

NOVI TERMINI PREDAVANJ, SEMINARJEV IN DELAVNIC:

21. 3. 2003 – Postojna – Motivacijsko predavanje **BREZMEJNA MOČ MISLI IN STRAHOV**
5. 4. 2003 – Maribor – Motivacijska delavnica **ISKANJE ŽIVLJENJSKEGA DIAMANTA**
9. 4. 2003 – Ljubljana – Finančno-motivacijski seminar **ŽIVIM BOGATO, MISLIM VELIKOPOTEZNO**
26. 4. 2003 – Ljubljana – Motivacijska delavnica **ISKANJE ŽIVLJENJSKEGA DIAMANTA**

POZOR! Ta e-mesečnik je nevaren! Lahko vam spremeni življenje, zato dobro premislite, preden boste nadaljevali z branjem!

UVODNA MISEL E-MESEČNIKA

Avtor članka: **Roy Goreya**

O BOGASTVU

Zelo veliko ljudi ima ob besedi bogastvo precej mešane občutke. Nekako si mislijo, da si bogastva ne zaslužijo, da je biti bogat grešno in da se to ne sklada z njihovim pogledom na svet. In ne samo to – prepričani so, da si tudi Bog želi, da bi bili ljudje vse življenje revni in odvisni od drugih ljudi.

Tako zmotno prepričanje o bogastvu in Bogu je vse preveč prisotno v naši družbi. Če je res, da si bližje Bogu, če si reven, zakaj pa ima potem cerkev tako veliko denarja in je vse prej kot revna? Zanimivo, kajne? Ste se že kdaj vprašali o tem?

Tudi sam se imel veliko let nerazčiščene pojme o denarju, bogastvu in Bogu. Kakšno je bilo moje finančno stanje in odnos do denarja, pa vam rajši ne omenjam. V glavnem, ko mi je prišla pod roko zelo zanimiva knjiga THE SCIENCE OF GETTING RICH avtorja Wallacea D. Wattlesa iz leta 1910, se je začelo v mojem življenju marsikaj spreminjati - na boljše seveda.

Knjiga je tako preprosto napisana, da je vsakomur razumljiva. Moj sodelavec IDEJAMOŽ Boris Peršak je to izredno knjigo prevedel tudi v slovenščino in po delih se objavlja tudi v e-mesečniku KORAKI DO USPEHA. Danes si boste lahko prebrali že 7. poglavje te fenomenalne knjige.

Boris je priskrbel presenečenje vsem naročnikom e-mesečnika KORAKI DO USPEHA kot tudi vsem drugim, ki jih kakorkoli zanimajo bogastvo, denar, obilje, ljubezen in sreča. Knjiga je že v celoti prevedena in si jo lahko preberete in ogledate na spletni strani www.bogastvo.com. Prepričan sem, da vam bo všeč in da bo tudi vam pomagala na vaši poti. Priporočam vam, da si jo preberete večkrat in to zelo podrobno, da boste osvojili vsako misel v tej knjigi.

Iz lastnih izkušenj vam lahko povem, da te preproste metode iz knjige **delujejo**, saj sem to okusil tudi na lastni koži. In še nekaj – z Borisom Peršakom pripravljava tudi zanimiv seminar, ki bo govoril o znanstveni metodi pridobivanja bogastva in o tem, kako lahko postanete bogati – tako materialno kot tudi duhovno. Kdaj bo seminar na voljo, vam v tem trenutku še ne morem povedati, saj je zadeva še v pripravi. Pričakujte, da se bo to zgodilo konec aprila ali v začetku maja. O vsem boste seveda pravočasno obveščeni.

Ker se pri www.osebna-rast.com vedno trudimo za obiskovalce spletne strani po svojih najboljših močeh in ker vam želimo ponuditi še več – smo se odločili, da spletno stran prenovimo. V novi podobi bo tako štartala čez dobrih 14 dni. Če sem natančen – točno prvega aprila, a da se razumemo – to ni prvoaprilska šala.

NAJ VAS SPREMLJATA OBILJE IN LJUBEZEN!

MEDOSEBNI ODNOSI IN LJUBEZEN

Vse, kar moramo vedeti o komunikaciji, odnosih in ljubezni.

Avtorica članka: Barbara Kovač

RAZLIKE MED SPOLOMA

Med moškimi in ženskami ne obstajajo samo telesne, ampak tudi čustvene, duševne in miselne razlike. Pri moških sta desna in leva možganska polovica slabše povezani kot pri ženskah. Leva polovica možganov je odgovorna za razum, desna pa za čustva.

Moški več uporabljajo desno stran možganov, ki je bolj analitično in premočrtno usmerjena, ženske pa so bolj spretno v povezovanju obeh polovic, zato zmorejo imeti v mislih več stvari naenkrat in se bolje čustveno izražajo. Že deklice učijo, da jim je dovoljen večji izbor čustev kot dečkom, ki morajo biti »trdni«. Tako moški izražajo žalost in strah večinoma s pomočjo jeze, ženske pa s solzami.

Tudi pričakovanja, s katerimi dva vstopata v zvezo, so drugačna. Ženska išče dobrega tovariša, ki ji bo v oporo in se bo lahko z njim pogovarjala in reševala težave, moški pa si hoče svoje življenje urediti tako, da bo čim bolj prijetno (kuhano kosilo, reden seks in tiha žena, če se malo pošalimo).

Pri reševanju konfliktov moški velikokrat zbeži, ker težje izraža čustva z besedami, ženska pa se bori (moški npr. odide sredi prepira, ker ne sledi več ženinim besedam, ali pa jo poskuša »pomiriti«, ona pa hodi za njim in mu krčevito skuša nekaj dopovedati).

Moški dajejo večji poudarek spolnosti, za ženske pa je pomembnejša čustvena podlaga razmerja. Poleg tega si lahko popolnoma različno zapomnita isti dogodek ali razlagata iste besede. V vsem tem je zasnova za razhajanja. To lahko omilita, če ostaneta odprta in znata prisluhniti drug drugemu.

Dr. John Gray, avtor knjige Moški so drugačni, ženske tudi, na zelo poljuden način opisuje bistvene razlike v moškem in ženskem čustvovanju, mišljenju in govoru. Pravi, da je največji problem v tem, da moški pričakujejo, da bodo ženske razmišljale in reagirale kot oni, in obratno. V malce šaljivem stavku je povzel bistvo zakonskega konflikta: Ženske pričakujejo, da se bodo moški spremenili, pa se ne. Moški pa pričakujejo, da se ženske ne bodo spremenile, pa se.

Kot smo že omenili, je moški bolj analitično usmerjen. Zanima ga cilj in dobro opravljena naloga. Ima težnjo, da se povsod dobro izkaže. Zato je pri pogovoru uspešnejši, kadar se vrti okoli konkretne teme. Za žensko ni problem skakati od ene zadeve na drugo, vmes podebatirati čisto nekaj tretjega in se spet vrniti na izhodišče (kot pri spirali). Ženska se bolje počuti, če lahko o problemu govori, moški pa najprej po tistem premisli in sporoči samo rezultat (zato se moškim včasih zdi, da ženske preveč govorijo).

Ko ženska govori o svojih čustvih, moški misli, da mu to govori zato, ker potrebuje njegov nasvet. Ženska pa to jemlje kot brezbržnost do njenih čustev. To pa ne drži, samo moški niso tako v stiku s svojimi čustvi kot ženske in želijo problem rešiti na razumski način.

Prepir torej nastane preprosto zaradi različnega razmišljanja in posledičnega nerazumevanja drug drugega. Marsikateri težavi bi se lahko izognili ali pa jo vsaj omilili, če bi ljudje te medsebojne razlike poznali, jih ne bi jemali tako osebno in se naučili primernejšega reagiranja.

