

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

کتاب معلّم

(راهنمای تدریس)

کار آفرینی

(کلیه رشته‌ها)

وزارت آموزش و پرورش
سازمان پژوهش و برنامه‌ریزی آموزشی

برنامه‌ریزی محتوا و نظارت بر تألیف : دفتر برنامه‌ریزی و تألیف آموزش‌های فنی و حرفه‌ای و کار دانش

نام کتاب : کتاب معلّم کار آفرینی - ۵۵۴/۴

مؤلفان : دکتر محمد عزیزی، دکتر محمود احمدپور

اعضای کمیسیون تخصصی : نبی‌الله مقیمی، بتول عطاران، زهرا مهین‌پور، علی حسینی‌خواه، گیتی شیروانی و محمد عزیزی

آماده‌سازی و نظارت بر چاپ و توزیع : اداره کل چاپ و توزیع کتاب‌های درسی

تهران : خیابان ایرانشهر شمالی - ساختمان شماره ۴ آموزش و پرورش (شهید موسوی)

تلفن : ۸۸۸۳۱۱۶۱-۹، دورنگار : ۸۸۳۰۹۲۶۶، کدپستی : ۱۵۸۴۷۴۷۳۵۹

وب سایت : www.chap.sch.ir

مدیر امور فنی و چاپ : سید احمد حسینی

صفحه‌آرا : خدیجه محمدی

حروفچین : کبری اجابتی

مصحح : رعنا فرج‌زاده‌دروئی، فاطمه صغری ذوالفقاری

امور آماده‌سازی خبر : فریبا سیر

امور فنی رایانه‌ای : حمید ثابت‌کلاچاهی، بهمان حبیب‌پور

ناشر : شرکت چاپ و نشر کتاب‌های درسی ایران : تهران - کیلومتر ۱۷ جاده مخصوص کرج - خیابان ۶۱ (داروپخش)

تلفن : ۴۴۹۸۵۱۶۱-۵، دورنگار : ۴۴۹۸۵۱۶۰، صندوق پستی : ۳۷۵۱۵-۱۳۹

چاپخانه : خجسته

سال انتشار و نوبت چاپ : چاپ اوّل ۱۳۹۱

حق چاپ محفوظ است.

شابک ۴-۷۳-۲۰۵-۹۶۴-۹۷۸-۹78-964-05-2073-4 ISBN

فهرست مطالب

۱- مقدمه

۲- سخنی با همکاران گرامی

۳- کلیات تدریس کار آفرینی

فصل ۱ : موفقیت ۱

فصل ۲ : برنامه ریزی مسیر شغلی ۱۵

فصل ۳ : انواع کسب و کار ۲۱

فصل ۴ : کار آفرینی ۲۹

فصل ۵ : اصول راه اندازی کسب و کار ۳۹

فصل ۶ : بازاریابی ۵۴

فصل ۷ : خلاقیت ۶۲

فصل ۸ : جایگاه مشتری در ذهن فروشنده ۷۲

فصل ۹ : امور مالی کسب و کار ۸۰

فصل ۱۰ : مدیریت کسب و کار ۸۴

فصل ۱۱ : طرح کسب و کار ۹۵

۱- مقدمه

آموزش کارآفرینی در دوره دبیرستان درس ویژه‌ای به منظور ارائه دانش و مدل ذهنی کارآفرینانه جهت راه‌اندازی کسب‌وکار می‌باشد که مکمل سایر دروس برای دانش‌آموزانی است که مهارت‌های فنی و حرفه‌ای خاصی را آموزش می‌بینند.

با کم شدن فرصت‌های استخدام در بخش‌های دولتی و افزایش دانش آموختگان در سطوح مختلف، عرضه افراد جویای کار چند برابر نیاز بازار کار برای استخدام گردیده است. بنابراین ضروری و حیاتی است که دانش‌آموزان به سمتی هدایت شوند که در آن به جای استخدام و حقوق‌گیری در مسیر شغلی خود، خویش فرمایی و کارآفرینی برایشان هموارتر گردد. در این صورت علاوه بر تأمین خدمات و کالاهای مورد نیاز جامعه، مشاغل مولد و درآمدزایی نیز خواهند داشت.

در این کتاب سعی شده است روش‌های جدید آموزشی برای مفاهیم پایه و کلیدی کارآفرینی ارائه گردد تا توانایی‌ها و قابلیت‌های کارآفرینی دانش‌آموزان همانند خوداتکایی، اعتماد به نفس، در دانش‌آموزان تقویت شده تا از کارآفرینی به عنوان مسیر شغلی پایدار در میان سایر مشاغل انتخابی در سبب شغلی خویش داشته باشند.

راه‌اندازی و مدیریت موفقیت‌آمیز کسب و کار مستلزم تجهیز فرد به دانش، مهارت‌ها، توانایی‌ها، نگرش‌ها، ارزش‌ها، پیش‌آمدگی‌های خاص کارآفرینانه می‌باشد. بنابراین آموزش و پرورش بایستی فرصتی را فراهم نماید که از طریق آن دانش‌آموزان با در نظر گرفتن توانایی‌ها، نقاط قوت و ضعف خویش در شناسایی فرصت‌های کسب و کار به عنوان ایفاگران نقش مهم، مسئول زندگی خود باشند.

دانش‌آموزان در این مسیر با مراحل مختلف کسب و کار مانند شکل‌گیری ایده کارآفرینی و شناخت نیازهای جامعه به کالاهای خدمات تا تأمین منابع، سازماندهی محل کار، بازاریابی کالا یا خدمات و در نهایت تدوین طرح کسب و کار آشنا و هدایت می‌شوند.

در هر مرحله دانش‌آموز تشویق می‌شود که چگونه مهارت‌های خویش را کشف و جهت برآوردن نیازهای جامعه شکوفا سازد. در این برنامه استقلال طلبی از طریق خلاقیت و نوآوری تشویق شده و مزایای کار گروهی و تعاونی از مجرای موضوعات و فعالیت‌های گروهی منتخب نشان داده می‌شود.

برای دانش‌آموزان دوره دبیرستان آموزش مهارت‌های کسب و کار و کارآفرینی کمک می‌کند تا بتوانند دانش و مهارت‌های آموخته شده در مدرسه را به دنیای کار و بازار انتقال دهند. علاوه بر آن با تقویت و توسعه مهارت‌های کارآفرینانه، خوداتکایی اقتصادی در آنان افزایش یافته و با ایفای نقش مهم در جامعه منجر به کاهش فقر و بی‌عدالتی می‌گردد.

۲- سخنی با همکاران گرامی

هدف عمده این کتاب راهنما کمک به تسهیل فرایند آموزش و یادگیری کارآفرینی جهت تشویق بیشتر دانش‌آموزان دوره دبیرستان به سمت و سوی کارآفرینی به عنوان مسیر شغلی پایدار می‌باشد. جهت رسیدن به این اهداف، لازم است دانش‌آموزان با کسب مدل ذهنی کارآفرینانه، مهارت‌های پایه برای راه‌اندازی کسب‌وکار را نیز یاد بگیرند. از شما معلمان بزرگوار در آموزش و یادگیری این درس همانند سایر درس‌های دیگر انتظار می‌رود که با ارائه راهنمایی‌های قابل توجه در موضوعات مختلف باعث ارتقا و توسعه توانایی‌های دانش‌آموزان به عنوان کارآفرینان آینده باشید. این موضوع مستلزم آن است که به آنان کمک کنید مهارت‌های پنهان کارآفرینی خود را شناسایی کرده، برای یک کسب‌وکار کوچک طرح و برنامه داشته و به این نکته پی ببرند که می‌توانند نقش فعال و مهمی در اقتصاد محله و جامعه خود داشته باشند. علاوه بر این از شما انتظار می‌رود از سایر منابع و مراجع مرتبط و در دسترس در زمینه راه‌اندازی و مدیریت کسب‌وکار برای دانش‌آموزان استفاده کنید.

شما معلمان کارآفرینی در نقش هدایت‌گر به دانش‌آموزان کمک می‌کنید به این نکته پی ببرند که لازم است نگرش‌های خویش را نسبت به کار و شغل تغییر داده تا به موجب آن فعالیت‌های خودجوش و مستقل در کسب‌وکار مرتبط با دانش و مهارتی که یاد گرفته‌اند جهت امرار معاش خودشان استفاده کنند. بنابراین شما بایستی فضای ارتباطی و تعاملی آزاد در کلاس فراهم کرده و تأکید نمایید که همه دانش‌آموزان در فعالیت‌ها و تمرینات یادگیری همراه و شریک لازم و کاملی هستند. هر دانش‌آموزی بایستی این احساس را داشته باشد که نقش ارزشمندی در اثربخشی درس کارآفرینی دارد.

لازم است دانش‌آموزان نسبت به این موضوع آگاه شوند که با ایفای نقش فعال اقتصادی می‌توانند رهبران خوبی برای جامعه خویش در آینده باشند. بنابراین آنان بایستی با جو و شرایط کسب‌وکار محلی آشنا شده و درباره فعالیت‌های خاص مورد نیاز برای راه‌اندازی و مدیریت کسب‌وکار محلی دانش و مهارت‌های خود را افزایش دهند.

به این نکته نیز باید اشاره کرد که با وجود آنکه سعی شده است در این کتاب راهنما شرایط و امکانات محلی و بومی مورد توجه واقع شود، دستورالعمل‌ها و رهنمودهای ذکر شده انعطاف پذیر بوده و مجموعه‌ای از راهنمایی‌هایی است که در هر مرحله و شرایط و موقعیت‌ها، بومی و محلی گردد. موضوعات، و مواد درسی مطابق با نیازهای گروه دانش‌آموزان و زمینه محلی می‌توان اضافه یا کم کرد. جهت مشارکت فعال دانش‌آموزان می‌توان از آنها درخواست کرد که گروه‌های ۲-۳ نفری تشکیل دهند. در این صورت معلم مزایا و معایب کارگروهی را نیز برای آنان بازگو می‌کند. در طی فرایند آموزش این درس دانش‌آموزان در گروه‌های مختلف ممکن است ایده‌های گوناگون کسب‌وکار در قالب فردی و گروهی در آنان شکل گرفته و در طی سال تحصیلی درباره این ایده‌های مختلف با همدیگر بحث و بررسی نموده و در نهایت از طریق تدوین طرح کسب‌وکار، ارزیابی و به عمل نزدیک‌تر گردد.

شما معلمان بایستی مطمئن باشید که گروه‌های شکل گرفته در درون و بیرون هماهنگ بوده و شخصیت‌ها و توانایی‌های مختلف دانش‌آموزان یک گروه را تکمیل و یادگیری را اثربخش نماید. جهت رسیدن به هم افزایی خلاق در نتایج می‌توان از نگرش‌های مختلف دانش‌آموزان بهره جست. چنین رویکردی عملی بایستی با درگیری و مشارکت فعال در تمرینات خلاقانه دانش‌آموزان که با زندگی اقتصادی آنان نیز ارتباط خواهد داشت، اشتیاق و علاقه را در آنان افزایش دهد. مزیت عمده چنین آموزش‌ها و یادگیری‌ها برای دانش‌آموزان بالا بردن رفاه و سطح زندگی‌شان خواهد بود.

مهم‌ترین خصوصیات و ویژگی‌های معلم کارآفرینی شامل چه چیزهایی است؟

معلمان کارآفرینی در مقایسه با معلمان سایر دروس از توانایی‌ها و قابلیت‌های ویژه‌ای بایستی برخوردار باشند که مهم‌ترین آنها

عبارتند از :

- ✓ اعتماد به نفس بالا و دارای جرأت بیشتر در امور مختلف
- ✓ سرسخت و محکم در راه رسیدن به اهداف یادگیری دانش آموزان
- ✓ مسئولیت پذیر و دارای حس تعهد درونی نسبت به دانش آموزان
- ✓ آغازگر و منشأ ایده های جدید
- ✓ دارای پشتکار و استقامت زیاد در برابر سختی ها و مشکلات
- ✓ انجام کارها با اشتیاق و علاقه شدید
- ✓ موفق در رسیدن به اهداف خود و سازمان
- ✓ چالش طلب و آماده مواجه با تغییرات دائمی و مستمر
- ✓ پیوسته به دنبال یادگیری مهارت های جدید
- ✓ داشتن رویکرد و نگرش مثبت به کار و زندگی
- ✓ احساس نیاز به اینکه فرهنگ کارآفرینی را در تمام حوزه های آموزش و پرورش ترویج و انتقال دهد.

لذا از شما معلمان کارآفرینی انتظار می رود حداقل بایستی دو مورد از اقدامات زیر را انجام دهید :

- ۱- بر تمایلات و نگرش های منفی خویش پیروز شده و همواره سعی کنید نسبت به امور کسب و کار خوش بین باشید. چرا که افراد بد بین نسبت به آینده معمولاً کسب و کاری را شروع نمی کنند.
- ۲- با دنیای بیرونی درگیر شوید. یعنی اینکه بدانید در جامعه کسب و کار چه اتفاقی می افتد و شما نیز جزئی از این جامعه پویا باشید.

بنابراین از شما معلمان محترم انتظار می رود با برقراری ارتباط با دنیای کسب و کار ضمن معرفی نمونه های واقعی کارآفرینی برای دانش آموزان، زمینه انتقال تجربیات دست اول را برای یادگیرندگان فراهم آورید.

ساختار این کتاب پس از مطالعه فراوان و بررسی کتاب های راهنمای معلم در سطوح بین المللی و همچنین کسب نقطه نظرات کارشناسان آموزشی تنظیم شده است. بنابراین سعی شده است با ارائه الگوهای متفاوت مشارکت هر چه بیشتر دانش آموزان را در کلاس درس فراهم نماید. در اینجا به شرح مختصر هریک از عناوین مطرح شده در این کتاب پرداخته می شود.

چگونگی استفاده از این کتاب

کتاب معلم شامل شرح کامل موضوعاتی است که در کتاب شاگرد گنجانده شده است. هر بخش از کتاب معلم با دانستنی ها و تجربیات قبلی دانش آموزان و مقدمه کوتاهی به منظور ارائه هدف آن بخش آغاز می شود. هدف های هر بخش در حقیقت مفاهیمی است که دانش آموزان باید طی دروس آن بخش دانش آموزند. اما هرگز نباید سعی شود که دانش آموزان مفاهیم را به صورت جملاتی که در این کتاب بیان شده است به خاطر بسپارند و پاسخ پرسش های کتاب را طوطی وار یاد بگیرند.

به منظور یادآوری مطالب علمی و تذکر برخی از نکات روان شناسی و قادر ساختن معلم به گسترش مفاهیم و پاسخ دادن به پرسش های دانش آموزان مطالبی تحت عنوان «دانستنی هایی چند برای معلم» در آغاز همه بخش ها آورده شده است. شایسته است که معلم قبل از شروع به تدریس هر بخش این مطالب را به دقت مطالعه کند. این مطالب بدان معنی نیست که معلمان از

معلومات و مطالعه مستمر غافل شده و در جریان، اخبار و مسائل روز کسب و کارها و روندهای آن نباشند.

در روش تدریس هر درس ابتدا مفاهیمی که در آن درس مورد بحث است و سپس نمونه‌ای از پرسش‌های مربوط به هر درس (فعالیت‌ها) ذکر شده است. بدیهی است که معلم نباید خود را به نوع و تعداد این پرسش‌ها محدود کند، بلکه تا آنجا که لازم می‌داند، باید پرسش‌هایی از آن قبیل، با توجه به مفاهیم و رشته تحصیلی و محیطی که در آن قرار دارند، به عمل آورد و اطمینان حاصل کند که کلیه دانش‌آموزان مفاهیم درس را به خوبی درک کرده‌اند.

همانگونه که در نمونه سؤالات و تمرینات یادگیری نیز وجود دارد، در آموزش هر درس نباید تنها به خواندن متن و طرح سؤال اکتفا کرد، بلکه باید دانش‌آموزان را به بیان تجربیات شخصی خود و اطرافیان‌شان تشویق کرد و نظرات آنان را درباره مفاهیم دروس به دقت گوش داد و راهنمایی لازم را ارائه نمود.

ضمناً چون محتوای همه درس‌ها چه از نظر نوع و چه از نظر مقدار مطالب یکی نیست، گاه اتفاق می‌افتد که مطالب یک درس در یک جلسه تمام می‌شود و گاهی دویا چند جلسه برای تدریس آن وقت لازم است. بنابراین باید در آغاز هر درس تعداد جلساتی که برای تدریس آن درس لازم است پیش بینی شود.

فعالیت‌های خارج از کلاس برای یادگیری

رفتن به گردش و بازدیدهای کسب و کار و تهیه گزارش به عنوان یکی از بهترین روش‌ها در آموزش کارآفرینی جهت افزایش انگیزه و تأثیرگذاری پیشنهاد شده است. برای گردش علمی امکانات زیادی وجود دارد. از هر موقعیتی می‌توان در این باره استفاده کرد. مثلاً دانش‌آموزان را در یک کسب و کار یا شرکتی به مشاهده نحوه برخورد با مشتری، تأمین مواد اولیه، فروش و غیره که مورد بحث است هدایت نمود.

فعالیت‌ها و گزارش‌های خارج از کلاس باید به قسمتی دقیق طرح ریزی شود که دانش‌آموزان بدانند در آن فعالیت چه چیزهایی را مشاهده خواهند کرد. تجربیات خارج از کلاس منجر به یادگیری ماندگار می‌شود.

فعالیت‌ها و گزارش‌های خارج از کلاس وقتی در آموزش و یادگیری مؤثر واقع می‌شود که هر دانش‌آموز خود فعالیتی انجام دهد و ذوق خود را در گردآوری اطلاعات لازم به کار اندازد. این مجموعه هرچند ساده و ابتدایی باشد به عنوان نقطه آغازی برای انجام دادن کارهای علمی و عملی به شمار می‌آید.

پاسخ دادن به پرسش‌های دانش‌آموز: بهتر است به پرسش‌های دانش‌آموزان پاسخ‌های مناسب داده شود. به پرسش‌های دانش‌آموزان نباید بلافاصله و مستقیماً پاسخ داد. شاید بعضی از معلمان برای خوشایند دانش‌آموزان، به بسیاری از پرسش‌های آنان مستقیماً پاسخ دهند. چنین روشی در پاسخ دادن مستقیم به پرسش‌های دانش‌آموزان آنان را به تجربه، مشاهده و تفکر در جهتی که به پاسخ مطلوب برسند برانگیزد و به دانش‌آموزان امکان دهد تا توانایی خود را در یافتن پاسخ به پرسش‌های خویش آزمایش کنند. دانش‌آموزان باید اعتقاد پیدا کنند که دامنه آموختنی‌های آنان محدود به مطالب کتاب نیست و در پیش خود نیز می‌توانند مطالبی بیاموزند و زمانی را که برای خودآموزی صرف می‌کنند به هدر نرفته است. بدیهی است که برای حصول به این منظور معلم باید با کنجکاوی و جویندگی دانش‌آموزان همگامی نشان دهد. و تلاش و کوشش آنها را در جریان ارزشیابی (نمره دادن) مورد نظر قرار دهد. به‌طوری که دانش‌آموزان احساس کنند که در ارزشیابی «فعالیت‌های اکتشافی و فرایند یادگیری» در مقایسه با «ازبرکردن مفاهیم» نقش بیشتری دارد.

هدف از پرسش‌ها و فعالیت‌هایی که در کتاب دانش‌آموز و در پایان هر درس آورده شده این است که دانش‌آموزان و

معلمان با نمونه پرسش‌هایی که با مفاهیم اصلی درس ارتباط دارد و می‌توان در آن زمینه طرح کرد، آشنا شوند. بنابراین به هیچ وجه معلمان نباید تنها به آن پرسش‌ها اکتفا کنند یا پاسخ آنها را در کلاس به دانش‌آموزان دیکته کنند و سپس برای امتحان از دانش‌آموزان بخواهند که پاسخ‌ها را طوطی وار و کلمه به کلمه حفظ کنند. برعکس معلمان محترم باید با توجه به نحوه این پرسش‌ها و براساس مفاهیم اصلی هر درس و فعالیت‌هایی که دانش‌آموزان به راهنمایی کتاب و معلم در کلاس درس و یا خارج از آن انجام داده‌اند، به ابتکار خود در امتحان پرسش‌هایی نظیر این طرح کنند. این روش علاوه بر آنکه علاقه دانش‌آموزان را به یادگیری و درک صحیح مفاهیم علمی افزایش می‌دهد، سبب رشد و پرورش قدرت ابتکار و نوآوری آنان نیز خواهد شد. جهت یادگیری عمیق در بعضی از موضوعات تمرینات تکمیلی بیشتری در کتاب معلم آورده شده است که معلمان می‌توانند از آنها نیز در راستای یادگیری دانش‌آموزان استفاده کنند.

۳- کلیات تدریس کارآفرینی

الف) اهمیت کارآفرینی

بطور کلی می‌توان گفت که مدارس دو وظیفه مهم برعهده دارند: یکی انتقال معلومات، دانش‌ها، مهارت‌ها و بارور کردن استعداد دانش‌آموزان جهت شکوفایی و دیگری کمک به جامعه‌پذیری آنها. دانش‌آموزان با طی دوره‌های مختلف تحصیلی تدریجاً صاحب مهارت‌ها و تخصص‌هایی می‌گردند که حاصل این تخصص‌ها از طرفی در خدمت شخص متخصص و از طرف دیگر در خدمت جامعه قرار می‌گیرد و موجب تعالی زندگی اجتماعی خود و دیگران می‌گردد. آموزش یک راهبرد بنیادی برای تغییرات روان‌شناختی و اجتماعی انسان‌ها جهت صنعتی شدن و توسعه به شمار می‌رود. چنانچه افراد یک جامعه ویژگی‌های کارآفرینی نداشته باشند و یا این ویژگی‌ها در آنها ضعیف باشد؛ می‌توان از طریق آموزش کارآفرینی این موضوع را جبران نمود. یادگیری کارآفرینی از یک طرف موجب شکوفایی استعدادها و خلاقیت‌ها می‌شود و از طرفی دیگر با راه‌اندازی کسب و کار و یا توسعه کسب و کارهای موجود و با ایجاد ارزش و رفاه موجب توسعه جوامع محلی، منطقه‌ای، استانی، ملی و بین‌المللی می‌گردد. آموزش کارآفرینی برای دانش‌آموزان دبیرستان می‌تواند به خاطر دلایل زیر مهم باشد:

□ توسعه اقتصادی به تکنولوژی در سطح بالا و کارآفرینی بستگی دارد. یعنی اینکه اقتصاد توسعه یافته در گرو وجود محصولات با فناوری بالا و ایجاد کسب و کارهای جدید است.

□ ایجاد شغل و رفاه در جامعه؛ بدیهی است که شغل منتج از کسب و کار است. یعنی برای ایجاد شغل باید کسب و کار راه‌اندازی نموده و یا کسب و کارهای موجود توسعه پیدا کنند.

□ توسعه مهارت‌های فردی نسل آینده نوآوران فناوری و مدیران؛ مهارت‌هایی که برای کارآفرینی لازم و ضروری هستند در کار و زندگی عادی نیز باعث موفقیت بیشتر فرد می‌گردند.

□ ارائه فرصتی برای ایجاد روابط قوی بین نظام آموزشی و جامعه کسب و کار؛ کارآفرینی معلمان و دانش‌آموزان را با دنیای بیرون و کسب و کار بیشتر آشنا می‌سازد.

□ فراهم آوردن فرصتی عظیم برای تأثیرگذاری بر قشر دانش‌آموز جهت شرکت در فعالیت‌های اقتصادی. آموزش و پرورش هر کشوری به صورت مستقیم بخش عظیمی از جمعیت و بطور غیرمستقیم تقریباً کل جمعیت را تحت پوشش قرار می‌دهد. بنابراین فرهنگ سازی کارآفرینی از طریق این نهاد بی‌بدیل است.

بنابراین دانش‌آموزان باید آموزش‌هایی ببینند که مهارت‌های شغلی آنها تقویت شود و برای حرفه‌های گوناگون آماده شوند به همین جهت جوانان ما به مهارت‌های خلاقیت، نوآوری، کارآفرینی، و تغییر نگرش در مورد کار و استخدام نیازمندند. کارآفرینی علاوه بر تأثیرات مستقیم و غیر مستقیم در ایجاد شغل، نقش بسزایی در بالا رفتن وضعیت اقتصادی و اجتماعی جامعه خواهد داشت.

