

ELIMU YA KUIBADILI

Bi'Hasara

KUWA BIASHARA INAYOLIPA



MWL. VICTOR RAMADHAN KALINGA

ELIMU YA KUIBADILI

Bi'Hasara

KUWA BIASHARA INAYOLIPA

MWL. VICTOR RAMADHAN KALINGA

BI'HASARA

Hatimiliki ©mshindidaima

NBZU : 094 – 04 – 26J4 - T003 -022-23

VICTOR RAMADHANI KALINGA

+255 620 443 048 & +255 766 245 207

Mshindidaima@gmail.com

victorramadhankalinga@yahoo.com

<https://www.facebook.com/vctor.kali>

IRINGA & DAR ES SALAAM, TANZANIA.

ITIFAKI IMEZINGATIWA

Hairuhusiwi kufanya mabadiliko yoyote bila ya idhini ya mamlaka ya umiliki wa kazi hii .

Kimeandaliwa na

JMT – DARASA & MTAZAMOCHANYA TZ

YALIYOMO

UTANGULIZI

- 1. BI'HASARA NI NANI?**
- 2. BIASHARA NI NINI?**
- 3. ASILI YA BIASHARA**
- 4. MFANYABIASHARA NI NANI?**

UTANGULIZI

Watu wengi huwa tunaanzisha biashara tukitegemea kupata mafanikio. Hakuna anayeanzisha biashara ili apate hasara, ili afilisike, ili alemewe na madeni au azidiwe na changamoto kiasi cha kupoteza matumaini achilia mbali uhai kwa baadhi ya wafanyabiashara.

Kila mtu anaweza kumiliki biashara, ila huwa inahitaji watu maalum kudumu na kukua kibiashara.

Watu maalum hawatoki sayari ya nne, hawana miguu sita, hawana macho nane kuzunguka vichwa vyao, ila ni watu kama nilivyo mimi na wewe, tofauti yao kuu na wafanyabiashara wengi ni shauku yao na utayari wa kukua kila siku.

Kwenye biashara kuna kuyumba, kutetereka, na kufilisika na wakati mwingine tunaweza tukaamini katika kurogwa, kukoseshwa riziki na wadau, kutokulipwa au kuletewa changamoto na serikali nk, yote ikiwa ni sehemu ya kutujenga na kutukomaza kwa ajili ya hatua kubwa na ngumu za kibiashara.

Kuna mengi katika biashara, mengine mazuri mengine mabaya, lililo kuu na linalosaidia nuru katika biashara nyingi kubwa duniani ni **MAARIFA**.

BI'HASARA NI NANI?

Bi'hasara ni aina ya biashara inayozaliwa ndani ya biashara ambayo inaendeshwa kimazoea, kihisia na kimatabaka.

Mojawapo ya sababu kuu zinazopelekea biashara kubadilika na kuwa Bi'hasara ni **UJINGA** na **UDUMAVU**.

DHANA YA BI'HASARA KUPITIA MIFANO

MFANO WA KWANZA

Oktoba 6 mwaka 2020 nilikwenda kwenye duka kubwa la mahitaji ya binadamu (Supermarket) maeneo ya Ukonga - Mombasa jijini Dar es Salaam, sikuwahi kulitumia duka hilo kabla kwa hiyo niliposoma kuwa ni supermarket niliamini hapatakuwa na tabia zinazokatisha tamaa wateja kama ilivyo kwenye biashara nyingi za kawaida nchini Tanzania kwa sasa.

Hali ilikuwa hivi..

Mimi: Habari ya sa'hizi?

Mhudumu: Salama (ya kutokea tumboni)

Mimi: Samahani kuna sabuni naitafuta inaitwa ora kama sikosei, mnayo?

Mhudumu: Siye hapa hatuna, kwanza Ora hatujawahi kuisikia siye tuliyonayo inaitwa Aro.

Bidhaa ilikuwa ni yenyewe ila nilikosea matamshi tu lakini mhudumu ambaye kimuonekano alikuwa ni mama mtu mzima na kishaiba alionekana dhahiri kuwa mtu wa shari hakuonekana kuwa kibiashara (aliniisuta badala ya kunielekeza).

Kutokana na kukosea matamshi mhudumu alikataa kunionesha bidhaa halisi aliyodai anayo ili nijiridhishe kama ndiyo yenyewe au la.

Kwa kuwa nilizunguka sana, ilibidi nilazimishe kuoneshwa waliyonayo.

Ukaidi wa yule mhudumu uliendelea ila binti aliyekuwa kando yake aliamua kuinuka na kunipeleka upande zilipo hizo sabuni.

Tulifika na sabuni tuliikuta..

Utata wa pili ukaja pale niliporudi tena kwa mhudumu ili nilipie, changamoto zilibuka upya.

Mazungumzo yalianza tena..

Mimi: Ndiyo yenyewe Mama, bei yake sh'ngapi?

Mhudumu: 6500/=

Nilihiari kulipa lakini mhudumu hakuishia kwenye kupokea tu pesa, nilipompa hela akaichanua juu na kuitazama mwangani nikiamini anautafuta ubandia wake kumbe haikuwa hivyo.

Baada ya kujiridhisha, akanirejea kwa kauli ya kebehi..

Mhudumu: Hela yako ina matundu sana, huna nyingine? Aliongea huku akinirudishia.

Nyingine nilikuwa nayo lakini niliona dhahiri mhudumu hakuwa na dhana imara ya kibiashara ilinibidi nimwambie sina na nikatoka huku nacheka.

Baada ya kutoka nje nilianza kujifikiria "Supermarket yenyewe moja na sabuni inapatikana pale tu kwa eneo lile lote, lakini kutokana na dharau nilizokutana nazo mwishowe niliamua bora niende mzambarauni (eneo jingine karibu na Gongo la Mboto) kwa miguu kuliko kuwalazimisha kuwapa pesa watu walioonesha wazi kwamba hawaitaji pesa yangu.

Nilikwenda Mzambarauni..

Baada ya muda hatimaye nilifika na nikaongoza moja kwa moja mpaka kwenye duka fulani la jumla la wahindi.