Barbara Kovač, študentka andragogike
E-pošta: leonesa_cat@yahoo.com

USPEŠNA PRODAJA

Nasveti za vse, ki (se) želijo uspešno tržiti.

Avtor članka: Roy Goreya

KONKURENCA? JAZ JE NE POZNAM!

Naslov današnjega članka je po svoje paradoksalen, toda še kako resničen. Konkurenca je marsikateremu poslovnežu trn v peti, zato si želi, da je sploh ne bi bilo. Veliko poslovnežev, ki strogo razmišljajo po ekonomskih načelih, deluje po načelu: »Uničimo konkurenco, preden konkurenca uniči nas!« ali »Prehitimo konkurenco, preden nas konkurenca prehití« ali »Konkurenca je kriva za našo slabo prodajo – če je ne bi bilo, bi bilo naše poslovanje precej bolj uspešno.«

Številni novodobni poslovneži tako zapadajo v past konkurence in živijo v nenehnem strahu pred pojavom novih konkurentov. Njihov način poslovanja je strogo tekmovalen namesto ustvarjalen. O tem, da bi sodelovali s konkurenco, da bi skupaj naredili večji kolač, ki bi si ga potem delili, pa nočejo slišati nič. Potem, čez nekaj časa, pa o teh velikih poslovnežih, ki so si prizadevali uničiti konkurenco, beremo v dnevnem časopisju. Seveda novice o njih niso pozitivne, temveč negativne – šli so v bankrot. In kdo jih je tja poslal? Sami sebe so poslali tja.

Nekoč sva z mojim dobrim prijateljem debatirala o konkurenci in o tem, kako veliko konkurence imam jaz sam v svoji dejavnosti. Prijatelj me je spraševal: »Le kaj bo tebi ostalo, saj bodo drugi vse pobrali, ti pa boš imel le drobtinice?« in dalje modroval: »Konkurenca je dejstvo in moral boš biti boljši od njih, če jih želiš premagati. In ne samo to, moral boš veliko vložiti v promocijo in reklamo, pa kljub temu je vprašanje, če boš prišel do svojega kosa pogače. Slovenija je majhna ... itd.« Se ne čudim, saj je tudi on po izobrazbi ekonomist (no, saj sem tudi jaz ekonomist, a ne klasičen). V ekonomiji že od nekdaj učijo, da so dobrine omejene, da za vse ljudi ni dovolj velike količine denarja, dela in še česa ter da je zato prepad med bogatimi in revnimi.

To je »resnica« ekonomske znanosti, ki je strogo empirična. Toda veselje je ustvarjeno na drugačnih načelih. V vesolju ni omejene ljubezni, omejenih količin denarja, omejenih dobrin, omejenih virov ... v vesolju je vse brezmejno. Ničesar ne moreš nikomur vzeti, kajti kar boš drugemu vzel, boš iz nekega drugega vira tudi izgubil. Včeraj je bilo tvoje, danes je od nekoga drugega.

Kar boš nekemu storil (dobrega ali slabega), to boš dobil nazaj. Ni pa rečeno, da boš dobil nazaj iz istega vira in na isti način. Sam se že od nekdaj trudim pri svojem poslovanju ravnati po načelu – **kako lahko oba pridobiva** in ne izgubiva. Bolj ko se sprašujem o tem, bolj ko razmišljam o tem, več poslov dobivam, več strank prihaja do mene ... in vsi pridobivamo. Ali ni to lepo?

Kako pa je z vami? Ali delujete na ustvarjalen ali na tekmovalen način? Če ste strogo tekmovalni, potem se ne smemo čuditi, če boste čez čas prišli v krizo. Ali gre konkurenci slabo? Če želite, da bo šlo tudi vam dobro, konkurenco blagoslovite in ji zaželite še več poslovnih uspehov, da bi jim prodaja narasla in da bi uspešno poslovali. Kajti, kar želite drugim – želite sebi. Saj se še spomnite članka iz prejšnje številke e-mesečnika, ko je neki gospod blagoslovil konkurenco in je kasneje postal uspešen kljub temu, da je njegovo podjetje propadlo. Vesolje ga je obilno nagradilo.

Vsi novodobni podjetniki, ki živite po načelu tekmovalnosti – požrite svoj ego in se vprašajte, kako bi lahko z nekom še sodelovali, in sicer na način, da bi oba pridobila. Bolj ko boste razmišljali ustvarjalno namesto tekmovalno, prej in hitreje bo vaše podjetje uspelo in prej boste postali bogati – kar pa je vaša pravica.

Vse bogastvo veselja vam je na voljo, le upati si ga morate zahtevati in verjeti, da si ga zaslužite. Prodaja se začne v vaših glavah. Prodajate zato, da bi oskubili stranko in bi tako nekaj cekinčnkov kapnilo v vašo denarnico, ali pa prodajate zato, da bi stranki pomagali s svojim izdelkom ali storitvijo? Odgovorite si pošteno.

Pred vsakim poslom, pred vsako prodajo se vprašajte: »Kako bova s tem pridobila oba?« Ko

boste imeli odgovor na to vprašanje in boste začeli delovati ustvarjalno, se vam bodo odprle nove priložnosti, o katerih si niste upali niti sanjati. Ne verjamete? Poskusite in potem se čudite. To, kar sem vam povedal v današnjem članku o prodaji, deluje – kjerkoli in kadarkoli, le zaupanje je treba ohraniti in biti za prejeto hvaležen.

Roy Goreya, motivacijski trener in avtor knjige »Tam kjer je volja, tam je pot«
Spletna stran: <http://www.osebna-rast.com>
E-pošta: roy.goreya@osebna-rast.com

MEHKO VODENJE
Ravnaj MEHKO in doživel boš USPEH!
Ravnaj TRDO in doživel boš NEUSPEH!
Avtor članka: **Boris Peršak**

Ekskluzivno za bralce e-mesečnika KORAKI DO USPEHA!

ŠEF ali VODJA

Skozi vsa dosedanja poglavja smo govorili o ŠEFU in VODJI, o različnih pristopih obeh in seveda nekaj malega tudi o pomenu ali škodi obeh pristopov za podjetje.

Najprej opredelimo naslednje:

ŠEF: Do podrejenih moraš biti strog, jim omejevati svobodo, jim določati kaj in kako bodo delali, ocenjevati njihovo uspešnost. ŠEFA zaposleni pogosto sovražijo, imajo o njem slabo mnenje, mu ne zaupajo – če se bo ŠEF začel spotikati ali bo prišel na slab glas pri podrejenih, mu bodo podrejeni z veseljem podstavili nogo. Skupina ni inovativna, delo opravlja na meji rentabilnosti in učinkovitosti. Nastaja kalo in veliko odpadnega materiala, ni prave volje po racionalizaciji in iskanju prihrankov. Delo skupine je usmerjeno z "železno" roko, s prisilo, kaznovanjem ali protekcijo zaveznikov.

Šef je zelo nevaren za vsako organizacijo, saj lahko pomeni potencialno točko slabosti za celotno organizacijo. Kot pravi rek: VERIGA JE MOČNA SAMO TOLIKO, KOLIKOR JE MOČAN VSAK NJEN NAJŠIBKEJŠI ČLEN! Ni pomembno, kje se nahaja "kritično" šefovsko mesto – na začetku, v sredini ali na koncu verige – v vsakem primeru je nevarno.

Seveda pa je najnevarnejše, če se nahaja na koncu verige, ko so vsi ostali člani svoje delo opravili korektno, pa gre zaradi enega šibkega člana vse po zlu. V časih zasebnega kapitala ni prostora za klasične lojalne mojstre, vodje skupin, delovodje, obratovodje, oddelkovodje, tudi direktorje, ki so po svoji naravi ŠEFI. Čas je za ljudi, ki bodo iz vložene enote kapitala izvlekli čim večji izkoristek in stabilnost tako za podjetje kot vlagatelje.

