਦੇ ਵੀ ਚੰਗੇ ਨਹੀਂ ਹੋ, ਜੋ ਤੁਹਾਡੀ ਸਾਰੀ ਖੁਸ਼ੀ ਖੋਹ ਲੈਂਦਾ ਹੈ।

ਤੁਹਾਡੇ ਕੋਲ ਇਹ ਸਭ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਦਾ, ਅਤੇ ਜੇਕਰ ਤੁਸੀਂ ਅਜਿਹਾ ਕਰਦੇ ਹੋ, ਤਾਂ ਇਹ ਤੁਹਾਨੂੰ ਦੁਖੀ ਬਣਾ ਦੇਵੇਗਾ। ਭਾਵੇਂ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਨਹੀਂ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ, ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰਨ ਦਾ ਕੰਮ ਤੁਹਾਨੂੰ ਖੁਸ਼ ਕਰਦਾ ਹੈ।

ਗਾਹਕ ਓਰੀਐਂਟੇਸ਼ਨ

ਗਾਹਕ ਸਥਿਤੀ ਇੱਕ ਵਪਾਰਕ ਪਹੁੰਚ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਕੰਪਨੀ ਪਹਿਲਾਂ ਗਾਹਕ ਲਈ ਹੱਲ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਸਭ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਟੀਚਿਆਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਨ 'ਤੇ ਧਿਆਨ ਕੇਂਦਰਿਤ ਕਰਨ ਬਾਰੇ ਹੈ। ਜ਼ਰੂਰੀ ਤੌਰ 'ਤੇ, ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਅਤੇ

ਇੱਛਾਵਾਂ ਨੂੰ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਨਾਲੋਂ ਮਹੱਤਵ ਦਿੱਤਾ ਗਿਆ ਹੈ। ਗਾਹਕ ਸੇਵਾ ਲਈ, ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਤੁਹਾਡੀ ਸਹਾਇਤਾ ਟੀਮ ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰਾ ਕਰਨ 'ਤੇ ਕੇਂਦ੍ਰਿਤ ਹੈ।⁵¹

* ਗਾਹਕ-ਮੁਖੀ ਪਹੁੰਚ ਕਿਵੇਂ ਅਪਣਾਈਏ

1. ਢੁਕਵੇਂ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਦੀ ਭਰਤੀ ਕਰੋ:

ਤੁਹਾਡੇ ਦੁਆਰਾ ਨਿਯੁਕਤ ਕੀਤੇ ਗਏ ਲੋਕ ਤੁਹਾਡੀ ਗਾਹਕ ਸੇਵਾ ਟੀਮ ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਲਈ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹਨ। ਉਹਨਾਂ ਯੋਗਤਾਵਾਂ ਲਈ ਭਰਤੀ ਕਰਨ ਦੀ ਬਜਾਏ ਜੋ ਸਿਖਾਈਆਂ ਜਾ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ, ਰਵੱਈਏ ਅਤੇ ਦੇਸਤੀ ਲਈ ਕੰਮ ਕਰੋ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਹਮਦਰਦੀ ਵਾਲੇ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਦੀ ਭਾਲ ਕਰੋ ਜੋ ਸਮੱਸਿਆ-ਹੱਲ ਕਰਨ ਦੇ ਸਮਰੱਥ ਹਨ। ਗਾਹਕ ਦੇਖਭਾਲ ਟੀਮ ਲਈ ਢੁਕਵੇਂ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਨੂੰ ਲੱਭਣਾ ਇਸ ਨੂੰ ਬਣਾ ਜਾਂ ਨਸ਼ਟ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।

2. ਆਪਣੇ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਦੀ ਪ੍ਰਸ਼ੰਸਾ ਕਰੋ:

ਗਾਹਕ ਸੇਵਾ ਅਕਸਰ ਇੱਕ ਬੇਸ਼ੁਮਾਰ ਕੰਮ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਹਾਲਾਂਕਿ, ਅਜਿਹਾ ਨਹੀਂ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ। ਆਪਣੇ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਨਾਲ ਚੰਗਾ ਸਲੂਕ ਕਰਨ ਦੀ ਮਹੱਤਤਾ ਨੂੰ ਕਦੇ ਵੀ ਨਜ਼ਰਅੰਦਾਜ਼ ਨਾ ਕਰੋ। ਜੇ ਉਹ ਆਪਣੇ ਕੰਮ ਦੇ ਦਿਨ ਦਾ ਆਨੰਦ ਲੈਂਦੇ ਹਨ, ਤਾਂ ਇਹ ਉਹਨਾਂ ਲਈ ਗਾਹਕਾਂ 'ਤੇ ਧਿਆਨ ਕੇਂਦਰਿਤ ਕਰਨਾ ਆਸਾਨ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ।

3. ਸ਼ਾਨਦਾਰ ਸਿਖਲਾਈ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰੋ:

ਤੁਹਾਡੇ ਪੂਰੇ ਕਰਮਚਾਰੀ ਨੂੰ ਗਾਹਕ-ਪਹਿਲੀ ਮਾਨਸਿਕਤਾ ਵਿੱਚ ਸਿਖਲਾਈ ਦਿੱਤੀ ਜਾਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਗਾਹਕ ਸੇਵਾ ਸਿਖਲਾਈ ਨੂੰ ਉਤਪਾਦ ਗਿਆਨ, ਸਮੱਸਿਆ ਨਿਪਟਾਰਾ, ਅਤੇ ਗਾਹਕ ਦੇਖਭਾਲ 'ਤੇ ਜ਼ੋਰ ਦੇਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

4. ਇੱਕ ਚੰਗੀ ਮਿਸਾਲ ਕਾਇਮ ਕਰੋ:

ਸਮੁੱਚੀ ਲੀਡਰਸ਼ਿਪ ਅਤੇ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਟੀਮ ਨੂੰ ਪੂਰੇ ਦਿਲ ਨਾਲ ਗਾਹਕ-ਕੇਂਦ੍ਰਿਤ ਰਣਨੀਤੀ

ਅਪਣਾਉਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਜੇਕਰ ਉਹ ਅਜਿਹਾ ਨਹੀਂ ਕਰਦੇ, ਤਾਂ ਤੁਹਾਡੀ ਟੀਮ ਵਿੱਚ ਇਸ ਪਹੁੰਚ ਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨ ਲਈ ਲੋੜੀਂਦੇ ਭਰੋਸੇ ਦੀ ਘਾਟ ਹੋਵੇਗੀ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਤੁਸੀਂ ਗਾਹਕ ਦੇ ਮੁੱਦੇ ਨੂੰ ਹੱਲ ਕਰਨ ਲਈ ਸਟਾਫ ਨੂੰ ਜੁਰਮਾਨਾ ਨਹੀਂ ਦੇ ਸਕਦੇ ਹੋ। ਇਸਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਿ ਤੁਹਾਡੀ ਕਾਰਪੋਰੇਟ ਸੰਸਕ੍ਰਿਤੀ ਤੁਹਾਡੇ ਦੱਸੇ ਆਦਰਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ। ਉਦਾਹਰਨ ਲਈ, ਉਤਪਾਦ ਸਿਫ਼ਾਰਸ਼ਾਂ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨ ਲਈ ਸਹਾਇਤਾ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਜੁਰਮਾਨਾ ਨਹੀਂ ਕੀਤਾ ਜਾਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

5. ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਪਛਾਣੋ:

ਤੁਹਾਡੇ ਗਾਹਕ ਨੂੰ ਸਮਝਣਾ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੈ। ਗਾਹਕ ਸੇਵਾ ਲਈ, ਅਸੰਤੁਸ਼ਟ ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਹਮਦਰਦੀ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ। ਉਨ੍ਹਾਂ ਵੱਲ ਧਿਆਨ ਦਿਓ। ਤੁਹਾਡੇ ਗਾਹਕ ਸਹਾਇਤਾ ਅਮਲੇ ਨੂੰ ਤੁਹਾਡੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆਂ ਮੰਗਾਂ ਨੂੰ ਪੂਰੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਸਮਝਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

6. ਆਪਣੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਨੂੰ ਦੁਹਰਾਉਣਾ ਜਾਰੀ ਰੱਖੋ:

ਇਹ ਗੱਲ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖੋ ਕਿ ਤੁਹਾਡੇ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਲਗਾਤਾਰ ਬਦਲਦੀਆਂ ਰਹਿੰਦੀਆਂ ਹਨ ਅਤੇ ਸਮੇਂ ਦੌਰਾਨ ਵਿਕਸਤ ਹੁੰਦੀਆਂ ਰਹਿੰਦੀਆਂ ਹਨ। ਤੁਹਾਡੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦਾ ਵਿਕਾਸ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਨਾਲ ਲਾਕਸਟੈਪ ਵਿੱਚ ਬਦਲਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਗਾਹਕ-ਕੇਂਦ੍ਰਿਤ ਪਹੁੰਚ ਦੇ ਨਾਲ, ਤੁਹਾਡੀ ਫਰਮ ਨੂੰ ਹਮੇਸ਼ਾਂ ਵਿਕਾਸਸ਼ੀਲ ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਦੀ ਉਮੀਦ ਕਰਨ ਅਤੇ ਅਨੁਕੂਲਿਤ ਕਰਨ 'ਤੇ ਕੇਂਦ੍ਰਿਤ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ।

7. ਆਪਣੇ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਨੂੰ ਸ਼ਕਤੀ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰੋ:

ਤੁਹਾਡੀ ਗਾਹਕ ਸੇਵਾ ਟੀਮ ਨੂੰ ਜ਼ਿਆਦਾਤਰ ਗਾਹਕ ਮੁੱਦਿਆਂ ਨੂੰ ਹੱਲ ਕਰਨ ਲਈ ਸ਼ਕਤੀ ਦਿੱਤੀ ਜਾਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ। ਇਸ ਤੋਂ ਇਲਾਵਾ, ਤੁਹਾਡੇ ਸਹਾਇਤਾ ਕਰਮਚਾਰੀਆਂ ਕੋਲ ਪ੍ਰਬੰਧਨ ਤਬਦੀਲੀਆਂ ਦਾ ਸੁਝਾਅ ਦੇਣ ਦਾ ਅਧਿਕਾਰ ਹੋਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ ਜੋ ਲੰਬੇ ਸਮੇਂ ਵਿੱਚ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਲਾਭ ਪਹੁੰਚਾਉਣਗੇ।

8. ਫੀਡਬੈਕ ਮੰਗੋ:

ਕਿਉਂਕਿ ਖਪਤਕਾਰਾਂ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਲਗਾਤਾਰ ਬਦਲ ਰਹੀਆਂ ਹਨ, ਤੁਹਾਨੂੰ ਆਪਣੇ

ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਉਹਨਾਂ ਦੀਆਂ ਲੋੜਾਂ ਅਤੇ ਇੱਛਾਵਾਂ ਬਾਰੇ ਸੰਚਾਰ ਕਰਨ ਦੀ ਲੋੜ ਪਵੇਗੀ। ਅਜਿਹਾ ਕਰਨ ਲਈ ਗਾਹਕ ਸਹਾਇਤਾ ਵਿਲੱਖਣ ਤੌਰ 'ਤੇ ਯੋਗ ਹੈ। ਤੁਹਾਡੇ ਗਾਹਕ ਦੇਖਭਾਲ ਕਰਮਚਾਰੀ ਉਹਨਾਂ ਮੁੱਦਿਆਂ ਤੋਂ ਜਾਣੂ ਹੋਣਗੇ ਜੋ ਗਾਹਕਾਂ ਨੂੰ ਸ਼ਿਕਾਇਤ ਕਰਨ ਦਾ ਕਾਰਨ ਬਣ ਰਹੇ ਹਨ ਅਤੇ ਕਿਹੜੇ ਸੁਧਾਰ ਕੀਤੇ ਜਾ ਸਕਦੇ ਹਨ।

ਤੁਹਾਨੂੰ ਆਪਣੀ ਵਿਚਾਰਧਾਰਾ ਦਾ ਪਾਲਣ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ, ਇਸ ਨੂੰ ਸਿਖਾਉਣਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ, ਅਤੇ ਇਸਦਾ ਅਭਿਆਸ ਕਰਨਾ ਚਾਹੀਦਾ ਹੈ। ਇੱਕ ਗਾਹਕ-ਕੇਂਦਰਿਤ ਪਹੁੰਚ ਤਾਂ ਹੀ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਹੁੰਦੀ ਹੈ ਜੇਕਰ ਤੁਸੀਂ ਗੱਲ ਕਰਦੇ ਹੋ। ਗਾਹਕ ਸੇਵਾ ਵਿੱਚ, ਤੁਸੀਂ ਗਾਹਕ ਦੀਆਂ ਸ਼ਿਕਾਇਤਾਂ ਦਾ ਤੁਰੰਤ ਅਤੇ ਪੇਸ਼ੇਵਰ ਤੌਰ 'ਤੇ ਜਵਾਬ ਦੇ ਕੇ ਗਾਹਕ-ਅਧਾਰਿਤ ਰਵੱਈਏ ਦਾ ਪ੍ਰਦਰਸ਼ਨ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ। ਤੁਸੀਂ ਗਾਹਕਾਂ ਦੀ ਸਹਾਇਤਾ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਮੁੱਦਿਆਂ ਨੂੰ ਹੱਲ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ ਭਾਵੇਂ ਇਹ ਤੁਹਾਡੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਲਈ ਸਿੱਧੇ ਤੌਰ 'ਤੇ ਲਾਭਦਾਇਕ ਨਾ ਹੋਵੇ।

ਨੈੱਟਵਰਕ ਕਰਨ ਦੀ ਯੋਗਤਾ

ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਨੈੱਟਵਰਕਿੰਗ ਜਾਣਕਾਰੀ ਦਾ ਆਦਾਨ-ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰਨ, ਨਵੇਂ ਪੇਸ਼ੇਵਰ ਸੰਪਰਕ ਬਣਾਉਣ ਅਤੇ ਮਦਦਗਾਰ ਰਿਸ਼ਤੇ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਦੂਜਿਆਂ ਨੂੰ ਮਿਲਣ ਦੀ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ ਹੈ। ਇਹ ਰਿਸ਼ਤੇ ਉਦੋਂ ਲਾਭਦਾਇਕ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਨਵੀਂ ਨੌਕਰੀ ਲੱਭ ਰਹੇ ਹੋ, ਆਪਣੇ ਹੁਨਰ ਨੂੰ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰਨ ਲਈ, ਜਾਂ ਆਪਣੇ ਉਦਯੋਗ ਦੇ ਗਿਆਨ ਨੂੰ ਵਧਾਉਣ ਲਈ। ਤੁਸੀਂ ਕਿਸੇ ਅਜਿਹੇ ਵਿਅਕਤੀ ਨਾਲ ਜੁੜ ਸਕਦੇ ਹੋ ਜੋ ਉਸੇ ਖੇਤਰ ਜਾਂ ਕੰਪਨੀ ਵਿੱਚ ਕੰਮ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜਿਸ ਵਿੱਚ ਤੁਹਾਡੀ ਦਿਲਚਸਪੀ ਹੈ, ਜਾਂ ਜੋ ਤੁਹਾਨੂੰ ਭਵਿੱਖ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਹਵਾਲਾ ਜਾਂ ਕਲਾਇੰਟ ਪ੍ਰਦਾਨ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਪੇਸ਼ੇਵਰ ਤੌਰ 'ਤੇ ਨੈੱਟਵਰਕ ਕਿਵੇਂ ਕਰਨਾ ਹੈ, ਇਹ ਜਾਣਨਾ ਤੁਹਾਡੇ ਲਈ ਕੀਮਤੀ ਕੁਨੈਕਸ਼ਨ ਬਣਾਉਣਾ ਸੌਖਾ ਅਤੇ ਤੇਜ਼ ਬਣਾ ਦੇਵੇਗਾ।⁵²

* ਜਾਣਕਾਰੀ ਅਤੇ ਸੇਵਾਵਾਂ ਨੂੰ ਸਾਂਝਾ ਕਰਨ ਲਈ ਸਾਂਝੇ ਹਿੱਤਾਂ ਵਾਲੇ ਵਿਅਕਤੀਆਂ ਅਤੇ ਸਮੂਹਾਂ ਦਾ ਇੱਕ ਨੈੱਟਵਰਕ ਬਣਾਉਣਾ ਸਾਰੇ ਸਫਲ ਉੱਦਮੀਆਂ ਦਾ ਇੱਕ ਜ਼ਰੂਰੀ ਗੁਣ ਹੈ।