Kwenye hili duka wabebaji wengi wa bidhaa aidha kuwabebea wateja au kupakua walikuwa waswahili ila changamoto yao nao ilikuwa ukiwasalimia wanakutazama kwanza ndipo wanakujibu.

Sikujali hilo, niliamua kujituliza kando na kumpata mmoja wa kumueleza haja yangu kwa sababu duka lilikuwa limetingwa kutokana na wingi wa wateja.

Wakati naongea na kuri, Mmoja wa wahindi waliokuwa maeneo yale alidakia "Karibu boss!!" ile karibu boss tu iliniteka na kunifanya nijione mfalme.

Hapa ilikuwa kwa wahindi ambao mara nyingi ndiyo huwa wanatajwa kama wabaguzi lakini kwenye biashara wapo kinyume.

Nilitoka kwa kuri nikamsogelea yule bwana wa kihindi, nikauliza bidhaa kama nilivyorekebishwa kule supermarket.

Lakini safari hii mhindi ndiye alikosea jina la bidhaa yeye akaiita "Astro"

Kama kawaida kuri alitumwa bidhaa ikaletwa, nikauliza bei, mhindi akaniambia 5000/= tu boss.

Kwa mhindi ilipungua Sh. 1500 ilhali kwa mfanyabiashara wa awali aliyeonesha dharau alizidisha 1500 zaidi.

Nililipia, nikaletewa bidhaa nikarejea kwenye majukumu yangu kama kawaida.

Swali la kujiuliza

Je kati ya mhudumu wa Supermarket na mhindi wa duka la jumla nani alikuwa mfanyabiashara na nani alikuwa mfanyabi'hasara?

NATAKA KUSEMA NINI

Biashara zetu nyingi zinageuka kuwa Bi'hasara kwa sababu ya kuzibebesha na kuziambatanisha na imani za kishirikina, tabia zetu za asili, hisia mbaya, silika za kibinafsi, hulka na fikra za ajabu kwa watu.

Sisi sote tupo kwenye biashara ila ni lazima sio hiari, ni lazima uigizie wateja, ni lazima uchague kuvaa kinyago cha unyenyekevu na upole wakati wa kazi maana makwazo ni mengi na vita ya kibiashara ni kubwa.

Tunapowaweka mabinti wenye mionekano mizuri kwenye biashara zetu tusihisi kwamba tumemaliza kila kitu ni lazima tuzingatie pia na huduma zao kwa wateja. Tusiweke tu watu ila ni lazima tuwe na aina ya watu ambao wananasa zaidi wateja na si kuwa kikwazo na kuifanya biashara kuwa mbaya pahala ilipotakiwa kustawi.

Tutoe ukabila, tutoe mazoea, tutoe mapenzi na tabia za kuamini katika ngono kwa wateja. Tuachane kwanza na kuperuzi au kuchati na kama tunaongea tukate na kutua simu zetu chini pindi tunapotoa huduma, tuwe wepesi kuomba radhi pindi tunapokosea na sio kushupaza shingo

kwa sababu ya kuamini katika mwonekano wetu, bidhaa zetu, majina yetu, maombi na mifungo tuliyofanya, madawa tuliyonyunyiza, kuficha pahala na kufukia milangoni.

Ni ujinga wa kimasikini kuwapimia watu kipato chao kwa namna wanavyoonekana.

Kwa mfano, Kosa la kuwakadiria watu liliwahi kuwagharimu Rolls Royce pale walipojiona wao ni wa ghali zaidi kuliko wateja wao. Katika siku isiyo na jina walijikuta wakimdharau mfalme aliyeenda kuulizia bei za magari yao akiwa kavaa ovyoovyo, yule mfalme alinunua magari 6 kwa kulipia yote papo hapo na kwenda kuyafanya magari ya kubebea taka kwenye eneo lake analolitawala.

Baada ya hapo nini kilitokea?

Rolls Royce ilishuka thamani na ikawagharimu zaidi ya miaka 5 kurejesha heshima yao sokoni.

Lakini kinyume cha mfano huo huo kiliwahi kutokea pia Hotel ya Golden Tulip ya Zanzibar wakati inaanza nadhani ni zaidi ya miaka 20 iliyopita na kama sio Golden basi ni Serena. Hawa mabwana walipokea mzee fulani wa ovyo ovyo tu. Alivaa ndala, shati kubwa lililochoka na kidevuni mwake kulijaa ndevu.

Wahudumu walimhudumia vizuri na kwa kumjali na kilichotokea baada ya hapo ni yule mzee kurejea na familia yake yote kwenye gari ya maana sio babywalker au nsogeze nsogeze. Mzee alikuja na familia yake walichukua zaidi ya vyumba viwili na walikaa hapo hotelini kwa siku 7 mfululizo. Kwa watu wanaojua masuala ya hotel nadhani

tunaijua hadhi ya Golden Tulip na gharama zake jinsi zilivyo changamka.

Yote ya yote naomba tukumbushane kwamba kilichowafanya ukanda wa Ulaya na marekani kufanikiwa kwenye biashara ni kwasababu mpaka kesho wanaamini kwamba mteja kwao ni mfalme. Lakini pia kinachowafanya watu wa ukanda wa Asia wapige hatua ndani na nje ya mataifa yao ni ile falsafa ya kuamini kwamba mteja ni Mungu hivyo ni lazima aabudiwe. Na kwa kuthibitisha hilo watazame wahindi nchini mwetu, naomba unitajie orodha ya majina ya wazawa kwenye orodha ya mabilionea 10 Tanzania tuone kama tunafika hata watatu ukiachilia mbali kivuli cha Hayati Dkt. Reginald Mengi.

Tunavyosema tunaingia kwenye biashara tumaanisha na tujitoe kwa ari na mali. Suala la kusali, misukule, majini na kuroga linafanywa na wote ila vyote hivyo vinakuangalia wewe kuanzia kwenye imani, subira, tabia, na juhudi.

Tuache kujiona tupo bize sana kiasi cha kuwapuuzia wengine, tuache kuwachukulia poa watu, tuache kuongeza bei kiholela kwasababu ya faida za haraka, marejesho na uchu wetu binafsi.

Zaidi na muhimu tuache ujinga na tukubali kujifunza, yaani tuyajue **MAARIFA** na kuyaishi.