Organizacije, ki delujejo po ŠEFOVSKIH načelih, so izjemno ranljive, poti poslovno-tržnih rezultatov so nemalokrat na meji zakonitosti ali na drugi strani zakona: s pomočjo poznanstev do javnih poslov, kartelni dogovori znotraj strokovnih skupin, podkupovanje, izsiljevanje, nastavljanje pasti, vdiranje v poslovne skrivnosti konkurenčnih podjetij ipd. – vse to je v današnjih trdih časih neusmiljenega boja za preživetje celo razumljivo in opravičljivo.

Tukaj res velja, da najmočnejši preživijo. A za kakšno ceno in kako dolgo? Generacije se menjajo, naročniki del in kupci izdelkov postajajo vedno bolj osveščeni, oškodovana konkurenca poskrbi, da se informacije o nevarnem podjetju razširijo, krog se začne zapirati – nemalokrat se zgodi, da se združijo šibkejši konkurenti in ustanovijo konzorcij, katerega namen je smrtno raniti in razbiti starega leva. Žrtve pa so zaposleni, družine in končno tudi izgube in propadi povezanih partnerskih podjetij.

ŠEFOVSKA podjetja so največkrat nekdanja družbena podjetja, ki so se v vsem tem času kaj malo spremenila, katerim navadno načeluje zelo močna osebnost, ki s svojimi poznanstvi in vplivom lahko obdrži takšne dinosavre pri življenju. Kaj pa se zgodi, ko takšna osebnost, ki je navadno tudi dušila notranjo konkurenco, umre, odide ali preprosto odpove pod težo

naporov? Boj za nasledstvo, razbijanje v manjša podjetja – včasih smrt podjetja in blagovne znamke! To ni nujno slabo – naravni zakoni govorijo v prid smrti kot osnovi za rojstvo novega, boljšega, mlajšega.

Naša vzgoja je naravnana v obrambo pred drugimi, v opreznost, v bojovito obnašanje do drugih: neizprosen boj za doseg ciljev, obvladovanje za varnost. Mnogim nam je bila podoba ŠEFA položena že v zibel, nekaterim skozi ukazovalne starše, drugim skozi stroge učitelje in verske nauke, tretjim kot življenjsko načelo za uspeh.

VODJA: Čim manj odpada (kje lahko porabimo še tisti najmanjši košček?), kako približati čim bližje ničli, inovativnost skupine na nivoju, ko ideje in inovacije kar kipijo, ko se tedensko (če ne dnevno) pojavljajo ideje za nove izdelke, ko sodelavci radi prihajajo na delo, ko so vsi nagrajeni za uspešno izvedeno delo, ko se večja varnost zaposlenih, ko zaposleni soupravljajo delovni proces – to lahko doseže samo VODJA.

Delo poteka po principih osvobojenosti spon hierarhije, nasprotna mnenja so zaželjena, originalni pobudnik ideje vodi delo, skupine za posamezne projekte se tvorijo po principu prostovoljnega pristopa k projektu – tako imenovana razvojna skupina pripravi prototip in ga tudi preskusi, skupina za pripravo splošnega proizvodnega procesa poskrbi za prenos ustvarjenega izdelka v proizvodnjo, svetovalec iz razvojne skupine pomaga tržni skupini pripraviti gradiva za trg, tehnična navodila itn.!

Organizacija, delujoča po principih VODENJA, je nujno manj ranljiva zaradi tržnih sprememb, se hitreje prilagaja sprembam zakonodaje, hitro prilagodi izdelke za nove trge, njena pot izhaja iz analiz potreb potencialnih (u)porabnikov. Takšne organizacije imajo poleg trenutno proizvajanih izdelkov/storitvev v rezervi/pripravi vsaj še enkrat toliko prototipov, na trgu narekujejo tempo in usmeritve.

Preden se ostale toge konkurenčne organizacije prilagodijo spremenjenim razmeram, imajo še nekaj drugih rešitev, izdelkov – še več: ko se ostali, ki sledijo razvoju takšnih tržnih gazel, prilagodijo in osvojijo nova znanja, se naša organizacija pojavi na trgu z novo revolucionarno rešitvijo, ki zopet vso konkurenco potisne v ozadje. VODJA je torej osnova za tržno uspešnost, organizacija usmerjana na teh principih pa lahko samo raste.

Organizacije s sistemom VODJE se hitreje povezujejo s strateškimi partnerji s podobnim uspešnim principom, tvorijo poslovne skupine, uvajajo skupne razvojne projekte, brez težav s partnerji tvorijo razvojne ekipe s člani iz obeh organizacij, hitreje zbirajo in obdelujejo podatke, veliko eksperimentirajo na trgu, spremljajo konkurenco (posebna industrijska vohunska služba – dovolj en sam specialist), se strožje varujejo pred vpogledom konkurence v poslovne skrivnosti in razvoj prototipov, navadno vodijo na področju razvoja odprto razvojno politiko – javna objava raziskovalnih podatkov (LINUX open source in podobne high-tech skupine) s pridržanjem nekaterih pomembnih skrivnosti za odličnost izdelka zase.

Tako se onemogoči konkurenci, da bi postala prenevarna, saj se pojavi poplava izdelovalcev, ki pa so v vsakem primeru na drugem mestu. Predvsem pa se takšne organizacije ne ukvarjajo same z vsemi elementi tržnega nastopa – najamejo vrhunske tržnike za pripravo in izvedbo ostrega in uspešnega prodora na čim več trgov, vrhunske pravnike za zaščito blagovnih znamk na najbolj obetavnih trgih, vrhunske oglaševalce in psihologe/sociologe za pripravo učinkovitih prodajnih akcij.

Nekateri so naravni VODJE, od rojstva, svoje darove uporabljajo nezavedno. Občasno se zaradi nezavedanja nepravilnosti njihovega ravnanja prikrade v delo kakšen nepotreben ŠEFOVSKI element, ki kvari sicer odlično sliko.

IDEJAMOŽ Boris Peršak, podjetniški in računalniški svetovalec, detektiv, oblikovalec
Spletna stran: <http://www.soft-manager.com>
E-pošta: boris@persak.com

POSTANITE BOGATI
Znanstveni pristopi k bogatenju
Avtor članka: Boris Peršak

Četrti princip znanstvene metode pridobivanja bogastva

HVALEŽNOST

PONAZORITEV IZ PREJŠNJEGA POGlavJA sporoča bralcu dejstvo, da je prvi korak k bogatenju sporočanje zamisli o lastnih potrebah brezoblični snovi.

To je resnica in videl boš, da je nujno, da bi to storil, da se harmonično uskladiš z brezoblično inteligenco. Zagotoviti ta harmonični odnos ima tako primaren in vitalen pomen, da moram tukaj porabiti nekaj prostora za razlago in ti dati navodila, ki te bodo, če jim boš sledil, zanesljivo privedla v popolno harmonijo z najvišjo inteligenco oziroma z Bogom. Celoten proces mentalne prilagoditve in uglasitve lahko seštejemo v eno besedo: hvaležnost.

Najprej verjameš, da obstaja inteligentna snov, iz katere izvirajo vse stvari. Nadalje verjameš, da ti ta snov daje vse, kar si zaželiš. In tretjič se moraš povezati z njo z občutenjem globoke in popolne hvaležnosti.

Mnogi ljudje, ki si uredijo življenje po vseh drugih vidikih, so obsojeni na revščino zaradi pomanjkanja hvaležnosti. Ko dobijo eno darilo od Boga, pretrgajo niti, ki jih povezujejo z njim, ker mu ne dajo priznanja.