ਲੋਕ ਸਭ ਤੋਂ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਸੰਪੱਤੀ ਹਨ ਕਿਉਂਕਿ ਕਿਸੇ ਦੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਨਾਲ ਜੁੜੇ ਲੋਕਾਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧਾਂ ਦੀ ਵਧੀਆ ਗੁਣਵੱਤਾ ਤੋਂ ਬਿਨਾਂ ਕੋਈ ਤਰੱਕੀ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਦੀ। ਇੱਕ ਸਹੀ ਸਹਾਇਤਾ ਪ੍ਰਣਾਲੀ ਤੋਂ ਬਿਨਾਂ, ਕੋਈ ਵਿਅਕਤੀ ਵਪਾਰ ਵਿੱਚ ਸਫਲ ਨਹੀਂ ਹੋ ਸਕਦਾ, ਚਾਹੇ ਉਸ ਕੋਲ ਕਿੰਨਾ ਵੀ ਗਿਆਨ ਅਤੇ ਮੁਹਾਰਤ ਹੋਵੇ।

* ਨਵੇਂ ਮੌਕਿਆਂ ਦੀ ਖੋਜ ਕਰਨਾ, ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਰਹਿਣਾ, ਕਿਸੇ ਦੇ ਵਿਚਾਰਾਂ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਨਾ, ਅਤੇ ਸਭ ਤੋਂ ਵਧੀਆ ਫੀਡਬੈਕ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ ਨੈੱਟਵਰਕਿੰਗ ਦੁਆਰਾ ਸੰਭਵ ਹੈ। ਨੈੱਟਵਰਕਿੰਗ ਕਿਸੇ ਨੂੰ ਭਾਈਵਾਲਾਂ ਨੂੰ ਲੱਭਣ, ਸੰਭਾਵੀ ਗਾਹਕਾਂ ਨਾਲ ਜੁੜਨ, ਨਿਵੇਸ਼ਕਾਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧ ਸਥਾਪਤ ਕਰਨ, ਅਤੇ ਸਮੁੱਚੀ ਭਾਈਚਾਰਕ ਸਹਾਇਤਾ ਬਣਾਉਣ ਦੀ ਆਗਿਆ ਦਿੰਦੀ ਹੈ।

* ਕਿਸੇ ਨਵੇਂ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਮਿਲਣਾ

- ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਕਿਸੇ ਨਵੇਂ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਮਿਲੋ, ਤਾਂ ਬੇਨਤੀ ਨਾ ਕਰੋ ਕਿ ਉਹ ਤੁਹਾਡੇ ਲਈ ਕੋਈ ਸੇਵਾ ਕਰਨ। ਜੇਕਰ ਤੁਸੀਂ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਮਦਦ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ, ਤਾਂ ਆਪਣੀਆਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਦੀ ਪੇਸ਼ਕਸ਼ ਕਰੋ।

- ਕਿਸੇ ਨਵੇਂ ਵਿਅਕਤੀ ਨੂੰ ਮਿਲਣ ਤੋਂ ਬਾਅਦ, ਆਪਣੀ ਗੱਲਬਾਤ ਨੂੰ ਸੰਖੇਪ ਅਤੇ ਬਿੰਦੂ ਤੱਕ ਰੱਖੋ। ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਨਾਲ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ "ਹੈਂਡ ਆਊਟ" ਨਾ ਕਰੋ ਜਾਂ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਆਲੇ ਦੁਆਲੇ ਉਹਨਾਂ ਦਾ ਪਾਲਣ ਨਾ ਕਰੋ। ਅਜਿਹਾ ਵਿਵਹਾਰ ਇੱਕ ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਪ੍ਰਭਾਵ ਅਤੇ ਇੱਥੋਂ ਤੱਕ ਕਿ ਚਿੜਚਿੜਾ ਵੀ ਬਣਾ ਸਕਦਾ ਹੈ।

- ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਨਿੱਜੀ ਪੁੱਛਗਿੱਛਾਂ ਪੁੱਛਣ ਜਾਂ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਚੁਟਕਲੇ ਸੁਣਨ ਤੋਂ ਬਚੋ। ਇੱਕ ਪੇਸ਼ੇਵਰ ਵਿਵਹਾਰ ਨੂੰ ਬਣਾਈ ਰੱਖੋ ਅਤੇ ਤਾਲਮੇਲ ਦੇ ਵਿਕਾਸ ਦੀ ਆਗਿਆ ਦਿਓ।

- ਅਪਮਾਨਜਨਕ ਭਾਸ਼ਾ (ਜਿਵੇਂ ਕਿ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ) ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨ ਤੋਂ ਬਚੋ। ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਭਾਸ਼ਾ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕੀਤੀ ਜਾਣੀ ਚਾਹੀਦੀ ਹੈ (ਅਰਥਾਤ, ਚੁਣੌਤੀਆਂ)।

- ਜੇਕਰ ਕੋਈ ਤੁਹਾਡੀ ਇਕਾਗਰਤਾ ਵਿਚ ਵਿਘਨ ਪਾਉਂਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਉਸ ਨੂੰ ਨਜ਼ਰਅੰਦਾਜ਼

ਨਾ ਕਰੇ। ਉਹਨਾਂ ਨਾਲ ਅੱਖਾਂ ਦਾ ਸੰਪਰਕ ਮੁੜ ਸਥਾਪਿਤ ਕਰੇ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਆਪਣੀ ਗੱਲਬਾਤ ਵਿੱਚ ਸ਼ਾਮਲ ਕਰੇ।

- ਨਾ ਉੱਠੋ ਅਤੇ ਵਾਕ ਦੇ ਅੱਧ ਵਿੱਚ ਗੱਲਬਾਤ ਛੱਡੋ। ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਸਮੇਂ ਲਈ ਉਹਨਾਂ ਦਾ ਧੰਨਵਾਦ ਕਰੋ ਅਤੇ ਕਿਰਪਾ ਕਰਕੇ ਆਪਣੇ ਆਪ ਨੂੰ ਮੁਆਫ਼ ਕਰੋ।

- ਸਰੀਰਕ ਭਾਸ਼ਾ, ਜਦੋਂ ਸਹੀ ਢੰਗ ਨਾਲ ਵਰਤੀ ਜਾਂਦੀ ਹੈ, ਤਾਂ ਤੁਹਾਨੂੰ ਵਧੇਰੇ ਸਫਲਤਾ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਮਿਲ ਸਕਦੀ ਹੈ। ਇਹ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਵਪਾਰਕ ਸਬੰਧਾਂ ਨੂੰ ਵਿਕਸਤ ਕਰਨ, ਤੁਹਾਨੂੰ ਰਿਪੋਰਟ ਕਰਨ ਵਾਲਿਆਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਅਤੇ ਪ੍ਰੇਰਿਤ ਕਰਨ, ਉਤਪਾਦਕਤਾ ਵਧਾਉਣ, ਟੀਮ ਦੇ ਮੈਂਬਰਾਂ ਨਾਲ ਸਬੰਧ ਬਣਾਉਣ, ਅਤੇ ਤੁਹਾਡੇ ਵਿਚਾਰਾਂ ਨੂੰ ਬਿਹਤਰ ਢੰਗ ਨਾਲ ਪੇਸ਼ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਤੁਹਾਡੀ ਮਦਦ ਕਰ ਸਕਦਾ ਹੈ।

- ਇਹ ਨਹੀਂ ਹੈ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਕੀ ਕਹਿੰਦੇ ਹੋ, ਪਰ ਤੁਸੀਂ ਇਸਨੂੰ ਕਿਵੇਂ ਕਹਿੰਦੇ ਹੋ, ਇਹ ਤੁਹਾਡੀ ਆਵਾਜ਼ ਦਾ ਟੋਨ ਨਿਰਧਾਰਤ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਇਸ ਵਿੱਚ ਨਾ ਸਿਰਫ਼ ਤੁਹਾਡੇ ਵੱਲੋਂ ਚੁਣੇ ਗਏ ਸ਼ਬਦ, ਸਗੋਂ ਉਹਨਾਂ ਦੀ ਪਲੇਸਮੈਂਟ, ਲੈਅ ਅਤੇ ਟੈਂਪੋ ਵੀ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ। ਵਪਾਰ ਅਤੇ ਮਾਰਕੀਟਿੰਗ ਦੇ ਸੰਸਾਰ ਵਿੱਚ, ਵਾਕਾਂਸ਼ 'ਆਵਾਜ਼ ਦੀ ਧੁਨ' ਲਿਖਤੀ - ਬੇਲੇ ਜਾਣ ਦੀ ਬਜਾਏ - ਸ਼ਬਦਾਂ ਨੂੰ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ, ਜੋ ਕਿ ਥੋੜਾ ਗੁੰਮਰਾਹਕੁੰਨ ਹੈ।