UBOMOAJI WA DHANA YA BI'HASARA KATIKA KUIJENGA BIASHARA INAYOLIPA

NYANJA SALAMA ZA MAARIFA

Maarifa yamegawanyika katika nyanja mbalimbali, na sio kila kitu kilicho katika mfumo wa maandishi kinastahili kuitwa maarifa, la hasha! mengine ni maafa.

Mimi ni mwandishi wa mitandaoni lakini pia ni msomaji ila huwa sisomi kila kitu kutokana na vigezo nilivyojiwekea.

Nitanukuu jambo kutoka kwenye Biblia takatifu si kwa minajili ya kidini ila ni kwasababu ya uzito wa tunachokiongelea hapa, kwenye Biblia takatifu aya ya 6 sura ya 4 ya kitabu cha Hosea kuna andiko ambalo watu wengi huwa wanalinukuu tofauti kwa kusema "watu wangu wanaangamia"

Andiko linasema *"WATU WANGU WANAANGAMIZWA KWA KUKOSA MAARIFA"*

Tukiachana na msemaji wa hayo maneno yaani Kristo, tukirudi kwa waliosemwa ni dhahiri kabisa tunajikuta sisi tena ambao tunaishi katika zama za maarifa na taarifa na bado tunaendelea kuangamizwa.

SASA BASI, Tunaepukaje kuangamizwa na kuanza kuyatafuta maarifa sahihi?

JIBU ni jepesi tu, Ni lazima tujue

- *VYANZO VYA MAARIFA SAHIHI*
- *AINA YA MAARIFA SAHIHI*
- *UMUHIMU WA MAARIFA SAHIHI*
- *MATUMIZI SAHIHI YA MAARIFA*

Watu wengi tunajua vyanzo vya maarifa na vingine tumo ndani yake, tunajua aina ya maarifa tunayoyataka na tunayatafuta, tunajua umuhimu wake na baadhi tunaamua hadi kuuishi ila tunakuja kupotea kwenye usahihi wa matumizi.

Niazime sikio nikwambie jambo, hata haya maarifa tunayopeana sasa hivi hayatakuwa na maana yoyote ikiwa hatutaamua kuyatumia pahala sahihi.

Sasa basi, pahala sahihi ni wapi?

Pahala sahihi ni pale palipotusukuma kuyatafuta maarifa, pahala hapo sio biashara kama ilivyo dhamira yetu lengwa.

Pahala hapo ni pengine kabisa ambapo ndiyo panaziponza na kuziua biashara zetu nyingi tena nyingine hata kabla ya kuzianzisha.

Pahala ambapo ni zaidi ya biashara ni wapi kama sio

DHIKINI?

Dhiki ndiyo inayotuponza na kutufanya tuhangaike huku na kule na ndio maana maarifa yetu yameibeba dhana ya biashara kwa yeyote hata asiyekuwa na biashara na hata yule asiyejua kwamba anachokifanya pia ni biashara.

Kuna nyanja mbili muhimu za kimaarifa ambazo kila mwenye kiu ya mafanikio kupitia biashara ni lazima azijue.

A. MAARIFA YA KIROHO

Ipo wazi kwamba tukiona tu neno maarifa ya kiroho japo sio wote ila wengi huwa tunaamini kwamba ndani yake tunakwenda kuongelea vitabu vitakatifu, na mafundisho ya kidini, hii pia ni mojawapo ya sababu inayotuangamiza ila si mara zote na sitasema kwanini maana hamchelewi kuniita nisiyeamini Mungu ama mpinga Kristo, hapa ni **HAPANA** kubwa mimi sipo huko waungwana.

Maarifa ya kiroho ni zaidi ya vile vilivyo kwenye vitabu mbalimbali kwasababu sisi pia ni vitabu ambavyo vimekamiliika na ili tujue baadhi ya siri kutuhusu ni lazima tuamue kujikita rohoni ili tuzifikie kurasa fulani.

Na kanuni ya kuunganisha mawasiliano ya rohoni inaanzia kwenye nafsi safi, hapa siongelei juu ya kuwa na dhambi au la hapa naongelea juu ya utulivu, nidhamu, mfunjo, maombi ambayo ni mazungumzo na Muumba kulingana na upande uliopo.

Naomba nisisitize, majibu mengi kuhusu maisha yetu yapo kwenye kufunga hii haihusiani na dini yoyote ila ndiyo kanuni ya asili.

Maarifa ya kiroho ninayoyaongelea ni ile shauku ambayo mtu anatakiwa awe nayo na aiwekeze kwenye kujua asili

yake, kwasababu mtu anayeijua asili yake atajua anapaswa kuwa wapi na anapaswa kuwajibikia nini na baada ya kuwajibika atapata nini.

Rohoni ndimo ilipo hazina na kila mmoja wetu na ndio maana ukitaka utajiri, nguvu na umaarufu ndani ya muda mfupi Shetani huwa anaihitaji roho na sio kichwa, Kwa nini?

B. MAARIFA YA JAMII

Achana na Maarifa ya jamii ambalo ni somo katika mtaala wa elimu nchini Tanzania hapa naongelea ule uwezo wa kujua watu ni akina nani, wana nini, hawana nini, wanataka nini, wanataka lini, na nawezaje kuwa mtu wa faida nao wakanifaidisha katikati yao.

Asikudanganye mtu kitu chochote kile kinainuliwa na watu na kinaangushwa na watu pia.

Kwa maana hiyo ni lazima tujue tunahusiana vipi na watu kwasababu wao ndio mtaji, faida, na kila kitu kwenye biashara zetu.

BIASHARA NI NINI?

Nje ya biashara kutafsirika kama mzunguko wa kifedha katika mauzo na manunuzi, Tafsiri nyepesi kuhusu biashara ni hii.

"BIASHARA NI MAISHA."

TAFAKURI/TAFSIRI YA BIASHARA

Biashara ni maisha kwasababu haihusiani na mwili, inahusiana na roho na kushirikiana na mwili kiutendaji.

Mwili unashirikishwa ili kuhuishwa ilhali roho inahuishwa ili ishirikishe visaidizi ambavyo ni mwili na viungo vikuu vya utendaji ambavyo ni moyo na ubongo.