Preprosto je razumeti, da bomo s tem, ko živimo bližje izvoru bogastva, prejeli več bogastva, in prav tako je preprosto razumeti, da duh, ki je stalno hvaležen, živi v bližjem stiku z Bogom kot tisti, ki se nikoli ne ozre nanj s hvaležnim priznanjem. Bolj ko znamo hvaležno uskladiti naše misli z najvišjim ob prejemu dobrih stvari, več dobrih stvari bomo prejeli in hitreje bodo prihajale. Razlog je preprosto v tem, da mentalna drža hvaležnosti privede razum v tesnejši stik z izvorom, iz katerega prihajajo blagoslovi.

Če je misel o tem, da hvaležnost privede tvoj razum v tesnejšo harmonijo z ustvarjalnimi energijami vesolja, zate nova, jo dobro pretehtaj in videl boš, da je resnična. Dobre stvari, ki jih že imaš, so prišle k tebi po poti spoštovanja določenih zakonov. Hvaležnost bo vodila tvoj razum vzdolž poti, po kateri stvari pridejo k tebi, in te bo držala bližje harmoniji z ustvarjalnimi mislimi in te obranila pred zapadanjem v tekmovalno miselnost.

Samo hvaležnost te lahko obdrži znotraj gledanja proti vsemu in te obrani pred zapadanjem v napačno razmišljanje, da je zaloga omejena – predvsem pa te obrani pred tem, da bi počel to, kar je usodno za tvoje upanje.

Obstaja zakon hvaležnosti in popolnoma nujno je, da upoštevaš ta zakon, če želiš doseči rezultate, ki jih skušaš doseči. Zakon hvaležnosti je naravni princip, ki govori, da sta akcija in reakcija vedno enaki in usmerjeni.

Hvaležna usmeritev svojega razuma v hvaležni zahvali najvišji inteligenci je osvoboditev ali uporaba moči. Nemogoče je, da ne bi uspela doseči tistega, kamor je naslovljena, in odziv je takojšen premik v tvoji smeri.

“Premakni se bližje k Bogu in Bog se bo premaknil bližje k tebi.” Ta trditev ima vrednost psihološke resnice. Če je tvoja hvaležnost močna in stalna, bo odziv v brezoblični snovi močan in nepretrgan, tako da bo gibanje stvari, ki si jih želiš, vedno usmerjeno proti tebi. Bodi pozoren na hvaležen odnos, ki ga je zavzemal Jezus, ko je vedno bilo videti, da je govoril: “Zahvaljujem se ti Oče, da si me uslišal.” Ne moreš vaditi velike energije brez hvaležnosti, saj je hvaležnost tista, ki te povezuje z energijo.

Vendar vrednost hvaležnosti ni samo v tem, da boš prejemal v prihodnosti več blagoslovov. Brez hvaležnosti se ne moreš za dolgo ubraniti pred mislimi nezadovoljstva glede tega,

kakšne stvari dejansko so. V trenutku, ko dovoliš, da se tvoje misli ustavijo pri nezadovoljstvu zaradi stvari, kakršne so, začneš izgubljati tla pod nogami. Usmeriš pozornost na povprečno, vsakdanje, revno, bedno in podlo – in tvoj razum oblikuje te stvari. Nato sporočiš te oblike ali mentalne slike brezobličnemu. In povprečno, vsakdanje, revno, bedno in podlo bo prišlo k tebi.

Kadar dovoliš svojemu razumu, da se ustavi pri manjvrednem, postaneš manjvreden in obdaš se z manjvrednimi stvarmi. Nasprotno pa se z utrditvijo razuma na najboljše obdaš z najboljšim in postaneš najboljši. Ustvarjalna energija v nas samih nas ustvari po sliki, ki ji posvetimo svojo pozornost. Tudi mi smo zgrajeni iz razmišljajoče snovi in razmišljajoča snov vedno zavzame obliko, o kateri razmišlja.

Hvaležen um je vedno trdno usmerjen k najboljšemu. Zato se nagiba k temu, da postane najboljši. Zavzame obliko ali značaj najboljšega in bo prejel najboljše.

Prav tako se iz hvaležnosti rodi zaupanje (vera). Hvaležen razum stalno pričakuje dobre stvari in pričakovanje postane zaupanje. Reakcija hvaležnosti v razumu posameznika proizvede zaupanje in vsak poslani val hvaležnega zahvaljevanja poveča zaupanje. Posameznik, ki nima občutka hvaležnosti, ne more za dalj časa obdržati žive vere in brez te ne moreš postati bogat po ustvarjalni metodi, kakor bomo videli v prihodnjih poglavjih.

Zato je nujno, da neguješ navado biti hvaležen za vsako dobro stvar, ki pride k tebi, in da se stalno zahvaljuješ. Ker pa k tvojemu napredku prispevajo vse stvari, moraš v svojo hvaležnost vključiti vse stvari.

Ne porabljal časa za razmišljanje ali pogovor o primanjkljajih ali napačnih potezah tistih na oblasti. Njihova organizacija sveta je ustvarila tvojo priložnost, saj vse, kar prejmeš, prihaja k tebi zaradi njih. Ne jezi se zaradi pokvarjenih politikov. Če ne bi bilo politikov, bi zapadli v anarhijo in tvoje priložnosti bi bile močno zmanjšane.

Bog je deloval zelo dolgo in potrpežljivo, da smo na področju industrije in oblasti prišli do sem, kjer smo, in s svojim delom nadaljuje. Brez najmanjšega dvoma bo odpravil denarne mogotce, lastnike koncernov, veleindustrialce in politike, takoj ko bodo pogrešljivi, vendar so do takrat nepogrešljivi. Zapomni si, da pomagajo pripravljati poti prenosa, po katerih bo prišlo bogastvo do tebe, zato bodi hvaležen zanje. To te bo pripeljalo v harmoničen odnos z dobrim v vsem in dobro v vsem se bo premaknilo proti tebi.

V naslednjem članku bom predstavil peti princip znanstvenega pristopa k pridobivanju bogastva.

IDEJAMOŽ Boris Peršak, podjetniški in računalniški svetovalec, detektiv, oblikovalec
Prevod knjige The Science of Getting Rich
Spletna stran: <http://www.bogastvo.com>
E-pošta: boris@persak.com

Z DOBRO KONDICIJO DO ZDRAVJA
Kaj lahko sami storimo za svoje zdravje?
Avtor članka: Marjan Račnik

SPANJE IN ŠKODLJIVA SEVANJA

Še kar nadaljujem s spanjem. Kakovostno spanje je področje, ki mu resnično namenjam premalo pozornosti. Pred časom sem naredil primerjalni izračun, ki me je izredno presenetil. Soočil me je z dejstvom, da večina ljudi v življenju povprečno porabi za spanje manj kot 1% svojih prihodkov. Kar izračunajte, koliko denarja porabite za izdelke, ki služijo spanju.

Uspavalne tablete in pohišstvo, ki ga kupujete za spalnico, pri tem računanju izpustite, ker ne sodijo sem. Pohišstvo s kakovostjo spanja praviloma nima zveze. Za spanje so pomembni: ležišče, vzglavnik in posteljnina. Glede na to, da v enem letu prespimo nekje štiri mesece in v

tridesetih letih 10 let, je spanje res premalo cenjeno. Sploh, ker se nam pri spanju na najbolj preprost način vrača največ energije in se najbolj učinkovito izboljšuje počutje.

Vsi si želimo zdravi dočakati upokojitev ter v tretjem življenjskem obdobju početi še marsikaj takšnega, kar je sedaj postavljeno na stran. V ta namen celo namensko varčujemo v zavarovalnicah, vlagamo v investicijske sklade, si ustvarjamo materialno osnovo, gradimo kariero ... Pa bomo ob nespremenjenem vedenju in razmišljanju res lahko uživali vse te zelene stvari? Vprašanje.