ب) هدف از تدریس کارآفرینی

اهداف کلی درس کارآفرینی تربیت دانش‌آموزان کارآفرین می‌باشد که از طریق آن در مسیر شغلی آینده خویش به جای اینکه به دنبال استخدام و حقوق بگیری باشند، خودشان به عنوان راه‌اندازان کسب و کار، علاوه بر ایجاد شغل برای خود و دیگران، رفاه و ثروت را نیز در جامعه افزایش دهند. انتظار این نیست که همه دانش‌آموزان از طریق این درس کارآفرین شوند، بلکه با شناختی که از نقش و اهمیت کارآفرینان در جامعه پیدا می‌کنند؛ در نقش کسانی که در آینده نقش‌های متفاوتی را در جامعه خواهند گرفت منابع حمایتی لازم را برای آنان فراهم کنند. بر اساس این، برنامه درسی کارآفرینی به دنبال تحقق چنین اهدافی است که در سه سطح قابل دستیابی است :

۱- اهداف شناختی

۱/۱- شناخت موفقیت و عوامل مؤثر بر آن

۱/۲- کارآفرینی به عنوان یک شغل

۱/۳- شناخت خصوصیات و ویژگی‌های افراد کارآفرین

۱/۴- شناخت کسب و کار و راه‌اندازی آن

۱/۵- شناخت نحوه اداره (مدیریت) کسب و کار

۱/۶- کسب دانش لازم درباره طرح کسب و کار

۲- اهداف نگرشی

۲/۱- ایجاد علاقه به موفقیت و تمایل برای رسیدن به آن

۲/۲- علاقه مندی به شغل کارآفرینی

۲/۳- علاقه مندی و تمایل به کارآفرینان

۲/۴- ایجاد تمایل به کسب و کار و راه‌اندازی آن

۲/۵- ایجاد علاقه و توجه به مدیریت کسب و کار

۲/۶- ایجاد علاقه به نوشتن طرح کسب و کار

۳- اهداف مهارتی

۳/۱- توانایی برنامه‌ریزی برای موفقیت

۳/۲- توانایی برنامه‌ریزی مسیر شغلی کارآفرینی برای خود

۳/۳- توانایی تشخیص کارآفرینی و کارآفرینان

۳/۴- توانایی راه‌اندازی کسب و کار

۳/۵- توانایی اداره (مدیریت) کسب و کار

در تدریس کارآفرینی نه می‌توان انتظار داشت و نه تدریس، باید این توهم را ایجاد کند که صرفاً حفظ مطالب کتاب و انجام مجموعه‌ای از فعالیت‌های روزمره و قبولی در امتحانات، غایت و نهایت وجود این ماده درسی است. دانش‌آموزان باید اصول، ارزش‌ها و هنجارهای کسب و کار را یاد بگیرند، نه اینکه خوب بازگو کنند، بلکه باید قادر باشند این ارزش‌ها را درونی کرده و با شکل‌گیری نگرش کارآفرینانه به آن عمل نمایند. برای چنین یادگیری ارزش‌مدار، عمیق و مداوم توجه به دو نکته ضروری است:

اولاً باید کتاب را به عنوان یک وسیله و نه هدف دانست. یعنی اینکه ما به کتاب به عنوان وسیله‌ای برای یادگیری عمیق مفاهیم کارآفرینی نگاه می‌کنیم. کتاب و موضوعات مطرح شده در آن به ما می‌گویند که این موضوعات دارای اولویت هستند و دانش‌آموزان باید آنها را یاد بگیرند. اما چگونگی دانش‌آموزی این مطالب، موضوع نکته دوم است که آن حساسیت و اهمیت فوق‌العاده زیاد نقش معلمین است. اگر دانش‌آموز و کتاب را در دو طرف یک رابطه متقابل در نظر بگیریم، معلم عامل ارشاد کننده‌ایست که در غنی کردن این رابطه و تفهیم عمیق مطالب کتاب به دانش‌آموزان نقشی تعیین کننده دارد. یک معلم خوب اگر از روش‌ها و شیوه‌های تدریس و یادگیری مناسب استفاده کند و صلاحیت‌های شخصیتی مناسب را دارا باشد، می‌تواند دانش‌آموزان را به خودش علاقه‌مند کرده و بسیاری از مفاهیم مرتبط با کسب و کار و کارآفرینی را بیاموزد و مطمئن باشد که این مفاهیم را عمیقاً فرا گرفته‌اند.

موضوعات و مفاهیم کارآفرینی به گونه‌ای است که معمولاً دانش‌آموزان با مطالب آن بالنسبه آشنا هستند و در زندگی روزمره خود با آنها در تماس می‌باشند. اما این آشنایی سطحی، در هم ریخته و فاقد روال منطقی است. بنابراین جهت یادگیری بیشتر این درس بایستی به نکاتی توجه نمود که مهم‌ترین آنها به شرح ذیل است:

- ۱- ایجاد انگیزه و علاقه در دانش‌آموزان و آماده ساختن آنها برای شناخت و مواجه شدن با دنیای کسب و کار.
 - ۲- ایجاد توانایی‌های لازم در دانش‌آموزان برای تجزیه و تحلیل موضوعات مرتبط با کسب و کار و کارآفرینی
 - ۳- آشنا نمودن هرچه بیشتر دانش‌آموزان با فرایند راه‌اندازی کسب و کار و کارآفرینی و توسعه آن
- مسلماً موارد بالا در کتاب درسی نیز رعایت شده است، ولی از آنجایی که کتاب برای دانش‌آموزان سراسر کشور با وجود تفاوت‌های صنعتی، کشاورزی، خدماتی و فناوری به صورت یکسان تألیف شده است، لزوماً دارای محدودیت‌هایی از نظر ارائه مطالب می‌باشد. درحالی که معلمین از این نقطه نظر کاملاً آزادند تا با توجه به خصوصیات محلی، منطقه‌ای و استانی از نظر اقتصادی و پتانسیل‌های موجود در آن موضوعات مطرح شده در کتاب را بر اساس امکانات و توانایی‌های هر منطقه به دانش‌آموزان ارائه نمایند.

پیش از آنکه موضوع اصلی مورد نظر ما یعنی روش تدریس و یادگیری دو عنصر مهم در آموزش و پرورش است و با گذشت زمان شیوه‌های جدیدتر، مؤثرتر و جالب‌تری ابداع می‌گردد که کار تدریس را روان‌تر، سهل‌تر و عمیق‌تر می‌نماید. به همین دلیل مروری اجمالی به دو واژه «یادگیری» و «تدریس» خواهیم داشت. اما همانگونه که قبلاً ذکر شد، ویژگی‌های شخصیتی معلم عاملی حتی مهم‌تر از انتخاب بهترین شیوه تدریس است، اگر یک معلم از نظر ویژگی‌های شخصیتی صلاحیت کافی نداشته باشد، تا حد تکرار کننده حرف‌ها و کلمات بی روح تنزل می‌یابد و به کارگیری پیشرفته‌ترین روش‌های تدریس و اطلاع کافی از اصول یادگیری نیز کمکی به او نخواهد کرد.

ج) یادگیری و تدریس کارآفرینی

یادگیری را به گونه‌های متفاوت تعریف کرده‌اند. با جمع بندی تمام این تعاریف می‌توان گفت که: یادگیری کسب دانش درباره موضوعی یا کسب مهارتی به کمک مطالعه یا تجربه یا آموزش است. اگر بخواهیم به نحو تخصصی‌تری یادگیری را تعریف کنیم باید بگوییم یادگیری تغییری نسبتاً دائمی در رفتار است که بر اثر تمرین و تجربه حاصل شده باشد. منظور از تدریس نیز پیش بردن، تسهیل و مهیا کردن شرایط یادگیری توسط معلم است. پوشش یادگیری در حوزه کارآفرینی شباهت‌های زیادی با یادگیری در سایر حوزه‌های علمی دارد. اما می‌توان یادگیری کارآفرینانه را از یادگیری سایر علوم متفاوت دانست، زیرا موضوعات کارآفرینی با انسان‌ها و محیط سر و کار دارند و بالطبع از پیچیدگی‌ها و قانونمندی‌های خاصی برخوردار است. علاوه بر آن کارآفرینی موضوعی بین رشته‌ای است که از علوم مختلفی چون روان‌شناسی، جامعه‌شناسی، اقتصاد و مدیریت بهره می‌گیرد. مطالعه زندگی کارآفرینان نشان می‌دهد که آنها دائماً در حال یادگیری هستند. کارآفرینان همواره به دنبال این هستند که چگونه می‌توان امور کسب و کار را به بهترین صورت انجام داد. کاوشگری و جستجوی فرصت‌های کسب و کار آنها را افرادی می‌سازد که به صورت مستمر یادگیرنده هستند. به همین دلیل در این درس معلمین باید به دنبال هدایت فراگیران جهت یادگیری کارآفرینی باشند تا اینکه صرفاً انتقال دهنده و آموزش دهنده محتوای کتاب باشند. براساس تفاوت‌های بالا کارآفرینی دارای ویژگی‌هایی است که سایر علوم کم و بیش فاقد آن هستند. این ویژگی‌ها عبارتند از:

۱- جامعه آزمایشگاه کارآفرینی: اگر در علوم فنی و تجربی برای پیشبرد تدریس و ایجاد سهولت در تفهیم مطالب از محل‌های سرپشته‌ای به نام آزمایشگاه و کارگاه و مواد آموزشی معین و مشخصی استفاده می‌کنند، در کارآفرینی جامعه و تمام کسب و کارهای موجود که همواره با آنها درگیر هستیم را می‌توان به عنوان آزمایشگاه کارآفرینی دانست. دانش‌آموز با بی‌نهایت وسایل کمک آموزشی مواجه است، مصداق هر مفهوم کارآفرینی را به راحتی می‌تواند بیابد و در واقع باید دانش‌آموزان را تشویق کرد تا سعی نمایند مطالبی را که در کلاس فرا می‌گیرند، در آزمایشگاه جامعه محک بزنند و آن را با واقعیات کارآفرینی تطبیق دهند و موارد صدق و احیاناً خلاف آن را دریابند و در این راه وسایل ارتباط جمعی و رایانه‌ها کمک موثری می‌تواند باشد (مراجعة به یک فیلم و گزارش درباره کارآفرینی، برنامه‌های مختلف تلویزیونی درباره کسب و کار و سایت‌های اینترنتی).

۲- تأثیر خصوصیات و ویژگی‌های شخصیتی معلم در تدریس کارآفرینی: معلمان همواره در کنار نقش آموزشی، نقش تربیتی و الگو بودن را نیز برای دانش‌آموزان ایفاء می‌کنند. بنابراین دانش‌آموزان انتظار دارند که ویژگی‌ها و خصوصیات که برای کارآفرینان ذکر می‌گردد در معلمین خویش نیز ببینند. همانگونه که قبلاً نیز اشاره گردید می‌توان با اندکی تغییر در رویه‌ها و نگرش‌های موجود، روحیه و ویژگی کارآفرینی را در خود افزایش داد.

۳- پویایی کارآفرینی: برخلاف بعضی علوم دیگر، برخی از مفاهیم و موضوعات کارآفرینی را معمولاً نمی‌توان به عنوان یک اصل متحقق و نسبتاً ثابت عرضه کرد. سرعت تغییرات در دنیای کسب و کار و کارآفرینی، جابجایی اولویت‌های دولت‌ها و حساسیت بازار به گونه‌ای است که معلمین باید در جریان تازه‌ترین تغییرات و دگرگونی‌های کسب و کار باشند، تا بتوانند تدریس خود را بر واقعیات منطبق سازند. کتاب درسی کارآفرینی گاه ممکن است از آمار، اطلاعات و تغییرات دنیای کسب و کار عقب باشند. مسائلی که در کتاب مطرح می‌شود، حداقل یک سال با زمان تدریس فاصله دارد. در این فاصله زمانی ممکن است بسیاری از الگوهای کسب و کار تغییر یافته باشند، شرکت‌های جدیدی تأسیس و یا حذف شده باشند، آمارها عوض

شده و یا تحولاتی در سطح ملی و بین المللی رخ داده باشد. در اینجا است که معلمان با اطلاع از آخرین تغییرات و دگرگونی‌ها خواهند توانست این نقیصه کتاب را جبران نمایند.

۴- اهداف کلی

مخاطبین: دانش‌آموزان دبیرستان

مدت دوره: یک سال تحصیلی

ویژگی‌ها: دوره توسط معلم تدریس شده و جلسات آموزشی و تعاملی با هدایت معلم برگزار می‌شود.

هدف اصلی: تجهیز دانش‌آموزان کار دانش جهت شناخت خود، کسب دانش و مهارت برای اینکه خویش فرمایی و صاحب کسب و کار شدن را به عنوان مسیر شغلی پایدار برای خود در نظر بگیرند.

اهداف عمومی

۱- آشنایی با موفقیت و راه‌های رسیدن به آن

۲- یادگیری برنامه‌ریزی مسیر شغلی کسب و کار محور

۳- شناخت مفاهیم کسب و کار و کارآفرینی

۴- شناخت مهارت‌هایی که در کارآفرینی نقش داشته و یادگیری نحوه پرورش آنها در خود

۵- شناخت ملزومات اساسی برای راه‌اندازی کسب و کار

۶- یادگیری بازاریابی و راه‌های توسعه کسب و کار

۷- آشنایی با امور مالی کسب و کار

۸- یادگیری مدیریت کسب و کار

۹- یادگیری نحوه تدوین طرح کسب و کار

د) انتخاب روش آموزش کارآفرینی

امروزه در یادگیری تأکید بر روش‌های فعال می‌باشد. یادگیری فعال با استفاده از روش‌های تعلیم و تربیت ممکن می‌شود که در این نوع شیوه تدریس نقش تعلیم‌دهنده به‌مثابه هدایت‌گر و راهنمایی شاگرد و مشارکت با او در جریان یادگیری است؛ برای مثال فراگیران طریقی عملی درباره بازاریابی کسب و کارهای کوچک می‌گیرند و در طی آن ۱- مفاهیم و تئوری‌ها در عمل کاربرد دارند؛ ۲- مفاهیم از طریق درگیری در فعالیت‌هایی مربوط به کسب و کار، استخراج و استنباط می‌شوند و شکل می‌گیرند؛ یعنی یادگیری از طریق انجام دادن، حل مسئله و درک و شناسایی فرصت‌های کسب و کار ممکن می‌شود که این الگوی واقعی و طبیعی زندگی کارآفرینانه است. این نوع یادگیری، فراگیر محور است؛ به‌طوری‌که فراگیران را قادر می‌سازد که خودشان را بهتر برای ایجاد و اداره کسب و کار در شرایط عدم قطعیت و پیچیده آماده کنند.

یادگیری با اهداف کارآفرینانه، فراگیران را قادر می‌سازد تا از نظر اقتصادی در آینده خودکفا شده و موفقیت‌آمیز عمل کنند. این نوع یادگیری فارغ التحصیلانی را پرورش می‌دهد که می‌توانند در هر زمینه‌ای نوآورانه عمل کنند، فرصت‌ها را شناسایی و حتی خود فرصت‌ها را ایجاد کرده، خطرپذیر باشند، اتخاذ تصمیم کنند، مشکلات را تجزیه و تحلیل کنند و یافته‌هایشان را به وضوح و به‌طور اثربخش با دیگران در میان بگذارند. این مهارت‌ها و توانایی‌ها، برای راه‌اندازی و توسعه

کسب و کار لازم و ضروری هستند؛ خواه این کسب و کار برای خودشان باشد یا اینکه برای سازمان دیگری کار کنند. علاوه بر این، امروزه کارفرمایان به دنبال و در جست و جوی افرادی هستند که تنها در دانش و مهارت خاصی مهارت ندارند، بلکه باید قادر باشند به صورت فعالانه واکنش نشان دهند و توانا باشند مسائل و مشکلات را شناسایی کنند و به طور خلاقانه و مستقل به آن پاسخ و عکس العمل نشان دهند.

مربی در آموزش کارآفرینی نقش آموزش دهنده و راهنمایی کننده را در فرایند یادگیری و مشارکت ایفا می کند و اساساً بر ارائه آگاهی با روش های مختلف که فراگیران کارآفرینی را درک نمایند؛ استوار است. یک عامل مهم که موفقیت یا شکست دوره های آموزش کارآفرینی تا حد زیادی به آن بستگی دارد، درک صحیح مربیان از توانایی ها و مهارت های فراگیران می باشد. استفاده از افراد بیرون یعنی افرادی که تجربه کارآفرینی در کسب و کار دارند، در آموزش کارآفرینی خیلی مهم و اساسی است؛ زیرا فراگیران نیاز دارند که از تجربه افرادی که در دنیای واقعی کسب و کار دارند به عنوان الگوی نقش، استفاده کنند.

حال، با توجه به ویژگی هایی که ذکر شد بدیهی است که نمی توان بدون توجه به امکانات و واقعیات و با نادیده گرفتن ویژگی های کارآفرینی یکی از شیوه های یادگیری و تدریس را که در کتاب های روش تدریس ذکر شده است مانند یک راهنمای آشپزی به کار گرفت و موفق هم بود. واقعاً هدف این نیست که معلم به دلخواه خود و با صرف نظر از واقعیات یکی از شیوه ها را برگزیند و دقیقاً آن را با تمام جزئیات در کلاس پیاده نماید. انتخاب و به کار بستن حساب نشده یک شیوه تدریس ممکن است منجر به تأکید بیش از حد بر بعضی عناصر و غفلت از عناصر دیگر گردد. آنچه که فوق العاده مهم است، رعایت ویژگی های ذکر شده کارآفرینی در روش تدریس انتخابی است. بنابراین یک شیوه تدریس به تنهایی قادر نیست این ویژگی ها را منعکس نماید، می توان تلفیقی از چند شیوه تدریس را به کار گرفت.

روش های تدریس که در اینجا معرفی می شوند، صرفاً الگوهایی برای تدریس بهتر هستند و همیشه می توان عناصر یا بخش هایی به آن افزود یا از آنها کاست. به هر حال غرض این است که ارائه مطالب و موضوعات درسی به نحوی انجام شود که بهترین بازده را داشته باشد. اما قبل از انتخاب یک شیوه تدریس و قبل از شروع به کار و در ابتدای سال تحصیلی یک معلم خوب باید دانش آموزان خود را بشناسد و بداند که در کلاس درس با انسان هایی سر و کار دارد که دارای ویژگی ها و خصوصیتی هستند که در برابر محرکات مشابه واکنش های متفاوتی نشان می دهند. از اینرو یکی از عوامل مؤثر در کیفیت تدریس شناخت و برقراری ارتباط با دانش آموزان کاردانش و نتیجتاً فعال نمودن قوای ذهنی و جسمی آن هاست. جهت برقراری ارتباط با دانش آموزان شناخت ویژگی ها و خصوصیات آن ها با توجه به سنین و شرایطی که در آن قرار دارند لازم و ضروریست. دوره نوجوانی سرشار از انرژی و پتانسیل می باشد. چنانچه این انرژی ها در مسیر درست هدایت نشود مقاومت ها و مشکلاتی را برای برقراری ارتباط و یادگیری ایجاد خواهد نمود. بنابراین معلمین باید با اعطای مسئولیت و تشویق به دانش آموزان، مطالب و محتوای آموزشی را برای دانش آموزان جذاب تر نماید.

در سطور ذیل می کوشیم با ارائه مثال هایی از کتاب کارآفرینی طریقه کاربرد روش های مختلف یادگیری و تدریس را نشان دهیم. اما ذکر این نکته لازم به نظر می رسد که در اینجا بحث ما پیرامون روش هایی است که در کارآفرینی بیش از سایر رشته ها معمول و متداول هستند^۱.

به طور کلی از روش های مختلفی برای یادگیری و آموزش کارآفرینی می توان استفاده کرد. در اینجا به مهم ترین آنها

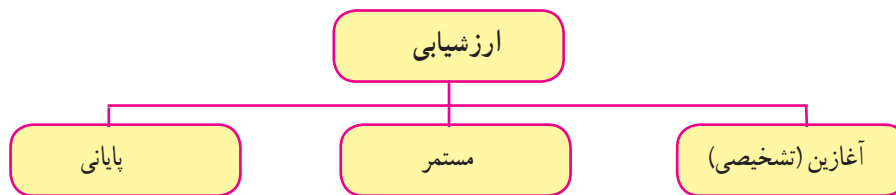
اشاره می‌گردد :

- بحث و گفتگو در فرایند تدریس و یادگیری
 - گوش دادن به سخنرانی یک فرد در ارتباط با کسب و کار و پرسش و پاسخ
 - ارائه سخنرانی توسط فراگیران درباره موضوعات مختلف کارآفرینی
 - تماشای فیلم و بحث و بررسی درباره آن
 - کار عملی در زمینه‌های مختلف کارآفرینی
 - تدوین و نوشتن تحقیق توسط دانش‌آموزان
 - برنامه‌های شبیه سازی کامپیوتری
 - بررسی مطالعات موردی واقعی به صورت گروهی
 - گردش و بازدید از کسب و کار و ارائه گزارش
 - ایفای بازی و نقش‌های مختلف کارآفرینانه
 - ارائه خدمات مشاوره‌ای برای فراگیران توسط افراد حرفه‌ای
 - کارکردن دانش‌آموزان در محیط واقعی کسب و کارها به صورت کارورزی
 - روش حل مسأله کسب و کار و کارآفرینی
 - نوشتن گزارش توسط دانش‌آموزان درباره کارآفرینی
- در تمام روش‌های فوق تأکید بر فعال بودن دانش‌آموزان می‌باشد. بنابراین مطابق با اهداف، شرایط و مخاطب مورد نظر، از روش‌های فوق در موقعیت یادگیری می‌توان استفاده نمود. در فصل‌های مختلف این کتاب متناسب با موضوع درس به فرایند و نحوه اجرای هر کدام از روش‌های تدریس اشاره خواهد شد.

هـ) ارزشیابی

بدون شک اهداف نظام‌های آموزشی با توجه به شرایط فرهنگی، اجتماعی، سیاسی و اقتصادی جامعه مرتباً دستخوش تغییرات بسیاری می‌شود که لازم است این اهداف متناسب با شرایط زمانی و مکانی تعدیل شوند. لذا برای دستیابی به این منظور می‌بایستی این اهداف به‌طور مستمر و در فواصل زمانی مشخص مورد ارزشیابی قرار گیرند تا بتوان در راستای ارتقاء کیفیت و برآوردن نیازهای فرد و جامعه گام‌های مؤثری برداشت.

منظور از ارزشیابی دانش‌آموزان مشخص کردن پیشرفت تحصیلی و اندازه‌گیری میزان یادگیری آنهاست. معیار قضاوت درباره آنها هدف‌های آموزشی هستند. ارزشیابی پیشرفت تحصیلی تعیین می‌کند که دانش‌آموزان تا چه اندازه به هدف‌های آموزشی دست یافته‌اند و یا از آن فاصله دارند. ارزشیابی با دادن بازخوردی سودمند به دانش‌آموزان به آنان امکان خودارزیابی می‌دهد. ارزشیابی با فرایند آموزش در هم تنیده است و در هر زمان برای هدفی مشخص طراحی و اجرا می‌شود. بر این اساس ارزشیابی به سه نوع تقسیم می‌شود :



هدف از ارزشیابی آغازین آگاهی از پیش دانسته‌ها و نیازهای آموزشی دانش‌آموزان است. این آگاهی برای گروه‌بندی و تعیین سیاست و چگونگی روش تدریس، ضروری است. در ارزشیابی مستمر بازخورد فعالیت‌های آموزشی به دانش‌آموز و معلم باعث ایجاد انگیزه، اصلاح و بهبود یادگیری می‌شود. ارزشیابی پایانی برای دادن نمره و قضاوت درباره اثربخشی برنامه معلم و فعالیت دانش‌آموز انجام می‌شود.

روش‌های ارزشیابی

در درس کارآفرینی انتظار این است که به جای حفظ کردن به درک موضوع و یافتن راه‌حل‌ها بپردازند. بنابراین انجام فعالیت مستمر و ارزشیابی آن نقش مؤثری در این راه ایفا خواهد نمود. در ارزشیابی مستمر و پایانی جنبه‌های مختلفی را می‌توان سنجید :

حیطه شناختی : هدف‌های شناختی با آنچه فراگیر باید بداند و بفهمد سروکار دارد. در این حیطه، هدف‌ها از ساده‌ترین سطوح شناخت به پیچیده‌ترین و از امور ذاتی محسوس به امور معنوی و غیرمحسوس تنظیم شده است. این هدف‌ها شامل ۶ سطح به شرح زیر است :

- ۱- دانش ۲- فهمیدن ۳- به کار بستن ۴- تجزیه و تحلیل ۵- ترکیب ۶- ارزشیابی و قضاوت.
- به طور کلی هدف‌هایی را شامل می‌شود که با یادآوری دانش و رشد توانایی‌ها و مهارت‌های ذهنی سروکار دارند. سنجش و ارزشیابی این حیطه را با سؤالات مختلفی می‌توان سنجید. نمونه‌ای از این سؤالات در پایان هر درس آمده است.
- حیطه عاطفی :** آن قسمت از هدف‌های آموزشی هستند که با نگرش‌ها، عواطف، علایق و ارزش‌ها سروکار دارند.
- سطوح یادگیری در این حیطه به پنج طبقه تقسیم می‌شوند : ۱- دریافت و توجه کردن ۲- پاسخ دادن ۳- ارزش گذاری ۴- سازماندهی ارزش‌ها ۵- تبلور ارزش‌های سازمان یافته در شخصیت
- هدف‌های این حیطه تغییرات حاصل در علاقه و نگرش‌ها و ارزش‌ها، رشد ارجح شناسی و سازگاری را نشان می‌دهد.
- ارزشیابی علاقه معمولاً به صورت سؤالات غیرمستقیم مطرح می‌شود. مثلاً در درس برنامه‌ریزی مسیر شغلی به جای اینکه بپرسیم آیا به راه‌اندازی کسب و کار علاقه داری؟ باید سؤال را به این صورت مطرح نماییم : در آینده دوست دارد چه کاره شود؟

حیطه روانی - حرکتی : این حیطه شامل مهارت‌های عملی در زمینه‌های برقراری ارتباط، خرید و فروش، فنی و حرفه‌ای، امثال آنها است که سطوح زیر را در بر می‌گیرد :

- ۱- مشاهده و تقلید ۲- اجرای عمل بدون کمک ۳- دقت در عمل ۴- هماهنگی حرکات ۵- عادی شدن عمل.
- پس هر فعالیتی که علاوه بر جنبه روانی دارای جنبه جسمانی و مهارتی هم باشد در این حیطه قرار می‌گیرند. به عنوان مثال برای سنجش توانایی فروش و بازاریابی فرد می‌توان نمونه محصولاتی را به وی داد و از او درخواست کرد که آنها را

بفروشد. مهارت در برقراری ارتباط و فروش موفقیت آمیز نتیجه استفاده از تمام توانایی های ذهنی و کلامی فروشنده است.

فعالیت های خارج از کلاس : فعالیت هایی هستند که بر اساس اهداف برنامه درسی طراحی می شوند و تا حدودی پیچیده تر از تکالیف معمولی هستند و شامل موارد زیر می شوند :

جمع آوری اطلاعات از طریق مصاحبه با فرد، فروش نمونه محصول در بازار، انجام تحقیقات بازاریابی.

ارزشیابی پایانی : ارزشیابی پایانی در درس کارآفرینی علاوه بر مسائل دانشی و نظری به طرح کسب و کار نیز ختم می شود. به طور کلی خروجی این دوره در کنار دانش و مفاهیمی که در ارتباط با کسب و کار یاد گرفتند، طرح کسب و کار است. دانش آموزان بایستی بر اساس ایده، توانایی، رشته تحصیلی و علاقه خود بتوانند یک طرح کسب و کار بنویسند که قابل اجرا باشد. هر چند که طرح کسب و کار در پایان کتاب آمده است، اما می توان از اواسط ترم هم شروع کرد و از دانش آموزان خواست اطلاعات لازم برای اجرای طرح کسب و کار را به دست آورند.