Kwa mantiki hiyo, kwenye biashara kuna aina nne za watu ambao watatu kati yao huwa hawafanikiwi kufika mbali isipokuwa mmoja pekee.

1. *Wanaotamani kufanya biashara*
2. *Wanaotaka kufanya biashara*
3. *Wanaofanya biashara kwasababu hawana cha kufanya*
3. *Wanaofanya biashara kuwa sehemu ya maisha yao.*

Mtu wa kwanza, wa pili, na wa tatu ni wale wanaoulazimisha mwili kuihuisha roho kitu ambacho sio sawa na ndio maana kundi hili wakiingia kwenye biashara huwa hawadumu, na wakidumu huwa hawakui.

Mtu wa nne huwa anafika mbali kwasababu huwa anaanzia mbali katika kuhakikisha anaiishi biashara na biashara inakuwa sehemu ya maisha yake.

tafsiri hiyo inatupa majibu ya dhana iliyozoeleka kwenye jamii kwamba ili uifanye biashara na ikulipe ni lazima uipende kwanza na ikupende pia.

Ikimaanisha kwamba biashara inaanzia rohoni sio mwilini na ndio maana jamii ina watu wengi wenye biashara na sio wafanyabiashara.

2:1. MAANA YA NENO BIASHARA

Kwa tafsiri, neno BIA SHARA lina maana pana kulingana na kila mmoja na uelewa wake.

Kwa kuzingatia hilo nami nitafafanua neno biashara kulingana na maana ya muunganiko wa maneno yake mawili yaani BIA na SHARA kwa kiswahili.

Neno BIA lina maana mbili, maana ya kwanza ni kinywaji chenye kilevi na maana ya pili ya BIA ni shirikiana au UBIA ikimaanisha ushirikiano/ushirika kama ilivyozoeleka.

SHARA ni jina la ubini linalomaanisha nguvu kihisia kwa mjumuiko wa hisia ya ukarimu, furaha, ubunifu, umakini na uwezo.

Vivyo hivyo Shara ni neno linalomaanisha takataka kwa lugha ya kihausa inayozungumzwa na baadhi ya mataifa Afrika.

Kwa maana hiyo, neno Biashara linaweza kutafsirika vibaya na lisichagize mafanikio na linaweza kutafsirika vizuri na kuchagiza mafanikio, hii yote ni kutokana na mkanganyiko wa maana na asili ya neno.

Jamii ina msemu usemao kwamba "BIASHARA ZINA WENYEWE" hii inamaanisha kwamba biashara ikiendewa kinyume hutoa matokeo hasi na ikiendewa kwa usahihi hutoa matokeo chanya.

Kwenye kiingereza neno biashara yaani "BUSINESS" limeibeba dhana ya mtingo yaani "Busy" ambao ndiyo mtindo wa maisha tangu zama na zama kwasababu ndiyo tafsiri ya uzima kwa mwanadamu.

Vile vile pia asili ya neno Business kwa kiingereza cha zamani, ilikuwa ni "Bisignes" huku neno "BISIG" likimaanisha umakini, wasiwasi, bidii nk.

HITIMISHO

Kutokana na maana zote tumeweza kupata picha halisi ya biashara ni nini, inataka nini na inamtaka nani.

Na hapa ndipo tunapapaswa kujiuliza kila mmoja kwa uelewa wake.

Je, biashara ni nini hasa?

ASILI YA BIASHARA

Historia inazitaja nchi kama Ugiriki, India na China kama ndiyo maeneo ya mwanzo kuivumbua biashara na kuchangia ikue duniani.

Kwa upande wangu si kweli ila sipo hapa kupingana na nadharia yoyote, lakini kiasili na kiuhalisia biashara ilianzia pale ambapo maisha ya mwanadamu yalianzia.

Hiyo ndiyo sababu kwanini tumejifunza kwamba biashara ni maisha na sio tu mzunguko wa mabadilishano ya kifedha.

Maisha ya mwanadamu huitegemea asili katika mahitaji, mwingiliano na ukuaji kitu ambacho kinampelekea awe na kitu ili apate kitu na ndio maana kabla ya fedha mwenye kitu alilazimika kubadilishana na kitu cha mwingine kulingana na uhitaji wake ili aweze kukidhi mahitaji yake.

Kwa minajili hiyo swali la msingi hapa ni hili

Ikiwa biashara ilianzia pale maisha ya mwanadamu yalipoanzia, Je kila mwanadamu ni mfanya biashara?

3:1. KILA MTU NI MFANYA BIASHARA

Pamoja na kwamba jamii husema biashara zina wenyewe ila ukweli ambao wengi hatuujui ni kwamba kila mtu ni mfanya biashara.

*Kuna tofauti kati ya **mfanya biashara** na **mfanyabiashara**.*

NITAFAFANUA, Wa kwanza ni yule anayeifanya biashara kwenye maisha yake na wa pili ni yule anayeifanya biashara kuwa sehemu ya maisha yake.

Katika sura iliyopita tuliona namna ambavyo watu tunapishana kwenye kuiishi kanuni kuu ya biashara ambapo tulijifunza kwamba biashara ni zaidi ya mzunguko na mabadilishano wa kifedha kwakuwa "BIASHARA NI MAISHA."

Tafsiri ya "BIASHARA NI MAISHA" ndiyo inayotuthibitishia kwamba kila mtu ni mfanya biashara kulingana na eneo alipo, kile alichonacho, na matakwa ya mazingira kwa namna yanavyomhitaji.

Kwa mfano: Katika ajira mtu analipwa kwa kuuza sehemu ya ujuzi wake, muda wake, ufahamu wake na wengine huuza mpaka robo au nusu ya maisha yao katika kuitumikia ajira.

Ipo wazi kwamba asili inatutaka tutoe kitu ili tupate kitu na ndio maana kampuni/mashirika/taasisi au serikali huwa zinasitisha mkataba pindi mtu akifikwa na aidha maradhi ya

muda mrefu, mauti, kuwa mtovu wa nidhamu, kuchoka au kuzeeka.