* ਹਾਲਾਂਕਿ ਮਜ਼ਬੂਤ ਅੱਖਾਂ ਦੇ ਸੰਪਰਕ ਨੂੰ ਬਣਾਈ ਰੱਖਣਾ ਕੁਸ਼ਲ ਸੰਚਾਰ ਲਈ ਇੱਕ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਹੁਨਰ ਹੈ, ਜ਼ਿਆਦਾਤਰ ਲੋਕ ਕੰਮ ਵਾਲੀ ਥਾਂ ਅਤੇ ਇਸ ਤੋਂ ਬਾਹਰ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਫਰਕ ਲਿਆਉਣ ਲਈ ਇਸਦੀ ਸ਼ਕਤੀ ਨੂੰ ਘੱਟ ਸਮਝਦੇ ਹਨ। ਜਿਸ ਵਿਅਕਤੀ ਨਾਲ ਤੁਸੀਂ ਗੱਲ ਕਰ ਰਹੇ ਹੋ, ਉਸ ਨਾਲ ਅੱਖਾਂ ਦਾ ਸੰਪਰਕ ਬਣਾਈ ਰੱਖਣਾ ਦਰਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਉਹਨਾਂ ਵਿੱਚ ਦਿਲਚਸਪੀ ਰੱਖਦੇ ਹੋ ਅਤੇ ਤੁਸੀਂ ਧਿਆਨ ਦੇ ਰਹੇ ਹੋ।

* ਦੂਜਿਆਂ ਨੂੰ ਚੰਗੀ ਤਰ੍ਹਾਂ ਸੁਣਨਾ ਇੱਕ ਹੁਨਰ ਹੈ ਜੋ ਜਾਣਬੁੱਝ ਕੇ ਅਭਿਆਸ ਨਾਲ ਵਿਕਸਤ ਕੀਤਾ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਤੁਸੀਂ ਦੂਜਿਆਂ ਦੀ ਗੱਲ ਸੁਣਦੇ ਹੋ, ਤਾਂ ਗੱਲ ਕਰਨ ਵਾਲੇ ਵਿਅਕਤੀ ਲਈ ਕੁਦਰਤੀ ਸਤਿਕਾਰ ਹੁੰਦਾ ਹੈ। ਇਹ ਆਦਰ ਆਖਰਕਾਰ ਆਪਸੀ

ਬਣ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਚੰਗੇ ਰਿਸ਼ਤੇ ਬਣਾਉਣ ਲਈ ਕੰਮ ਕਰਦਾ ਹੈ ਜੋ ਆਪਸੀ ਸਮਝ 'ਤੇ ਅਧਾਰਤ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਬਹੁਤ ਸਾਰੀਆਂ ਗਲਤ ਸੰਚਾਰਾਂ ਤੋਂ ਬਚਿਆ ਜਾ ਸਕਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਦੂਜਿਆਂ ਨੂੰ ਆਦਰ ਨਾਲ ਸੁਣਨ ਨਾਲ ਬਿਹਤਰ ਨੈੱਟਵਰਕਿੰਗ ਨਤੀਜੇ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕੀਤੇ ਜਾ ਸਕਦੇ ਹਨ।

* ਇੰਟੀਮੇਟ ਸਪੇਸ, ਪਰਸਨਲ ਸਪੇਸ, ਸੋਸ਼ਲ ਸਪੇਸ ਅਤੇ ਪਬਲਿਕ ਸਪੇਸ ਵਿਚਲੇ ਫਰਕ ਤੋਂ ਸੁਚੇਤ ਰਹੋ। ਦੂਜਿਆਂ ਨਾਲ ਨੈੱਟਵਰਕਿੰਗ ਕਰਦੇ ਸਮੇਂ, ਗੂੜ੍ਹੇ ਸਥਾਨ ਤੋਂ ਬਚਣ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰੋ ਅਤੇ ਨਿੱਜੀ ਥਾਂ ਦੇ ਅੰਦਰ ਰਹਿਣ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰੋ।

* ਸਰੀਰਕ ਭਾਸ਼ਾ ਮੌਖਿਕ ਭਾਸ਼ਾ ਨਾਲੋਂ ਵੱਧ "ਬੋਲਦੀ ਹੈ"। ਅਸਲ ਇਰਾਦਿਆਂ ਨਾਲ ਪ੍ਰਭਾਵਸ਼ਾਲੀ ਮੌਖਿਕ ਭਾਸ਼ਾ ਦੀ ਵਰਤੋਂ ਕਰਨਾ "ਸਰੀਰ ਦੀ ਭਾਸ਼ਾ" ਨੂੰ ਕੁਦਰਤੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਅਜਿਹੇ ਇਰਾਦਿਆਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਗਟ ਕਰਨ ਦੀ ਇਜਾਜ਼ਤ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਨੈੱਟਵਰਕਿੰਗ ਕਰਦੇ ਸਮੇਂ, ਸਾਂਝੇ ਆਧਾਰ ਨੂੰ ਲੱਭਣ ਦੀ ਕੋਸ਼ਿਸ਼ ਕਰੋ ਅਤੇ ਕਿਸੇ ਦੀ ਸਰੀਰਕ ਭਾਸ਼ਾ ਕੁਦਰਤੀ ਤੌਰ 'ਤੇ ਇਸ ਸਾਂਝੇ ਆਧਾਰ ਨਾਲ ਗੂੰਜਦੀ ਹੈ।

* ਹਮੇਸ਼ਾ ਚੰਗੀ ਕੁਆਲਿਟੀ ਦੇ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਕਾਰਡ ਰੱਖੋ ਅਤੇ ਅਭਿਆਸ ਵਾਲੀ ਪਿੱਚ ਤਿਆਰ ਰੱਖੋ। ਕੋਈ ਕਦੇ ਨਹੀਂ ਜਾਣਦਾ ਕਿ ਕਿਸੇ ਨਾਲ ਸਿਰਫ ਇੱਕ ਗੱਲਬਾਤ ਕਿੱਥੇ ਲੈ ਜਾਵੇਗੀ।

ਨੈੱਟਵਰਕਿੰਗ ਕਾਰੋਬਾਰ ਦੇ ਵਿਕਾਸ ਦੀ ਨੀਂਹ ਹੈ। ਤੁਹਾਡੇ ਦੁਆਰਾ ਕੀਤੇ ਗਏ ਸਭ ਤੋਂ ਛੋਟੇ ਸੰਪਰਕ ਨੂੰ ਵੀ ਨਜ਼ਰਅੰਦਾਜ਼ ਨਾ ਕਰੋ, ਕਿਉਂਕਿ ਇਹ ਅਸਧਾਰਨ ਸਫਲਤਾ ਦੀ ਕੁੰਜੀ ਹੋ ਸਕਦੀ ਹੈ।

ਆਸ਼ਾਵਾਦੀ

ਉੱਦਮੀ ਇੱਕ ਯੋਜਨਾ ਦੇ ਨਾਲ ਸੁਪਨੇ ਲੈਣ ਵਾਲੇ ਹੁੰਦੇ ਹਨ: ਉਹ ਸਥਿਤੀ ਦਾ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਪੱਖ ਦੇਖਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਹਮੇਸ਼ਾ ਅੱਗੇ ਵਧਦੇ ਹਨ। ਆਸ਼ਾਵਾਦ ਰਚਨਾਤਮਕਤਾ ਦਾ ਸਮਰਥਨ ਕਰਦਾ ਹੈ, ਇਸਲਈ ਇਹ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਨੇਤਾਵਾਂ ਨੂੰ ਉਹਨਾਂ ਦੇ ਉਤਪਾਦਾਂ ਜਾਂ ਸੇਵਾਵਾਂ ਲਈ ਨਵੇਂ ਵਿਚਾਰ ਲੱਭਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਦਾ ਹੈ ਅਤੇ ਉਹਨਾਂ

ਦੀ ਸਫਲਤਾ ਦੀਆਂ ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ ਨੂੰ ਵਧਾਉਂਦਾ ਹੈ। ਆਪਣੇ ਆਸ਼ਾਵਾਦ ਨੂੰ ਵਿਕਸਿਤ ਕਰਨ ਲਈ, ਤੁਸੀਂ ਚੁਣੌਤੀਆਂ ਨੂੰ ਉਹਨਾਂ ਸਮੱਸਿਆਵਾਂ ਦੀ ਬਜਾਏ ਵਧਣ ਦੇ ਮੌਕਿਆਂ ਵਜੋਂ ਵਿਚਾਰ ਸਕਦੇ ਹੋ ਜੋ ਤੁਹਾਨੂੰ ਰੋਕ ਸਕਦੀਆਂ ਹਨ। ਅੰਤਮ ਟੀਚੇ ਨੂੰ ਧਿਆਨ ਵਿੱਚ ਰੱਖੋ, ਅਤੇ ਪਿਛਲੇ ਮੁੱਦਿਆਂ 'ਤੇ ਧਿਆਨ ਨਾ ਦਿਓ।⁵³