موفقیت

هدف کلی

آشنایی با موفقیت و راه‌های رسیدن به آن

اهداف جزئی

- نقش افراد را در مسابقه زندگی شناسایی کنند.
- بتوانند افراد موفق را در زمینه‌های مختلفی چون ورزش، هنر، فرهنگ، علم نام ببرند.
- بتوانند افراد ناموفق را در زمینه‌های گوناگون نام ببرند.
- دلایل شکست و موفقیت همکلاسان خود را در زمینه تحصیلی شناسایی کنند.
- دلایل موفقیت و شکست افراد مختلف را در زمینه‌های گوناگون بیان کنند.
- خصوصیات و ویژگی‌های افراد موفق را شناسایی کنند.
- خصوصیات و ویژگی‌های افراد ناموفق را شناسایی کنند.
- میزان انگیزه پیشرفت را در خود شناسایی کنند.

اهمیت و نقش موفقیت

همه انسان‌ها به‌ویژه نوجوانان و جوانان دوست دارند که یک ستاره شوند. حتی برای لحظه‌ای گذرا، چند بار در سال یا هر وقت که از خط بیروشان می‌اندازند و جایی راهشان نمی‌دهند دوست دارند که به جای هیچ کس بودن، کسی باشند. پس همه افراد بشر دوست دارند که دیگران آنها را بشناسند مهم‌تر اینکه به آنها احترام بگذارند. چنانچه استعدادها و توانایی‌های این افراد در مسیر درست هدایت نشود، ممکن است از طریق مسیرهای نادرست و ناصواب این استعدادها را بروز دهد. در این درس آنچه که مهم است برای دانش‌آموزان یاد دهیم که از کم شروع کنند، تا از نردبان موفقیت بالا روند باید به دانش‌آموزان یاد داد که نباید بنشینند و بالا رفتن بقیه را از نردبان موفقیت نگاه کنند، پس دانش‌آموزان نیز هم باید روی نردبان موفقیت

باشند و فکر نکنند که می‌توانند یک‌شبه ره صد ساله رفته و به آنچه می‌خواهند برسند، چون همین شب حداقل چند سالی طول می‌کشد. به دست دیگران نگاه نکنند که چه دارند و چه ندارند، ببینند در دستان خودشان چیست، و برای به دست آوردن آن چیزهایی که ندارند تلاش کنند و آرام آرام مسیرهای موفقیت را سپری نمایند.

شناخت مهارت‌ها و استعدادها انسان را به خودآگاهی بیشتر می‌رساند. خودآگاهی و توانایی باعث ایجاد اطمینان و اعتماد به نفس می‌شود و اعتماد به نفس باعث موفقیت می‌گردد.

رفتار آدمی تحت تأثیر اهداف و انگیزه‌ها هستند. اهداف و انگیزه به عنوان نیازهای بیرونی و درونی به همدیگر اثر متقابل داشته و رفتار آدمی را مشخص می‌کند. اهداف بلند و والا انگیزه بیشتر و اهداف پایین تر و پست تر انگیزه کمتری را ایجاد می‌نمایند. همچنین افراد با انگیزه، اهداف بلندتر و والاتری را انتخاب نموده ولی افراد بی‌انگیزه اهداف پایین و پست‌تری را انتخاب می‌نمایند. هدف‌گذاری و الاتر به افراد با انگیزه نیاز دارد به همین منظور توصیه می‌شود در افزایش روحیه و انگیزه دانش‌آموزان تلاش بیشتری گردد.

راهنمای تدریس

دانسته‌ها و تجربیات پیشین

دانش‌آموزان در کتاب‌های درسی به‌صورت مستقیم در رابطه با موفقیت اطلاعاتی کسب ننموده‌اند؛ اما با توجه به علایق و گرایش‌های شخصی خود در حوزه‌های مختلف به افراد موفق علاقه مند بوده و آنها را می‌شناسند. به عنوان مثال به راحتی می‌توانند فوتبالیست‌ها، هنرمندان سینما و افراد علمی موفق را در سطح محلی، ملی و بین‌المللی نام ببرند.

فعالیت ۱

درس را با توصیفی از اهداف کتاب شروع کنید.

فعالیت ۲

از دانش‌آموزان بخواهید که خودشان را معرفی کرده و چنانچه تجربیات کاری پاره وقت / شاگردی کردن، کار در تعطیلات تابستان دارند، بیان کنند.

پاسخ: (فروشنده‌گی در مغازه، دست‌فروشی، کار در مغازه، کار در مزرعه و...) توضیح دهید که موفقیت در این درس بستگی به تمایل آنان در مشارکت فعال و تعامل با سایرین در کلاس دارد.

فعالیت ۳

از فراگیران بخواهید که بگویند چه انتظاراتی از این درس دارند؟
پاسخ: (یاد بگیرند که موفق باشند، شناخت دلایل موفقیت و شکست)

فعالیت ۴

دو نفر از افرادی را در هر زمینه که یکی موفقیت بیشتر و دیگری موفقیت کمتری داشته را از نظر مهارت، میزان تلاش، مسئولیت‌پذیری و برنامه روزانه با همدیگر مقایسه کنید.

پاسخ: فرد الف {موفق}: ساعات کاری بیشتر، برخورد مناسب، دانش و اطلاعات بالا، مسلط به کار
فرد ب {ناموفق}: کم کار، تنبل، بد اخلاق، نامنظم و بی انگیزه

فعالیت ۵

این موضوع را مطرح کنید: دو کلاس درسی ۳۰ نفری الف و ب وجود دارد. در کلاس الف نیمی از دانش‌آموزان معدل نمراتشان بالای ۱۹ است و در کلاس ب فقط ۲ نفر میانگین نمراتشان بالای ۱۹ می‌باشد. به نظر شما موفقیت تحصیلی کدام کلاس بهتر می‌باشد؟ چرا؟ حالا تعداد بیشتر افراد موفق در جنبه‌های مختلف (اقتصادی، علمی، ورزشی، فرهنگی) در یک منطقه چه تأثیری می‌توانند در آن منطقه داشته باشند؟

پاسخ: (کلاس الف، چون بیشتر دانش‌آموزان درس‌خوان هستند. اگر افراد موفق در یک منطقه بیشتر باشند باعث موفقیت و توسعه آن منطقه می‌گردند. مثال چنانچه کسب و کار و شرکت در یک منطقه‌ای بیشتر باشد باعث می‌شود که در آن منطقه تعداد افراد بیکار کم باشد.)

فعالیت ۶

از دانش‌آموزان بخواهید وضعیت خود را نسبت به گذشته در زمینه‌های افزایش دانش و اطلاعات، یادگیری مهارت‌های مختلف، و در هر ویژگی دیگر که نسبت به گذشته (۴-۵ سال پیش) تغییر کرده‌اند مقایسه کنند (این فعالیت باعث می‌شود که تک تک دانش‌آموزان پی ببرند که موفق هستند).

پاسخ: (کتاب‌های بیشتری مطالعه نموده و در نتیجه سوادشان در زمینه‌های علوم تجربی، ریاضی، معارف اسلامی و کامپیوتر و زبان بیشتر شده و یا از نظر فیزیکی رشد کرده و مهارت‌های دیگری مثل دوچرخه سواری، اسکیت و ورزش‌های مختلف کسب نموده‌اند.)

فعالیت ۷

از دانش‌آموزان بخواهید هر کدام فرد موفق در زمینه‌های تحصیل علم، ورزش، هنر، مذهبی، اقتصادی در سطح مدرسه، محله، منطقه، شهر، استان، کشور و بین المللی نام ببرند؟

پاسخ: (در سطح مدرسه، محله، شهر، منطقه و استان می‌توانند مثال بزنند. در سطح کشور و بین المللی نیز از افرادی نام ببرند.)

فعالیت ۸

از دانش‌آموزان پرسید که برای موفقیت در جنبه‌های مختلف به چه مهارت‌ها و دانش‌هایی نیاز است؟ از چه روش‌هایی می‌توان این مهارت‌ها و دانش‌ها را کسب کرد؟

پاسخ: (موفقیت در زمینه علمی نیاز به مطالعه بیشتر، علاقه و استعداد؛ موفقیت در زمینه ورزشی، استعداد و آمادگی فیزیکی، علاقه و تمرین؛ موفقیت در حوزه اقتصادی نیاز به تجربه، دانش و مهارت‌های کسب و کار است، از طریق شرکت در کلاس‌های مختلف، تمرین و تلاش بیشتر و مطالعه این کتاب)

فعالیت ۹

از دانش‌آموزان بخواهید که افراد ناموفق را در زمینه‌های گوناگون نام برده و دلایل عدم موفقیت را توضیح دهند.
پاسخ: (پس از ذکر نام چند نفر، مهم‌ترین دلایل ناموفقیت که البته به‌صورت نسبی است عبارتند از: نداشتن برنامه کامل، بی‌علاقگی و تلاش کمتر، نداشتن الگوی موفق، نداشتن امکانات و شرایط محیطی و ...)

فعالیت ۱۰

از دانش‌آموزان بخواهید به‌صورت گروهی ویژگی‌ها و خصوصیات افراد موفق و ناموفق را شناسایی کنند.

ویژگی‌ها و خصوصیات افراد ناموفق	ویژگی‌ها و خصوصیات افراد موفق
بی‌انگیزه و بی‌هدف در زندگی	با انگیزه و دارای هدف در زندگی
بی‌برنامه و انجام کارها به‌صورت نامنظم	با برنامه و انجام کارها در زمان معین
کم‌تلاش و پشتکار پایین	تلاش و پشتکار بالا
ساعات کاری کمتر در شبانه‌روز و خواب و استراحت بیشتر	ساعات کاری بیشتر در شبانه‌روز
توانایی کمتر در برقراری ارتباط با افراد مختلف	توانایی برقراری ارتباط با افراد مختلف
دانش، مهارت و تجربه کم	دارای دانش، مهارت و تجربه بالا در زمینه مربوطه

فعالیت ۱۱

از دانش‌آموزان بخواهید که درباره رویاها، اهداف بلند مدت، اهداف کوتاه مدت خویش فکر کرده و برای بقیه توضیح دهند.
پاسخ:

اهداف بلند مدت	اهداف کوتاه مدت	رویا	
کسب تجربه و مهارت لازم	کسب تجربه و مهارت لازم	داشتن شرکت بزرگ	۱
کسب دانش و مصاحبه با مهندسان	کسب دانش و مصاحبه با مهندسان	ورود به دانشگاه برتر	۲
کسب دانش و تجربه در امور کشاورزی	کسب دانش و تجربه در امور کشاورزی	تهیه زمین و ماشین‌آلات مناسب	۳

فعالیت‌ها و تمرینات یادگیری بیشتر

- از دانش‌آموزان بخواهید که به عنوان فعالیت یادگیری با یک فرد شاغل مصاحبه‌ای انجام دهند تا ویژگی‌های افراد موفق آن شغل را شناسایی کنند.
- از دانش‌آموزان بخواهید که مصاحبه‌ای (متنی، صوتی یا تصویری) درباره یک فرد موفق (مطابق با الگوی مصاحبه با فرد موفق) تهیه کرده و آن را در کلاس نمایش دهند. پس از نمایش می‌توانید درباره آن بحث کنید.
- از دانش‌آموزان بخواهید گزارشی درباره برنامه روزانه و هفتگی دو نمونه از افراد موفق و ناموفق را تهیه کرده و باهمدیگر مقایسه کنند.
- آزمون انگیزه پیشرفت را برای دانش‌آموزان اجرا کنید.

الگوی مصاحبه با یک فرد موفق

معرفی خود

ویژگی‌های روان‌شناختی

روبای‌های دوران کودکی، ویژگی‌ها و خصوصیات

مشخصات جمعیت شناختی (سن، تحصیلات رشته تحصیلی، سوابق کاری (در چه مشاغلی) و سن شروع فعالیت)

میزان ساعات کار در شبانه روز

موفقیت از نگاه چه کسانی (همکاران، مشتریان، مسئولین)

چنانچه فرصتی به شما داده می‌شد آیا دوست داشتید همین مسیر فعلی را از نو شروع کنید؟

آزمون انگیزه پیشرفت

نام و نام خانوادگی :

تاریخ تولد :

اسم مدرسه :

تاریخ اجرا :

توضیح درباره آزمون

هدف این آزمون اندازه‌گیری نمره نیاز به پیشرفت شخص است. این آزمون بر مبنای الگوی تکمیل جمله است که از ۵۰ جمله ناقص تشکیل شده است. آزمودنی باید با گذاشتن علامت بر هریک از سه پاسخ انتخابی که در برابر شماره سؤال در پاسخنامه آمده تکمیل شود. به دانش‌آموزان گفته می‌شود که چه کنند و از آنها خواسته می‌شود که با انتخاب یکی از پاسخ‌های داده شده احساس خود را راجع به سؤال مطرح شده با علامت زدن در پاسخنامه بیان کنند. اعتقاد بر این است که آزمودنی ضمن علامت زدن کلیه جنبه‌هایی را در نظر بگیرد که در لحظه پاسخ مطرح است. در این صورت علامت او بر پاسخ انتخابی نشان دهنده احساس واقعی اوست. به این طریق کلیه سؤالات در کل آزمون باید علامت زده شوند. جنبه خاص دیگر این آزمون این است که سؤالات بیش از یکبار تکرار می‌شوند تا سطح ثبات پاسخ آزمودنی معین شود. پاسخ‌های مشابه به سؤالات مشابه نشان دهنده ثبات در پاسخ به آزمون است. وقت معمولی مورد نیاز برای اجرای آزمون ۳۰ دقیقه است که شامل زمان لازم برای دادن دستورالعمل به آزمودنی هم هست.

دستورالعمل اجرایی

در صفحات زیر جملات ناقصی داده شده که می‌تواند با یکی از سه مورد داده شده تکمیل شود. یکی از موارد را باید انتخاب کنید. این یک آزمون هوش یا مهارت نیست. جواب درست و غلط هم وجود ندارد. شما باید پاسخی را انتخاب کنید که به نظر شما بهتر از بقیه جمله را کامل می‌کند. مثالی در زیر می‌آید :

من دوست دارم :

الف) برای دوستانم کاری بکنم.

ب) کارهایی را بپذیرم که مهارت می‌خواهد.

ج) همه چیز را مرتب نگاهدارم.

ممکن است شما الف، ب یا ج را مطابق ترجیح خود انتخاب کنید در این صورت می‌تواند در پاسخنامه زیر شماره سؤال زیر خانه الف، ب یا ج ضریب بزنید. مطابق دستورات فوق عمل کنید. باید همه سؤالات را جواب دهید، هیچ کدام را بدون جواب نگذارید محدودیت زمانی ندارید اما هرچه زودتر سؤال‌ها را پاسخ دهید. توجه داشته باشید که باید برحسب آنچه که واقعاً در حال حاضر دوست

دارید یا احساس می‌کنید پاسخ دهید نه آنچه که تصور می‌کنید باید احساس کنید یا در آینده احساس خواهید کرد. پس از اتمام کار لطفاً دفترچه آزمون را تحویل دهید.

۱- آنچه بیش از همه در زندگی خود می‌خواهم این است که :

الف) زندگی خانوادگی دلخواهم را کسب کنم.

ب) در اجتماع آدم بی‌باکی باشم.

ج) چیزی را انجام دهم که کوشش می‌طلبد.

۲- دوست دارم :

الف) مسائلی را که به من تجارب تازه می‌دهد حل کنم.

ب) مسائل اقتصادی - اجتماعی کشور را حل کنم.

ج) معماها و آزمون‌های خیلی سخت را حل کنم.

۳- وقتی شادتر هستم که :

الف) دیگران را خوشحال می‌کنم.

ب) مرکز توجه دیگران هستم.

ج) در کارم موفق هستم.

۴- اغلب اوقات خیلی در این فکرم که :

الف) رهبر سیاسی محترمی باشم.

ب) رهبر اجتماعی مشهوری باشم.

ج) کار مهمی انجام دهم.

۵- هدف زندگی من این است که :

الف) سابقه طولانی از موفقیت داشته باشم.

ب) به مقامی بالا در اجتماع برسم.

ج) به مردم کشور کمک کنم.

۶- دوست دارم آنهایی را تحسین کنم که :

الف) در رشته تحصیلی خویش شهرتی یافته‌اند.

ب) به اصولی در زندگی خویش اعتقاد دارند.

ج) خود را وقف خدمت به بشریت کرده‌اند.

۷- می‌خواهم بدانم :

الف) چگونه می‌توان در آنچه به عهده می‌گیرم توفیق یابم.

ب) وسایل شرافتمندانه جمع‌آوری مال چگونه است.

ج) آسان‌ترین راه رسیدن به صلح جهانی چیست؟

۸- قبل از شروع یک کار سخت :

الف) مایلم جزئیات عمل را طرح کنم.

ب) راجع به مشکلات مربوط به آن فکر می‌کنم.

ج) از پیشنهادات دیگران استقبال می‌کنم

۹- عادت من این است که :

الف) کارها را به خاطر دوستانم انجام دهم.

ب) کارهایی را به عهده بگیرم که مهارت بسیار می‌خواهند.

ج) همه چیز را تر و تمیز نگاه دارم.

۱۰- کاش می‌توانستم همیشه :

الف) مشتاق توفیق در کارهای سخت باشم.

ب) مشتاق همدلی با بیماران و فقیران باشم.

ج) مشتاق دیدار جاها و اشخاص و اشیای تازه باشم.

۱۱- احساس ناراحتی می‌کنم وقتی که :

الف) توسط افراد خانواده خودم سرزنش می‌شوم.

ب) مورد بی توجهی قرار می‌گیرم.

ج) از نیل به هدف مطلوب باز بمانم.

۱۲- می‌خواهم کار را :

الف) به طریقی منظم و مرتب انجام دهم.

ب) بهتر از دیگران انجام دهم.

ج) قبل از موعد مقرر انجام دهم.

۱۳- دوست دارم :

الف) داستان بخوانم و کارهای پرخطر انجام دهم.

ب) به آینده‌ام فکر کنم.

ج) جاهای مختلف را در جهان ببینم.

۱۴- معمولاً فکر می‌کنم که باید :

الف) مانند یک رئیس مورد احترام قرار بگیرم.

ب) کاری بزرگ و بی نظیر انجام دهم.

ج) مراقب بیماران و مجروحان باشم.

۱۵- دوست دارم :

الف) در کار خود منظم و مرتب باشم.

ب) نسبت به دوستان و همراهان وفادار باشم.

ج) در کارها و تکالیف بهترین باشم.

۱۶- من دوست دارم که :

الف) پول به دست آورم.

ب) مهم‌ترین کارها را انجام دهم.

ج) آقای خودم باشم.

- ۱۷- من همیشه آماده‌ام که :
- الف) برای کارهای بزرگ و معقول مبارزه کنم.
- ب) توانایی‌ام را افزایش و گسترش دهم.
- ج) نظام کاستی و سایر امور نامعقول را از پیش بردارم.
- ۱۸- مطمئن هستم که طی پنج سال آینده :
- الف) پول زیادی بدست می‌آورم.
- ب) در رشته کار خود تخصص می‌یابم.
- ج) استقلال شخصی خواهم یافت.
- ۱۹- می‌خواهم که :
- الف) مدرسه ما آزادمنش‌تر باشد.
- ب) محیط شهر امن، آرام‌تر و سالم‌تر باشد.
- ج) محیط منزل بیش از پیش به من اجازه مطالعه بدهد.
- ۲۰- من چیزهایی را دوست دارم که :
- الف) مرا بیش از پیش ثروتمند کند.
- ب) به خاطر رئیس بودن دیگران بهم احترام زیادی قائل شوند.
- ج) دیگران به سختی آن را بدست آورند.
- ۲۱- وقتی رضایت خاطر بیشتری می‌یابم که :
- الف) در شرکتی کار کنم که افراد مشهور در آنند.
- ب) مشکل‌ترین کارها را انجام دهم.
- ج) دیگران را نیازمایم و راهنمایی کنم.
- ۲۲- ترجیح می‌دهم که :
- الف) بیشتر کار سخت انجام دهم تا کار آسان
- ب) همراه افراد مسن‌تر و باتجربه باشم.
- ج) مورد تشویق دوستان و آشنایان قرار گیرم.
- ۲۳- از صمیم قلب اعتقاد دارم که :
- الف) رسیدن به پایگاه بالای اجتماعی امکان دارد.
- ب) رسیدن به قدرت لازم امکان دارد.
- ج) رسیدن به حداکثر پیشرفت دلخواه امکان دارد.
- ۲۴- دوست دارم که اینطور باشم :
- الف) آزاد منش و مهربان نسبت به دوستان در تمام اوقات
- ب) همدل نسبت به بیماران و فقیران
- ج) موفق در انجام کارهای سخت

۲۵- وقتی خوشحال ترم که :

الف) با دیگران شوخی و بذله گویی می کنم.

ب) با توفیق در انجام امور سخت کسب احترام و حیثیت کنم.

ج) فرصت کسب مقام بالایی را پیدا کنم.

۲۶- احساس می کنم :

الف) ناراحت می شوم اگر با وجود سخت کشی در امتحان موفق نشوم.

ب) غمگین می شوم اگر یکی از نزدیکان یا آشنایان من فوت کند.

ج) خشمگین می شوم اگر به بعضی از دوستان من بی عدالتی شود.

۲۷- معمولاً اینگونه توصیف می شوم :

الف) صبور

ب) متواضع و مؤدب

ج) خوش بین

۲۸- در عمق وجودم می خواهم :

الف) ثروتمندترین آدم باشم.

ب) شادترین و خوشبخت ترین آدم باشم.

ج) به موفقیتی شگفت انگیز دست یابم.

۲۹- ضمن کار در گروه مایلم که :

الف) بهتر از دیگران عمل کنم.

ب) رئیس و رهبر گروه باشم.

ج) منظم تر از همه عمل کنم.

۳۰- خود را بهتر از کسانی می دانم که :

الف) طبیعتاً غیر اجتماعی اند.

ب) احساس مسئولیت نمی کنند.

ج) هدفی ندارند و در تلاش یافتن آن هم نیستند.

۳۱- من از :

الف) مصاحبت با کودکان لذت می برم.

ب) حل مسائل مشکل لذت می برم.

ج) زندگی با آدم های خوش گذران لذت می برم.

۳۲- به عقیده من :

الف) دوستی و عشق بهتر از عدالت است.

ب) آینده به موفقیت های جدیدی نیاز است.

ج) صمیمیت و وفاداری از شهرت بهتر است.

۳۳- معمولاً من :

الف) تصمیمات دیگران را انتقاد می‌کنم.

ب) در رفتار مؤدب هستم.

ج) آنقدر به کار ادامه می‌دهم تا با موفقیت تمام شود.

۳۴- من در بیشتر موقعیت‌های اجتماعی :

الف) می‌کوشم قدیمی عمل کنم.

ب) سعی می‌کنم قادر به کار طبق سنت‌های اجتماعی باشم.

ج) می‌کوشم با کار خود نظر دیگران را جلب و آنان را جذب کنم.

۳۵- دوست دارم :

الف) در تجارت یا کار قدرت بزرگی شوم.

ب) کارهایم را به طریقی منظم انجام دهم.

ج) با افراد غمگین برخورد دوستانه داشته باشم.

۳۶- تمایل من اینست که :

الف) یک کار با حقوق بسیار بالا داشته باشم.

ب) از برکات یک ازدواج موفق برخوردار شوم.

ج) بر موقعیت‌های بزرگ دست یابم.

۳۷- می‌خواهم آنقدر توانمند شوم که :

الف) کلماتی را به کار ببرم که هیچ کس معنی آن را نداند.

ب) تحصیلات خود را بهتر از دیگران به اتمام برسانم.

ج) کسی را که قصد آزارم داشته ببخشم.

۳۸- من :

الف) می‌خواهم به سطحی برسم که در زمینه خود آدم بزرگی شوم.

ب) می‌خواهم سعی کنم در جستجوی حقیقت پابرجا باشم.

ج) می‌خواهم بکوشم به نیازمندان حداکثر کمک را بنمایم.

۳۹- معمولاً دوست دارم :

الف) خیلی عبادت کنم.

ب) بدون توقع به بیچارگان کمک کنم.

ج) در کارها بیش از پیش موفق باشم.

۴۰- من دوری می‌کنم :

الف) از کسانی که خوش گذران و بی مسئولیت هستند.

ب) از موقعیت‌هایی که در آن رقابت نباشد.

ج) از کسانی که خیالباف و نامنظم هستند.

۴۱- دوست دارم که دیگران مرا این گونه بدانند :

الف) زحمتکش

ب) خوش اخلاق

ج) باهوش و لایق

۴۲- من احساس خوبی دارم زمانی که :

الف) تجارب شخصی ام را با دیگران می گویم.

ب) از من می خواهند چیزی را به دیگران بفهمانم.

ج) قرار است کار سختی را انجام دهم.

۴۳- توانایی ام را با این جمله ارزشیابی می کنم :

الف) معلم های من طرفدار دیگران هستند.

ب) هر نمره ای گرفته ام به مقدار کوشش خودم بوده است.

ج) نمره ای که گرفته ام کمتر از حد زحمت من بوده است.

۴۴- این :

الف) تجارب شخصی ام را با دیگران می گویم.

ب) از من می خواهند چیزی را به دیگران بفهمانم.

ج) قرار است کار سختی را انجام دهم.

۴۵- من این طور هستم :

الف) اخلاق خوبی دارم.

ب) در رسیدن به اهداف عالی مصمم هستم.

ج) کسانی را که می کوشند به من صدمه بزنند تحمل می کنم.

۴۶- من مضطرب هستم به خاطر :

الف) دانستن نقایص خود تا اینکه آنها را رفع کنم.

ب) انجام کار مهم تر

ج) مرکز توجه همکلاسی ها قرار گرفتن

۴۷- من ناراحتی ها را تحمل می کنم چون :

الف) هیچ کس نباید از من دلگیر شود.

ب) نمی خواهم شکوه های دیگران را بشنوم.