Kwa maana hiyo kila mtu huyapa thamani maisha yake kwa kile alichuamua kukitoa kutoka kwenye hazina yake aliyobarikiwa ili apate kile kitakachokidhi haja zake na kumfanya aendelee kuishi.

Swali ni msingi ni hili, Kama kila mmoja ni mfanya biashara ni nini kinacholeta matabaka katika kuyapa thamani maisha yetu?

Jibu ni hili, Wengi tumekuwa tukidhani kwamba biashara sahihi ni ile inayolipa sana, ile inayofanywa na wengi na ile ambayo ina wateja wengi, kiuhalisia kila biashara ni sahihi ikiwa itafanywa kwa usahihi, na mtu sahihi, kwenye eneo sahihi na kwa muda sahihi.

Na ndiyo maana kujiuza kunawafanya wengine wapate maradhi, wawe mateja na kupoteza maisha lakini wengine ndiyo msingi wao mkuu wa kipato unaowaheshimisha mjini na kukuza uchumi wao.

Vivyo hivyo ajira pia ambazo zinawafanya wengine wajione kama watumwa na wanaotumikia maono na malengo ya watu wengine ndiyo zimewatajirisha na kuwaheshimisha watu mbalimbali kama vile wakina Jamie Dimon.

Siyo hivyo tu, kuna wenye vipaji, ujuzi, elimu, uzoefu na ubobevu katika maeneo mbalimbali lakini wameshindwa kuwa wafanya biashara kwa kutumia sehemu ya hazina waliyobarikiwa kama mtaji na kujikuta wakiishi kwa kuteseka maisha yao yote.

3:2. ASILI YA BIASHARA NDANI YA MTU

Bila shaka kwenye maisha yako umewahi kusikia kuna watu wanatajwa kama "vichwa vya biashara" yaani wao wakigusa tu wateja haooo, faida hiyooo, na tantalila nyingine nyingi ambazo nyingi huwa si kweli.

Kama ulikuwa hujui nakukumbusha tena kwamba "BIASHARA NI MAISHA" kwa maana kwamba kama kila anayeishi ana maisha basi inawezekana kila mwenye kiu ya mafanikio katika eneo la biashara anaweza kuwa na biashara na ikafanikiwa.

ASILI YA BIASHARA NDANI YA MTU, Inaweza ikazaliwa na mtu au ikazalishwa na mtu na wote wakafanikiwa kwa viwango sawa au zaidi.

ONA HII,

Vichwa vya biashara kama Aliko Dangote, Elon Musk na Warren Buffett ni miongoni mwa matajiri walioanza mapema sana biashara yaani tangu wakiwa wadogo kati ya miaka 9 mpaka 11 na mpaka leo hii bado wanaendelea.

Wote watatu na wengineo mpaka leo hii (12/11/2022) bado ni miongoni mwa watu wenye utajiri mkubwa duniani.

Ila hapohapo tuna mfano wa Hayati Colonel Sanders ambaye ni mwasisi wa KFC, Mzee Sanders alichelewa sana kuanza biashara na bado alifanikiwa kama akina Dangote, Musk na Buffett.

Hayati Mzee Sanders aliingia kwenye biashara akiwa na zaidi ya miaka 60, kwa kigezo hicho tu ilitoshea kuwa sababu ya kwanza ya kuutabiri mwisho mbaya wa Colonel Sanders kwasababu ya uzee wake lakini mambo yalikuwa kinyume.

Ajabu ni kwamba pamoja na Mzee Sanders kufariki akiwa na miaka 80, ndani ya muda mfupi aliokuwepo kwenye biashara alifanikiwa kufikia mafanikio makubwa ambayo kiuhalisia wengi wetu tunaamini tunatakiwa tuanze mapema ili tuyafikie.

Lakini pia haitakuwa sawa kama tutaamua kujichelewesha kwa makusudi tukiamini kwamba na sisi itatokea kama ilivyotokea kwa Mzee Sanders.

Tukiachana na Sanders, Kuna Sir. Richard Branson ambaye ni mwasisi na mmiliki wa Virgin Group.

Sir. Richard Branson ni miongoni mwa wafanyabiashara ambao akili yao pekee ilitosha kuwa kikwazo cha kuwafanya washindwe kuwa jinsi walivyo leo.

Sir. Richard Branson ni miongoni mwa watu wenye changamoto ya uelewa (akili) kwa kitaalamu wanaita Dyslexia yaani kwa maneno mepesi Sir. Richard alikuwa kilaza sana sana pindi alipokuwa mdogo hadi ilibidi

aachane na shule baada ya kubebwabebwa mpaka darasa la sita na kuonekana haoneshi mabadiliko yoyote.

Lakini leo hii pamoja na changamoto ya kiakili ya Sir. Richard, Tajiri huyu ni miongoni mwa mabilionea wanaoendesha biashara nyingi kwa wakati mmoja kuliko wafanyabiashara wengine ambao huishia biashara 30 mpaka 50.

Hebu jaribu tu kufikiria unamudu vipi kuendesha kampuni zipatazo 150+ ilhali darasani mambo yalikuwa ovyo yaani hata 8 x 8 iligoma.

Sasa kama unahisi Sir. Richard alisaidiwa na malaika au alizaliwa fundi wa biashara basi kuna jambo moja hujafikiria, nalo ni juhudi na uvumilivu na kwenye uvumilivu kuna kitu kinaitwa king'ang'anizi.

Sir. Richard kapoteza sana kwa kuibiwa kwasababu ya changamoto yake ya kiakili lakini bado aliweza kufanikiwa na kubadilisha historia ya maisha yake mara 100 zaidi ya waliokuwa wanamuibia.

Kupitia mifano hiyo pekee tunaona kwamba aidha uzaliwe na asili ya biashara au ujitoe kwenye kuiwajibikia asili ili ikae ndani yako bado utafanikiwa vilevile.

Sasa kwa wewe ambaye unahisi hauwezi kupindua meza na ukawa na asili ya biashara ndani yako, anza kuziishi hizi kanuni leo hii na utaona matokeo yake.

Kanuni yetu kuu ni hii

F+A+N+Y+A = MATOKEO CHANYA

F = FIKIRI/FIKIRIA

Kuna msemu unasema fikiria kabla ya kutenda ila kwenye biashara unapaswa uupindue na uwe tenda lolote kwa kufikiria huku ukiwa unatumia nguvu.