ਆਸ਼ਾਵਾਦੀ ਮਹਿਸੂਸ ਕਰਦੇ ਹਨ ਕਿ ਮੁਸੀਬਤ ਦੇ ਬਾਵਜੂਦ, ਉਹ ਆਪਣੇ ਕੰਮਾਂ ਦੇ ਕੋਰਸ ਨੂੰ ਪ੍ਰਭਾਵਿਤ ਕਰਨ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਗੇ, ਇਸਲਈ ਉਹ ਜੋ ਕਰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਭਵਿੱਖ ਬਾਰੇ ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਰਵੱਈਏ ਅਤੇ ਵਿਚਾਰ ਰੱਖਦੇ ਹਨ।

* ਆਸ਼ਾਵਾਦ ਝਟਕੇ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਵਾਪਸ ਉਛਾਲਣਾ ਆਸਾਨ ਬਣਾਉਂਦਾ ਹੈ।

* ਮਜ਼ਬੂਤੀ ਦੇ ਨਤੀਜੇ ਆਸ਼ਾਵਾਦੀ ਉੱਦਮੀਆਂ ਵਿੱਚ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਜਜ਼ਬਾਤੀ ਲਚਕੀਲਾਪਣ ਝਟਕਿਆਂ ਨਾਲ ਨਜਿੱਠਣ ਵਿੱਚ ਵਧੇਰੇ ਸਮਝ ਅਤੇ ਅੰਦਰੂਨੀ ਤਾਕਤ ਲਿਆਉਂਦਾ ਹੈ। ਜਦੋਂ ਕੋਈ ਵਿਅਕਤੀ ਅਸਫਲ ਹੋ ਜਾਂਦਾ ਹੈ, ਤਾਂ ਸਮੁੱਚੀ ਸਥਿਤੀ ਬਾਰੇ ਬਹੁਤ ਸਾਰੇ ਦੁਹਰਾਉਣ ਵਾਲੇ ਵਿਚਾਰ ਹੁੰਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਕਈ ਵਾਰ, ਪਛਤਾਵਾ ਅਤੇ ਸਵੈ-ਦੇਸ਼ ਦੀ ਭਾਵਨਾ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਆਸ਼ਾਵਾਦੀ ਆਪਣੀਆਂ ਗਲਤੀਆਂ ਤੋਂ ਸਿੱਖਦੇ ਹਨ ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਕਾਰੋਬਾਰ ਅਤੇ ਨਿੱਜੀ ਜੀਵਨ ਵਿੱਚ ਅਗਲੇ ਕਦਮਾਂ ਨਾਲ ਅੱਗੇ ਵਧਣ 'ਤੇ ਧਿਆਨ ਦਿੰਦੇ ਹਨ।

* ਲਚਕਤਾ ਇੱਕ ਬੇਧਾਤਮਕ ਗੁਣ ਹੈ। ਸਕਾਰਾਤਮਕ ਸੋਚ ਲੋਕਾਂ ਨੂੰ ਵਧੇਰੇ ਵਿਆਪਕ ਤੌਰ 'ਤੇ ਸੋਚਣ ਲਈ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਦੀ ਹੈ, ਜੋ ਉਹਨਾਂ ਨੂੰ ਵਧੇਰੇ ਅਨੁਕੂਲ ਹੋਣ ਅਤੇ ਨਵੇਂ ਵਿਚਾਰਾਂ ਲਈ ਖੁੱਲ੍ਹਣ ਦੀ ਆਗਿਆ ਦਿੰਦੀ ਹੈ। ਉਹ ਉੱਚ-ਗੁਣਵੱਤਾ ਵਾਲੇ ਵਿਚਾਰਾਂ ਵੱਲ ਹੋਰ ਤੇਜ਼ੀ ਨਾਲ ਅੱਗੇ ਵਧਣ ਦੇ ਯੋਗ ਹੋਣਗੇ। ਦੂਜੇ ਪਾਸੇ, ਨਿਰਾਸ਼ਾਵਾਦੀ, ਤੰਗ ਸੋਚਦੇ ਹਨ। ਹਾਲਾਂਕਿ ਇਹ ਕੁਝ ਸਥਿਤੀਆਂ ਵਿੱਚ ਲਾਭਦਾਇਕ ਹੋ ਸਕਦਾ ਹੈ, ਇਹ ਇੱਕ ਕਾਰੋਬਾਰੀ ਅਸਫਲਤਾ ਤੋਂ ਠੀਕ ਹੋਣ ਦੀ ਤੁਹਾਡੀ ਯੋਗਤਾ ਨੂੰ ਰੋਕ ਦੇਵੇਗਾ।

* ਆਸ਼ਾਵਾਦ ਛੂਤਕਾਰੀ ਹੈ। ਸਫਲਤਾ (ਅਸਫਲਤਾ ਦਾ ਧਰੁਵੀ ਉਲਟ) ਇੱਕ ਟੀਚਾ

ਜਾਂ ਉਦੇਸ਼ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨ ਅਤੇ ਪੂਰਾ ਕਰਨ ਦਾ ਹਵਾਲਾ ਦਿੰਦਾ ਹੈ। ਸਫਲ ਹੋਣ ਲਈ ਕਿਸੇ ਦੀਆਂ ਮਨੋਕਾਮਨਾਵਾਂ ਅਤੇ ਉਦੇਸ਼ਾਂ ਨੂੰ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ ਸ਼ਾਮਲ ਹੈ। "ਪੈਸਾ, ਖੁਸ਼ਹਾਲੀ, ਅਤੇ/ਜਾਂ ਪ੍ਰਸਿੱਧੀ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ" ਸਫਲਤਾ ਦੀ ਇੱਕ ਪਰਿਭਾਸ਼ਾ ਹੈ।

* ਆਸ਼ਾਵਾਦ ਕਾਰਵਾਈ ਦਾ ਕਾਰਨ ਬਣਦਾ ਹੈ। ਹਰ ਰੋਜ਼, ਉੱਦਮੀਆਂ ਨੂੰ ਮੁਸ਼ਕਲ ਫੈਸਲਿਆਂ ਦਾ ਸਾਹਮਣਾ ਕਰਨਾ ਪੈਂਦਾ ਹੈ। ਆਸ਼ਾਵਾਦੀ ਅਜਿਹੀਆਂ ਸਥਿਤੀਆਂ ਵਿੱਚ ਇੰਤਜ਼ਾਰ ਕਰਨ ਅਤੇ ਝਿਜਕਣ ਦੀ ਬਜਾਏ ਕੰਮ ਕਰਨ ਤੋਂ ਸੰਕੋਚ ਨਹੀਂ ਕਰਦੇ। ਇਹ ਦੇਖਣਾ ਆਸਾਨ ਹੈ ਕਿ ਕਿਉਂ। ਆਸ਼ਾਵਾਦੀ ਆਪਣੇ ਸਾਹਮਣੇ ਇੱਕ ਉੱਜਵਲ ਭਵਿੱਖ ਦੇਖਦੇ ਹਨ, ਜਿਸਨੂੰ ਉਹ ਪ੍ਰਾਪਤ ਕਰਨਾ ਚਾਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਉੱਦਮੀਆਂ ਲਈ, ਨਿਰਣਾਇਕ ਢੰਗ ਨਾਲ ਕੰਮ ਕਰਨ ਦਾ ਮਤਲਬ ਹੈ ਕਾਰਵਾਈ ਦੀ ਯੋਜਨਾ ਚੁਣਨਾ ਅਤੇ ਫਿਰ ਇਸਨੂੰ ਲਾਗੂ ਕਰਨਾ। ਇਸ ਤਰ੍ਹਾਂ ਦੀ ਪਹੁੰਚ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਯਤਨਾਂ ਨੂੰ ਜਾਰੀ ਰੱਖਣ ਅਤੇ ਜਾਰੀ ਰੱਖਣ ਵਿੱਚ ਮਦਦ ਕਰਨ ਦੀ ਸੰਭਾਵਨਾ ਹੈ।