ج) می خواهم مشکلات را حل کرده موفق شوم.

۴۸- من :

الف) شجاع هستم، اما از خطرات غیر ضروری پرهیز می کنم.

ب) وقت شناس هستم و هیچوقت در مدرسه دیر نمی کنم.

ج) در هر کاری که انجام می دهم کاملاً مرتب و منظم هستم.

- ۴۹- معتقدم که برای شادی و خوشبختی باید :
- الف) سازگاری‌های لازم را در زندگی به‌دست آورد.
- ب) سوابق موفقیت‌های خود را زیادت‌ر کرد.
- ج) کار خیر انجام داد.
- ۵۰- می‌خواهم هر کاری را که به عهده می‌گیرم :
- الف) به بهترین وجه انجام دهم.
- ب) مسئولیت کامل آن را بپذیرم.
- ج) با نقشه قبلی انجام دهم.

پاسخنامه آزمون انگیزه پیشرفت

شماره سؤال	الف	ب	ج	شماره سؤال	الف	ب	ج	شماره سؤال	الف	ب	ج
۱				۱۸				۳۵			
۲				۱۹				۳۶			
۳				۲۰				۳۷			
۴				۲۱				۳۸			
۵				۲۲				۳۹			
۶				۲۳				۴۰			
۷				۲۴				۴۱			
۸				۲۵				۴۲			
۹				۲۶				۴۳			
۱۰				۲۷				۴۴			
۱۱				۲۸				۴۵			
۱۲				۲۹				۴۶			
۱۳				۳۰				۴۷			
۱۴				۳۱				۴۸			
۱۵				۳۲				۴۹			
۱۶				۳۳				۵۰			
۱۷				۳۴							

نمره گذاری

شیوه نمره گذاری آسان است و با کمک کلید آن انجام می شود. هر سؤال که انگیزش پیشرفت را نشان می دهد نمره ۱ می گیرد و کل نمرات نمره نیاز به پیشرفت فرد را نشان می دهد.

کلید نمره گذاری برای آزمون انگیزه پیشرفت

شماره سؤال	الف	ب	ج	شماره سؤال	الف	ب	ج	شماره سؤال	الف	ب	ج
۱			☒	۱۸		☒		۳۵	☒		
۲			☒	۱۹		☒		۳۶			☒
۳			☒	۲۰		☒		۳۷		☒	
۴			☒	۲۱		☒		۳۸			☒
۵	☒			۲۲	☒			۳۹			☒
۶		☒		۲۳		☒		۴۰		☒	
۷			☒	۲۴		☒		۴۱			☒
۸		☒		۲۵		☒		۴۲			☒
۹		☒		۲۶	☒			۴۳	☒		
۱۰	☒			۲۷		☒		۴۴		☒	
۱۱			☒	۲۸		☒		۴۵		☒	
۱۲		☒		۲۹	☒			۴۶		☒	
۱۳		☒		۳۰		☒		۴۷			☒
۱۴		☒		۳۱		☒		۴۸			☒
۱۵			☒	۳۲		☒		۴۹		☒	
۱۶		☒		۳۳		☒		۵۰	☒		
۱۷		☒		۳۴		☒			☒		

نمرات		طبقه
دختران	پسران	بالا
۲۳ و بالاتر	۲۳ و بالاتر	
۲۰-۲۲	۱۹-۲۲	بالا تر از متوسط
۱۷-۱۹	۱۷-۱۸	متوسط
۱۴-۱۶	۱۴-۱۵	پایین تر از متوسط
۱۱-۱۳	۱۱-۱۴	پایین

تفسیر نتایج

طبقه پایین : نشان دهنده عملکرد بسیار پایین تر از حد معمول است.

پایین تر از متوسط : عملکرد کمی پایین تر از حد معمول است.

متوسط : عملکرد در حد متوسط که قابل ذکر نیست.

بالا تر از متوسط : عملکرد بالاتر از متوسط که تا حدودی قابل توجه است.

بالا : عملکرد فوق العاده که قابل توجه است.

در یک جامعه نرمال عملکردهای افراد در آزمون پیشرفت فوق به صورت نرمال خواهد بود. بنابراین شما معلمان گرامی بایستی نتیجه آزمون هر فرد را فقط به خودش انعکاس داده و راهکارهایی را برای افزایش انگیزه پیشرفت ارائه نمایید. مهم ترین راه حل برای ایجاد و افزایش انگیزه پیشرفت آن است که به دانش آموزان اجازه دهیم طعم موفقیت را بچشند. یعنی با توجه به توانایی هر فرد می توان مسئولیت ها و کارهایی را واگذار نموده و در نتیجه از وی انتظار داشت که امور محوله را به بهترین وجه انجام دهد.



برنامه‌ریزی مسیر شغلی

هدف کلی

یادگیری برنامه‌ریزی مسیر شغلی کسب و کار محور

اهداف جزئی

- شناخت اهمیت تعیین اهداف شغلی
- تدوین برنامه شغلی کوتاه و بلندمدت
- شناخت مشاغل دوران مختلف
- شناخت مزایای راه‌اندازی کسب و کار برای خود
- یادگیری مسائلی که در راه‌اندازی کسب و کار باید به آن توجه نمود.
- ترسیم درخت تصمیم‌گیری شغلی برای خود

دانسته‌ها و تجربیات پیشین

دانش‌آموزان درباره برنامه‌ریزی تحصیلی و شغلی در طی دوره راهنمایی و سال اول دبیرستان به‌صورت کلی آشنا شده‌اند و به صورت عملی نیز معمولاً برنامه روزانه، هفتگی، ماهانه و سالیانه در امر تحصیل علم تجربه دارند. مثلاً می‌دانند که برای موفقیت در یکسال تحصیلی بایستی برنامه‌های تحصیلی مدرسه را رعایت کنند.

فعالیت ۱

از دانش‌آموزان بپرسید که در آینده می‌خواهند چه کاره شوند؟ و برای ورود به آن شغل به چه چیزهایی نیاز دارند؟

جواب: ۱- مغازه دار – تجربه نگهداری کالاها و خرید و فروش، سرمایه و مکان مناسب

۲- مهندس ساختمان – قبولی در دانشگاه و اتمام موفقیت آمیز تحصیلات دانشگاهی و آزمون‌های مربوطه (مثل نظام مهندسی)

- ۳- راننده - قبولی در آزمون راهنمایی و رانندگی
- ۴- تاجر - تجربه خرید و فروش، توانایی برقراری ارتباط و جلب اطمینان و سرمایه کافی
- ۵- کارآفرین - کسب دانش و مهارت لازم، بسیج منابع مالی و انسانی

فعالیت ۲

از دانش‌آموزان بپرسید که چه مشاغلی ممکن است در آینده ایجاد شده و یا مشاغل موجود بیشتر توسعه یابند؟
جواب: (کارشناس گردشگری فضایی، کارشناس شبکه‌های اجتماعی، بازاریاب اینترنتی و مهندس طراح ساختمان با گرایش کسب و کار خانگی).

فعالیت ۳

از تک تک دانش‌آموزان بپرسید که چطور می‌توانند شغل (استخدامی) آینده خود را تبدیل به کسب و کار برای خود کنند.
جواب: (کار در یک شرکت، آشنایی با فنون کسب و کار، راه‌اندازی شرکت).

دانستنی‌های بیشتر برای معلم

اهمیت و نقش برنامه‌ریزی مسیر شغلی

حضرت محمد (ص): هرگاه به مردی نگاهش می‌افتاد و از او خوشش می‌آمد، می‌فرمود: آیا او شغل و حرفه‌ای دارد؟ پس اگر می‌گفتند: نه، می‌فرمود: او از چشم من افتاد.

گفته می‌شد: چرا یا رسول الله؟

ایشان پاسخ می‌داد: چون مؤمن اگر شغلی نداشته باشد، با (خرج کردن) دینش زندگی می‌کند و از دینش مایه می‌گذارد. (بحار الانوار جلد ۱۰۳ صفحه ۵ حدیث ۱۸)

انسان‌ها معمولاً برنامه‌ریزی نمی‌کنند که شکست بخورند، بلکه در برنامه‌ریزی کردن شکست می‌خورند. کاملاً واضح است که راه‌انداختن یک مراسم بدون برنامه‌ریزی فاجعه‌آمیز است. اما در مورد زندگی چه؟ انسان‌ها سه راه را می‌توانند انتخاب کنند، یا خودشان باعث روی دادن اتفاقات زندگی شوند، یا کنار بایستند و پیش آمدن آن اتفاقات را نظاره کنند، یا از اتفاق افتادن آنها گیج و مبهوت بمانند. اگر واقعاً بخواهند که هماهنگ با رویاها و امیال خود زندگی کنند، باید جزء آن دسته از افراد باشند که خود باعث پیش‌آمدن اتفاقات در مسیر شغلی می‌شوند. برای موفقیت و رسیدن به آنچه که در زندگی شغلی خویش می‌خواهند، باید برنامه‌ریزی مسیر شغلی داشته باشند.

عمر ما انسان‌ها محدود است. ما یک بار فرصت زندگی کردن داریم. امروزه طبق محاسبات انجام شده، یک انسان با امید به زندگی طولانی، حداکثر ۲۰۰/۰۰۰ ساعت از زمان را، به عنوان وقت قابل استفاده، در اختیار دارد. یکی از تفاوت‌های اساسی میان انسان و حیوان این است که حیوان فقط در زمان حال زندگی می‌کند و انسان در سه زمان: گذشته، حال و آینده. گذشته محمل تجارب است، حال منزلگاه تصمیم‌گیری است، و آینده سکوی رشد و ارتقاء. انسان با تجزیه و تحلیل رویدادهای گذشته، دست به برنامه‌ریزی زمان حال می‌زند و آینده را رقم می‌زند. سرمایه عمر آسان به کف نیامده است، که آسان از دست رود. برنامه‌ریزی کمک می‌کند که به فعالیت‌های خویش، نظام‌یافته

بنگریم و این نکته را مد نظر داشته باشیم که :

«زمان در عصر ما، ساعت‌ها و روزها و هفته‌ها نیست؛ بلکه زمان، با دقیقه و ثانیه و لحظه مورد بحث و بررسی قرار گرفته و فعالیت‌ها در قالب آن تعریف می‌شوند»، حال اینکه در جامعه ما، دیدگاه ساعتی به زمان هم کمیاب است. برنامه‌ریزی مسیر شغلی به انسان‌ها کمک می‌کند با تعیین اهداف شغلی برای خود، تمرکز داشته باشند و تصمیم بگیرند که در زندگی چه می‌خواهند بکنند. این هدف آنها را هدایت کرده و انگیزه می‌دهد، و به آنها کمک می‌کند به آنچه که می‌خواهند برسند. هدف شغلی می‌تواند یک شغل خاص باشد - مثلاً کارمند یا معلم - می‌تواند زمینه خاصی در کسب و کار باشد که دوست دارند در آن فعالیت کرده و کار کنند مثل داشتن کسب و کار در زمینه رشته تحصیلی خویش.

برنامه‌ریزی مسیر شغلی به دانش‌آموزان کمک می‌کند که استعدادها و توانایی‌های خود را کشف کنند و به مهارت‌هایی در خودشان پی ببرند که فکرش را هم نمی‌کردند. در هر شغلی که انتخاب می‌کنید، امکانات مختلفی وجود دارد. هدف شغلی در راه رسیدن به چیزی که از زندگی می‌خواهند آنها را راهنمایی و هدایت می‌کند. افراد وقتی یک شغل را انتخاب کردند، باید خیلی خوب در مورد قدم‌هایی که می‌توانند در مسیر رسیدن به هدفشان بردارند، فکر کنند. آینده مشاغل مختلف نامطمئن و غیرقابل پیش‌بینی است. اما با یادگیری مهارت‌های کسب و کار می‌توان در زندگی کاری خود کسب و کار مطمئن و بی‌پایانی داشته و برای رسیدن به آن برنامه‌ریزی کرد. اگر انسان، کار و فعالیتی را که انجام می‌دهد مورد علاقه‌اش نباشد و با انگیزه، شور و نشاط و اشتیاق به آن نپردازد، پس از چندی خود را محبوس شده در یک کار تکراری بیهوده می‌بیند و زندگی برایش بی‌معنا می‌شود. حال فردی با این شرایط، مسلماً بازده کاری بالایی ارائه نمی‌دهد. هم از نظر اهداف فردی (آرامش و موفقیت) هم اهداف اجتماعی (بازده نامناسب) که در شروع بحث به آن اشاره شد و هم خودش و هم جامعه را دچار مشکل می‌سازد، لذا ضروری است که اهمیت این موضوع هم برای دانش‌آموزان عزیز و هم برای معلمان بزرگوار تبیین شود که انشاءالله فرد و جامعه از آسیب جدی در امان بمانند.

فرض کنیم که فردی یک زمینه کاری را انتخاب می‌کند. برنامه‌ریزی این نیست که فقط در یک برهه از زمان برای آن کار طرح‌ریزی کند، این یک روند مداوم است؛ در واقع، می‌توان آن را یک روند دائم‌العمر دانست. ما همیشه در حال رشد و یادگیری هستیم و به این طریق، علایق و نیازهای ما نیز تغییر می‌کنند. برنامه‌ریزی شغلی فقط برنامه ریختن برای به دست آوردن شغل دلخواهتان نیست، این کار به شما کمک می‌کند در طول زندگی و در مسیر این آموختن‌ها، تغییر و تعدیل‌های لازم در زندگیتان را ایجاد کنید.

در برنامه‌ریزی شغلی فرد همه مراحل لازم برای رسیدن به اهداف خویش را پیش‌بینی کرده و محاسبه می‌کند. در این روند، همیشه در حال انتخاب کردن می‌باشد. وقتی چیزی را به چیز دیگری ترجیح می‌دهد و آن را جایگزین می‌کند، به آن ارزش و بهای فرصت گفته می‌شود. افرادی که زندگی شغلی موفق دارند می‌دانند بازی کار را چگونه باید بازی کنند. همانطور که ملاحظه می‌شود، برنامه‌ریزی شغلی چیزی فراتر از این است که فقط به فرصت‌های شغلی مختلف نگاه کردن و سخت کار کردن می‌باشد.

تعیین هدف روندی است که نیاز به مهارت دارد. ما هدف‌های ساده و کوتاه مدت را در ذهنمان ایجاد می‌کنیم اما اهداف بزرگ و طولانی مدت را باید بنویسیم، ارزیابی کنیم و هر چند وقت یکبار کنترل کنیم. هرچه رسیدن به هدف

زمان بیشتری ببرد، با مشکلات، تغییرات و خستگی‌های بیشتری روبه‌رو خواهید بود.

هدف‌یابی به همان اندازه که یک علم است، نوعی هنر است. هرچه بیشتر این روند را بفهمید و مهارت‌های بیشتری کسب کنید، تغییراتی که در راه رسیدن به آن هدف ایجاد می‌کنید، بهتر خواهند بود. با دنبال کردن هدف‌تان می‌توانید در خود عزت و اعتماد به نفس ایجاد کنید.

دنبال کردن هدف افراد را رشد می‌دهد و وقتی هدفشان را تعریف می‌کنند، دیگر آن هدف است که افراد را تعریف می‌کند.

در طول زندگی اتفاقات و پیشامدهای غیرمنتظره زیادی برای ما اتفاق می‌افتد، به همین دلیل وقتی هدفی را برای خود انتخاب می‌کنیم، باید درک کنیم که ممکن است موانع زیادی در راه رسیدن به آن هدف در مسیرمان قرار گیرد. خیلی از افراد فکر می‌کنند که با نوشتن هدف‌هایشان روی کاغذ، قابلیت انعطاف خود را از دست بدهند. اهداف سخت و محکم نیستند که وقتی نوشته شوند دیگر نتوان آنها را تغییر داد. هیچ کس نمی‌داند در آینده چه پیش می‌آید. چیزی که امروز برنامه می‌ریزید ممکن است در آینده به کلی تغییر کند.

اما هدفی که خوب روی آن فکر شده باشد می‌تواند خیلی از موانع و مشکلات ممکن را پیش‌بینی کند. موانعی که سر راه افراد قرار می‌گیرند، باعث می‌شود افراد دست از آن هدف بکشند. مثل این می‌ماند که به سمت یک دیوار شروع به دویدن کنند و یکباره مسیرتان را تغییر داده و از آن دور شوند.

خیلی از افراد از کار و شغلی که دارند راضی نیستند. برنامه‌ریزی شغلی به انسان‌ها کمک می‌کند قدرت و توانایی‌های بالقوه‌تان را به حداکثر رسانده و از کارهایشان رضایت کامل پیدا کنند.

داشتن یک برنامه شغلی فرد را روی کارشان متمرکز می‌کند و به آنها انگیزه می‌دهد و کمک می‌کند مشکلات و موانعی که سر راهشان ممکن است قرار بگیرد را از قبل پیش‌بینی کنند و ناتوانی‌ها و ضعف‌هایشان را بشناسند و در راه بهبود آنها بکوشند.

برنامه‌ریزی شغلی اعتماد به نفس لازم را برای متعهد شدن به کارها در افراد ایجاد می‌کند و آن موقع است که به آنها توانایی تصمیم‌گیری می‌دهد و در راه رسیدن به اهدافشان یاری می‌کند.

اگر تا به حال برای مسافرت، میهمانی یا یک مراسم خاص برنامه‌ریزی کرده باشید، می‌دانید که چه کارهای زیادی باید انجام دهید. برنامه ریختن، چک کردن، تنظیم کردن، و دوباره برنامه ریختن، همه و همه را باید برای رسیدن به نتیجه دلخواه انجام دهید. افراد زیادی از اهمیت برنامه‌ریزی برای رویدادها و اتفاقات مهم زندگی آگاه هستند، اما کمتر کسی پیدا می‌شود که از اهمیت برنامه‌ریزی شغلی برای کل زندگی خود آگاه باشد.

بین هدف‌گذاری و برنامه‌ریزی ارتباط تنگاتنگی وجود دارد. برنامه بدون هدف اثر بخشی نداشته و هدف بدون برنامه، خیال و رویایی بیش نیست. هدف‌گذاری جزء لاینفک برنامه‌ریزی است و برنامه‌ریزی فرایندی است که چگونگی حرکت از وضع موجود به وضع مطلوب (هدف) را مشخص می‌نماید. برنامه‌ریزی خود هدف نیست بلکه وسیله و ابزاری برای تحقق اهداف است. برای موفقیت و بهبود فردی دانش‌آموزان، هدف‌گذاری خوب شرط لازم و برنامه‌ریزی مناسب شرط کافی است.

۴ فعالیت

از دانش‌آموزان پرسید که برای موفق شدن در آینده و داشتن شغلی پایدار چه باید کرد؟
جواب: (کسب دانش و مهارت به روز و چندگانه، یادگیری مستمر، کسب تجربه عملی در حوزه تخصصی خود)

۵ فعالیت

از دانش‌آموزان پرسید که برای برنامه‌ریزی شغلی خویش از چه کسانی می‌توانند کمک بگیرند؟
جواب: (معلمان، والدین، افراد باتجربه و ...)

۶ فعالیت (درخت تصمیم‌گیری شغلی)

از تک تک دانش‌آموزان بخواهید تا سال‌های آتی زندگی خویش را ۵ سال به ۵ سال (حداقل تا ۴۰ سالگی) تقسیم کرده و مشخص کنند در هر کدام از آن سال‌ها می‌خواهند به چه اهدافی برسند؟
جواب:

۴۰	۳۵	۳۰	۲۵	۲۰	
افزایش سهم بازار و تنوع در محصول و خدمات	توسعه شرکت خود	خروج از شرکت و راه‌اندازی شرکت برای خود	تکسین در یک شرکت	اخذ دیپلم و اتمام سربازی	فرد ۱ (آقا)
ادامه شغل دولتی	ادامه شغل دولتی	ادامه شغل دولتی	استخدام در سازمان دولتی	اخذ مدرک فوق دیپلم	فرد ۲
ایجاد شرکت‌های اقماری	توسعه شرکت	راه‌اندازی شرکت برای خود	اخذ مدرک کارشناسی	اخذ دیپلم و ادامه تحصیل در دانشگاه	فرد ۳

۷ فعالیت

از آنها پرسید برای رسیدن به اهداف و موقعیت‌های فوق در سال‌های مختلف به چه چیزها و کمک‌هایی نیاز خواهند داشت؟

جواب: (استفاده از تجربیات دیگران، سرمایه کافی، پشتیبانی حقوقی و قانونی، حمایت دولت، دانش و فناوری به‌روز)
چطور این کمک‌ها و امکانات مورد نیاز تأمین خواهد شد؟
جواب: (جذب و برقراری ارتباط با افراد موفق، پس انداز کافی، استفاده از وکیل، درخواست حمایت، مطالعه و استفاده از نظرات افراد خبره)

مشکلات احتمالی در راه رسیدن به اهداف مذکور در سال‌های مختلف چه چیزهایی خواهد بود؟
کمبود افراد خبره و متخصص، نداشتن سرمایه کافی، عدم حمایت کافی دولت، نداشتن سواد، برقراری ارتباط بین المللی و استفاده از فناوری روز

فعالیت ۸

از دانش‌آموزان بخواهید که دو نفر از بستگان خویش را که یکی شغل کارمندی و دیگری شغل کسب و کار آزاد دارد با همدیگر از جنبه‌های مختلف (توانایی مالی، داشتن استقلال و غیره...) با همدیگر مقایسه کنند.

جواب:

کاسب	کارمند
درآمد کم	درآمد بالا
وابسته به رئیس و اداره خود	مستقل و رئیس و آقای خود
حقوق بخور و نمیر	خطر کم شدن درآمد
کار یکنواخت	کار چالش‌زا
تعطیلات = استراحت	تعطیلات هم به فکر و دنبال کسب و کارش است

فعالیت ۹

از دانش‌آموزان بخواهید که مصاحبه‌ای با افراد بالای ۵۰ سال انجام داده و از وی بپرسند که در طی مسیر شغلی خویش چه مشاغلی را بر عهده داشته‌اند؟

الگوی مصاحبه با یک فرد بالای ۵۰ سال

- معرفی خود
- مشاغلی که از ابتدا تا به حال داشته
- دلایل تعویض شغل‌ها
- محاسن هر کدام از مشاغل
- مشکلات و معایب هر کدام از مشاغل
- چه توصیه‌هایی برای افراد نوجوان دارند؟



انواع کسب و کار

هدف کلی

آشنایی با انواع کسب و کار

اهداف جزئی

- شناخت اهداف عمده راه اندازی کسب و کار
- آشنایی با تقسیم بندی انواع مختلف کسب و کار
- آشنایی با کسب و کار خانگی
- شناخت اهمیت کسب و کار خانگی
- یادگیری مزایای کسب و کار خانگی نسبت به سایر کسب و کارها
- شناسایی عوامل مؤثر بر موفقیت کسب و کارهای خانگی
- علاقه مندی به راه اندازی کسب و کار خانگی
- توانایی راه اندازی کسب و کار خانگی برای خود
- آشنایی با سایت های اینترنتی
- علاقه مندی به راه اندازی کسب و کارهای اینترنتی

دانسته ها و تجربیات پیشین

دانش آموزان به صورت منظم و علمی درباره کسب و کار در هیچ کدام از کتاب هایشان آشنا نشده اند و بنابراین درباره آن دانش منظمی ندارند؛ درحالی که به صورت روزمره با انواع مختلفی از کسب و کارها جهت خرید کالایی و یا استفاده از خدمات آنها، سرو کار دارند.

اهمیت و نقش درس

برنامه‌ریزی در خصوص استخدام و مسیرهای شغلی جوانان یکی از مسائلی است که امروزه مورد توجه بیشتر برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران قرار گرفته است. در وضعیت فعلی با افزایش جوانان جویای کار، نرخ بیکاری جوانان در حال افزایش است و احساس امنیت شغلی در افراد وجود ندارد. از نظر اقتصادی نیز مشکلات مالی کشورها روز به روز بحرانی‌تر می‌گردد. کشورها هم اکنون در دوران تحولی قرار دارند که مشاغل جدید و پویایی سازمان‌ها روز به روز در حال افزایش است. بدین ترتیب انتخاب شغل نیز سخت‌تر و داشتن شغل مادام‌العمر دیگر نیز برای جوانان غیر ممکن شده است. بنابراین جوانان باید آموزش‌هایی ببینند که مهارت‌های آنها تقویت شود و برای مشاغل گوناگون آماده شوند. با توجه به اینکه تحولات فناوری و اقتصادی خارج از حیطه اطلاعات و اختیارات برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران مسئولان نظام آموزشی انجام می‌پذیرد ولی در واقع همین تحولات هستند که دائماً هدف‌ها و مسئولیت‌های جدیدی را برای مدارس و مؤسسات آموزشی فراهم می‌سازند. می‌توان به واقع گفت که بسیاری از وظایف و هدف‌های آموزش و پرورش خارج از چارچوب وزارتخانه‌ها و سازمان‌های مسئول نظام آموزشی تعیین می‌گردد. در کشور ما نرخ بیکاری بالاست. این بیکاران سه مشخصه اصلی دارند:

۱- عمدتاً تحصیل کرده‌اند.

۲- غالباً کمتر از ۳۰ سال دارند.

۳- درصد بالایی از بیکاران ساکن شهرها هستند.

از طرف دیگر مطالعات انجام شده در این خصوص نشان می‌دهد که $\frac{۲}{۳}$ مشاغل جدید توسط کسب و کارهای کوچک ایجاد می‌شوند. بنابراین بهترین راه حل بیکاری هدایت افراد به سمت راه‌اندازی کسب و کار کوچک است. پس می‌توان گفت که جوانان ما به مهارت‌های خاص کسب و کار، کارآفرینی و تغییر نگرش در مورد ساختارهای مشاغل نیازمندند.

شروع تدریس

فعالیت ۱

از دانش‌آموزان بپرسید که چرا کسب و کارها وجود دارند؟
جواب: (ایجاد درآمد، مشغول به کار شدن، ارائه خدمت، برآوردن نیازهای مشتریان، حل مشکل مراجعین)

فعالیت ۲

چرا بعضی از کسب و کارها از مراجعین و مشتریان پول نمی‌گیرند؟ مثال‌های متفاوت از دانش‌آموزان بخواهید.
جواب: (۱- دولتی هستند. ۲- مشتریان توانایی مالی کمتری دارند. ۳- افراد خیر و نیکوکاری هستند.)