Da bi bili v tretjem življenjskem obdobju zdravi, je treba že sedaj poskrbeti za to. Kaj boste najprej storili? Se boste pričeli bolj zdravo prehranjevati? Boste postali fizično bolj aktivni? Si boste zagotovili počitek, ki bo kakovosten in poživljajoč? Karkoli že storite, vsaka izboljšava vodi do boljšega počutja in zagotavlja boljše zdravje. Najbolje se je odločiti za izboljšanje vsega skupaj. V tem primeru je učinek največji.

Zadnjič sem namignil, da poleg kakovostnega ležišča na kakovost spanja zelo vplivajo tudi razna sevanja. Pri tem naj omenim, da obstajajo negativna, pozitivna in nevtralna sevanja. Največ je nevtralnih sevanj. Teh je okoli 60%. Za spanje so najboljša mesta, kjer je sevanje nevtralno.

In kako ugotoviti, če je na območju, kjer spimo, prisotno negativno sevanje? Najprej si odgovorimo na naslednja vprašanja:

- se morda ponoči zbudim, se znojim bolj kot običajno, me zebe?
- vstajam utrujen, se pojavljajo zjutraj kakšne bolečine (glavobol, hrbtenica ...), čutim mravljinice?
- čutim povečano potrebo po uriniranju?
- ali zvečer težko zaspim, zjutraj pa bi še kar spal?
- občutite tesnobo, strah, depresijo, raztresenost, stalno vznemirjenost?
- mi deluje nek del ležišča manj prijeten in se umikam bolj na rob, v sredino, spim poševno, skrčeno ...?
- mi je morda dremanje na sedežni garnituri bolj prijetno kot pa spanje v postelji?
- se prebujam psihično in fizično manj spočit, kot bi pričakoval?
- ali otrok noče zaspiti na mestu, kamor ga položimo k počitku, se morda preobrača ter umika s tega mesta?
- je otrok v svoji postelji ponoči nemiren, se prebujata in joka, škrtata z zobmi in moči posteljo?
- se meni ali komu drugemu v družini pogosto pojavljajo moreče sanje?

Če ste na katero od zgornjih vprašanj odgovorili pritrdilno, je smiselno preveriti, ali je na območju ležišča prisotno kakšno negativno sevanje. Kako to ugotoviti? Še najbolj vam bo pomagal nekdo, ki obvlada radiestezijo. Nekateri, ki imajo bolj razvito sposobnost zaznavanja, se s tem ukvarjajo profesionalno. Drugače pa ima vsak človek sposobnost zaznavanja teh sevanj.

Če ne drugega, se vsi bolj ali manj umikamo iz območja, ki nam ne ugaja. Seveda, če se imamo možnost umakniti. Če te možnosti v postelji ni, takšen človek trpi, životari ter počasi postaja vse bolj bolan. Do tega pride postopoma. Dokler je človek še mlad in odporen, se nekako upira temu negativnemu vplivu, kasneje mu vsa ta sevanja krepko načnejo zdravje. Načeto zdravje pa seveda vpliva na splošno učinkovitost.

Kakšna sevanja poznamo? Najprej so tukaj tehnična sevanja, ki jih povzročajo: električna napeljava v sobi, razne aparature, daljnovod nad hišo, razne antene na hiši ali v neposredni bližini (mobilna telefonija) in še kaj. Vsak še tako majhen dejavnik dodaja svoj delček k celotni paleti povzročiteljev, ki motijo spanje. Kar verjemite, da to drži. Naj omenim, da je spalnica prostor, kamor sodi le postelja. Celo omare z oblekami je najbolje imeti v kakšnem drugem prostoru. Čim manj je odvečnih stvari v spalnici, boljše boste spali. Najboljša in najbolj učinkovita zaščita je odstranitev motečih dejavnikov.

Naslednje moteče sevanje povzročajo podzemni vodni tokovi. Njihova škodljivost je odvisna od kamnine, po kateri se pretakajo. Sevanje je rezultat trenja molekul vode in kamnine. Pri radiestezijski meritvi je treba ugotoviti, ali je sevanje škodljivo, nevarno ali nevtrarno.

Za naslednje izredno moteče sevanje imamo geološke prelomnice. Spanje nad njimi je povezano z izjemnim tveganjem za zdravje. Pri geoloških prelomnicah se ne gre zanašati na kakšno drugo zaščito, kot je umik. Ne samo, da ga priporočam. Je nujen!

Poznamo tudi dvoje kozmičnih sevanj. Najdlje časa je poznana t. i. I. mreža, ki je poimenovana po nemškem raziskovalcu dr. Ernestu Hartmanu. Žarki te mreže potujejo v smeri sever - jug in vzhod - zahod. Žarek sam po sebi ni škodljiv. Sevanje je lahko škodljivo le na točki, kjer se križata žarka vzhod - zahod in sever - jug. Točke križanja so dokaj enakomerno razporejene. V smeri vzhod - zahod je razdalja med točkama 2,5 m, v smeri sever - jug pa 2 m.

Poznana je tudi t. i. II. mreža, ki jo je odkril dr. Manfred Curry. Slednja poteka pod kotom 45° na Hartmanovo mrežo. Razdalja med točkami, kjer se križata oba žarka, je okoli 3,5 m. Obe navedeni mreži nista popolnoma konstantni, ampak se malce premikata, vpliv na ta zamik ima Luna. Obe sevanji imata različno jakost, sta pa najbolj močni med 1. in 4. uro zjutraj.

In kako škodljiva sevanja delujejo na organizem? V telesu zmanjšujejo raven bioenergije ter zmanjšujejo velikost in čistočo auričnega polja. Povzročajo tudi neravnovesje v celicah. Bolezni in težave se pojavijo, če traja zadrževanje na škodljivem mestu dalj časa.

Za zagotovitev kakovostnega spanca je vredno poskrbeti za določitev najbolj primerne mesta v spalnici. Morebiten strošek radiestezijske meritve je zanemarljiv glede na to, kaj boste pridobili s tem, da boste prestavili posteljo. Vedite, najboljša zaščita pred neustreznim sevanjem je umik.

Za raznovrstne zaščite z volnenimi nadvložki ter za razne zaščitne mreže se odločajte le, če ste primorani. Še to, za zakonsko posteljo je dokaj težko najti ustrezen prostor z nevtralnimi sevanji. Včasih se zgodi, da se je zaradi neugodnih razmer najbolje odločiti za ločeno spanje; vsak v svoji postelji.

Naslednjič pa se res vračam nazaj na hrano, pravzaprav bom govoril o postu. Do takrat pa vam želim prijeten počitek. Počitek je najboljša, najpreprostejša in najbolj varna oblika obnove organizma. Upoštevajte svoje potrebe po počitku in resnično se boste počutili mnogo bolje.

Naj vam postaneta spanec in čas, namenjen spancu, zakon. Če žrtvujete spanec in počitek za kariero, ste na dobri poti, da bodo v tretjem življenjskem obdobju, ali pa morda že prej, od sadov vašega dela imeli največjo korist zaposleni v medicini ali pa alternativci. Vam je misel na takšen scenarij prijetna? Vaše zdravje je predvsem odvisno od tistega, ki bere te vrstice.

Marjan Račnik, svetovalec za zdravo in kakovostno spanje ter praktik zdravega življenja E-pošta: marjan.racnik@siol.net

JAVNO NASTOPANJE IN RETORIKA

Kaj lahko sami storimo, da ostane strah pred javnimi nastopi zgolj spomin?