* ਆਸ਼ਾਵਾਦ ਰਚਨਾਤਮਕ ਸੋਚ ਅਤੇ ਤਾਜ਼ੇ ਵਿਚਾਰਾਂ ਨੂੰ ਉਤਸ਼ਾਹਿਤ ਕਰਦਾ ਹੈ। ਆਸ਼ਾਵਾਦੀ ਲੋਕ ਜ਼ਿਆਦਾ ਰਚਨਾਤਮਕ ਹੁੰਦੇ ਹਨ। ਭਵਿੱਖ ਦੀ ਅਸਪਸ਼ਟਤਾ ਨੇ ਆਸ਼ਾਵਾਦੀਆਂ ਨੂੰ ਨਕਾਰਾਤਮਕ ਪਾਬੰਦੀਆਂ ਤੋਂ ਬਚਣ ਅਤੇ ਚੰਗੇ ਨਤੀਜਿਆਂ ਦੀ ਕਲਪਨਾ ਕਰਨ ਦੀ ਇਜਾਜ਼ਤ ਦਿੱਤੀ। ਇਸ ਕਿਸਮ ਦੀ ਭਵਿੱਖ ਦੀ ਯੋਜਨਾ ਉਦਮੀਆਂ ਲਈ ਫਾਇਦੇਮੰਦ ਹੈ। ਖੋਜ ਦਰਸਾਉਂਦੀ ਹੈ ਕਿ ਜਿਹੜੇ ਲੋਕ ਭਵਿੱਖ-ਮੁਖੀ ਹਨ (ਆਸ਼ਾਵਾਦੀ ਵਾਂਗ) ਅਤੇ ਜੋ ਚੰਗੇ ਭਵਿੱਖ ਦੀ ਸਪਸ਼ਟ ਤੌਰ 'ਤੇ ਕਲਪਨਾ ਕਰਦੇ ਹਨ (ਹੁਣ ਤੋਂ ਦਸ ਸਾਲ ਬਾਅਦ ਦੁਨੀਆ ਕਿਵੇਂ ਹੋਵੇਗੀ? ਇਹ ਕਲਪਨਾਤਮਕ ਅਟਕਲਾਂ ਨੂੰ ਉਕਸਾਉਂਦਾ ਹੈ ਕਿ ਅਜਿਹੀ ਦੁਨੀਆਂ ਵਿੱਚ ਕੀ ਹੋਵੇਗਾ ਅਤੇ ਅਸੀਂ ਉੱਥੇ ਕਿਵੇਂ ਪਹੁੰਚ ਸਕਦੇ ਹਾਂ। ਸੋਚ ਦੀ ਕਿਸਮ ਨਵੇਂ ਉਤਪਾਦਾਂ, ਸੇਵਾਵਾਂ, ਜਾਂ ਕੰਪਨੀ ਦੇ ਵਿਚਾਰਾਂ ਦੇ ਸਫਲ ਹੋਣ ਦੀਆਂ ਸੰਭਾਵਨਾਵਾਂ ਨੂੰ ਵਧਾਉਂਦੀ ਹੈ।

* ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਆਤਮਵਿਸ਼ਵਾਸ ਅਤੇ ਆਸ਼ਾਵਾਦ ਵਿੱਚ ਬਹੁਤ ਮਹੱਤਵਪੂਰਨ ਅੰਤਰ ਹੈ। ਇੱਕ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਆਤਮ-ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਵਾਲਾ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਇੱਕ ਨਤੀਜੇ-ਕੇਂਦਰਿਤ ਪਹੁੰਚ ਦੁਆਰਾ ਚਲਾਇਆ ਜਾਂਦਾ ਹੈ ਜੋ ਤੇਜ਼ ਅਤੇ ਜੋਖਮ ਭਰੇ ਫੈਸਲੇ ਲੈ ਜਾਂਦਾ

ਹੈ। ਇੱਕ ਆਸ਼ਾਵਾਦੀ ਉਦਯੋਗਪਤੀ ਜੋਖਮ ਅਤੇ ਭਾਵਨਾਤਮਕ ਬਿਪਤਾ ਨੂੰ ਸੀਮਿਤ ਕਰਦੇ ਹੋਏ ਇੱਕ ਪ੍ਰਕਿਰਿਆ-ਅਧਾਰਿਤ ਪਹੁੰਚ ਨੂੰ ਕਾਇਮ ਰੱਖਦਾ ਹੈ।

* ਬੋਧਾਤਮਕ ਪੱਖਪਾਤ ਉੱਦਮੀ ਫੈਸਲੇ ਲੈਣ ਨੂੰ ਦੂਸ਼ਿਤ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹਨ। ਕਿਸੇ ਦੇ ਪੱਖਪਾਤ ਬਾਰੇ ਜਾਗਰੂਕਤਾ ਬਹੁਤ ਜ਼ਿਆਦਾ ਆਤਮ-ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਅਤੇ ਅਨੁਕੂਲ ਫੈਸਲੇ ਲੈਣ ਵੱਲ ਅਗਵਾਈ ਕਰਦੀ ਹੈ। ਆਸ਼ਾਵਾਦੀ ਪਹੁੰਚ ਨਾਲ ਸੰਤੁਲਿਤ ਹੋਣ ਲਈ ਅਭਿਲਾਸ਼ਾ, ਮਨੋਬਲ, ਸੰਕਲਪ ਅਤੇ ਲਗਨ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਇਹਨਾਂ ਸਾਰੇ ਗੁਣਾਂ ਲਈ ਇੱਕ ਦੂਜੇ ਨਾਲ ਵਧੀਆ ਸੰਤੁਲਨ ਲੱਭਣ ਲਈ ਧੀਰਜ ਜ਼ਰੂਰੀ ਹੈ।

ਆਪਣਾ ਕਾਰੋਬਾਰ ਸ਼ੁਰੂ ਕਰਨ ਲਈ ਬਹੁਤ ਪ੍ਰੇਰਣਾ, ਸਖਤ ਮਿਹਨਤ, ਲਗਨ ਅਤੇ ਕਾਰਵਾਈ ਦੀ ਲੋੜ ਹੁੰਦੀ ਹੈ। ਪਰ ਤੁਸੀਂ ਇਹ ਸਭ ਕਿਵੇਂ ਕਰ ਸਕਦੇ ਹੋ ਜੇ ਤੁਸੀਂ ਮਹਿਸੂਸ ਨਹੀਂ ਕਰਦੇ ਕਿ ਤੁਸੀਂ ਆਪਣੇ ਯਤਨਾਂ ਵਿੱਚ ਸਫਲ ਹੋ ਸਕਦੇ ਹੋ?

REFERENCES

- ^{0.1} By Unknown author - http://www.la.mercedes-benz.com/content/media_library/hq/hq_mpc_reference_site/passenger_cars_ng/world/history/mercedes_jellinek/mercedes_jellinek_03_715x330_09-2012.jpg.object-Single-MEDIA.tmp/mercedes_jellinek_03_715x330_09-2012.jpghttp://www.la.mercedes-benz.com/content/latina/mpc/mpc_latina_website/en/home_mpc/passengercars/home/world/mythos/news/mercedes_jellinek.html, Public Domain, <https://commons.wikimedia.org/w/index.php?curid=1956697>
- ¹ <https://courses.lumenlearning.com/wmintrobusiness/chapter/reading-why-become-an-entrepreneur/>
- ² <https://openstax.org/books/entrepreneurship/pages/2-3-entrepreneurial-pathways>
- ³ https://www.academia.edu/9498210/Principles_for_Entrepreneurship
- ⁴ <https://openstax.org/books/entrepreneurship/pages/3-1-ethical-and-legal-issues-in-entrepreneurship>. (& Dodge v. Ford Motor Company, 204 Mich. 459, 170 N.W. 668 (1919).“Leadership in Action.” Business Roundtable. <https://www.businessroundtable.org/>
- ⁵ Ingram, Richard (2015). Ten basic responsibilities of nonprofit boards (third ed.). Washington D.C.: BoardSource. p. 42. ISBN 978-1-58686-148-3. (& Rumelt, Richard P. (2011). Good Strategy / Bad Strategy. Crown Business. ISBN 978-0-307-88623-1.
- ⁶ Information Technology & Innovation Foundation. “Promoting diversity in entrepreneurship.” 2018. <https://itif.org/events/2018/03/07/promoting-diversity-entrepreneurship>
- <https://openstax.org/books/entrepreneurship/pages/2-4-frameworks-to-inform-your-entrepreneurial-path>
- Emma Hinchliffe. “Funding for Female Founders Stalled at 2.2% of VC Dollars in 2018. Fortune. January 28, 2019. <https://fortune.com/2019/01/28/funding-female-founders-2018/>
- Jason Rittenberg. “Startup Act Reintroduced Innovation Support.” State Science & Technology Institute (SSTI). January 31, 2019. <https://ssti.org/blog/startup-act-reintroduced-would-expand-federal-innovation-support>
- Ewing Marion Kauffman Foundation. Access to Capital for Entrepreneurs: Removing Barriers. April 2019. https://www.kauffman.org/-/media/kauffman_org/entrepreneurship-landing-page/capital-access/capitalreport_042519.pdf
- ⁷ “Leadership in Action.” Business Roundtable. <https://www.businessroundtable.org/>
- “Business Roundtable Redefines the Purpose of a Corporation to Promote ‘An Economy That Serves All Americans.’” Business Roundtable. August 19, 2019. <https://www.businessroundtable.org/business-roundtable-redefines-the-purpose-of-a-corporation-to-promote-an-economy-that-serves-all-americans>
- ⁸ <https://openstax.org/books/entrepreneurship/pages/3-1-ethical-and-legal-issues-in-entrepreneurship> Dodge v. Ford Motor Company, 204 Mich. 459, 170 N.W. 668 (1919). “Leadership in Action.” Business Roundtable. <https://www.businessroundtable.org/> “Business Roundtable Redefines the Purpose of a Corporation to Promote ‘An Economy That Serves All Americans.’” Business Roundtable. August 19, 2019. <https://www.businessroundtable.org/business-roundtable-redefines-the-purpose-of-a-corporation-to-promote-an-economy-that-serves-all-americans> Nelson Areal and Ana Carvalho. “The World’s Most Ethical Companies: Does the Fame Translate into Gain?” Presented to the European Financial Management Association (EMFA). n.d. https://efmaefm.org/0efmameetings/efma%20annual%20meetings/2012-Barcelona/papers/EFMA2012_0401_fullpaper.pdf Tyler Durden. “Massive Data Breach at Equifax: As Many As 143 Million Social Security Numbers Hacked.” Zero Hedge. September 7, 2017. <http://www.zerohedge.com/news/2017-09-07/massive-data-breach-equifax-many-143-million-social-security-numbers-hacked>