فعالیت ۳

از دانش‌آموزان بپرسید که انواع مختلف کسب و کار را نام ببرند.
جواب: (سوپرمارکت، خیاطی، مطب پزشک، کارخانه خودرو سازی، تعمیرگاه دوچرخه، تعمیرگاه ماشین، فروشگاه موبایل، بانک، کافی نت و باشگاه بدن سازی)

۴ فعالیت

با کمک دانش‌آموزان کسب و کارهای مختلفی که ذکر کرده‌اند را در انواع مختلف دسته‌بندی براساس اندازه (کوچک، بزرگ، متوسط) و نوع فعالیت (خدماتی - تولیدی) قرار دهید.

۵ فعالیت

از دانش‌آموزان بپرسید که آیا کسب و کارهایی را می‌شناسید که در منزل انجام فعالیت کند؟ مثال‌های متفاوت از آنها بخواهید.

جواب: (خیاطی، تایپ، بافندگی، ترجمه و نگارش، طراحی، برنامه‌نویسی، منشی تلفنی، فروشگاه مجازی و پشتیبانی سایت)

۶ فعالیت

از دانش‌آموزان بپرسید که چرا بعضی کسب و کارها در خانه به فعالیت می‌پردازند؟
جواب: (هزینه راه‌اندازی و اداره کم، رسیدگی به امور خانه، استفاده از امکانات منزل، مناسب برای افراد معلول، کمک گرفتن از اعضای خانواده و صرفه جویی در زمان)

دانستنی‌های بیشتر برای معلم

کسب و کارها فعالیت‌هایی هستند که کالا و یا خدمتی را در قبال دریافت پول یا سایر کالا و خدمت فراهم می‌سازند.

انواع مختلفی از کسب و کارها در اقتصاد محلی و منطقه‌ای ما نقش ایفا می‌کنند که عبارتند از:

- طراحی (ساختمان‌ها، باغ‌ها، جاده‌ها، پوسترها و غیره...)

- ساخت و تولید (کالاهایی مشابه لباس، مبلمان، یا قطعاتی از کالا که توسط دیگران جهت ساختن و تکمیل کالا استفاده می‌شود).

- عرضه و توزیع (انتقال کالاها از تولیدکننده به مشتری)

- فروش (خرده‌فروشی، خرید از تولیدکننده یا سایر کسب و کارهای واسطه‌ای و فروش آن به مشتری یا عمده

فروش - خرید از یک کسب و کار و فروش آن به سایر کسب و کارها یا خرده‌فروشان)

- نصب (نصب و راه‌اندازی محصول به کسب و کار یا محل سکونت مشتریان)

- تعمیر (اصلاح کالاهای شکسته یا دارای نقص و ایراد جهت درست کار کردن)

- صنایع خدماتی (توریسم، خدمات ارتباطی، و اطلاعاتی، فعالیت‌های تفریحی، و غیره)

اینترنت و کسب و کار اینترنتی

اینترنت: اینترنت شبکه‌های کامپیوتری را به همدیگر ارتباط می‌دهد. جهت ارتباط با اینترنت بایستی حداقل وسایل و امکانات ذیل را داشته باشید:

- کامپیوتر یا مودم اتصال به خط تلفن یا کارت شبکه بی‌سیم

– نرم‌افزاری که از طریق آن بتوانید به اینترنت وصل شوید.

– دریافت رمز عبور از شرکت‌های ارائه‌دهنده خدمات اینترنتی

اینترنت به کسب و کار به طریق ذیل کمک می‌کند :

– ارسال پیام الکترونیکی

– دسترسی به شبکه جهانی وب

– اینترنت معمولاً ۲۴ ساعت شبانه روز در دسترس است. این بدان معنی است که برقراری ارتباط در فواصل زمانی و مناطق مختلف میسر و آسان می‌باشد.

پست الکترونیکی به شما این امکان را می‌دهد که پیام‌ها، تصاویر، صدا، فیلم را از کامپیوتر خود ارسال و دریافت کنید. پیام‌های پست الکترونیکی تقریباً همزمان ارسال و دریافت می‌شوند. این ارزشمندترین روش برقراری ارتباط بین مردم از نقاط مختلف دنیا بوده به‌طوریکه هزینه آن می‌تواند در حد تماس تلفنی با یک همسایه باشد. وب جهان‌گستر قسمتی از اینترنت می‌باشد که میلیون‌ها صفحه اطلاعات در بخش‌هایی که وب سایت‌ها (گاهی اوقات صفحات خانگی) نامیده می‌شوند. هر وب سائیتی اطلاعاتی را به همراه دارد که درباره موضوع خاصی بوده و ممکن است توسط میزبان یا وب مستر آن به صورت منظم به روز شود.

یک کسب و کار می‌تواند اطلاعات مفیدی را از طریق جستجو و گشت زنی در وب سایت‌ها بدست آورد. بعضی وب سایت‌ها به عنوان موتورهای جستجوگر معروفند که می‌توانند به شما کمک کنند که سایر وب سایت‌ها و یا اطلاعات مورد علاقه خود را پیدا کنید. یک کسب و کار می‌تواند برای خود وب سائیتی راه‌اندازی کرده تا محصولات (کالا/ خدمت) خود را در آن تبلیغ کند. تبلیغ از طریق وب جهان‌گستر این اطمینان را می‌دهد که یک کسب و کار می‌تواند در کل دنیا انتشار پیدا کند. در این روش حتی یک کسب و کار کوچک محصولات خویش را در کل دنیا تبلیغ کرده و مشتریانی را از تمام نقاط جهان جذب می‌کند که درباره آن مشتریان هیچ اطلاعاتی نداشته است.

کسب و کار اینترنتی : کسب و کار اینترنتی یا الکترونیکی به فرایند خرید و فروش با استفاده از اینترنت با قرار دادن کالا یا خدمت مورد نظر در آن و مشخص شدن روش‌های پرداختی می‌باشد. مشتری از طریق روش‌های مختلفی مانند پست الکترونیکی با کسب و کار مورد نظر برای سفارش کالا یا خدمت و با مشخص کردن روش پرداخت آن ارتباط برقرار می‌کند. برای یک کسب و کار کوچک راه‌اندازی یک وب سایت فرایندی ساده و ارزان می‌باشد. تبلیغ در وب جهان‌گستر از نظر هزینه‌ای بی‌نهایت اثربخش می‌باشد.

سرعت برقراری ارتباط از طریق پست الکترونیکی و جستجو در سایت‌های مختلف بستگی به کیفیت و کارایی عرضه الکترونیسته، شبکه تلفن محلی و یا اینترنت بی‌سیم دارد.

پیر امیدیار – مؤسس eBay

وقتی پیر امیدیار این سایت را به عنوان یک جور سرگرمی راه‌اندازی کرد، فکرش را هم نمی‌کرد روزی صاحب بزرگ‌ترین بازار اینترنتی جهان شود که روزانه چهار میلیون حراج در آن صورت می‌گیرد، هر ۲۴ ساعت نیم میلیون گزینه برای خرید در آن وارد می‌شود و ارزشی معادل ده میلیارد دلار پیدا می‌کند.



اینها را کنار این قضیه بگذارید که امیدیار شبکه‌های محلی برای سی کشور دیگر از جمله استرالیا، ایرلند، فرانسه و چندین و چند کشور دیگر ایجاد کرده و شرکت eBay الان صاحب PayPal، StubHub، Kijiji و هم هست. هر چند eBay در اواخر ۲۰۰۹ کار فروش اسکایپ را به قیمت ۷۵/۲ میلیارد دلار نهایی کرد، اما هنوز هم صاحب ۳۰٪ از سهام این شرکت می‌باشد.

امیدیار می‌گوید وقتی به دست‌آوردهای افراد موفق نگاه می‌کنی و می‌گویی: «عجب کار سختی بوده!»، مطمئن باش کار سختی بوده و وقتی به کارهایی نگاه می‌کنی که به نظر آسان می‌رسند، احتمالاً آنها هم سخت بوده‌اند. تا وقتی خودت دست به کاری نزنی، هیچ وقت نمی‌فهمی که واقعاً چه‌طور بوده است. اما امیدیار چگونه این کار را کرده؟ خودش می‌گوید من به دنبال چیزی بودم که از انجام دادنش لذت می‌بردم. در واقع علاقه خودم را دنبال می‌کردم. اگر از کار لذت ببرید، دیگر کار حساب نمی‌شود. برای من که این طور بود. همیشه دوست داشتم با کامپیوترها سروکار داشته باشم. مثل خیلی از نرم‌افزارها، این کار برای من همان عشق و علاقه‌ام بوده است. محرک و انگیزه من این بود که بتوانم نرم‌افزاری ایجاد کنم که برای آدم‌ها سود داشته باشد و بر روی آنها تأثیر بگذارد.

پیر امیدیار کیست؟

پیر مراد امیدیار یکی از ایرانی‌آمریکایی‌های متولد فرانسه است که با پدر و مادر ایرانی خود وقتی که شش سال داشته به آمریکا مهاجرت کرده است. او اقتصاددان و خیر مشهور و در عین حال مؤسس و رئیس هیات مدیره سایت حراج اینترنتی eBay است. او و همسرش در سال ۲۰۰۴ «شبکه امیدیار» را تأسیس کردند تا بتوانند تلاش‌هایشان را در زمینه امور خیریه، از حالت غیرانتفاعی به درآمدزایی گسترش دهند.

وی در سال ۱۹۸۸ فارغ التحصیل رشته «علوم کامپیوتر» شد. مدتی بعد در یکی از شعبه‌های کامپیوتری ایل به نام کلریس مشغول به کار شد و در برنامه‌نویسی MacDraw (برنامه ترسیم در سیستم‌های ایل‌مک‌این‌تاش توزیع شده در ۱۹۸۴) هم دست داشت. در سال ۱۹۹۱، او و سه نفر از دوستانش، Ink Development را تأسیس کردند. این شرکت بعدها به نام eShop به فعالیت در زمینه تجارت الکترونیک پرداخت. امیدیار تا پایان سال ۱۹۹۴ به عنوان مهندس نرم‌افزار در eShop کار کرد و بعد از آن در General Magic (یکی از شرکت‌های تولید نرم‌افزار زیرساخت ارتباطات همراه) به برنامه‌نویسی ادامه داد. هر چند مایکروسافت، در سال ۱۹۹۶ eShop را خرید، اما امیدیار همچنان شیفته اکتشاف و نوآوری در زمینه‌های فنی و برنامه‌نویسی برای تجارت برخط بود. در آن روزها امیدیار در منطقه خلیج سان فرانسیسکو (Bay Area) زندگی و کار می‌کرد و ماجرای eBay نیز از همانجا آغاز شد. همسر امیدیار، مثل خیلی‌ها، از زمان قدیم ظرف شکلات را جمع‌آوری می‌کرد. خیلی از این محفظه‌ها به شکل شخصیت‌های کارتون‌ی ساخته شده بودند و مثل هر مجموعه دیگری، طرفداران و جمع‌کننده‌های شان، آن‌ها را با هم مبادله می‌کردند. وقتی امیدیار به مسئله از دید خودش نگاه کرد، شیفته حل چالش فنی راه اندازی یک بازار اینترنتی برای حراج شد. کار بر روی eBay از یک روز تعطیل وقتی امیدیار ۲۸ ساله بود، شروع شد. روز ۴ سپتامبر ۱۹۹۵، اولین روز کار سایت حراج اینترنتی امیدیار بود. پدربزرگ eBay، سایتی بود به نام Auction Web که حتی میزبان مستقلی هم نداشت. خدمات این سایت در ابتدا به رایگان ارائه شد و پس از مدتی برای تأمین هزینه‌های میزبان اینترنتی، قرار شد تا از هر حراج کمیسیون دریافت شود.



در ماه سپتامبر ۱۹۹۸، سایت eBay به صورت عمومی افتتاح شد و با رشد بسیار سریع تعداد و حجم معامله‌های صورت گرفته، امیدیار و شرکایش را میلیاردر کرد. تا جایی که طبق گزارش فوربز (Forbes) در مارس ۲۰۰۹، پیر امیدیار چهل و یک ساله با ثروت شخصی معادل ۶/۳ میلیارد دلار، رتبه صد و پنجاه و ششم را در فهرست ثروتمندان جهان دارد و برخی او را ثروتمندترین ایرانی جهان می‌دانند.

روشی eBay

رشد سریع ترافیک، بحران‌هایی هم برای سایت به وجود آورد. در سال ۱۹۹۹، سایت چندین بار دچار وقفه در خدمات‌دهی شد که یکی از آنها ۲۲ ساعت به طول انجامید. اما امیدیار به فکر باز پس گرفتن

اعتماد کاربران بود. در آن روز شرکت با برقراری ۱۰,۰۰۰ تماس تلفنی با کاربران اصلی سایت، از آنها عذرخواهی کرد و به آنها اطمینان داد که همه چیز به سرعت به وضع طبیعی باز می‌گردد. با همین فعالیتهای امیدیار بود که دیگر سایتهای حراج آمدند و رفتند، اما eBay باقی مانده و همچنان در حال رشد است. سال ۱۹۹۸ وقتی eBay افتتاح شد، مؤسس اصلی آن، یعنی پیر امیدیار، بلافاصله به یکی از ثروتمندترین ۳۱ ساله‌های تاریخ بدل شد. گفته می‌شد که او هیچ وقت تشنه ثروت و شهرت به نظر نمی‌رسید و از همین رو با به‌دست آوردن این همه ثروت و شهرت دست‌پاچه شده بود. او و همسرش پم، بیشتر ثروت به دست آمده از این موقعیت را صرف خیریه کردند. «شبکه امیدیار» یک شبکه انتفاعی خیریه است که امیدیار و همسرش آن را تأسیس کردند. تا به امروز شبکه امیدیار بیش از ۲۹۰ میلیون دلار هزینه صرف شرکت‌های تجاری و مؤسسه‌های غیرتجاری کرده است. هدف این عمل افزایش رشد اقتصادی و تشویق مشارکت‌های فردی در عرصه‌های سرمایه‌گذاری مختلف است. از جمله عرصه‌هایی که شبکه امیدیار به تقویت آنها پرداخته، می‌توان به سرمایه‌گذاری خرد، حقوق مالکیت معنوی و رسانه‌های جمعی اشاره کرد. امیدیار که جزو هیأت امنای دانشگاه تافتز (Tufts)، انستیتوی ساتتافه و بنیاد امیدیار است به همراه همسرش تصمیم گرفته‌اند که ظرف ۲۰ سال آینده، تمام ثروت خود به جز یک درصد آن را صرف امور خیریه و دیگر دغدغه‌های انسانی خود کنند. در ماه نوامبر سال ۲۰۰۵، امیدیار و همسرش اعلام کردند که هدیه‌ای به مبلغ ۱۰۰ میلیون دلار را برای افزایش دارایی مجموعه سرمایه‌گذاری امیدیار تافتز در نظر گرفته‌اند. این دارایی که مدیریت هزینه آن بر عهده هیأت امنای دانشگاه تافتز است، برای سرمایه‌گذاری در کارآفرینی در کشورهای در حال توسعه استفاده می‌شود و هدف از آن نجات این کشورها از فقر اعلام شده است. این هدیه بزرگ‌ترین هدیه در تاریخ دانشگاه تافتز و بزرگ‌ترین سرمایه‌گذاری در امور دارایی‌های کوچک محسوب می‌شود. به گفته خیلی‌ها، تفکری که eBay بر مبنای آن بنا شد، اعتماد، صداقت و تساوی بود. به قول امیدیار: «ما بر این باوریم که مردم در ذات خوب هستند. ما فکر می‌کنیم که همه انسان‌ها چیزی برای مشارکت دارند و یک محیط صادقانه و باز می‌تواند روی مردم تأثیر خوبی بگذارد.» و به طور خلاصه یکی از اصول eBay صداقت داشتن و عمل به تعهدات است. در حال حاضر، حجم گردش سرمایه از طریق eBay از ۸ میلیارد دلار فراتر رفته است. eBay درآمدی حدود ۲ میلیارد دلار داشته است و تنها در آمریکا بیش از نیم میلیون کاربر ثبت شده دارد. کل کاربران eBay از ۹۵ میلیون نفر فراتر می‌روند و این شرکت در حال حاضر بالای ۱۵۵,۰۰۰ نفر کارمند دارد. پیر امیدیار، به‌تازگی وبسایتی خاص با نام Peer News به راه‌انداخته که نوعی خبرگزاری با شیوه اداره‌ای خاص است. خبرگزاری خاصی که نه خبرنگار دارد و نه مقاله‌هایش شبیه مقالات معمول خبرگزاری‌های دیگر خواهد بود. به علاوه نه نظرات گمنام روی آن قبول می‌شود و نه درآمدش از راه گرفتن آگهی است. جدا از موفقیت یا شکست این پروژه جدید، امیدیار حداقل بار دیگر توانسته است که دنیای رسانه‌ها را تسخیر کند.

فعالیت ۷

از دانش آموزان بپرسید که چه نوعی از کسب و کارها در محله یا منطقه خویش وجود دارند؟
جواب (احتمالی): (تولیدی، خدماتی، اینترنتی و خانگی)

۸ فعالیت

از دانش آموزان بخواهید که برای هر یک از کسب و کارهای فهرست شده در بالا مثال هایی را ارائه دهند.

جواب : (تولیدی : مرغداری، تولید کفش، جوراب بافی، مجسمه سازی)
(خدماتی : دفتر وکالت، مخابرات، تعمیرگاه و درمانگاه)

۹ فعالیت

در سایت گوگل عبارت «فروشگاه اینترنتی کتاب» را تایپ و جستجو نمایید. پس از باز شدن جواب های آن به وب سایت یکی از این فروشگاه ها رفته و به سؤالات زیر پاسخ دهید :

- ۱- آدرس اینترنتی سایت چیست؟
- ۲- محل فیزیکی فروشگاه در کجا قرار دارد؟
- ۳- نحوه سفارش و خرید چگونه است؟
- ۴- نحوه پرداخت چگونه است؟
- ۵- محصول چند روزه به دست مشتری می رسد؟
- ۶- قیمت آن محصول با قیمت بازار چقدر تفاوت دارد؟

تمرینات تکمیلی

– از فراگیران بخواهید که با توجه به آشنایی شان با اینترنت و امکانات در دسترس خود تمریناتی را در زمینه کسب و کار اینترنتی انجام دهند (از جمله راه اندازی سایت اینترنتی، انتخاب سایت ها برای تبلیغ و نحوه فروش در اینترنت و غیره...).

– از دانش آموزان بخواهید که کسب و کار خانگی شناسایی کرده و گزارشی از نحوه فعالیت و محصول آن در کلاس ارائه دهند.

– از دانش آموزان بخواهید که تحقیق کنند چه تفاوتی بین کسب و کار خانگی با سایر کسب و کارها وجود دارد؟ و چگونه محصولات خانگی فروش و بازاریابی می شوند؟

– از دانش آموزان بخواهید که چه ایده هایی برای کسب و کارهای خانگی می توان ارائه کرد؟

– از دانش آموزان بخواهید که هر کدام ۱۰ سایت اینترنتی ایرانی و خارجی پیدا کنند که در آن خرید و فروش انجام می شود. گزارشی از نحوه انجام فروش و تحویل کالا در کلاس ارائه دهند.



کارآفرینی

اهداف کلی

شناخت کارآفرینی و اهمیت آن در زندگی فردی و اجتماعی

اهداف جزئی

- یادگیری مفهوم کارآفرینی و علاقه‌مندی به آن
- شناسایی افراد کارآفرین
- شناسایی فعالیت‌هایی که کارآفرینان انجام می‌دهند.
- یادگیری انواع کارآفرینی
- شناسایی ویژگی‌های مهم افراد کارآفرین
- یادگیری عوامل مهم تأثیرگذار بر کارآفرینان

اهمیت و نقش درس

کارآفرینی مانند انقلاب و جنبش در سرتاسر دنیا گسترش یافته است. مفاهیم و کاربردهای این انقلاب در قرن بیست و یکم سودمند و مؤثرتر شده است؛ همانطوری که اثرات انقلاب صنعتی در قرن نوزدهم پدیدار گشت. کارآفرینان جزء لاینفک فرایند نوآفرینی هستند که در اقتصاد نوین نفوذ و گسترش می‌یابند. کارآفرینی حیاتی‌ترین و اصلی‌ترین منابع برای رشد و پیشرفت اقتصادی در اکثر کشورها به حساب می‌آید. فعالیت‌های کارآفرینانه در تمام بخش‌ها و سطوح جامعه، بخصوص در ارتباط با نوآوری (در ارائه محصول)، رقابت، بهره‌وری، تولید ثروت، ایجاد شغل و شکل‌گیری صنعت جدید تأثیر می‌گذارد. به‌طور کلی مهمترین نقش‌های کارآفرینان عبارتند از:

- عامل ایجاد و توزیع ثروت؛ برانگیزنده توسعه اقتصادی جامعه یا به عبارتی موتور رشد و توسعه اقتصادی.
- عامل اشتغال‌زایی؛ شغل بستگی به کسب و کار دارد. هر چقدر کسب و کارها بیشتر و توسعه یافته‌تر باشند، افراد بیشتری

- از جامعه در آن کسب و کارها مشغول می‌شوند.
- عامل انتقال تکنولوژی؛ کارآفرینان باعث می‌شوند که فناوری‌های روز وارد زندگی مردم شده و مورد استفاده و دسترس همگان قرار گیرد.
 - عامل ترغیب و تشویق سرمایه‌گذاری؛ کارآفرینان با جذب سرمایه‌ها در امور مولد می‌شوند.
 - عامل شناخت؛ ایجاد و گسترش بازارهای جدید؛ کارآفرینان به بازارهای موجود راضی نیستند بلکه همواره به دنبال ایجاد بازار هستند.
 - عامل کاهش بوروکراسی اداری (کاهش پشت میز نشینی و مشوق عمل‌گرایی و ...)
 - عامل نوآوری و روان‌کننده تغییر.
 - به عنوان یکی از عوامل تولیدمثل زمین؛ سرمایه؛ انسان و ...
 - عامل تحریک و تشویق حس رقابت.
 - عامل تحریک؛ ترکیب و مهیا کردن عوامل تولید.
 - عامل ساماندهی منابع و استفاده اثربخش از آنها.
 - عامل یکپارچگی و ارتباط بازارها.
 - عامل رفع خلل؛ شکاف‌ها و تنگناهای بازار و اجتماع.
 - عامل تعادل در اقتصاد پویا.
 - عامل تحول و تجدید حیات ملی و محلی (کارآفرینی فراتر از شغل و حرفه است. یک شیوه زندگی است)
- وجود کارآفرین در اقتصاد دانش‌مدار امروزی ضروری و حیاتی است و بارها توسط صاحب‌نظران مختلف این ضرورت تصدیق شده است. به همین سبب آموزش کارآفرینی به شکل‌های مختلف و در سطوح تحصیلی گسترده‌ای از ابتدایی تا دانشگاه افزایش یافته است. بنابراین نظام آموزشی در این روش باید با توجه به نیازهای جاری جامعه پاسخ دهد. هدف این فصل فراهم کردن تصویری مثبت از فعالیت‌های کسب و کار و توسعه مهارت‌های کلیدی آن در دانش‌آموزان جهت راه‌اندازی کسب و کار برای خود می‌باشد.
- از این دیدگاه دانش‌آموزان بایستی فکر کنند که تنها دانش و مهارت در رشته تحصیلی خویش کافی نیست؛ بلکه از طریق یادگیری مهارت‌های کسب و کار و کارآفرینانه می‌توانند نیازهای جامعه خویش را از طریق ارائه خدمات و تولید کالا تأمین نموده و در قبال آن درآمدی را بدست آورند.

دانسته‌ها و تجربیات قبلی

خوشبختانه با تحولی که کارآفرینان در سطح بین‌المللی و ملی ایجاد کرده‌اند؛ دولت‌ها، مراجع قانون‌گذاری، مؤسسات آموزشی و رسانه‌های مختلف به نقش و اهمیت آنها بیش از پیش پی‌برده و برای مخاطبین برنامه‌های مختلفی طراحی کرده‌اند. بنابراین از نظر لغوی تقریباً برای دانش‌آموزان عبارت کارآفرینی زیاد غریبه نیست و قبلاً این عبارت به گوششان خورده است. مطالبی که تا به حال درباره موفقیت، برنامه‌ریزی مسیر شغلی و کسب و کار در بخش‌های قبلی کتاب ارائه گردید، پیش‌زمینه‌ای برای ورود به کارآفرینی بود تا دانش‌آموزان این مفهوم را بهتر درک کنند.

فعالیت ۱

عبارت کارآفرین را در تخته سیاه/ سفید نوشته از دانش آموزان بخواهید بدون اینکه کتاب را باز کنند توضیح بدهند که این عبارت چیست؟

جواب (های ممکن دانش آموزان): (کسی که کار درست می کند، کسی که کار می آفریند و...)
جواب درست: (کسی که کسب و کار جدیدی را راه اندازی و یا کسب و کار موجود را توسعه می دهد)

فعالیت ۲

از دانش آموزان بپرسید توضیح دهند کسب و کار جدید چیست و مثالی ذکر کنند؟
جواب: (کسب و کاری که قبلاً وجود نداشته است؛ مثل کسی که برای بار اول سایت خرید و فروش اینترنتی راه اندازی کرده است)

فعالیت ۳

از دانش آموزان بپرسید از فردی مثال بزنند که کسب و کاری را که قبلاً وجود داشته توسعه داده باشد.
جواب: (مغازه ای برای سال های طولانی کالاهای مورد نیاز یک محله کوچک (تعداد مشتریان در حد ۵۰ نفر) را توسط یک نفر تهیه می کرده است. اما با جایگزینی فرد جدید به جای فرد قبلی، تعداد کارکنان آن ۵ نفر شده و محله های بیشتری را تحت پوشش قرار داده و تعداد مشتریان آن به بیش از ۱۰۰۰ نفر رسیده است.)