Ipo wazi kwamba ili ufanikiwe unapaswa uwe na matumizi mazuri ya akili na hapa ndipo utaweza kujitofautisha kati ya wewe na wale wanaotaka kufanya biashara na kuamini kwamba kwao mtaji ni kikwazo, kwao eneo ni kikwazo, kwao wateja ni kikwazo, kwao aina ya bidhaa inayotakiwa kuuzwa ni kikwazo.

Ukweli ni kwamba anayefikiria mambo huku anatenda na kukomaa hata pale mambo yanapoonisha dalili ya kushindikana sio rahisi kukwama kupiga hatua kwasababu ya ukosefu wa kitu fulani ila huwa inatokea kuchelewa tu na sio kukosa kabisa.

Kwenye kanuni hii tunasema FIKIRI, TENDA, NG'ANG'ANA yaani matumizi ya nguvu yaende sambamba na akili mpaka matokeo yapatikane.

A = AMUA

Kwenye mafanikio makubwa ambayo tunayaona kwa watu mbalimbali jua kuna maamuzi magumu yaliwahi kufanyika.

Inawezekana una wazo zuri la biashara lakini kwakuwa hujaamua kufanya maamuzi magumu ya kuuza kitu fulani kati ya unavyovimiliki mpaka kesho umejikuta hujaanza chochote kwa kuamini kwamba kuna siku utapata mtaji wote kwa pamoja na kuanza biashara yako.

Kuna biashara hazikui ikiwa mwendeshaji au mmiliki wake hajaamua kufanya maamuzi magumu ya kuuza kitu fulani, kukopa au kufanya chochote kile ili kuipigania biashara.

Kwenye historia ya wathubutu kuna mtu anaitwa Fredrick Smith ambaye ndiye mwanzilishi na mmiliki wa FedEx, huyu bwana kuna wakati mambo yalimwendea kombo mpaka akashindwa kutoa huduma za usafirishaji vifurushi kwa wakati kwasababu ya ndege zake kukosa mafuta achilia mbali wafanyakazi wake ambao alikuwa hajawalipa kwa zaidi ya mwezi mmoja.

Kwenye hali kama hiyo we ungefanyaje?

SIKIA HII, Fredrick aliangalia amebakiwa na nini kama sehemu ya mtaji wake na kuichukua yote kwa kugawa kiasi na kutia mafuta kwenye ndege mojawapo ambayo ilimrusha kwenda jimbo jirani huko marekani kwa ajili tu ya kuchezea kamari kile kiasi kilichosalia.

NINI KILITOKEA? Jibu ni jepesi tu, Fredrick alishinda michezo yake yote na kurudi kwenye biashara zake akiwa vizuri kuliko mwanzo.

Na hapo ndipo FedEx ilifufuka na kuenea maeneo mbalimbali duniani na mpaka leo FedEx ipo.

Kwenye biashara ni lazima uumie ili upate matokeo kinyume na hapo utabaki vile vile na kuhisi labda umerogwa.

N = NYANYUKA

Ili uweze kuwa na biashara itakayoweza kuja kukuinua hapo baadae kuna maeneo ni lazima unyanyuke ili uone mbali.

Maeneo muhimu ambayo yanapaswa kunyanyuliwa na kunyanyuka nayo ni pamoja na suala la maarifa na nidhamu katika mzunguko wa biashara

Kama upo kwenye biashara kama mimi naamini utakuwa shahidi kwamba kuna wakati unafikia hatua na kuhisi kila kitu kipo kwenye mstari kwasababu tu hekaheka za biashara zinakuwa zimepungua.

Ukifikia hiyo hatua na kuridhika nayo jua tayari kirusi cha udumavu umeathirika na kirusi cha udumavu.

Biashara haitaki kukariri na ndio maana biashara A ikikaa kwenye reli biashara B inatakiwa izaliwe ili A ikigonjoka kuwe na B wa kuuguza ili A isife.

Kama upo kwenye biashara ambayo ukiugua nayo inaugua na ukisafiri nayo inasafiri unatakiwa unyanyuke kwa kunyanyamia kabisa ili uone mbali ambapo wengi hawapaoni kwa ajili ya kuongeza kasi maana biashara za hivyo huwa hazikui.

Y = YOWE

Hebu fikiria tu upo kwenye mji mkubwa kama Dar es salaam halafu wewe ni mgeni na unataka ufike MAWASILIANO na ndiyo mara yako ya kwanza jijini, hivi kwa kusoma tu ruti za magari unadhani utafanikiwa?

Yaani ukae tu kusubiri gari iliyoandikwa MAWASILIANO ije uisimamishe ikubebe unadhani itakuja kweli bila yowe za makondakta?

Wengi mawasiliano palitusumbua wakati tunafika Dar es Salaam na mpaka kesho mimi sijui inahusiana vipi na neno mawasiliano na kuandika SIMU2000.

Tuache hayo, Kiufupi biashara inataka sana yowe, yaani inataka sana usumbufu ili watu waijue. Haijalishi biashara itakuwa nzuri kiasi gani ikikosa kutangazwa itakufa tu, yaani itakufa mapema hata kabla pango kuisha au vibali vya usajili kutoka.

Ndugu yangu watu kama Lamborghini, Bugatti, Rolls Royce hawapaswi kuigwa kwasababu wao walijitangaza sana kipindi chao cha kuzalisha matrekta huko, wao wanajua wateja wao wapo wapi na wanawafikiaje.

Yaani fahari na utofauti wao ndiyo vinawapa nguvu ya kutajwa hata wasipolipia matangazo sehemu yoyote.

Sisi wa biashara changa tunatakiwa tusione aibu kutangaza biashara zetu, ni lazima tuwe wabunifu na hata kama tutaonekana kuwa ni kero basi na iwe tu ila biashara zetu zitambulike.

A = AMINI

Zamani kidogo kuna mwanamuziki alikuwa anaitwa Amini huyu bwana alitamba sana na kibao cha "BADO ROBO SAA" na kweli baadae akaja kukolea kimapenzi kwa msanii mwenzake Linah ambaye alikuwa tayari hata kubadili dini ili tu wawe pamoja yaani alibakisha robo saa tu naye afe kwasababu ya penzi la Linah maana alikuwa haelewi.