Stacy Cowley. "Equifax to Pay at Least \$650 Million in Largest-Ever Data Breach Settlement." *New York Times*. July 22, 2019. <https://www.nytimes.com/2019/07/22/business/equifax-settlement.html>

Nikola Tesla. *My Inventions: The Autobiography of Nikola Tesla*. (Austin: Hart Brothers, 1982).

Ira Basen. "Why Transparency Is Not Enough: The Case of Mr. Mike." Center for Journalism Ethics. University of Wisconsin–Madison. June 21, 2011. <https://ethics.journalism.wisc.edu/2011/06/21/why-transparency-is-not-enough-the-case-of-mr-mike/>

Food and Drug Administration. Office of Criminal Investigations of the US Department of Justice. www.usdoj.gov/usao/pae

⁹ <https://openstax.org/books/entrepreneurship/pages/3-1-ethical-and-legal-issues-in-entrepreneurship>

Dodge v. Ford Motor Company, 204 Mich. 459, 170 N.W. 668 (1919).

"Leadership in Action." Business Roundtable. <https://www.businessroundtable.org/>

"Business Roundtable Redefines the Purpose of a Corporation to Promote 'An Economy That Serves All Americans.'" Business Roundtable. August 19, 2019. <https://www.businessroundtable.org/business-roundtable-redefines-the-purpose-of-a-corporation-to-promote-an-economy-that-serves-all-americans>

Nelson Areal and Ana Carvalho. "The World's Most Ethical Companies: Does the Fame Translate into Gain?" Presented to the European Financial Management Association (EFMA). n.d.

https://efmaefm.org/0efmameetings/efma%20annual%20meetings/2012-Barcelona/papers/EFMA2012_0401_fullpaper.pdf

Tyler Durden. "Massive Data Breach at Equifax: As Many As 143 Million Social Security Numbers Hacked."

Zero Hedge. September 7, 2017. <http://www.zerohedge.com/news/2017-09-07/massive-data-breach-equifax-many-143-million-social-security-numbers-hacked>

Stacy Cowley. "Equifax to Pay at Least \$650 Million in Largest-Ever Data Breach Settlement." *New York Times*. July 22, 2019. <https://www.nytimes.com/2019/07/22/business/equifax-settlement.html>

Nikola Tesla. *My Inventions: The Autobiography of Nikola Tesla*. (Austin: Hart Brothers, 1982).

Ira Basen. "Why Transparency Is Not Enough: The Case of Mr. Mike." Center for Journalism Ethics.

University of Wisconsin–Madison. June 21, 2011. <https://ethics.journalism.wisc.edu/2011/06/21/why-transparency-is-not-enough-the-case-of-mr-mike/>

Food and Drug Administration. Office of Criminal Investigations of the US Department of Justice. www.usdoj.gov/usao/pae

¹⁰ <https://www.investopedia.com/terms/c/corp-social-responsibility.asp>

¹¹ <https://www.unido.org/our-focus/advancing-economic-competitiveness/competitive-trade-capacities-and-corporate-responsibility/corporate-social-responsibility-market-integration/what-csr>

¹² <https://www.unido.org/our-focus/advancing-economic-competitiveness/competitive-trade-capacities-and-corporate-responsibility/corporate-social-responsibility-market-integration/what-csr>

¹³ <https://online.hbs.edu/blog/post/types-of-corporate-social-responsibility>

¹⁴ Ingram, Richard (2015). *Ten basic responsibilities of nonprofit boards* (third ed.). Washington D.C.: BoardSource. p. 42. ISBN 978-1-58686-148-3. (&) Rumelt, Richard P. (2011). *Good Strategy / Bad Strategy*. Crown Business. ISBN 978-0-307-88623-1.

- ¹⁵ <https://www.netimpact.org/blog/Four-Types-Social-Entrepreneurship>
- ¹⁶ <https://www.startupgrind.com/blog/entrepreneurship-a-triangle-of-values-1/>
<https://www.business.qld.gov.au/starting-business/planning/business-planning/values>
- ¹⁷ <https://openstax.org/books/entrepreneurship/pages/1-1-entrepreneurship-today>
- ¹⁸ https://en.wikipedia.org/wiki/Creative_entrepreneurship
- ¹⁹ <https://allthingstalent.org/2019/04/08/interpersonal-relationship-at-workplace/>
- ²⁰ <https://allthingstalent.org/2019/04/08/interpersonal-relationship-at-workplace/>
- ²¹ <https://sites.fuqua.duke.edu/dukeeven/selected-topics/the-entrepreneurial-process/>
- ²² <http://questfusion.com/entrepreneurial-process/>
- ²³ <https://www.entrepreneur.com/article/240559>
- ²⁴ <https://brainly.ph/question/246037>
- ²⁵ <https://entrepreneurshiptheories.blogspot.com/2019/02/hybrid-entrepreneurship-theory.html>
- ²⁶ <https://entrepreneurshiptheories.blogspot.com/2017/08/theory-of-planned-behavior.html>
- ²⁷ https://www.academia.edu/9498210/Principles_for_Entrepreneurship
- ²⁸ https://www.academia.edu/9498210/Principles_for_Entrepreneurship
- ²⁹ https://www.academia.edu/9498210/Principles_for_Entrepreneurship
- ³⁰ https://www.academia.edu/9498210/Principles_for_Entrepreneurship
- ³¹ https://www.academia.edu/9498210/Principles_for_Entrepreneurship
- ³² https://www.academia.edu/9498210/Principles_for_Entrepreneurship
- ³³ https://www.academia.edu/9498210/Principles_for_Entrepreneurship
- ^{33.1} https://en.wikipedia.org/wiki/Triarchic_theory_of_intelligence
- ^{33.2} <https://bigthink.com/paul-ratner/the-3-kinds-of-intelligence-you-need-to-succeed>
- ³⁴ <https://openstax.org/books/entrepreneurship/pages/1-2-entrepreneurial-vision-and-goals>
- ³⁵ <https://openstax.org/books/entrepreneurship/pages/1-3-the-entrepreneurial-mindset>
- ³⁶ <https://study.com/academy/lesson/opportunity-recognition-or-definition-examples>.
- ³⁷ <https://blog.hubspot.com/sales/entrepreneur-personality-traits>
<https://blog.hubspot.com/sales/optimize-your-productivity-approach-based-on-your-personality>
- ³⁸ <https://blog.hubspot.com/sales/entrepreneur-personality-traits> <https://www.garyvaynerchuk.com/we-need-to-talk-about-the-importance-of-self-awareness/>
- ³⁹ <https://blog.hubspot.com/sales/entrepreneur-personality-traits> (&) <https://blackexcellence.com/the-cupcake-collection-turned-a-condemned-house-into-a-sweet-paradise/>
- ⁴⁰ <https://blog.hubspot.com/sales/entrepreneur-personality-traits> (&) <https://en.wikipedia.org/wiki/Kaizen>