فعالیت ۴

از فراگیران بخواهید که مهارت های خودشان را به ترتیب از قویترین آنها فهرست کنند.
جواب: (فوتبالیست، والیبالیست، منظم، وقت شناس، توجه به جزئیات، چیره دست، خوش سلیقه، خوش برخورد، خوش پوش، برق کار، مسلط به نرم افزارهای تلفن همراه، مسلط به زبان خارجی، شناخت انواع ماشین های سواری و آشنایی با چند نرم افزار رایانه ای...)
مطمئن باشید که آنها دامنه مختلفی از مهارت ها از جمله مهارت های برنامه ریزی شخصی، ایمنی و سلامت به همراه مهارت های فنی فهرست کرده اند.

فعالیت ۵

سپس نیازهایی که دانش آموزان در جامعه مشاهده می کنند را فهرست کرده و مشخص نمایند برای رفع آنها چنین مهارتهایی نیاز است.
جواب: (مکانیک، آرایشگر، عکاس، فیلمبردار، ورزشکار، ارائه دهنده خدمات تلفن همراه، ارائه دهنده خدمات رایانه، و...)

فعالیت ۶

از فراگیران بخواهید که مهارت‌های خویش را با نیازهای جامعه از طریق کشیدن خط بین آنها به هم ارتباط دهند. ممکن است فراگیران نیازهایی را در جامعه شناسایی نمایند که در حال حاضر فردی برای رفع آن نیاز مهارتی نداشته باشد. بنابراین می‌توانند در زمینه‌هایی که نیاز هست سرمایه‌گذاری کنند و مهارت مورد نظر را یاد بگیرند.

فعالیت ۷

از دانش‌آموزان بپرسید که چند تا محصول جدید نام ببرند که قبلاً (مثلاً ۱۰ سال پیش) وجود نداشته است. این محصول(ات) توسط چه شرکت(های)ی به بازار ارائه شده است؟ بنیانگذار آن شرکت (ها) کیست؟
جواب: (خودپرداز بانک بدون نیاز به کارت و با استفاده از اثر انگشت رایانه‌ای که به کاربر درباره نحوه ثبت‌نام اخطار می‌دهد).
برای اطلاعات بیشتر می‌توانید در سایت گوگل عبارت "new Business Idea" را جستجو نمایند.

فعالیت ۸ آزمون خطرپذیری مالی

از دانش‌آموزان بخواهید که درباره این موضوع تصمیم‌گیری کنند.
مسئله: هر کدام از دانش‌آموزان مقداری پول در اختیار دارند و سه نوع فرصت سرمایه‌گذاری برای آنان وجود دارد؛ از تک تک آنها بخواهید که کدامیک را انتخاب می‌کنند:

- ۱- افتتاح حساب بانکی در بانک و واریز آن در حساب مربوطه و دریافت سود سالانه
- ۲- سرمایه‌گذاری در بورس اوراق بهادار که پس از گذشت مدتی (حدوداً ۶ ماه) مقدار سرمایه‌شان احتمالاً ۲ برابر شده و یا به نصف کاهش یابد.
- ۳- راه‌اندازی کسب و کار که بعد از حدود ۳-۴ سال میزان سرمایه خویش احتمالاً ۵ برابر شده و یا به‌طور کلی ورشکسته شوند.

توجه: هر دانش‌آموز تنها یک گزینه را می‌تواند انتخاب کند و نتایج هر انتخاب همان چیزی است که در مقابل هر انتخاب ذکر شده است.
با توجه به پاسخ‌های آنان می‌توان میزان خطرپذیری و علایق آنان را شناسایی کرد.

تفسیر آزمون

دانش‌آموزانی که گزینه اول را انتخاب کرده‌اند افرادی هستند که خطرپذیر نیستند و به درآمد اندک و پایدار قانع هستند. این افراد به موفقیت‌های مالی بالایی دست پیدا نمی‌کنند و زندگی کارمندی را انتخاب می‌کنند.
افرادی که گزینه دوم را انتخاب کرده‌اند خطرپذیر در حد متوسط هستند. این افراد در زندگی شغلی از کار یکنواخت و درآمد ثابت خسته شده و سعی می‌کنند با ورود به فعالیت‌های کسب و کار آزاد به موفقیت‌هایی دست یابند.
افرادی که گزینه سوم را انتخاب می‌کنند؛ تمایل بالایی به خطرپذیری دارند که برای کسب و کار مناسب نیستند.

دانستنی‌های بیشتر برای معلم

هر یک از ما دارای مهارت‌هایی هستیم که در زندگی روزمره خویش از آن استفاده می‌کنیم. ما با استفاده از این مهارت‌ها می‌توانیم کسب و کاری پایدار راه‌اندازی کنیم.

انواع مختلفی از مهارت‌ها وجود دارند:

- مهارت‌های فکری (خلاقیت، حل مسأله و تصمیم‌گیری و...)
- مهارت‌های مرتبط و مؤثر در رفتار فردی (اعتقادی، مدیریت زندگی، مسئولیت‌پذیری و...)
- مهارت‌های مرتبط با تعامل با مردم (کارکردن با سایر افراد و پذیرش افراد از گروه‌های مختلف نژادی، موقعیت اجتماعی و اقلیت‌ها)
- مهارت‌های مرتبط با سلامتی و امنیت (جلوگیری از بیماری‌های واگیردار، حفظ خود، کمک‌های اولیه، پیشگیری از اعتیاد)

- توانایی انجام دادن (تعمیر دوچرخه، آشپزی، کار خاصی را بلد بودن، آواز خواندن و غیره...)

مهارت‌هایی که برای ما در راه‌اندازی و مدیریت کسب و کار مفید خواهند بود ترکیبی از مهارت‌های شخصی کارآفرینانه و دانش و تخصص فنی که در مدرسه یاد می‌گیریم می‌باشد.

کارآفرین کسی است که کسب و کار مخاطره‌آمیزی را شروع و اداره کرده و مسئولیت آن را برعهده می‌گیرد. وی کالاها یا خدماتی را به سایر افراد یا سایر کسب و کارها در قبال دریافت پول فراهم می‌آورد.



خصوصیات و ویژگی‌های زیادی برای کارآفرینان ذکر شده است که به بعضی آنها در کتاب دانش‌آموز پرداخته شده است. به‌هرحال بعضی از این ویژگی‌های شخصیتی افراد کارآفرین عبارتند از:

- کنجکاوی و خلاقیت
- با انگیزه و اعتماد به نفس بالا
- تمایل به قبول مخاطره
- مشتاق به یادگیری
- توانایی همکاری و مشارکت با دیگران
- توانایی شناخت فرصت‌ها
- توانایی نوآوری (انجام چیزی که قبلاً کسی انجام نداده است) و رهبری
- توانایی غلبه بر موانع (هیچ وقت «جواب نه» برای پاسخ وجود ندارد.)
- توانایی یادگیری از اشتباهاتی که توسط خود و دیگران رخ داده است.
- تحمل ابهام
- استقلال طلب

این ویژگی‌ها و توانایی‌ها به کارآفرینان کمک می‌کند که فکر کنند، تجزیه و تحلیل کرده، مشکلات را حل نموده و اقداماتی را انجام دهند.

فعالیت ۹

به دانش‌آموزان کمک کنید که بتوانند برای افراد خلاق، مخترع، نوآور، سرمایه‌گذار و مدیر مثال بزنند. هر کارآفرینی تمام ویژگی‌های ذکر شده در بالا و سایر خصوصیتی که در کتاب‌های دیگر اشاره شده است را ندارد. بسیاری از این ویژگی‌ها در ما نهفته بوده و ممکن است از وجود آنها بی‌خبر باشیم. علاوه بر این ویژگی‌های یادگیری از طریق فرایند یادگیری قابل کسب هستند.

فعالیت ۱۰

از دانش‌آموزان بخواهید که ویژگی‌های کارآفرینی خویش را فهرست کنند. از دانش‌آموزان بخواهید که سایر ویژگی‌های کارآفرینی را که فکر می‌کنند برای کارآفرین شدن لازم است فهرست کنند.

فعالیت ۱۱

از دانش‌آموزان پرسید که چطور ویژگی‌های کارآفرینی به کارآفرینان کمک می‌کند؟
جواب: (این ویژگی‌ها به کارآفرینان کمک می‌کند تا درباره آینده کسب و کار خود خوش بین بوده و تصمیمات درستی اتخاذ کنند، همه تلاش‌هایشان در این راستا بوده و با روحیه شکست‌ناپذیری که دارند، به آرزوهای خود با استفاده از امکانات دست یابند.)

دانستنی‌های معلم

مفهوم و معنای کارآفرینان اجتماعی

مفهوم کارآفرینی اجتماعی از تعاملات انسانی و کنش و واکنش بشری نشأت گرفته است. کارآفرینی اجتماعی منفعت مؤسسه اجتماعی را با تصویری از انضباط، نوآوری و وابستگی اجتماعی بیان می‌دارد. با توجه به اینکه اکثر مؤسسات اجتماعی با بازدهی پایین و عدم کارایی مواجه‌اند و بسیاری از فعالیت‌های بشردوستانه از انتظارات و برنامه‌های دولت به دور مانده‌اند ضروری است که کارآفرینان به مسائل اجتماعی توجه بیشتری داشته باشند؛ کارآفرینان اجتماعی نیازمند به توسعه و گسترش طرح‌ها و مدل‌های جدید برای قرن حاضر هستند. کارآفرینی اجتماعی پدیده نو و جدیدی نیست بلکه کارآفرینی از زمان پیدایش مؤسسات و بنگاه‌هایی که به رسمیت شناخته شده‌اند مطرح شده و کارآفرینان روش‌های کارآمد و مؤثری را برای اجرای ماموریت‌های اجتماعی خود جستجو می‌کنند. اکثر کارآفرینان اجتماعی با سازمان‌های غیرانتفاعی جهت کسب سود و درآمد شروع به کار می‌کنند و صاحبان کار و سرمایه نیز با جذب آنان مسئولیت اجتماعی خود را به کارآفرینان اجتماعی واگذار می‌کنند. سوال‌هایی که در این زمینه مطرح می‌شود این است که: کارآفرین اجتماعی چگونه فردی است؟ کارآفرین اجتماعی تمایل به چه کاری دارد؟ کارآفرین اجتماعی چه مفهومی دارد؟

کارآفرینان اجتماعی افرادی هستند که تغییراتی را در خدمات اجتماعی از طریق موارد ذیل جهت دستیابی به ارزش اجتماعی به‌وجود می‌آورند.

تبیین و تعریف فرایندهای جدید خدمات، تولیدات یا روش‌های منحصربه‌فرد عملیاتی که با نوآوری همراه است؛

ایجاد ظرفیت‌هایی برای ماندگاری و گسترش فعالیت؛
توجه به ایجاد سرمایه و ارزش اجتماعی؛
به‌کارگیری نگرش‌های بازارمدار برای حل مسائل اجتماعی؛
یافتن بازارها و فرصت‌های جدید برای مأموریت غیر سودآور یا زمینه‌های حمایت نشده توسط نیروهای بازار.

کارآفرین اجتماعی خلق‌کننده ارزش اجتماعی است ولی توجه اینکه منابع مورد استفاده کارآفرین در ایجاد آن ارزش، مناسب بوده یا خیر، کار مشکلی است و تعهد اجتماعی شاخص مناسب و قوی برای بررسی کارایی و اثربخشی امور اجتماعی نیست. کارآفرینان اجتماعی در بازار کار می‌کنند اما این بازارها دارای نظم و انضباط معینی نیستند. خیلی از سازمان‌های هدفدار اجتماعی برای بعضی از خدمات خود حق الزحمه مطالبه می‌کنند، آنها همچنین در دریافت بخشش‌ها، کمک‌های داوطلبانه و انواع دیگری از پشتیبانی‌ها رقابت می‌کنند. کارآفرینان اجتماعی دارای خصوصیات مشترکی هستند که این ویژگی‌ها عبارتند از:

تفکر بیش از حد و دیدن فرصت‌هایی که دیگران نمی‌بینند؛
مخاطره‌پذیری و تشویق به قضاوت و تعقل؛
مشکل‌گشایی؛

ایجاد چشم‌اندازهای عملی به وسیله عقایدشان که باعث بهبود زندگی افراد می‌شود؛
ساعت کاری چرخشی (منعطف) با ترغیب به سوی هدف اجتماعی.

عناصر کارآفرینی اجتماعی

کارآفرینی اجتماعی از شش جزء تشکیل شده که این عناصر به تفصیل عبارتند از:

۱- **عاملان تغییر در بخش اجتماعی:** کارآفرینان اجتماعی اصلاحگر و تحول‌گرا با یک مأموریت اجتماعی هستند، آنها تغییرات اساسی را در بخش اجتماعی با کارهایی که انجام می‌دهند به وجود می‌آورند و چشم‌اندازشان جسورانه است و به موارد اصولی و مشکلات اساسی تأکید می‌کنند و به علائم ساده رفتاری توجه ندارند. آنها اغلب نیازها را کاهش می‌دهند به جای اینکه دقیقاً آنها را برآورد سازند و در جستجوی تغییرات منظم و پیشرفت‌های قابل قبولی هستند، اگرچه ممکن است به صورت محلی فعالیت کنند فعالیت‌هایشان توانایی برانگیختن پیشرفت‌های همگانی در مناطق انتخاب شده را دارد. در هر حال فعالیت‌های آنها در زمینه آموزش، مراقبت‌های جسمی، بهبود اقتصادی، هنر و بخش اجتماعی است.

۲- **پذیرش مأموریت برای ایجاد و بقا ارزش اجتماعی:** این مرکز ثقلی است که کارآفرینان اجتماعی را از کارآفرینان اقتصادی متمایز می‌سازد، حتی از آنانی که به طور اجتماعی مسئول فعالیت‌های بازرگانی هستند. برای کارآفرینان اجتماعی، مأموریت اجتماعی اساسی و بنیادی است. نقش کارآفرینی اجتماعی در توسعه اجتماعی این است که نمی‌تواند مزایای خصوصی ایجاد شده برای افراد را کاهش دهد. سودآوری، ایجاد ثروت و پاسخ به تمایلات مشتریان بخشی از این مدل است. ولی این عوامل ابزاری برای نیل به اهداف اجتماعی است. سودآوری معیار ایجاد ارزش و رضایت مشتری نیست بلکه معیاری برای میزان تأثیرات اجتماعی است. کارآفرینان اجتماعی یک برگشت طولانی در سرمایه‌گذاری را جستجو می‌کنند، آنان از طریق واکنش سریع می‌خواهند پیشرفت‌های درازمدت را ایجاد کنند و همیشه در مورد ماندگاری تأثیر اجتماعی فعالیت خود می‌اندیشند.

۳- شناسایی و ترغیب سرسختانه فرصت‌های جدید: درجایی که دیگران مسائل و مشکلات را می‌بینند کارآفرینان فرصت‌ها را شناسایی می‌کنند. کارآفرینان اجتماعی به سادگی به سوی درک نیازهای اجتماعی سوق پیدا نمی‌کنند در عوض آنان در زمینه اینکه به پیشرفتی دست پیدا کنند دیدگاه و بینش جدیدی دارند و چشم‌انداز کاری خود را معین می‌سازند. آنان مدل‌هایی را توسعه داده و قادرند به آنچه که انجام می‌دهند نائل شوند، همچنین آنان یاد می‌گیرند چه چیزی را انجام دهند یا ندهند. جزء اصلی کار آنان اصرار و پافشاری برای پیش‌بینی و قضاوت است. آنان زمانی که با یک مانع مواجه می‌شوند بیشتر فعالیت می‌کنند. سؤال کارآفرینان این است که: چگونه می‌توان بر این موانع فائق آمد؟ چگونه می‌توان این کار را انجام داد؟ جواب آن است که آنان با شناسایی فرصت‌های جدید و پافشاری و اصرار در آن و ترغیب هدف خود قادرند به موانع موجود غلبه کنند.

۴- به‌کارگیری فرایند مستمر نوآوری، سازگاری و یادگیری: کارآفرینان مبتکر و نوآورند، آنان به انجام کارهای تازه و توسعه مدل‌های جدید می‌پردازند و پیشقدم در ارائه نگرش‌های جدیدند. باتوجه به گفته شومپتر (SCHUMPETER)، نوآوری می‌تواند اشکال بسیاری به خود بگیرد و نیازی به اختراع چیزهای جدید نداشته باشد و به سادگی می‌تواند با ایده جدید، روش جدید و با یک موقعیت جدید همراه باشد. کارآفرینان نیازی نیست که جزء مخترعان باشند بلکه آنها به سادگی نیاز دیگران را جهت ابداع، از طریق آفرینش ایده‌های جدید برطرف می‌کنند. نوآوری آنان ممکن است از طریق چگونگی ساختار برنامه‌های اصلی یا کیفیت منابع در دسترس پدیدار شود. آنان روش‌های نوآوری را برای اطمینان از مخاطرات جستجو می‌کنند که از آن طریق به منابع در طول زمان دست خواهند یافت و ارزش اجتماعی ایجاد خواهند کرد. تمایل به نوآوری بخشی از روش کار مؤثر کارآفرینان است و آنان درصدد کاهش فعالیت خود نیستند بلکه گرایش به تحمل بالایی از ابهام و یادگیری مدیریت ریسک برای خود و دیگران را دارند. آنان شکست در یک پروژه و یا برنامه را نه به عنوان تراژدی (نمایش) شخصی بلکه تجربه یادگیری می‌دانند.

۵- اقدام جدی و بی‌باکانه به وسیله منابع در دسترس: کارآفرینان اجتماعی اجازه نمی‌دهند به واسطه حفظ منابع خود از ترغیب چشم‌اندازشان چشم‌پوشی کنند. آنها در انجام دادن کارهایشان با حداقل منابع و جذب حداقل منابع از دیگران، مهارت خاصی دارند. آنان از منابع کمیاب به‌طور کارا استفاده می‌کنند و منابع محدود خود را از طریق اشتراک مساعی با دیگران و شرکای خود تأمین می‌کنند. آنها همه منابع را با سرشت بشردوستانه برای کارهای تجاری خود جستجو می‌کنند و از طریق هنجارها یا سنت‌های موجود در خصوص بخشش‌ها و کمک‌های داوطلبانه محدود نمی‌شوند. آنان خطرات و مسائل آینده را از طریق کاهش زیان‌هایی که به شکست منجر می‌شوند را تخمین می‌زنند. تحمل میزان ریسک‌پذیری سهامدارانشان را درک و شناسایی می‌کنند.

۶- ارائه حس بلندپروازانه پاسخگویی به مؤسسات و پیامدهای حاصله: از آنجا که انضباط بازار به‌طور خودکار مخاطرات اجتماعی غیرکارا را پاکسازی می‌کند، کارآفرینان اجتماعی گام‌هایی را برای اطمینان از اینکه آنها ارزش ایجاد می‌کنند را برمی‌دارند. آنان این اطمینان را دارند که به‌طور دقیق نیازها و ارزش‌های افراد ارزیابی می‌شود و قصد دارند با فعالیت‌هایی که انجام می‌دهند به جوامع خدمت کنند. آنان انتظارات و ارزش‌های دیگر مخترعان و نوآوران را درک می‌کنند. آنان پیشرفت‌های اجتماعی را برای مزیت‌هایی که به جوامع بشری دارد جستجو می‌کنند و برگشت‌های اجتماعی و مالی آن را نیز در نظر می‌گیرند. کارآفرینان اجتماعی سازوکارهای بازخور برای تقویت پاسخگویی اجتماعی را به‌وجود می‌آورند. آنان پیشرفت‌های خود را با معیارهای همچون اجتماعی، مالی و پیامدهای مدیریتی ارزیابی می‌کنند.

فعالیت ۱۲

به دانش آموزان کمک کنید که برای انواع کارآفرینی مثال بزنند.
جواب: (ممکن است در سطح محلی کارآفرین فردی، سازمانی و یا اجتماعی وجود نداشته باشد؛ اما با توضیحاتی که در ارتباط با انواع کارآفرینی می دهید بتوانند مفهوم آنان را درک کرده و مصداق‌هایی برای آن پیدا کنند).

فعالیت ۱۳

از دانش آموزان بپرسید که چند نمونه افراد خیر مثال بزنند و این افراد از کجا سرمایه خویش را تأمین می کنند؟
جواب: (خیر محلی – افراد خیر معمولاً خودشان درآمد مکفی دارند و بخشی از درآمدهایشان را صرف کمک به نیازمندان می نمایند و علاوه بر آن با نفوذ و اعتباری که در بین مردم دارند می توانند سرمایه‌های زیادی را جذب کنند).

فعالیت ۱۴

با توجه به الگوی زیر به دانش آموزان کمک کنید تا کارآفرینی را شناسایی کرده و با وی مصاحبه نمایند.
توجه: حداقل شرایط لازم برای کارآفرین بودن آن است که دارای کسب و کار بوده و آن کسب و کار در مقایسه با سایر کسب و کارهای مشابه سهم بیشتری در بازار داشته باشد.

الگوی سؤالات مصاحبه با کارآفرین

- ۱- لطفاً مختصری از زندگی نامه خودتان بگویید. (تاریخ تولد، محل تولد، موقعیت اقتصادی خانواده‌ای که به دنیا آمدید؛ شغل پدر، تحصیلات و...)
- ۲- از آرزوها و رویاهای دوران کودکی خود بگویید، دوست داشتید مثل چه کسی باشید.
- ۳- سوابق و مسیر شغلی خود را توضیح دهید (اولین سن پول درآوردن، شغل‌هایی که تا به حال داشتید و ...)
- ۴- نوع فعالیت کسب و کار خود را توضیح دهید (نوآوری‌ها از نظر نوع محصول، کیفیت یا قیمت آن در مقایسه با کسب و کارهای مشابه رقبا، سهم محصول در بازار داخلی و احتمالاً خارجی، تعداد افرادی که به صورت مستقیم یا غیر مستقیم در نتیجه کسب و کار شما مشغول به کار شدند).
- ۵- چگونه به ایده کسب و کارتان رسیدید تا اینکه در این زمینه فعالیت کنید؟ برداشت اولیه شما از کسب و کاری را که قصد راه اندازی آن را داشتید چه بوده است؟
- ۶- مشکلاتی که در راه فعالیت‌های کسب و کارتان بوده شامل چه چیزهایی بوده؟
- ۷- موفقیت خود را ناشی از چه عواملی می بینید؟
- ۸- چقدر از وقت خود را به کسب و کار خویش اختصاص می دهید؟
- ۹- آینده کسب و کار خود را چگونه می بینید؟

۱۵ فعالیت

از دانش‌آموزان بپرسید که ویژگی‌های کارآفرینان باعث می‌شود که چه رفتارهایی را انجام دهند؟
جواب: (ساعات بیشتری از شبانه روز را به فعالیت‌های کسب و کار خود اختصاص دهند؛ فعالیت‌های روزانه‌شان در راستای رسیدن به رویاهایشان است؛ در راه اجرای ایده خود ایثار می‌کنند و...)

۱۶ فعالیت

از دانش‌آموزان بپرسید که هدف انواع کارآفرینان چیست؟
جواب: معمولاً اهداف زیادی می‌توان برای کارآفرینان مختلف ذکر کرد، مهمترین آنها به عنوان نمونه عبارتند از :
کارآفرینی فردی : ایجاد سود بیشتر، نفوذ در بازار، توسعه کسب و کار خود در جهت ارائه تولید و خدمت بیشتر به مردم
کارآفرینی سازمانی : استفاده بهینه از منابع موجود جهت توسعه سازمان
کارآفرینی اجتماعی : ارائه کمک و حمایت به اقشار نیازمند و محروم و توسعه اجتماعی و فرهنگی

۱۷ فعالیت

از دانش‌آموزان بپرسید که موفقیت یا شکست هر کسی در زندگی به چه چیزهایی بستگی دارد؟ سرنوشت چه نقشی در این زمینه دارد؟
جواب: (موفقیت و شکست هر فردی در زندگی تابعی از ایده‌ها، اهداف و برنامه‌های فرد است. هرچقدر تلاش کند همان قدر به موفقیت دست می‌یابد. انسان‌ها بدین گونه در سرنوشت خود نقش ایفا می‌کنند).

تمرین بیشتر

— از دانش‌آموزان بخواهید که با توجه به ویژگی‌های کارآفرینان، مثال‌هایی از آنان را در افراد مختلف صاحب کسب و کار شناسایی کنند.



اصول راه‌اندازی کسب و کار

اهداف کلی

هدف کلی این فصل شناخت اصول راه‌اندازی کسب و کار می‌باشد تا با استفاده از این اصول میزان موفقیت در کسب و کار را بالا برد.

اهداف جزئی

- مهارت‌ها و توانایی‌های لازم برای راه‌اندازی کسب و کار را بشناسد.
- راه‌ها و روش‌هایی که از طریق آنها می‌توان به ایده کسب و کار پی برد شناسایی کند.
- بتوانند خودشان ایده کسب و کار بیافرینند.
- راه‌های تأمین منابع مالی کسب و کار را یاد بگیرند.
- عوامل مهم در تعیین محل کسب و کار را یاد بگیرد.
- برای کسب و کار مورد نظر خویش منابع فیزیکی مورد نیاز را شناسایی کند.
- با شکل‌های مختلف کسب و کار آشنا شوند.

اهمیت و نقش درس

از آنجایی که برای راه‌اندازی کسب و کار لازم است آشنایی با نوع کسب و کار داشته باشیم، دلیل نوع کسب و کار کاملاً برای دانش‌آموزان باید روشن شود چرا که پس از آنکه ایده کسب و کار خود را تعیین کردند برای دریافت مجوز لازم است بدانند به کدام یک از مراکز مراجعه نمایند.

از آنجایی که راه‌اندازی کسب و کار نیاز به سرمایه دارد لذا راه‌های تأمین سرمایه برای دانش‌آموزان باید روشن شود همچنین قوانین و مواردی که برای تعیین مکان کسب و کار در نظر است رعایت شود در نظر گرفته شود. آنچه که دارای اهمیت زیادی است

راه‌اندازی کسب و کار نیاز به ایده دارد. راه‌های ایده‌پردازی و توجه به نیازها و همچنین آشنا نمودن دانش‌آموزان به توانایی‌های خودشان که می‌تواند به عنوان یک کسب و کار مطرح شود از نکات ضروری است که در این فصل باید به آن پرداخت.