Avtor članka: Boštjan Grošelj

MASKIRANJE Z BESEDAMI

Za nami je pustni čas. Zaznamovale so ga maškarade. Na teh druženjih smo lahko videli na kupu množico raznolikih mask. Šeme so obiskovale tudi domove, zlasti na podeželju. Zelo zanimivo je bilo spremljati maškare in ugibati, kdo se skriva pod toplimi oblačili in obraznimi pokrivali. Miha je bil npr. volk, Nina čarovnica, Andrej zmagovalka lepotnega tekmovanja, Mici krotilec divjih zveri. Enako kot dvom o identiteti maskiranih se lahko poraja dvom o resnični vsebini naših besed. Maske fizično zakrivajo obraz in telo, besede pa lahko, čeprav

morda precejkrat nevede, skrivajo naše resnične misli in namene.

Poglejmo si primer, ki bo natančno ilustriral, kaj imam v mislih. "Izlet je bil krasen," je dejal planinski pohodnik ob vrnitvi domov. Za spodbudnejše branje sem raje izbral svetel primer, čeprav ni nujno, da bo v njem vsakdo videl spodbudo. Kaj pomeni trditev, da je bil izlet "krasen"? Kaj je bilo tako krasno? Je bilo to vreme, je k temu prispevala družina ali pot? Ali je ta izraz prinesla kombinacija vsega trojega in morda še česa drugega?

Dejstvo je, da je izražanje takšnega mnenja povsem subjektivno dejanje. Vsakdo si nekoliko drugače predstavlja svet, ki ga obkroža, naše izkušnje in način našega doživetja stvarnosti se razlikujejo od posameznika do posameznika. Prav zato je tako pomembno, da se zavedamo, da imata dva človeka, ki izrečeta isto trditev, pri tem različne predstave.

Vrnimo se k našemu krasnemu izletu. Morda je nekdo dobil tak vtis zaradi sončnega vremena. Nekomu pa takšno vreme ne ustreza, torej ob izjavi iz istih besed v istem vrstnem redu ne misli na vreme, ker se takšne vremenske razmere v njegovem sistemu resničnosti ne zdijo takšne, da bi jih povezoval s tem, kar bi potem izrazil s pridevnikom "krasen". Lahko pa to besedo priključimo na dan, ker z njo izrazi navdušenje in dobro počutje zaradi poti, ki mu je ustrezala.

Nekomu bolj ležijo uhojene poti po mehkem terenu, recimo travnatem, nekdo drug pa se fantastično počuti na razgibanih kamnitih poteh z drevesnimi koreninami in kamenjem, ki zahtevajo zbrano in preiščeno hojo, ki vzame tudi več moči kot hoja po gladkem in mehkem, manj utrujajočem terenu. Spet drugemu se niti vreme niti teren nista tako vtisnila v spomin, da bi občutke ob misli nanju povezal z besedo "krasen". K takšni kratki oceni je lahko prispevalo dobro počutje v družini, ki mu je bila pogodu in v katere krogu se je naužil mnogih trenutkov, ki so se mu s svetlimi nitmi pripeli na vezenino spomina.

Še naprej bi lahko razpredali o pestri paleti možnih doživetij in misli, ki so privedli do ocene, da je bil izlet krasen. Lahko bi šli v neskončno analiziranje vsebine tega kratkega stavka, toda bilo bi odveč. Že iz doslej povedanega smo se lahko prepričali, kako kompleksno dogajanje in kako pestre možnosti se skrivajo za navidez preprostim vsakdanjim stavkom.

Vidimo, da so besede izjemno maskirno sredstvo. Tako kot lahko z eno pustno masko prekrijemo identiteto, kakršno sicer drugi zaznavajo v nas, lahko s kratkim stavkom prekrijemo njegovo vsebino. Iz teh nekaj besed ne moremo razvozlati praktično ničesar. Vsakdo si pod njimi predstavlja nekaj drugega.

Če želimo izvedeti, kaj nekdo pripoveduje z njimi, ga moramo vprašati. Vprašanje je zlato orodje, ki nam omogoči, da sogovornika natančneje razumemo. Če ga vprašamo: "Kaj je bilo tako krasno (na izletu)?" nam bo razkril podrobnosti, o katerih bi sicer samo domnevali. V medosebnih odnosih je ogromno domnev, kar je tudi eden od ključnih razlogov za omejujočo, utrujajočo in neiskreno komunikacijo s soljudmi.

Bojimo se vprašati, kar nas zanima, ker se bojimo resnice o sebi in drugih. Raje živimo v umetnem raju, v namišljenem blagostanju, živimo življenje, v katerem obnavljamo fasade na hišah in garderobo, ki je fasada naše osebnosti. Slepimo se, da spremembe, ki se v sodobni družbi dogajajo praktično vsako sekundo, izboljšujejo naše življenje. Resnica pa je ta, da želimo z vdajanjem navideznim spremembam preusmeriti našo pozornost na prozoren zunanji blišč, da bi se tako čimbolj oddaljili od svoje duše, svoje notranjosti, ki hrepeni po ljubezni, a se jo boji izraziti.

Kaj se potem dogaja? V naši površinski miselnosti nasedamo reklamam in parolam, s katerimi se zatapljamo v iluzijo enakosti. Zato je povsem normalno, da je ideja o kloniranju človeka padla na tako plodna tla. Smo civilizacija gesel. Sledimo istim geslom, ker si pod njimi vsakdo predstavlja nekaj drugega. Ta misel je paradoksalna, a prav zato še toliko bolj resnična. Poglejmo si reklamno geslo "Okus uspeha". Kdo si ne želi biti uspešen?

Vendar si uspeh vsakdo predstavlja po svoje. Dejstvo pa je, da se ob tem, ko pomislimo na

izdelek, ki ga reklama povezuje z uspehom, počutimo dobro. To dobro počutje je končno tisto, ki pripelje do množične potrošnje izdelka, ki ga proizvajalec reklamira z vzbujanjem dobrih občutkov, povezanih z uspehom.

Zunanji nadomestki za notranje hrepenenje sicer navidezno dosegajo uspehe in polnijo praznino v našem srcu, a dolgoročno so samo dim, s katerim se omamljamo. Notranje hrepenenje je mogoče potešiti samo s tem, da se odpremo ljubezni, da se sprejmemo takšni, kot smo, ker šele potem smo sposobni začeti tudi druge sprejemati takšne, kot so. To pa je naša najtežja naloga v šoli življenja, zato raje ostajamo na plehki površini. Njen izraz je tudi potrošniška mrzlica, še več, romarsko razpoloženje ob nakupih.

Namesto nekdanjih romarskih poti se čedalje bolj uveljavljajo romanja v nakupovalne katedrale. Veleblagovnice in druga nakupovalna središča privabljajo trume zunanje navlake željnih kupcev. Vedno manj je namreč kupcev, ki pridejo v nakupovalni center izključno takrat, ko resnično potrebujejo nek izdelek. Vedno več je tistih, ki sta jim ogledovanje izložb in nakupovanje hobi. V trgovinah se naužijejo zunanjega blišča, nakupijo izdelke, čeprav večine od njih ne potrebujejo zaradi uporabne vrednosti, ampak zato, da jih imajo, ker jim daje njihova posest boljši notranji občutek.

Ta občutek pa je seveda kratkega diha, ker je spodbujen od zunaj, zato ga je treba nenehno umetno ustvarjati. To je razlog, da nakupovalna mrzlica traja brez prestanka in da narašča zasvojenost z nakupovalnimi romanji. Še nedelja, običajno dan počitka, je okužena z virusom potrošnje, kar spretno izkoriščajo pohlepni lastniki trgovin. Izkoriščanje prodajalk in prodajalcev za nedeljsko delo je samo logična posledica bolestne nakupovalne norije.