- ⁴¹ <https://blog.hubspot.com/sales/entrepreneur-personality-traits>
<https://en.wikipedia.org/wiki/Kaizen>
- ⁴² <https://blog.hubspot.com/sales/entrepreneur-personality-traits>
<https://www.essence.com/news/money-career/noelle-santos-the-lit-bar-bookstore/>
- ⁴³ <https://www.ft.com/content/461f6664-dd3f-11e8-b173-ebef6ab1374a>
- ⁴⁴ <https://www.tandfonline.com/doi/pdf/10.3402/aie.v2i1.6002>
- ⁴⁵ <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/epdf/10.1002/1520-6807%28198701%2924%3A1%3C87%3A%3A%3AID-PITS2310240118%3E3.0.CO%3B2-0> <http://www.sciencedirect.com/reference/145606>
- ⁴⁶ <https://www.extension.iastate.edu/agdm/wholefarm/html/c5-07.html#:~:text=Entrepreneurs%20tend%20to%20have%20a,no%20control%20over%20their%20lives.>
- ⁴⁷ <https://entrepreneurshiptheories.blogspot.com/2017/09/ambiguity-tolerance-theory-and.html#:~:text=Ambiguous%20information%20is%20everywhere%20and,ambiguity%20that%20prevents%20conclusive%20prescriptions.>
- ⁴⁸ <https://entrepreneurshiptheories.blogspot.com/2017/08/theory-of-planned-behavior.html>
- ⁴⁹ <https://www.investopedia.com/terms/l/leadership.asp>
- ⁵⁰ <https://entrepreneurshiptheories.blogspot.com>
- ⁵¹ <https://blog.hubspot.com/service/customer-orientation>
- ⁵² <https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/network-like-a-pro>
- ⁵³ <https://www.indeed.com/career-advice/finding-a-job/entrepreneur-characteristics>
- ⁵⁴ Glossary Reference: <https://openstax.org/books/entrepreneurship/pages/1-key-terms>

COMPETITIVE SPIRIT SECTION REFERENCE

- ¹ <https://archive.mbda.gov/news/blog/2010/07/8-traits-successful-entrepreneurs-do-you-have-what-it-takes.html>
- ^{2,3,4} <https://www.labmanager.com/leadership-and-staffing/competitive-spirit>
- ⁴ <https://www.labmanager.com/leadership-and-staffing/competitive-spirit>
- ⁴ Habermas, J. (1987). *The Theory of Communicative Action*. Vol. II. (McCarthy, T., Trans.). Cambridge: Polity Press.
- ⁴ Kotter, J.P.- & Heskett, J.L. (1992). *Corporate Culture and Performance*. New York: The Free Press.
- ⁴ Maslow, A.H. (1971). *The Farther Reaches of Human Nature*. New York: Viking Press.
- ⁴ Paulson, D.S. (2002). *Competitive Business, Caring Business: An integral perspective for the 21st century*. New York: Paraview Press.
- ⁴ Porter, M.E. (1985). *Competitive Advantage*. New York: The Free Press.

NOTE:

All quotations remain the intellectual property of their respective originators. Gurinder “Ricky” Singh does not assert any claim of copyright for individual quotations. All use of quotations is done under the fair use copyright principle.

ਲੇਖਕ ਬਾਰੇ



ਮਿਸਟਰ ਰਿੱਕੀ ਸਿੰਘ ਦਾ ਜਨਮ 28 ਜੁਲਾਈ, 1969 ਨੂੰ ਨਵੀਂ ਦਿੱਲੀ, ਭਾਰਤ ਵਿੱਚ ਹੋਇਆ ਸੀ, ਜੋ ਤਿੰਨ ਬੱਚਿਆਂ (ਅਰਥਾਤ, ਦੋ ਭੈਣਾਂ ਅਤੇ ਰਿੱਕੀ) ਵਿੱਚੋਂ ਸਭ ਤੋਂ ਵੱਡੇ ਸਨ। 1988 ਵਿੱਚ ਸੰਯੁਕਤ ਰਾਜ ਵਿੱਚ ਪਰਵਾਸ ਕਰਕੇ, ਰਿੱਕੀ ਨੇ 1992 ਵਿੱਚ ਆਪਣਾ ਪਹਿਲਾ ਕਾਰੋਬਾਰ ਖਰੀਦਿਆ ਅਤੇ ਉਸ ਸਮੇਂ ਤੋਂ ਬਾਅਦ ਪਿੱਛੇ ਮੁੜ ਕੇ ਨਹੀਂ ਦੇਖਿਆ। ਉਸ ਕੋਲ ਵਿਭਿੰਨ ਵਪਾਰਕ ਤਜਰਬੇ ਅਤੇ ਮੁਹਾਰਤ ਹੈ, ਸੁਵਿਧਾ ਸਟੋਰ, ਗੈਸ ਸਟੋਸ਼ਨ, 7-ਇਲੈਵਨਸ, ਤੰਬਾਕੂ ਸਟੋਰ, ਟੈਕਨਾਲੋਜੀ ਸਟਾਰਟਅੱਪ, ਰੈਸਟੋਰੈਂਟ, ਡੇਲੀ ਅਤੇ ਹੋਰ ਭੋਜਨ ਅਦਾਰੇ ਚਲਾਉਣਾ। ਪ੍ਰਾਪਤੀਆਂ ਵਿੱਚ ਹੇਠ ਲਿਖੇ ਸ਼ਾਮਲ ਹਨ:

- a) ਸਫਲ ਸੀਰੀਅਲ ਉਦਯੋਗਪਤੀ
- b) ਡੇਲਾਵੇਅਰ ਵਿੱਚ ਸਾਰੇ ਤੇਜ਼ ਗੈਸ ਸਟੋਸ਼ਨਾਂ ਦਾ ਮਾਲਕ
- c) 50 ਰਾਜਾਂ ਵਿੱਚ 52 ਮੈਰਾਥਨ ਪੂਰੀਆਂ ਕੀਤੀਆਂ
- d) ਅਲਟਰਾ-ਸਹਿਣਸ਼ੀਲ ਅਥਲੀਟ, 5K ਤੋਂ 135 ਮੀਲ ਤੱਕ, ਕਈ ਦੂਰੀਆਂ ਚਲਾਉਣਾ
- e) ਮਾਊਂਟ ਮਨਸਾਲੂ (8ਵਾਂ ਸਭ ਤੋਂ ਉੱਚਾ ਬਿੰਦੂ) ਅਤੇ ਮਾਊਂਟ ਐਵਰੈਸਟ ਸਮੇਤ ਕਈ ਚੋਟੀਆਂ 'ਤੇ ਚੜ੍ਹਿਆ।
- f) ਮਾਊਂਟ ਐਵਰੈਸਟ ਦੀ ਚੋਟੀ 'ਤੇ ਚੜ੍ਹਨ ਵਾਲਾ ਤੀਜਾ ਭਾਰਤੀ ਅਮਰੀਕੀ ਅਤੇ ਪਹਿਲਾ ਅਮਰੀਕੀ ਸਿੱਖ
- g) ਭਾਵੁਕ ਪਰਉਪਕਾਰੀ, ਮਨੁੱਖੀ ਵਿਕਾਸ ਵਿੱਚ ਦਿਲਚਸਪੀ ਰੱਖਣ ਵਾਲਾ
- h) ਵਿਭਿੰਨ ਸੈਟਿੰਗਾਂ ਵਿੱਚ ਇੱਕ ਪ੍ਰੇਰਣਾਦਾਇਕ ਸਪੀਕਰ

ਮਿਸਟਰ ਸਿੰਘ ਦੇ ਬੱਚਿਆਂ ਵਾਲਾ ਪਿਆਰ ਕਰਨ ਵਾਲਾ ਪਿਤਾ ਹੈ, ਆਪਣੀ ਪਤਨੀ ਨਾਲ ਵਿਆਹੁਤਾ ਜੀਵਨ ਨੂੰ ਸਮਰਪਿਤ ਹੈ, ਅਤੇ ਆਪਣੇ ਮਾਤਾ-ਪਿਤਾ ਦੀ ਦੇਖਭਾਲ ਕਰਨ ਵਿੱਚ ਦ੍ਰਿੜ ਵਿਸ਼ਵਾਸ ਰੱਖਦਾ ਹੈ। ਉਸਦੀ ਮਾਂ ਵਿਲਮਿੰਗਟਨ ਡੇਲਾਵੇਅਰ ਵਿੱਚ ਉਸਦੇ ਘਰ ਵਿੱਚ ਉਸਦੇ ਨਾਲ ਰਹਿੰਦੀ ਹੈ।