هدف این فصل آن است که از طریق آشنایی با اصول کسب و کار به دانش‌آموزان کمک شود تا با ایجاد انگیزه در دانش‌آموزان ایده‌پایدار کسب و کار در آنان شکل گرفته و بتوانند آن را با موفقیت به عمل تبدیل کنند. این بدان معنی است که نیازهای جامعه محلی شناسایی شده و با استفاده از مهارت‌های کسب شده در مدرسه بتوان نیاز آن جامعه را برآورده کرده و از طریق آن پاداش مادی و معنوی لازم را نیز بدست آورد.

دانسته‌ها و تجربیات پیشین

دانش‌آموزان تا اینجا درباره موفقیت و نحوه برنامه‌ریزی برای رسیدن به آن یاد گرفته و سپس با تعیین اهداف شغلی با رویکردی کسب و کارگرایانه در جهت شناخت مفاهیم کسب و کار و انواع آن گام برداشته‌اند.

مقدمه

در ابتدای تدریس بهتر است از دانش‌آموزان دلائلشان را برای راه‌اندازی کسب و کار سؤال کنید، افراد جامعه با دلائل مختلف اقدام به راه‌اندازی کسب و کار می‌نمایند که دانش‌آموزان هم از این گروه مستثنی نیستند می‌توان به نمونه‌هایی از این موارد که در بین اغلب مردم با سلیقه‌های متفاوت مشترک است اشاره کنید:

- به چه دلیل می‌خواهید کسب و کار راه‌اندازی کنید؟
- آیا ترجیح می‌دهید رئیس خودتان باشید؟
- آیا تمایل به استقلال مالی دارید؟
- آیا تمایل دارید خلاقیت‌های خود را آزادانه در کارتان استفاده کنید؟
- با پاسخ به این سؤالات برای اینکه بتوانید کسب و کاری را راه‌اندازی کنید باید ایده داشته باشید، از دانش‌آموزان بخواهید برای چند لحظه‌ای چشمان خود را ببندند و کسب و کاری را برای خود تصور کنند. سؤالات زیر را از آنان پرسید.
- آیا کسب و کار مناسبی را توانسته اید تصور کنید؟
- آیا می‌توانید آن را راه‌اندازی کنید؟
- آیا علاقه دارید آن را راه‌اندازی کنید؟
- آیا از انجام آن لذت می‌برید؟

فعالیت ۱

از دانش‌آموزان پرسید که آیا افرادی را می‌شناسند که کسب و کاری راه‌اندازی کرده و پس از مدتی ورشکسته شوند؟ دلائل ورشکستگی این افراد چه عواملی بوده است؟

جواب: (نداشتن دانش و تجربه لازم در آن زمینه، نداشتن برنامه و طرح کسب و کار، عدم توجه به بازار و...)

فعالیت ۲

از دانش‌آموزان پرسید که برای راه‌اندازی کسب و کار چه چیزهایی را باید در نظر داشته و عمل کنند؟

جواب : (انتخاب محل، تأمین سرمایه، بازاریابی، انتخاب نام، اخذ مجوز و...) برای آنکه بتوانید کسب و کاری را راه اندازی کنید باید ایده داشته باشید، یکی از راه های مهم شناسایی ایده دیدن و دقت کردن به مشکلات است اعم از مشکلات شخصی و یا کمبودها، نیازها و مسائلی که در سطح جامعه برای افراد به وجود می آید، بسیار از کسب و کارهای مهم در نتیجه شناسایی مشکلات توسط افراد کارآفرین بوده است.

فعالیت ۳

از دانش آموزان بخواهید از سرگرمی ها و مهارت ها و علایق خودشان فهرستی تهیه کنند. برای آنها مثال هایی از نحوه تبدیل این فهرست به فرصت های شغلی بزنید. (لازم است به آنها یادآوری کنید الزاماً تمامی فهرست هایی که آنها تهیه کرده اند، ممکن است به فرصت شغلی تبدیل نشود.)

مثال

- | | |
|--|---------------------------------------|
| فرصت های شغلی : تایپ انواع جزوات مقاله ها و ... | توانایی : مهارت تایپ |
| فرصت های شغلی : تهیه انواع تابلوهای خط، آموزشگاه و ... | علایق : خوشنویسی |
| فرصت های شغلی : راه اندازی باشگاه ورزشی، مربی ورزش و ... | سرگرمی : انجام انواع فعالیت های ورزشی |
- پس از آنکه ایده ها را به فرصت شغلی تبدیل کردند توجه آنان را به سؤالات زیر جلب نمایید :
- ۱- آیا این ایده برای مشتریان جذاب است؟
 - ۲- آیا توانایی و مهارت ها و منابع لازم برای ایجاد کسب و کار را دارید؟
 - ۳- اگر توانایی و مهارت و یا منابع لازم را ندارید آیا شخصی را می شناسید که در انجام آن شما را یاری کند؟
 - ۴- آیا این ایده در محیط زندگی شما مورد نیاز است؟
 - ۵- آیا این ایده در محیط شما موفق خواهد شد؟
 - ۶- آیا این ایده را می توانم به یک کسب و کار سودمند تبدیل کنم؟

فعالیت ۴

به نیازهای خود، خانواده، دوستان، همکلاسی، محله، شهر و... توجه کنید این نیازها می تواند به شما در ایجاد یک کسب و کار کمک کند به طور مثال در یک شهرک جدید مسکونی چه نیازهایی وجود دارد؟ همکلاسی های شما چگونه وسایل مورد نیاز تحصیل شان را تهیه می کنند؟ آیا در محله شما نانوائی وجود دارد؟ آیا این امکان برای همه وجود دارد که سر سفره نان داغ داشته باشند؟ و...

دانستنی های معلم

کسب و کارهای بی پایان

امروزه در دنیا مشکل بی کاری و رکود مشاغل به یکی از بزرگترین مشکلات تبدیل شده است. صحبت در مورد دلایل این مسئله و راه های برون رفت آن مطلبی است که از حوصله این مکان خارج است. در این مطلب قصد براین است تا با تعدادی از مشاغل ضد رکود آشنا شویم.

تعمیرکاران

حجم وسایل الکترونیکی و مکانیکی پیشرفته در زندگی امروز ما آن قدر زیاد شده است که امکان تعمیر این

دستگاه‌ها به صورت شخصی تقریباً غیرممکن است. شما همیشه به افرادی نیاز دارید تا لوله کشی منزل شما را کنترل کنند، کسانی که تلویزیون شما را سرویس کنند و یا افرادی که باید سیستم‌های کامپیوتری شما را مورد بازرینی قرار دهند. پس تا زمانی که این وسایل وجود دارند وجود تعمیرکاران نیز نیاز است.

سوپرمارکت داری

امروزه مفهوم داشتن یک سوپرمارکت و یا به زبان سنتی ایرانیان «بقالی» این است که شما اجناسی را به فروش می‌رسانید که مورد نیاز اولیه و روزمره است. مواد خوراکی و شوینده‌ها از جمله بیشترین موادی هستند که در این مغازه‌ها به فروش می‌رسند. پس تا زمانی که مردمی هستند که نیاز به این مواد و وسایل دارند باید این گونه از مغازه‌ها نیز وجود داشته باشند.

مشاغل مرتبط به انرژی

انرژی یکی از حساسترین مسائل امروز دنیا ما است. از سوخت‌های فسیلی مثل نفت و بنزین گرفته تا مبحث انرژی‌های نو همه و همه باعث شده است تا این قرن به نوعی به زمانی برای رقابت بین انرژی‌های مختلف تبدیل شود. در این رقابت هم شرکت‌های زیادی از نقاط مختلف دنیا در حال تلاش برای جذب مشتری بیشتر هستند. مسلم است که این رقابت حساس و نفس‌گیر به انسان‌های زیادی در رده‌های مختلف نیاز دارید.

صنایع سرگرمی

انسان‌ها در طول زندگی خود حجم زیادی از زمان را به تفریح می‌پردازند. حضور سیستم‌های بازی در منازل و همچنین پیشرفت‌های به وجود آمده در صنعت سینما باعث شده است تا همه ساله تقاضا برای این سرگرمی‌ها بیشتر باشد. پس باید گفت که این تجارت نیز از جمله کارهایی است که طرفداران بسیاری دارد و در عین سودآوری در نقاط بسیاری از دنیا افراد زیادی را به کار گرفته است.

صنایع غذایی و رستوران‌داری

احساس گرسنگی و سعی در برطرف کردن آن به صورت هر روزه یکی از اصلی‌ترین نیازهای بشر تبدیل شده است. در دنیای امروز که سرعت حرف اول را می‌زند و انسان‌ها برای همه چیز عجله دارند وجود مغازه‌هایی که بتوان در آن آرامش را تجربه کنیم. امروزه اکثر رستوران‌داران در جهان در زمره افرادی هستند که همیشه دارای بیشترین مشتری هستند و در اصطلاح معروف کسب و کارشان سکه است.

فعالیت ۵

از دانش آموزان بخواهید که پرسشنامه‌ای را تدوین کنند که در آن تقاضا برای محصول (کالا / خدمت) از دیدگاه مشتریان مورد ارزیابی قرار گیرد.

جواب: (پرسشنامه زیر در ارتباط با سنجش نیاز به دریافت سرویس خرید و تحویل کالا در محل سکونت است.)

- | نام و نام خانوادگی: | سن: | شغل: | درآمد ماهانه: |
|---|-----|------|---------------|
| ۱- کالاهای ضروری خود را از کجا تهیه می‌کنید؟ | | | |
| ۲- میزان فاصله تا فروشگاه چقدر است؟ | | | |
| ۳- روزانه یا هفته‌ای چند ساعت وقت خویش را به آن اختصاص می‌دهید؟ | | | |
| ۴- مقدار هزینه‌ای که صرف رفت و آمد و هزینه‌های جانبی خرید (هزینه‌هایی که علاوه بر قیمت کالا می‌پردازید) | | | |

چقدر است؟

۵- دوست دارید فعالیت‌های خرید را به دیگران واگذار کنید؟

هنگامی که اطلاعات جمع‌آوری شد از دانش آموزان بخواهید که آن را بررسی و تجزیه و تحلیل کرده و به گروه‌های جمعیتی متعددی دسته‌بندی کنند (مانند سن، جنس، شغل، موقعیت درآمدی، و...) تا مشخص گردد که بیشتر چه بخشی از جامعه به محصول (کالا/خدمت) آنها احتیاج دارد. نیاز دیگری را انتخاب کرده و فرایند فوق را تکرار کنید.

فعالیت ۶

از دانش آموزان کلاس بخواهید که کالا یا خدمتی را انتخاب کنند. از دو نفر از دانش آموزان بخواهید که به عنوان مشتری و صاحب کسب و کار نقش بازی کنند. جواب : (مشتری بایستی درباره نیازهایش توضیح دهد که توسط محصولات فعلی تأمین نمی‌شود. صاحب کسب و کار نیز بایستی درباره کالا یا خدمت خویش توضیح داده و شرح دهد که چگونه محصول او مطابق با نیازهای مشتری بوده و آن را تأمین خواهد کرد.) از دانش آموزان دیگر بخواهید که نقاط قوت و ضعف مکالمه بین آن دو را شناسایی کرده و بیان کنند که چگونه می‌توان نقاط ضعف را از بین برد. کالا یا خدمت دیگری را انتخاب کنید و فرایند فوق را تکرار نمایید.

فعالیت ۷

از فراگیران بخواهید اقلام و ملزومات مورد نیاز برای کسب و کارشان را فهرست کنند. انواع آنها کدامند؟ مقدار مورد نیاز چقدر است؟ از کجا می‌توان تهیه کرد؟ به یاد داشته باشید که انتقال مواد و اقلام مورد نیاز از مسافت‌های دور به محل کسب و کار شما گران بوده و معمولاً قابل اطمینان نیست.

چگونه فراگیران حساب اقلام خریداری شده را پرداخت خواهند نمود؟

ملزومات مورد نیاز برای کسب و کار خدمات رایانه‌ای

۵ دستگاه رایانه با لوازم مرتبط

۲ دستگاه تکنیر

۲ دستگاه چاپگر

خط اینترنت پرسرعت

۲ خط تلفن

میز کامپیوتر

مواد مصرفی از قبیل : سی.دی، دی.وی.دی، فلش، کاغذ و سایر لوازم

فعالیت ۸

از دانش‌آموزان بخواهید که مکان‌های مطلوب و نامطلوب را برای کسب و کار خویش فهرست کنند.
مثال: مکان‌های خوب و بد برای کسب و کار آرایشی و بهداشتی

مکان‌های خوب	مکان‌های بد
مجتمع تجاری، فروشگاه‌های بزرگ، میدان‌ها، خیابان‌های اصلی و پر رفت و آمد عابری و ... در دسترس بودن برای مشتریان با توانایی مالی بالا	دور بودن از مشتریان بالقوه مجاورت کسب و کارهای: آهنگری، ماهی‌فروشی، قصابی، مرغ‌فروشی، تعمیرگاه و کم رفت و آمد و ...

فعالیت ۹

از دانش‌آموزان بخواهید با توجه به ویژگی‌هایی که برای انتخاب محل کسب و کار در کتاب درسی مطرح شده است، بر روی کسب و کارهای موجود در محل خویش تحقیق کنند و جستجو کنند که کدام یک از آنها رعایت شده است؟

فعالیت ۱۰

از دانش‌آموزان بپرسید که اسم چند تا از کسب و کارهایی را که می‌شناسند نام ببرند. کدام یک از ویژگی‌هایی که در انتخاب اسم باید رعایت گردد در آنها رعایت شده است؟
جواب: (کافی نت دات کام، تهیه غذای تاملی^۱، شرکت مسافرتی راه پیمای و ...)

فعالیت ۱۱

از دانش‌آموزان بخواهید که برای جلسه بعد با صاحب کسب و کاری مصاحبه‌ای انجام دهند و در آن نحوه رسیدن به ایده کسب و کار و راه‌اندازی آن تحقیق کنند.

دانستنی‌های معلم

اولین مرحله در شروع و راه‌اندازی کسب و کار، شناسایی نیاز جامعه می‌باشد. به تخمین و برآورد اندازه نیاز تشخیص نیاز گفته می‌شود. قبل از شناسایی و ارزیابی تقاضا نباید درباره امور کسب و کار برنامه‌ریزی و اقدامی صورت گیرد.

با اشاره به نیازهای شناسایی شده در جامعه از دانش‌آموزان کلاس بخواهید فهرستی از روش‌ها و معیارهایی که جهت ارزیابی تقاضا برای کالا یا خدمت بکار می‌برند، تهیه کنند. نمونه‌ای از آنها عبارتند از:

- توجه و گوش کردن به شکایت‌های مردمی درباره نیازهای جامعه
- تحقیقات غیر رسمی در بازار
- تحقیقات پستی / پرسشنامه‌ای

۱- تاملی در زبان آذری به معنی خوشمزه است.

— نیازی که در رسانه‌های محلی مثل روزنامه/ هفته نامه پررنگ نشان داده شده است.

— گروه‌های کانونی محلی و غیره

مواد اولیه و ملزومات مورد نیاز

شروع و راه‌اندازی کسب و کار به مواد اولیه، تجهیزات، و ملزومات اداری نیاز دارد. این تجهیزات و ملزومات و مواد اولیه بستگی به ماهیت فعالیت (کالا یا خدمات ارائه شده) و اندازه کسب و کار (تعداد افرادی که در آن مشغول بوده و همچنین تعداد مشتریانی که برای آنها کالا یا خدمت ارائه می‌گردد.) دارد.

یک کارآفرین بایستی به دقت بررسی نماید که چه اقلام یا انواعی از مواد و ملزومات مورد نیاز جهت راه‌اندازی کسب و کار به بهترین صورت و با چه مقداری نیاز دارد؟

یک کسب و کار به دو نوع از اقلام و ملزومات نیاز دارد :

۱- اقلام و ملزوماتی که کسب و کار را قادر می‌سازد کالا تولید شده و یا خدمت ارائه گردد.

۲- اقلام و ملزوماتی که جهت مدیریت واحد اداری کسب و کار لازم است مانند لوازم التحریر، ماشین حساب، میز و صندلی، رایانه و

میزان و مقدار اقلام مورد نیاز بستگی به اندازه کسب و کار و مقدار کالاها یا خدمات تولید و ارائه شده به مشتریان دارد.

بعضی از اقلام مورد نیاز فقط یک بار برای چند سال خریداری می‌گردند در حالی که اقلام مصرفی لازم است دائماً خریداری گردند. به عنوان مثال در یک رستوران بعد از خرید مجموعه‌ای از ظروف و لیوان فقط در مواقع شکسته شدن یا خراب شدن آنها نیاز به خرید می‌باشد در حالی که خرید مواد تازه غذایی از جمله گوشت، شیر و غیره بصورت دائمی و روزمره اتفاق می‌افتد.

پس از مشخص شدن اقلام مورد نیاز و مقدار آنها بایستی نسبت به در دسترس بودن آنها اقدام لازم به عمل آورد. معمولاً اقلام و کالاهای مورد نیاز برای راه‌اندازی کسب و کار از منابع ذیل تأمین می‌شوند :

— کشاورزان

— سایر کسب و کارها

— مراکز دولتی

مواد اولیه و اقلام مورد نیاز چنانچه از مسافت‌های طولانی تهیه شوند، قیمت بالایی باید پرداخت گردد. در صورت امکان بهتر است از جوامع محلی و محیط اطراف تهیه شوند.

چنانچه اقلام مورد نیاز در کسب و کار به آسانی و با قیمت معقولی در دسترس نباشند، شاید لازم باشد در طرح کسب و کار تغییراتی اعمال نمود تا کارآفرین بدون آن اقلام یا با جایگزینی آن با اقلام مشابه به اهداف کسب و کار دست یابد.

نام شرکت های بزرگ از کجا آمده است؟

در طول روز نام برخی از کمپانی های تولید فناوری بارها و بارها به گوشتان می خورد. اما تا کنون به اینکه این نام های جالب از کجا آمده اند فکر کرده اید؟



apple

میوه مورد علاقه استیو جابز مؤسس و بنیانگذار شرکت اپل، سیب بود و بنابراین اسم شرکتش را نیز اپل (به معنی سیب) گذاشت. نکته جالب در لوگوی این شرکت، گاز زدگی سیب است که به معنای بایت در دنیای نرم افزار است.



Adobe

اسم رودخانه ای که از پشت منزل مؤسس آن، جان وارناک، عبور می کند.



Google

گوگل در ریاضی نام عدد بزرگی است که تشکیل شده است از عدد یک با صد تا صفر جلوی آن. مؤسسين سایت و موتور جستجوی گوگل به شوخی ادعا می کنند که این موتور جستجو می تواند این تعداد اطلاعات (یعنی یک گوگل اطلاعات) را مورد پردازش قرار دهد.



Cisco

مخفف شده کلمه سان فرانسیسکو است که یکی از بزرگترین شهرهای امریکا است.



HP

این شرکت بزرگ توسط دو نفر به نام های بیل هیولت و دیو پاکارد تأسیس شد. این دو نفر برای اینکه شرکت هیولت پاکارد یا پاکارد هیولت نامیده شود مجبور به استفاده از روش قدیمی شیر یا خط شدند و نتیجه هیولت پاکارد از آب در آمد.



Microsoft®



ORACLE®



MOTOROLA

Hotmail

این سایت یکی از سرویس دهندگان پست الکترونیکی به وسیله صفحات وب است. هنگامی که مدیر پروژه برنامه می‌خواست نامی برای این سایت انتخاب کند علاقه‌مند بود تا نام انتخاب شده اولاً مانند سایر سرویس دهندگان پست الکترونیک به کلمه mail ختم شده و ثانیاً بر روی وبی بودن آن نیز تأکید شود Html بنابراین این نام را انتخاب کرد.

Microsoft

MICROcomputer SOFTware

نام شرکت ابتدا به صورت بالا نوشته می‌شد ولی به مرور زمان به صورت فعلی در آمد که مخفف است. دلیل نام‌گذاری شرکت به این اسم نیز آن است که بیل گیتس مؤسس شرکت آن را با هدف نوشتن و توسعه نرم افزارهای میکرو کامپیوترها تأسیس کرد.

Intel

INTEgrated Electronics

از آنجایی که این شرکت از بدو تأسیس با تأکید روی ساخت مدارات مجتمع ایجاد شد نام آن را با به طور مختصر INTEL نهادند.

Oracle

مؤسسين شرکت اوراکل یعنی لری الیسون و باب اوتس قبل از تأسیس شرکت روی پروژه‌ای برای CIA کار می‌کردند. این پروژه که اوراکل نام داشت بنا بود تا با داشتن مقادیر زیادی اطلاعات بتواند جواب تمام سؤال‌های پرسیده شده توسط اپراتور را با مراجعه به مخزن اطلاعات بدهد. اوراکل در اساطیر یونانی الهه الهام است. این دو نفر پس از پایان این پروژه شرکتی تأسیس کرده و آن را به همین اسم نام‌گذاری کردند.

Motorola

شرکت موتورولا با هدف درست کردن بی سیم و رادیوی اتومبیل کار خود را آغاز کرد. از آنجایی که مشهورترین سازنده بی‌سیم و رادیوهای اتومبیل در آن زمان شرکت victoria بود مؤسس این شرکت یعنی آقای پال کالوین نیز اسم شرکتش را موتورولا گذاشت تا علاوه بر داشتن مشابهت اسمی کلمه موتور نیز به نوعی در اسم شرکتش وجود داشته باشد.

Xerox



کلمه Xer در زبان یونانی به معنای خشک است و این برای تکنولوژی کپی کردن خشک در زمانی که اکثراً کپی کردن به روش‌های فتوشیمیایی انجام می‌گرفت فوق العاده حائز اهمیت بود.

Yahoo



این کلمه برای اولین بار در کتاب سفرهای گالیور مورد استفاده قرار گرفته و به معنی شخصی است که دارای ظاهر و رفتاری زننده است. مؤسسين سایت جری یانگ و دیوید فیلو نام سایتشان را Yahoo گذاشتند چون فکر می‌کردند خودشان هم این طوری هستند.

دانستنی‌های معلم

انواع شرکت و روش ثبت آنها

در این قسمت ابتدا به معرفی مختصری از شرکت‌های تجاری هشت گانه (سهامی عام، سهامی خاص، با مسئولیت محدود، تضامنی، مختلط غیرسهامی، مختلط سهامی، نسبی و تعاونی) پرداخته، سپس مدارک مورد نیاز جهت ثبت هر شرکت را نام برده و بعد از آن رویه عملی مراحل ثبت به‌طور کلی توضیح داده می‌شود.

۱- تعریف شرکت سهامی عام: شرکت سهامی عام، شرکتی است بازرگانی (ولو اینکه موضوع عملیات آن، امور بازرگانی نباشد) که سرمایه آن به سهام، تقسیم شده که بخشی از این سرمایه از طریق فروش سهام به مردم تأمین می‌شود. در شرکت سهامی عام، تعداد سهام‌داران نباید از سه نفر کمتر باشد و مسئولیت سهام‌داران، محدود به مبلغ اسمی سهام آنهاست. در این شرکت، عبارت «شرکت سهامی عام» باید قبل از نام شرکت با بعد از آن، بدون فاصله با نام شرکت در کلیه اوراق و اطلاعیه‌ها و آگهی‌های شرکت به‌طور روشن و خوانا قید شود.

مدارک شرکت سهامی عام برای ثبت

الف) مدارک لازم جهت کسب اجازه پذیره‌نویسی شرکت سهامی عام در حال تأسیس، از مرجع ثبت شرکت‌ها:

- ۱- دو نسخه طرح اظهارنامه شرکت سهامی عام
- ۲- دو نسخه طرح اساسنامه شرکت سهامی عام
- ۳- دو نسخه طرح اعلامیه پذیره‌نویسی
- ۴- گواهی بانکی مبنی بر واریز حداقل ۳۵٪ سرمایه، تعهد توسط مؤسسين
- ۵- فتوکپی شناسنامه مؤسسين
- ب) مدارک لازم جهت تأسیس:
- ۱- دو نسخه اظهارنامه

۲- دو نسخه اساسنامه

۳- دو نسخه صورت جلسه مجمع عمومی مؤسسين

۴- دو نسخه صورت جلسه هیأت مدیره (تعداد مدیران، حداقل پنج نفر می باشد).

۵- آگهی دعوت مجمع مؤسسين در روزنامه تعیین شده

۶- فتوکی شناسنامه مدیران (در مورد اشخاص حقوقی، ارائه برگ نمایندگی، الزامی است).

۷- گواهی بانک مبنی بر واریز ۳۵٪ سرمایه شرکت

۸- ارائه مجوز یا موافقت اصولی یا مجوز از مراجع ذیصلاح در صورت نیاز

۲- تعریف شرکت سهامی خاص: شرکتی است بازرگانی (ولو اینکه موضوع عملیات آن، امور بازرگانی

نباشد) که تمام سرمایه آن منحصراً توسط مؤسسين، تأمین گردیده و سرمایه آن به سهام، تقسیم شده و مسئولیت صاحبان سهام، محدود به مبلغ اسمی سهام آنهاست. تعداد سهامداران نباید از سه نفر کمتر باشد و عنوان «شرکت سهامی خاص» باید قبل از نام شرکت یا بعد از آن بدون فاصله با نام شرکت، به طور روشن و خوانا قید شود.

مدارک شرکت سهامی خاص برای ثبت

۱- دو برگ اظهارنامه تکمیل شده شرکت سهامی خاص و امضا ذیل اظهارنامه توسط کلیه سهامداران

۲- دو جلد اساسنامه شرکت سهامی خاص و امضا ذیل تمام صفحات آن توسط کلیه سهامداران

۳- دو نسخه صورت جلسه مجمع عمومی مؤسسين که به امضای سهامداران و بازرسين رسیده باشد

۴- دو نسخه صورت جلسه هیأت مدیره که به امضای مدیران منتخب مجمع، رسیده باشد

۵- فتوکی شناسنامه کلیه سهامداران و بازرسين (برابر اصل در دادگستری)

۶- ارائه گواهی پرداخت حداقل ۳۵٪ سرمایه شرکت از بانکی که حساب شرکت در حال تأسیس در آنجا باز

شده است.