Pot tokratnega razmišljanja smo proti koncu rahlo zavijugali, toda prepričan sem, da je takšnih besedil v zvrtničenosti sodobnih medijev premalo, zato je še toliko bolj pomembno poudarjati bistvene teme, ki so zaradi nagnjenja večine k površinskosti vse prevečkrat zapostavljene.

Poleg tega pa retorične spretnosti in veščine zelo pogosto uporabljamo za maskiranje naših resničnih namenov. Hkrati lahko tudi hitro podležemo vplivu spretnih govornikov, zato bi se morali globoko zavedati moči kratkih, a jedrnatih in čustveno intenzivnih stavkov. Vedno bi se morali vprašati, kaj se skriva za njimi, ker nam to pomaga, da lažje ločimo zrnje od plev.

Boštjan Grošelj, novinar, lektor, pesnik in zavarovalni posrednik
E-pošta: boskobosko@siol.net
GSM: 031 373 826

UPORABNI INTERNETNI NASVETI

Vse, kar ste kdajkoli želeli vedeti o tem, pa niste upali vprašati.

Avtor članka: Boris Peršak

DRŽAVNE SPODBUDE ZA DELUJOČA PODJETJA IN BODOČE PODJETNIKE

Današnja tema je morda malce neobičajna, saj ne bom govoril, kaj in kako o spletnih straneh s tehničnega ali funkcionalnega vidika, ampak se bom teme dotaknil predvsem z vidika državnih spodbud za delujoča podjetja in bodoče podjetnike.

Zamislimo si položaj, ko potrebuje delujoče podjetje kvalitetno spletno stran, pa nima nihče v podjetju ali časa ali znanja, da bi to naredil sam, kar je sicer dobra rešitev, po mojem mnenju še najboljša, saj izhajajo iz resničnega "notranjega poznavanja" kulture podjetja. A povrnimo se k dejanskim razmeram, ki vladajo v večini slovenskih podjetij. V velikih podjetjih imajo navadno informacijski oddelek, ki skrbi za te zadeve, vendar ni nujno, da so med njimi tudi strokovnjaki za spletne rešitve. Navadno tudi v takih podjetjih zaupajo izdelavo spletnih strani z vsemi rešitvami specializiranemu podjetju. A komu zaupati to nalogo?

Morda ima kateri izmed "naših" sina srednješolca ali študenta, ki se spozna na to? Prva, navadno slaba rešitev, ker to ni delo za eno osebo, ampak za celo ekipo! Poglejmo na

Internet, morda bomo tu našli kakšnega ponudnika? Ogromno ponudbe, a kako vedeti, kdo je tisti pravi? Reference? Nekateri najboljši imajo premalo časa, da bi naredili svojo spletno stran ali kakor pravi ljudski rek: Kovačeva kobila je pogosto bosa! Pri nekaterih "ponudnikih" za izdelavo spletnih strani sem že našel reference, ki vsekakor niso njihove, preprosto so "ukradli" zaslonsko sliko dobre spletne strani, jo morda malo predelali (ali pa še to ne) in jo objavili vključno s povezavo na originalno spletno stran. Prebrisano in pokvarjeno, kajne?

A vrnimo se k podjetju, ki je že šlo skozi vse te postopke in so se vodilni odločili, kaj bodo naročili in za koliko denarja. Pogledajo si cenike in vidijo, da profesionalna in resna firma računa vse od 200.000 SIT pa do nekaj milijonov – odvisno od zahtevnosti same grafične postavitve in spremljevalnih spletnih rešitev.

Vzemimo za primer kvalitetno statično spletno predstavitev podjetja, kjer imamo opravka z opisom podjetja, predstavitev izdelkov in storitev, z galerijo slik (priljubljena tema na sestankih s potencialnimi mojimi naročniki), seveda sem sodi tudi nagovor direktorja, pa morda še koga, nekateri bi se odločili za predstavitev vseh vodilnih, pa seveda obrazec za naročanje na novice (ki jih kar nekako pozabijo pošiljati) in morda še kaj.

Ja, gospod, tole pa bo nekaj čez 200.000 SIT neto, prištejte še davek in vse morebitne neposredne stroške (domena, gostovanje, izobraževanje zaposlenih, nastavitve v podjetju). Kaj kmalu ugotovimo, da bo sodelovalo vsaj pet ljudi in da se bodo nabrale ure, na koncu bo vse to skupaj stalo morda celo več kot pol milijona tolarjev.

Ko so karte na mizi, se zelo rado zgodi, da začnejo odgovorni v podjetju barantati za ceno. Če je ponudnik neizprosno in pod nobenim pogojem ni pripravljen znižati cene, se začne eden od dveh naslednjih scenarijev:

- izberejo drugega ponudnika, ki ponuja bistveno nižjo ceno (ne glede na to, kakšne reference ima ali kdo stoji zadaj),
- odpovejo se posameznim željam;

Resen ponudnik bo v duhu poslovnosti pustil potencialnega naročnika, da se sam odloči, kaj in kako. Če se odločijo za drugega (sploh v primeru, da je naša cena resnično ugodna), mora tak ponudnik mirno sprejeti to odločitev. Ne štejem več, kolikokrat se mi je zgodilo, da sem dobil kasneje klic, če lahko "pomagam", ker je "ugodnejši" ponudnik naredil vse skupaj do polovice in zdaj zahteva še več denarja za dokončanje.

Zgodilo se je že tudi, da je bil na koncu več kot dvakrat dražji od moje prve ponudbe. Navadno povem v takšnem primeru, da za drugimi ne mislim popravljati, če pa me že prepričajo v to, da si sploh pogledam rešitev "ugodnejšega" ponudnika, pa se še niti enkrat ni zgodilo, da bi naletel na pravilno strukturirano kodo ali omembe vredno grafiko. Začnem lahko le od začetka, cena je seveda enaka kot je bila, če sem s sodelavci sredi projekta, pa je višja za 30%.

In kam tukaj sodijo državne spodbude? Ravno tja, kamor morajo! S tem ko mi je bil priznan status svetovalca specialista za e-poslovanje in izdelavo spletnih strani, sem vključen v vavčerski sistem svetovanja, ki omogoča delujočim podjetjem in potencialnim podjetnikom, da koristijo subvencijo.

Ta subvencija ni namenjena samo za e-poslovanje in izdelavo spletnih strani, ampak lahko izbirate med celo paleto specialističnih in generalističnih področij, za več podatkov si oglejte spletno stran Pospeševalnega centra za malo gospodarstvo: <http://www.pcmq.si>, kjer boste našli vse podatke o svetovalcih, tako specialistih kot generalistih, o lokalnih oziroma regionalnih pospeševalnih centrih, kjer se vavčerji izdajajo in seveda še cel kup drugih zanimivih in koristnih informacij.

Če imate malo ali srednje podjetje ali ste potencialni podjetnik, si dobro preberite vse na tej strani, ker je tam ogromno uporabnih (koristnih) informacij, ki vam bodo olajšale poslovanje in zelo verjetno znižale stroške poslovanja, povrh pa se z vključitvijo v projekte lahko poveča

obseg vaših poslovnih zvez.

OK, zdaj ste si na strani PCMG prebrali vse, kar vas zanima o vavčerskem svetovanju – subvencijah. Zdaj pa v prakso, kaj lahko za to ponudi svetovalec specialist za e-poslovanje in izdelavo spletnih strani, torej jaz in še precej drugih po celi Sloveniji. Najprej se vam lahko stroški znižajo do 50% ali povedano drugače, subvencionirano do največ 3000.000 SIT za dvoletno obdobje.