Sijui nataka kusema nini, ila suala la kuamini likianza kukuvaa kama lilivyomvaa Amini kutokana na jina lake basi hakuna kitu kitakukatisha tamaa mapema kwasababu utakuwa tayari kufanya chochote ili ufanikishe kile unachokitaka.

Kuna nukuu moja naiamini sana ambayo niliitunga mimi mwenyewe inasema "Sijadumaa ila ninakua taratibu" nukuu hii siyo kwa ajili ya kujitia moyo wakati ambao umeridhika na kuukaribisha udumavu ila ni kwa ajili ya kujichochea kusonga mbele kwenye ule wakati ambao kila kitu kinaonekana kukuendea vibaya.

Tukiachana na pesa biashara inahitaji sana uaminifu na ndani ya uaminifu ndipo tunaikuta imani na kwenye imani ndipo ilipo subira na uvumilivu. Na palipo na subira na uvumilivu daima huwa hapakosi matokeo mazuri.

MFANYABIASHARA NI NANI?

Ikitokea wengi tumeulizwa "MFANYABIASHARA NI NANI?" naamini majibu yanaweza yakafanana kwasababu ya dhana ya kimatabaka iliyojengeka katika jamii.

Kwa waliosoma vitabu vya R. Kiyosaki na kuhudhuria semina au kusikiliza mafundisho ya mawakala wa MLM maarufu kama "watu wa Network Marketing" naamini watakuwa wanaelewa dhana ya E-S-B-E jinsi ilivyochagiza kwa kiasi kubwa kwa baadhi ya watu kujiona kana kwamba hawastahili kujiita wafanyabiashara.

Wengi tumeaminishwa kwamba mfanyabiashara ni yule mwenye mtaji mkubwa na biashara zaidi ya moja. Lakini tukirudi kujitazama sisi tunaishia kujiita machinga (Marching guy), wafanyabiashara wadogo, wajasiriamali, unga unga mwana, walala hoi nk.

Sio vibaya kujiita hivyo ila ni mara kumi tujiite wajasiriamali kuliko kujiita wafanyabiashara wadogo au majina mengine yasiyo na baraka katika mapambano yetu.

Kwa upande wangu neno "Wadogo" naamini linachagiza udumavu na kuchochea unyonge.

Hivyo basi, haijalishi tunazunguka juani na kichane kimoja cha ndizi, au tunakusanya vyuma chakavu, au tunaokota chupa, au tunatembeza mboga na vitu vingine vingi

vinavyochukuliwa poa bado tunapaswa kuiishi taswira ya ukubwa ndani yetu ikiwa lengo letu ni KUKUA.

HEBU JIULIZE

Kwanini unasoma haya maandishi?

Kwanini umeweza kusoma yaliyopita hadi umefikia hiki kipengele na bado una shauku ya kuendelea?

Kwanini hujaumia ulivyolipia haya maandishi?

Kwanini unasisimkwa kila unavyosoma haya maandishi?

Kwanini unahisi kama mwandishi ninaongea na wewe moja kwa moja ilhali hatufahamiani?

Kwanini unakielewa unachokisoma ilhali vingine huwa unahisi uvivu kuvisoma na kuishia njiani?

Jibu la kwanza la MFANYABIASHARA ni nani limo ndani ya namna utakavyojijibu hayo maswali hapo juu kwasababu kama biashara sio kitu kilichomo ndani yako hata haya maarifa yangukuwa yameshakushinda muda mrefu na ungechagua kuendelea na mambo mengine.

Kama ambavyo hapo mwanzo tumesema kwamba kila mfanya biashara anaweza kuwa mfanyabiashara iwe kwa kuzaliwa au kwa uzoefu. Vile vile tumekubaliana kwamba biashara inawezekana kwa yeyote kwasababu "BIASHARA NI MAISHA"

4:1. MFANYABIASHARA YUPOJE?

Kujua kwamba na sisi tunastahili kuwa wafanyabiashara bado haitoshi kutupa uhakika wa mafanikio kwenye biashara kwasababu tunahitaji kuwa na hadhi binafsi za kibiashara ili tuweze kupandisha hadhi za biashara zetu.

Hadhi zetu na hadhi za biashara huletwa na sifa kuu tatu ambazo kila mwenye kiu ya mafanikio katika eneo la biashara anapaswa kuzijua:-

1. DIRA

Kujua tunapokwenda huwa inategemeana sana na sababu ya kwanini tumeamua kwenda. Ni muhimu tujue kwanini tumeamua kuanza safari kwasababu biashara zina mambo mengi ambayo ni vigumu kuyakabili ikiwa tutakuwa hatujajiandaa.

Kama tunafanya biashara aidha kwa kutoa huduma, au kuuza kidogo kidogo sehemu ya ujuzi wetu (ajira), au tunauza bidhaa nk, kote dira ni muhimu bila ya kujali udogo au ukubwa wa biashara tunayoifanya.

Dira ni mpango kazi, dira ni watu, dira ni wateja, dira ni muda, dira na aina ya huduma tunayoitoa, dira ndiyo kila kitu kwenye biashara,

TUJIFUNZE KUPITIA MR. BEAN

Kwenye filamu ya JOHNNY ENGLISH iliyoigizwa na Rowan Atkinson (MR. BEAN) Mwanzoni kabisa inaonesha Mr. Bean anatua Ufaransa na anahitaji kuelekea kituo cha treni cha GARE DE LYON ila kwa bahati mbaya dereva wa taxi aliyeongea naye aliondoka na mteja mwingine na Mr. Bean akaja kuingia kwenye taxi nyingine akidhani ni ile ile. Dereva wa taxi aliyoingia Mr. Bean alikuwa ameshaongea na mtu mwingine ambaye alikuwa anaelekea LE GRANDE ARCHE DE LA DEFENSE.

Kwakuwa Mr. Bean alikuwa mgeni aliingia kwenye taxi akidhani ni ile ile na kupelekwa mpaka eneo ambalo sio alipokuwa anahitaji kufika.