Čez dve leti lahko zopet koristite ta znesek (verjetno bo večji) in tako predvidoma vsaki dve leti. Torej, dobra spletna stran s celotnim razvojem vas stane približno pol milijona tolarjev neto, kar pa pomeni, da je lahko polovica krita iz naslova državne spodbude. V številkah: razvoj spletne strani, ki bi vas na trgu stal 500.000 SIT neto, vas bo stal le 250.000 SIT. Prihranek pa lahko preusmerite v izobraževanje in tako dvignete nivo usposobljenosti zaposlenih za elektronsko poslovanje, ki ne samo da trka na vrata, ampak pomeni že danes možnost prihranka za tiste, ki ga uporabljajo.

Morda še samo tole: količina denarja za subvencije v državni malhi ni neomejena, zato je treba bika zgrabiti za roge čim prej, da si zagotovite svoj delež ali kot navadno rečem jaz: da si povrnete del vplačil v državno blagajno!

Naj vas spremlja modrost in blaginja! Želim vam čim več dobrih spletnih korakov.

IDEJAMOŽ Boris Peršak, podjetniški in računalniški svetovalec, detektiv, oblikovalec
Spletna stran: <http://www.idejamož-sp.si>
E-pošta: info@idejamož-sp.si
GSM: 041 791 081

ODKRIJTE SVOJO LEPOTO IN STIL
Kako s primerno obleko in privlačnim make-upom do uspeha?
Avtorica članka: Katja Fašink

OSEBNI SLOG – ZRCALO NAS SAMIH

Izbiramo lahko med elegantnim, klasičnim, trendovskim, športnim, šik ipd. Sama se še vedno odločam med več slogi. Pravzaprav sem se odločila že za svoje tri vrste, le da si z vsakim dnem privoščim in zamislim drugega. Seveda primerno priložnosti. Če bi jih poimenovala, bi bili elegantni oziroma klasični, začinjeno trendovski in avantgardni. Če pa bi za mnenje vprašali več strokovnjakov za oblačenje, bi najverjetneje vsi podali svoja imena za svoj slog.

Tokrat se bom posvetila **klasičnemu stilu**, za vse tiste, ki opravljate poklic, pri katerem morate biti urejeni tako, kot narekuje poslovni bonton.

Klasični slog naj bi predstavljal srednje visoka oseba, z dobro uravnoveženimi potezami. Torej z lepo razporejenimi linijami telesa in konzervativnim pogledom na življenje. To vsekakor ne pomeni, da oseba z drugačnim načinom razmišljanja ali neskladno postavo ne more imeti klasičnega sloga.

Današnja ženska in moški sta naredila zelo velik napredek in stopila korak dlje od običajne uniforme. Poslovne ženske in moški so svobodnejši pri klasično elegantnem oblačenju in se odločajo za oblačila, ki izražajo njihovo osebnost. Vzpon po karierni lestvici še povečuje večjo izbiro med različnimi oblačili, pa vendar ostaja konzervativnost za tako osebo prednostna, saj njen čut za modo ne sme nikoli nadvladati poklicnih sposobnosti!

Že sam pogled nanjo potrjuje, da določene barve in videz večajo njeno verodostojnost in stopnjujejo videz moči. Da je enakovredna in enakopravna med ostalimi, dokazuje konzervativna poslovna obleka oziroma kostim. Barve, kot so na primer temno modra, rjava, kamelja in siva, večajo verodostojnost in morajo sestavljati dobršen del garderobe ženske in možkega s klasičnim slogom.

Ljudi, ki jih vidim oblečene v klasičnem slogu, dejansko vidim kot konzervativne osebe, saj mora slog sovpadati z obnašanjem in navadami človeka.

Priložnosti oz. poklici, primerni za klasični slog, so:

zaposleni na upravah in občinah, pravniki in medicinci, politiki in vladni uslužbenci, učitelji in nepremičninski agenti, za priložnosti, kot so obisk cerkve, sestanek v šoli, meščanski dogodki, seje upravnega odbora, politični sestanki ipd.

Klasični slog je primeren tudi za družabne in »obvezne« prireditve oziroma priložnosti, kot so npr. koktajl zabave, večerje, obiski gledališča (vendar s primernim slovesnim topom in nakitom ter drugimi dodatki), predavanja, pogrebi, govori in predstavitve.

Upoštevajte moj nasvet ter sprejmite poslovne norme in pravila oblačenja za svoje. Oblecite se svojemu položaju in poziciji primerno. Tako boste v svojem poslu uspešnejši in bližje načrtanemu cilju.

Katja Fašink, profesionalna vizažistka in stilistka

Spletna stran: <http://www.lepotainstil.net>

E-pošta: katja.fasink@lepotainstil.net

MODRE MISLI ZA VSAK DAN **Misli, ki vas bodo motivirale za vrhunske dosežke.**

"Tvoje delo je odkriti svoje delo in se mu potem predati z vsem srcem." Buda

"Samo eden sem; pa vendar sem nekdo. Ne morem narediti vsega; pa vendar lahko kaj naredim. Ne bom zavrnil tistega, kar zmorem." Helen Keller

"Vsi imamo kako posebnost skrito v nas ... in samo čaka, da jo sprostimo." Jean Houston

ANEKDOTA E-MESEČNIKA **Resnične zgodbe, ki vas bodo spravile v smeh.**

OSEL NA MULI

Maršal Francois de Bassompierre, francoski poslanec na španskem dvoru, je poročal kralju Henryju IV. o svojem prihodu v Madrid in med drugim dejal:

»Jahal sem na najmanjši muli na svetu.«

»No, to je moral biti izreden prizor: velik osel na najmanjši muli,« je kralj zlobno pripomnil.

»Bil sem samo predstavnik vašega veličanstva,« je skromno odgovoril diplomat.

TAT PRI POLICIJI

Francoski politik, zgodovinar in publicist Jules Bastide se je kot politični kaznjenev v zaporu spoznal z nekim tatom. Ko sta se pozneje srečala na ulici, ga je tat vljudno pozdravil. Ob tej priložnosti je Bastide svetoval znanecu, naj začne novo življenje.

Ni minilo dolgo, ko sta se spet srečala, a tokrat se je Bastide začudil, ker je hotel znanec brez pozdrava mimo. Ustavil ga je in vprašal, zakaj ga je prezrl. »Sedaj sem pri policiji,« je odvrnil tat.

NERODEN URAR

Znani domišljavec je hotel pesnika Pierra-Avgusta Baumarchaisa, ki je bil meščanskega stanu, v plemiški družbi ponižati. Zato mu je vpričo zbranih odličnikov pokazal svojo dragoceno uro in ga vprašal:

»Dragi moj, pogledjte no, kaj manjka tej uri. Ne gre natančno. Vi pa ste sin urarja in boste gotovo našli napako.«

Baumarchais je vzel uro v roko, toda kot po nerodnosti jo je spustil na tla, da se je razbila. Nato je ljubeznivo pripomnil: »Oprostite, toda moj oče mi je že od nekdaj pravil, da sem za urarja vse preveč neroden.«

LASTNIK MOŽGANOV

Bogati in naduti brat Ludwiga van Beethovna je poslal skladatelju novoletno voščilo. Na karto se je mož podpisal: »Johan van Beethoven, lastnik posestva.«

Slavni glasbenik mu je karto vrnil, potem ko je na njeno zadnjo stran pripisal: »Ludwig van Beethoven, lastnik možganov.«

[[Knjige](#)] [[Osebno svetovanje](#)] [[Forum "KORAKI DO USPEHA"](#)]
[[Spletno gostovanje, registracija domen, antivirus program](#)]

Poslušajte KOROŠKI RADIO Slovenj Gradec na FM 97.2 MHz!
V sredo 26. marca 2003 ob 20:00 boste v oddaji KOLO ŽIVLJENJA izvedeli vse o novih terminih predavanj, seminarjev in delavnic, ki jih organizira Roy Goreya.

Izdajatelj: WWW.OSEBNA-RAST.COM
E-pošta: roy.goreya@osebna-rast.com

© OSEBNA RAST 2003