NINI KILIFANYIKA? Ili asipotee tena Mr. Bean alilazimika kwenda kusoma ramani, na kuiweka sawa dira yake na kuanza kuifuata, na safari hii aliamua kwenda kwa miguu ili asipotezwe.

Mr. Bean alipita hata palipokuwa hapatakiwi kupita kwasababu tu hakutaka kwenda nje ya dira ilivyomuelekeza.

Kweli baada ya kukoswakoswa na magari, kukatisha ndani ya mahoteli na kupita juu ya meza na viti hatimaye alifika.

Kwa kipande hicho tu, inatosha kabisa kutupa picha kwamba tukiamua kufuata dira tuliyojiwekea hakuna kitu kitakachoinuka kama kikwazo kwenye njia yetu ya kukielekea kilele cha mafanikio na kikafanikiwa kutukatisha tamaa.

2. NIDHAMU

Biashara yoyote ambayo inaheshimiwa, mara nyingi huwa inafikia hatua nzuri na kumheshimisha mmiliki wake hata kama itachukua muda kutoa matokeo makubwa.

Tukiongelea uzao tajiri duniani bila shaka tutapigwa mawe kama tutausahau uzao wa AGHA KHAN kwenye eneo la biashara na masuala ya nidhamu.

Kama umewahi kuwa mtumishi wa SERENA HOTEL, DTB, shule na hospitali za AGHA KHAN na mara moja au zaidi uliwahi kukutana na Aga Khan wa sasa bila shaka utanisaidia kunithibitishia kwa watu kwamba hawa jamaa wana nidhamu sana kiasi cha kugoma kabisa kunyenyekewa na kutengwa na wateja wengine pindi wanapokuwa wametembelea miradi yao.

Familia na uzao wa Agha Khan ni watu ambao ni matajiri sana ila wana unyenyekevu wa hali ya juu kiasi kwamba ukiambiwa hawa ndiyo wamiliki wa hizi AGA KHAN zote duniani unakataa.

Hoja yangu ni hii, nidhamu kubwa wanayoionesha kwa watu sasa hivi haijaletwa na utajiri mkubwa walionao ila ndiyo ilichagiza na inaendelea kuchagiza mafanikio makubwa mpaka kesho.

Ndugu yangu, haitajalisha biashara yako au huduma yako ni ya kitaalamu na ya kisasa kiasi gani kama ukikosa nidhamu wewe utabaki vile vile na hata biashara yenyewe utaichukia kwa kuhisi labda imefanyiwa mchezo kumbe wewe ndiyo umeifanyia mchezo kwa kuionesha utovu wa nidhamu.

Kwenye biashara nidhamu ndiyo msingi wa kila kitu kinyume na hapo tutabaki vilevile kila siku.

Kwenye biashara asilimia 51% ya nidhamu inapaswa ielekezwe kwa wateja na sio mtaji, asilimia 35% kwenye mapato na matumizi, na asilimia 14% inapaswa igawanywe kwenye mtaji, mmiliki/wamiliki wa biashara na mambo mengine ya ziada.

Nidhamu kwenye biashara huimarisha mipaka ambayo haitamruhusu mtu yeyote kujiona yeye ni mkubwa na ni wa muhimu zaidi kuliko biashara na wateja wake.

Biashara ni lazima itenganishwe na mapenzi/ndoa, lazima itenganishwe na familia, ndugu na jamaa wasiojua thamani yake, lazima itenganishwe na tamaa zetu na mazoea mabaya, lazima itenganishwe na ufuasi wetu aidha wa kidini, kichama, au hobi ya vitu vingine ili isiathirike.

3. IMANI

Hisia kuu tunayoihitaji kwa wingi ndani yetu ili tufanikiwe kwenye eneo la biashara ni imani.

Imani ndiyo usukani wa kuendesha biashara kutokea chini mpaka mafanikio.

Bila ya imani kwenye biashara kila siku utaamini unarogwa, kila siku utaamini unaibiwa, kila siku utaamini unachukiwa na kunyang'anywa wateja.

Biashara inataka sana imani kwasababu kwenye biashara muda wowote unaweza ukajikuta chini na muda wowote unaweza ukajikuta juu.

Biashara haitabiriki, biashara haina umbo maalum.

Bila imani kubwa kwenye biashara, kuna hatua unaweza ukafika ambayo utatakiwa uchukue mzigo ambao ukiutazama unaona kabisa hii ni kesi kubwa labda ya uhujumu uchumi au utakatishaji wa fedha ila ndiyo mzigo ambao ukifanikiwa papo hapo sura ya biashara yako na wewe mwenyewe vyote vinabadilika.

Bila imani kuna hela utazibagua ukiamini kwamba ni haramu,

Bila imani kuna mikopo utaiogopa kwasababu ya kutishwa na walioshindwa kurejesha.

bila imani kuna wateja utawaogopa kwa kudhani labda hawastahili huduma yako au bidhaa yako ipo nje ya mahitaji yao.

Bila imani kuna maeneo hutathubutu kufika kwasababu ya kuamini kwamba wewe bado mdogo, kwahiyo kuna maeneo hutakiwi kwenda kupeleka biashara yako.

Iwe iwavyo, tuwe tuwavyo ila kwenye biashara wewe ndiyo inabidi uone mbali kiasi kwamba hata watu uliowategemea wakikuacha usighairishe safari na kuhisi labda umepotea.

Imani kwenye biashara ndiyo itakayokuamulia aidha ulale kwasababu jana ulikosa wateja au uamke kwasababu leo na jana hazifanani.

4. ROHO

Tumesema kwamba biashara ni maisha na maisha hayana maana ikiwa hatutaitaja roho, Hivyo basi ni lazima tujue matumizi ya roho zote mbili (nzuri na mbaya) kwenye biashara kwasababu ndiyo roho zinazochangia biashara kukua

HII NI NAKALA YA BURE YA KITABU KIZIMA
KILICHOKAMILIKA CHA **BI'HASARA**.

ILI KUELIMIKA ZAIDI KWA MASOMO YALIYOBAKI,
WASILIANA NA MWANDISHI KWA NAMBA **0766245207**
AU WHATSAPP **0620443048** ILI UJIPATIE NAKALA
YAKO.

AHSANTE SANA