تذکر: در صورتی که مقداری از سرمایه شرکت، آورده غیر نقدی باشد (اموال منقول و غیر منقول) ارائه تقویم -

نامه کارشناس رسمی دادگستری، الزامی است و در صورتی که اموال غیر منقول، جزء سرمایه شرکت قرار داده شود؛ ارائه اصل سند مالکیت، ضروری است.

۷- ارائه مجوز در صورت نیاز، بنا به اعلام کارشناس اداره ثبت شرکتها.

۳- تعریف شرکت با مسئولیت محدود: شرکت با مسئولیت محدود، شرکتی است که بین دو یا چند نفر

برای امور تجاری تشکیل شده و هر یک از شرکا بدون اینکه سرمایه به سهام یا قطعات سهام تقسیم شده باشد؛ فقط به میزان سرمایه خود مسئول قروض و تعهدات شرکت است. در نام شرکت باید عبارت «با مسئولیت محدود» قید شود.

مدارک شرکت با مسئولیت محدود برای ثبت

۱- دو برگ تقاضانامه ثبت شرکتها با مسئولیت محدود

۲- دو برگ شرکت نامه

۳- دو نسخه از اساسنامه

۴- دو نسخه صورت جلسه مجمع عمومی مؤسسين و هیأت مدیره

۵- فتوکی شناسنامه شرکا و مدیران و ارائه مجوز از مراجع ذیصلاح در صورت نیاز.

۴- **تعریف شرکت تضامنی:** شرکت تضامنی، شرکتی است که تحت نام مخصوص برای امور تجاری بین دو یا چند نفر با مسئولیت تضامنی تشکیل می‌شود. اگر دارایی شرکت برای تأدیه تمام قروض کافی نباشد؛ هر یک از شرکا مسئول پرداخت تمام قروض شرکت است. هر قراری که بین شرکا برخلاف این، ترتیب داده شده باشد در مقابل اشخاص ثالث، کان لم یکن خواهد بود. در نام شرکت تضامنی باید عبارت «شرکت تضامنی» و لاقلاً اسم یک نفر از شرکا ذکر شود.

مدارک شرکت تضامنی برای ثبت

- ۱- دو برگ تقاضانامه
- ۲- دو برگ شرکت‌نامه
- ۳- دو نسخه اساسنامه
- ۴- فتوکپی شناسنامه شرکا
- ۵- مجوز از مراجع ذیصلاح در صورت نیاز.

۵- **تعریف شرکت مختلط غیرسهامی:** شرکت مختلط غیرسهامی، شرکتی است که برای امور تجاری تحت نام مخصوصی بین یک یا چند نفر شریک ضامن و یک یا چند نفر شریک با مسئولیت محدود، بدون انتشار سهام، تشکیل می‌شود. شریک ضامن، مسئول کلیه قروضی است که ممکن است علاوه بر دارایی شرکت پیدا شود. شریک با مسئولیت محدود، کسی است که مسئولیت او فقط به میزان سرمایه‌ای است که در شرکت گذارده و یا بایستی بگذارد. در اسم شرکت باید عبارت «شرکت مختلط» و لاقلاً اسم یکی از شرکای ضامن، قید شود.

مدارک شرکت مختلط غیرسهامی برای ثبت:

- ۱- یک نسخه مصدق از شرکت‌نامه
- ۲- یک نسخه مصدق از اساسنامه (اگر باشد)
- ۳- اسامی شرکت یا شرکای ضامن که سمت مدیریت دارند.

۶- **تعریف شرکت مختلط سهامی:** شرکت مختلط سهامی، شرکتی است که تحت نام مخصوص بین یک عده شرکای سهامی و یک یا چند نفر شریک ضامن تشکیل می‌شود. شرکای سهامی کسانی هستند که سرمایه آنها به صورت سهام یا قطعات سهام متساوی القیمه درآمده و مسئولیت آنها تا میزان همان سرمایه‌ای است که در شرکت دارند. شریک ضامن کسی است که سرمایه او به صورت سهام درنیامده و مسئول کلیه قروضی است که ممکن است علاوه بر دارایی شرکت پیدا شود. در صورت تعدد شریک ضامن، مسئولیت آنها در مقابل طلبکاران و روابط آنها با یکدیگر، تابع مقررات شرکت تضامنی خواهد بود. در نام شرکت باید عبارت «شرکت مختلط» و لاقلاً اسم یکی از شرکای ضامن قید شود.

مدارک شرکت مختلط سهامی برای ثبت

- ۱- یک نسخه مصدق از شرکت‌نامه
- ۲- یک نسخه مصدق از اساسنامه
- ۳- اسامی مدیر یا مدیران شرکت
- ۴- نوشته‌ای با امضای مدیر شرکت، حاکی از تعهد پرداخت تمام سرمایه و پرداخت واقعی لاقلاً ثلث از آن

سرمایه

۵- سوابق مصدق از تصمیمات مجمع عمومی در موارد مذکور در مواد ۴۱، ۴۰ و ۴۴
 ۶- نوشته‌ای با امضای مدیر شرکت، حاکی از پرداخت تمام سرمایه نقدی شرکای ضامن و تسلیم تمام سرمایه غیرنقدی با تعیین قیمت حصه‌های غیرنقدی
 ۷- **تعریف شرکت نسبی**: شرکت نسبی شرکتی است که برای امور تجاری، تحت نام مخصوص بین دو یا چند نفر تشکیل می‌شود و مسئولیت هریک از شرکا به نسبت سرمایه‌ای است که در شرکت گذاشته است. در اسم شرکت نسبی عبارت «شرکت نسبی» و لااقل اسم یکی از شرکا باید ذکر شود؛ در صورتی که اسم شرکت مشتمل بر اسامی تمام شرکا نباشد؛ بعد از اسم شریک یا شرکایی که ذکر شده عبارتی از قبیل «و شرکا» و «و برادران» ضروری است.

مدارک شرکت نسبی برای ثبت

۱- یک نسخه مصدق از شرکت نامه

۲- یک نسخه مصدق از اساسنامه (اگر باشد)

۸- **تعریف شرکت تعاونی**: به موجب ماده ۱۷ قانون تجارت جمهوری اسلامی ایران، «شرکت تعاونی، شرکتی است که تمام یا حداقل ۵۱٪ سرمایه آن به وسیله اعضا در اختیار شرکت تعاونی قرار گیرد و وزارتخانه‌ها، سازمان‌ها، شرکت‌های دولتی و وابسته به دولت و تحت پوشش دولت، بانک‌ها، شهرداری‌ها، شوراهای اسلامی کشوری، بنیاد مستضعفان و سایر نهادهای عمومی می‌توانند جهت اجرای بند ۲ اصل ۴۳ از راه وام بدون بهره یا هر راه مشروع دیگر از قبیل مشارکت، مضاربه، مزارعه، مساقات، اجاره، اجاره به شرط تملیک، بیع شرط، فروش اقساطی و صلح، اقدام به کمک در تأمین یا افزایش سرمایه شرکت‌های تعاونی نمایند؛ بدون آن که عضو باشند.

تبصره: در مواردی که دستگاه‌های دولتی در تأسیس تعاونی، شریک می‌شوند؛ ظرف مدتی که با موافقت طرفین در ضمن عقد شرکت، تعیین خواهد شد؛ سهم سرمایه‌گذاری دولت به تدریج بازپرداخت و صد درصد سرمایه به تعاونی تعلق خواهد گرفت. مطابق ماده ۲۶ همان قانون: «تعاونی‌های تولیدی، شامل تعاونی‌هایی است که در امور مربوط به کشاورزی، دام‌داری، دام‌پروری، پرورش و صید ماهی، شیلات، صنعت، معدن، عمران شهری و روستایی و نظایر اینها فعالیت می‌نمایند» و به موجب ماده ۲۷: «تعاونی‌های توزیع، عبارتند از تعاونی‌هایی که نیاز مشاغل تولیدی و یا مصرف کنندگان عضو خود را در چهارچوب مصالح عمومی و به منظور کاهش هزینه‌ها و قیمت‌ها تأمین می‌نمایند». تبصره ماده ۲۸: «تعاونی‌های موضوع این قانون با رعایت قوانین و مقررات می‌توانند به امر صادرات و واردات در موضوع خود بپردازند».

مدارک شرکت‌های تعاونی برای ثبت (هر کدام در ۴ نسخه)

۱- صورت جلسه تشکیل مجمع مؤسس و اولین مجمع عمومی عادی و اسامی اعضا و هیأت مدیره منتخب و بازرسان و مدیرعامل شرکت

۲- اساسنامه مصوب مجمع عمومی

۳- درخواست کتبی ثبت

۴- طرح پیشنهادی و ارائه مجوز وزارت تعاون

۵- رسید پرداخت مقدار لازم التادیه سرمایه

۶- مدارک دعوت تشکیل اولین جلسه مجمع عمومی عادی (موضوع بند ۲ ماده ۳۲)

۷- موافقت‌نامه تشکیل شرکت یا اتحادیه (تبصره ماده ۵۱)

۸- مجوز ثبت شرکت یا اتحادیه (بند ۲۸ ماده ۶۶ و بند ۴ ماده ۵۱)

— اولین هیأت مدیره منتخب شرکت تعاونی، مکلف است پس از اعلام قبولی با انجام تشریفات مقرر نسبت به ثبت تعاونی اقدام نماید.

— لازم به تذکر است که به موجب مقررات وزارت تعاون، سرمایه تأمین یا تعهدشده از طرف اعضا در مرحله تأسیس شرکت، نباید کمتر از ۵۱ درصد کل سرمایه شرکت باشد و هر تعاونی وقتی ثبت و تشکیل می‌گردد که حداقل یک سوم سرمایه آن تأدیه و در صورتی که به صورت نقدی و جنسی باشد؛ تقدیم و تسلیم شده باشد. اعضای تعاونی نیز مکلفند مبلغ پرداخت نشده سهم خود را ظرف مدت مقرر در اساسنامه تأدیه نمایند. (ماده ۲۱)

رویه عملی مراحل ثبت

در اداره ثبت شرکت‌ها، فرم نمونه اسناد فوق‌الذکر، موجود است. می‌توان این فرم‌های نمونه را از اداره مذکور تهیه و تکمیل کرده و ذیل تمام اوراق باید توسط همه شرکا (مؤسسين) امضا شود. سپس هزینه‌ای بابت تعیین نام شرکت به بانک واریز کرده و چند نام، که واژه بیگانه نبوده، فاقد سابقه ثبت بوده و دارای معنا و مطابق با فرهنگ اسلامی باشد؛ انتخاب کرده و به «واحد تعیین نام» اداره مذکور، معرفی و موافقت آن واحد را درباره نام تعیین شده اخذ کرده، سپس همه مدارک به «قسمت پذیرش مدارک» اداره مزبور، تحویل و رسید دریافت می‌شود و موعدی برای گرفتن نتیجه تعیین می‌شود. لازم به تذکر است که امر تعیین نام، فقط در تهران انجام می‌شود و شرکت‌هایی که در سایر شهرها ثبت می‌شوند؛ نیز جهت تعیین نام به تهران معرفی می‌شوند. در صورت کامل بودن مدارک تقدیمی، کارشناس اداره ثبت شرکت‌ها اقدام به تهیه پیش‌نویس آگهی ثبت نموده و به متقاضیان ثبت یا یکی از شرکا یا وکیل رسمی شرکت تحویل می‌شود. جهت تعیین حق‌الدرج آگهی باید به «نماینده‌ی روابط عمومی» مراجعه کرد. لازم به ذکر است در صورتی که کارشناس اداره، موضوع شرکت را نیازمند کسب مجوز از مرجع خاصی بداند از مرجع مزبور، استعلام می‌نماید. سپس متقاضی باید مبلغی که بابت حق‌الثبت و حق‌الدرج آگهی، معین می‌شود؛ به بانک و حساب تعیین‌شده، واریز کند و پس از آن فیش پرداخت حق‌الثبت و حق آگهی را به «واحد حسابداری» اداره، تحویل و واحد مذکور، این امر را در ذیل برگه تقاضانامه، درج می‌کند و بعد مدارک به «واحد ثبت تأسیس و تغییرات» اداره ثبت شرکت‌ها تحویل و شرکت، ثبت می‌شود و امضایی دال بر «برابر بودن ثبت با سند» از شرکا یا وکیل رسمی شرکت، اخذ می‌گردد. سپس دو نسخه آگهی به امضای رئیس اداره رسیده و یک نسخه از تمامی مدارک در پرونده شرکت، ضبط و نسخه دوم جهت نگهداری در شرکت به متقاضی داده می‌شود و این سند «سند ثبت شرکت» است. در نهایت، متقاضی، باید یک نسخه از آگهی را به «واحد روابط عمومی» مستقر در اداره کل ثبت شرکت‌ها و مالکیت صنعتی و نسخه دیگر را به دفتر یک روزنامه رسمی جمهوری اسلامی ایران واقع در تهران، تسلیم کند. با توجه به ماده ۶ نظامنامه قانون تجارت وزارت عدلیه و ماده ۱۹۷ قانون تجارت در ظرف مدت یک ماه از تاریخ ثبت شرکت، باید خلاصه شرکت‌نامه و منضمات آن، توسط اداره ثبت در روزنامه رسمی جمهوری اسلامی ایران و یکی از جراید کثیرالتشعار مرکز اصلی شرکت به خرج خود شرکت، منتشر شود.

تذکره ۱: اظهارنامه ثبت شرکت از اوراق بهادار بوده که باید از اداره ثبت شرکت‌ها تهیه شود. برای دریافت اظهارنامه مزبور باید تقاضانامه‌ای دایر بر قصد تأسیس شرکت، تنظیم شود.

تذکره ۲: مرجع ثبت شرکت‌ها در تهران «اداره ثبت شرکت‌ها و مالکیت صنعتی» که از دواير اداره ثبت اسناد و املاک است؛ می‌باشد و در خارج از تهران «اداره ثبت اسناد و املاک» مرکز اصلی شرکت و نقاطی که اداره یا دایره ثبت اسناد وجود ندارد؛ دفترخانه اسناد رسمی و اگر مرجع مذکور، وجود نداشته باشد؛ دفتر دادگاه محل است. در صورت اخیر باید تا سه ماه پس از تأسیس اداره یا شعبه اسناد در محل مذکور، شرکت را در دفتر ثبت اسناد، به ثبت رساند. (تبصره و ماده ۲ نظامنامه قانون تجارت وزارت عدلیه)

تذکره ۳: شرکت‌نامه مذکور باید به صورت رسمی باشد. شرکت‌نامه نیز حاوی اطلاعات مذکور در فرم تقاضانامه است. به موجب ماده ۵ قانون طرح اصلاحی آیین‌نامه ثبت شرکت‌ها مصوب شهریور ماه ۱۳۴۰، اداره ثبت شرکت‌ها در تهران و دواير ثبت شرکت‌ها در شهرستان‌ها، در ثبت شرکت‌نامه، قائم مقام دفترخانه‌های اسناد رسمی هستند و از این‌رو برای تنظیم شرکت‌نامه رسمی، نیاز به مراجعه به دفترخانه اسناد رسمی نیست.

تذکره ۴: در صورت جلسه مذکور، نکات ذیل درج می‌گردد: زمان تشکیل جلسه، تصریح به اینکه اساسنامه، اظهارنامه و شرکت‌نامه به تصویب و امضای کلیه شرکای شرکت رسیده است؛ تعیین و تصریح اعضای هیأت مدیره و مدت مدیریت آنها، تعیین دارندگان حق امضای اسناد تعهدآور شرکت، تصریح به اینکه اعضای مدیر با امضای صورت جلسه مذکور، قبول سمت می‌نمایند؛ تصریح به مبلغ سرمایه شرکت و پرداخت آن از طرف کلیه شرکا و تحویل آن توسط مدیرعامل و اقرار مدیرعامل به وصول سرمایه شرکت، تعیین شخصی برای انجام کارهای لازم برای ثبت شرکت.



بازاریابی

اهداف کلی

اهداف کلی این درس تربیت مهارت‌های بازاریابی دانش‌آموزان می‌باشد که از طریق آن در کسب و کارهای آینده خویش موفق باشند. انتظار این است که دانش‌آموزان با شناختی که از نقش و اهمیت بازاریابی در توسعه کسب و کار پیدا می‌کنند؛ در نقش کسانی که در آینده نقش‌های متفاوتی را در جامعه خواهند گرفت، می‌توانند منابع حمایتی لازم را برای کسب و کارها فراهم کنند. بر اساس این، برنامه درسی بازاریابی به دنبال تحقق چنین اهدافی است که در سطوح مختلف یادگیری قابل دستیابی است:

اهداف جزئی

- مفهوم بازاریابی را درک کنند.
- عناصر مهم که در شناخت بازاریابی مؤثر هستند را نام برده و توضیح دهند.
- بخش‌های مختلف بازار را بشناسند.
- روش‌های مختلف تحقیق بازاریابی را یاد بگیرند.
- پرسشنامه‌ای به منظور انجام تحقیقات بازاریابی طراحی کنند.
- چهار قانون طلایی محصول را نام برده و منحنی عمر محصول را ترسیم کنند.
- عرضه، تقاضا و نقطه تعادل را یاد گرفته و نمودار آن را ترسیم کنند.
- استراتژی‌های قیمت گذاری را یاد گرفته و انواع مختلف قیمت گذاری بازار محور را درک کنند.
- دلایل مهم انجام تبلیغات برای توسعه محصول را یاد بگیرند.
- با مزایا و معایب هر کدام از رسانه‌های مهم تبلیغی آشنا شوند.
- روش‌های مهم توسعه محصول در محل را یاد بگیرند.
- با کانال‌های مختلف توزیع محصول آشنا شده و مزایا و معایب هر کدام را یاد بگیرند.
- با فراگیری مطالب این درس به بازاریابی علاقه مند شده و بتوانند راه‌های مختلفی جهت توسعه محصول ارائه دهند.

دانسته‌ها و تجربیات پیشین

پیش‌نیاز این موضوع دانش و مهارت‌های راه‌اندازی کسب و کار است که در دروس پیشین با آن آشنا شده‌اند. دانش‌آموزان با توجه به سنی که در آن قرار دارند، به‌صورت نامنظم در معرض فعالیت‌های بازاریابی کسب و کارهای مختلف قرار گرفته‌اند. به عنوان مثال هر روز در معرض تبلیغات رسانه‌های مختلف دیداری – شنیداری واقع هستند.

اهمیت و نقش درس

در دنیای امروز، دگرگونی‌های بسیار زیاد همراه با گسترش رقابت در زمینه‌های متنوع، به‌ویژه در بازارها، مشاهده می‌شود. تغییر، واژه‌آشنایی است که توأم با فرصت‌ها و تهدیدهایی برای جوامع و زمینه‌های شغلی مختلف، گاهی عامل رشد و توسعه و زمانی علل نگرانی و تحیر و واماندگی می‌شود. کشورها و شرکت‌هایی که پویایی را هدف خود قرار داده‌اند، سازندگی و توسعه را در تغییر می‌یابند و گروهی که فقط متقاضی برکت بدون حرکت هستند، از ایجاد هرگونه تغییر در وضع موجود نگران بوده، مقاومت شدیدی در برابر آن نشان می‌دهند، تا روزی که مجبور به پذیرش آن گردند. استفاده از بازاریابی برای همه کسب و کارها و سازمان‌هایی که درصدد هستند بدون تسلیم در برابر تغییر، حضوری آگاهانه در بازار داشته باشند ضرورت دارد. آنها باید تلاش کنند تا با بازارگرایی، بازاریاب‌شناسی، بازارگردی و بازاریابی، سهم بازار و فرصت مناسبی برای خود بدست آورند و با عرضه محصولی خوب با قیمتی مناسب، بکارگیری روش‌های مطلوب توزیع، استفاده از تبلیغات آگاه‌کننده و جهت دهنده و شناسایی رقبا، فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی، سهم بازار و فرصت خود را افزایش دهند و با خلاقیت، ابتکار، انعطاف‌پذیری، و تطبیق منابع با نیازها و خواسته‌های مشتریان داخلی و خارجی، علاوه بر افزایش سهم بازار و فرصت خود، مشتریان‌شان را نیز حفظ نمایند. بنابراین دانش‌آموزان یاد می‌گیرند که تنها، راه‌اندازی کسب و کار مهم نیست، بلکه بایستی به دنبال توسعه آن باشند تا بتوانند در دنیای کسب و کار رقابت کنند. پس از راه‌اندازی کسب و کار باید به دنبال این بود که چگونه و از چه راه‌هایی می‌توان در بازار پر رقابت امروزی ماندگار شده و محصول یا خدمات خود را گسترش و توسعه داد. چرا که اگر به دنبال توسعه کالا یا خدمات خود در بازار نباشید، به احتمال زیاد در کسب و کار خود موفق نخواهید شد. مطالبی که در درس بازاریابی اشاره می‌گردد چه برای کسانی که می‌خواهند وارد کسب و کار شوند و چه برای افراد عادی که نمی‌خواهند خودشان کسب و کار راه‌اندازی کنند؛ می‌تواند خیلی جذاب و سودمند باشد. در این درس دانش‌آموزان، بازاریابی و راه‌های مختلف توسعه کسب و کار را یاد می‌گیرند.

فعالیت ۱

معلم در آغاز این درس می‌تواند با پرسش از مباحث پیشین، ضمن مرور مطالب آموخته شده، زمینه‌آرائه درس جدید را نیز فراهم آورد. علاوه بر آن از دانش‌آموزان سؤالاتی مانند سؤالات زیر بپرسد که جهت آرائه درس بازاریابی لازم و ضروری هستند:

- چند نمونه از محصولات که هر روز مصرف می‌کنید نام ببرید.
- چند نمونه از محصولات که در زمان‌های خاصی مصرف می‌کنید نام ببرید.
- این محصولات را از کجا خرید می‌کنید؟
- آیا محصولات مشابه و یا جایگزین برای آنها وجود دارد؟
- چرا شما این محصول خاص را می‌خرید؟
- قیمت و کیفیت آن در مقایسه با سایر محصولات چگونه است؟

- این محصولات در کجا تولید می‌شوند؟
 - چگونه این محصولات به دست شما می‌رسند؟
 - آیا قیمت این محصولات در زمان‌های خاصی دچار تغییر می‌شود؟ چرا؟
 - آیا تغییر این قیمت تأثیری در میزان خرید شما دارد؟
 - چه تبلیغاتی در رابطه با این محصولات در جاهای مختلف دیده‌اید؟
- مطالب و محتوای تعیین شده برای آموزش بازاریابی آمیخته‌ای از مفاهیم و مهارت‌های عملی می‌باشد. به اقتضای هر موضوع تمرینات عملی مرتبط با آن پیش بینی می‌شود که دانش‌آموزان مطالب مورد نظر را لمس نمایند. آمیخته بودن کسب و کار و بازاریابی با زندگی روزمره ما انسان‌ها باعث می‌شود که دانش‌آموزانی که در هر رشته نظری مشغول به تحصیل باشند؛ بتوانند دنیای بازاریابی و کسب و کار را درک کرده و نسبت به آن علاقه‌مند شوند.

فعالیت ۲

از دانش‌آموزان پرسید که از چه نوع کفشی برای راه رفتن استفاده می‌کنند؟

فعالیت ۳

قیمت این کفش چقدر است؟

فعالیت ۴

چگونه از وجود این نوع کفش اطلاع پیدا کرده‌اند و اقدام به خرید آن نموده‌اند؟

فعالیت ۵

از کجا این کفش را خریده‌اند؟

فعالیت ۶

از هر دانش‌آموزی بخواهید که ۵ محصول نام برده و مشخص نمایند برای خرید هر کدام از آنها به کجا مراجعه می‌کنند.
جواب:

نام محصول	محل خرید
نان	نانوایی، سوپرمارکت
دارو	داروخانه
گوشی تلفن همراه	مغازه/ بازار تلفن همراه
بلیط سفر	آژانس مسافرتی
لباس	لباس فروشی

البته خیلی از محصولات فوق را می توان بصورت اینترنتی هم خرید کرد.

فعالیت ۷

از دانش آموزان بخواهید که محصولات متناسب برای سنین مختلف افراد را نام ببرند.

جواب :

نام محصول	گروه سنی
اسباب بازی	کودکان
بازی های رایانه ای	کودکان و نوجوانان
لوازم خانگی	جوانان در آستانه ازدواج
عصا	سالخوردگان

فعالیت ۸

از دانش آموزان بخواهید که مشخص کنند چه محصولاتی متناسب با فرهنگ ما وجود دارد که در فرهنگ های دیگر یافت نمی شود.

جواب : (چادر زنانه، تسبیح، نوشیدنی و خوراکی حلال، لباس های متناسب با پوشش اسلامی)

تحقیقات بازار

در این بخش باید به دانش آموزان این نکته را متذکر شوید که بدون سنجش نیاز و گرایش بازار، امکان موفقیت در کسب و کار وجود ندارد. همان گونه که در راه اندازی کسب و کار هم اشاره شد، راه اندازی کسب و کار باید بازار محور باشد. صاحبان کسب و کارهای پیشرو همواره انجام تحقیقات بازاریابی را از اولویت های راهبردی خود می دانند.

فعالیت ۹

پرسشنامه زیر را در اختیار دانش آموزان قرار دهید تا تکمیل نمایند.

نمونه پرسشنامه بازاریابی آژانس مسافرتی

سن :	شغل :	تعداد مسافرت در هفته :	میزان هزینه هر سفر :
مقصد :	هدف از سفر (تجاری/ تفریحی)	علاقه و سرگرمی در سفر :	
مدت اقامت در هر سفر :	اولویت ها و نکات مهم در سفر :		

با جواب های مخاطبین می توان درباره برنامه سفر آنها، طوری برنامه ریزی کرد که خواسته ها و رضایتشان در طول سفر سنجیده و تأمین شود.

بازاریابی موضوعی میان رشته ای است که برای تعیین محتوا و نحوه آموزش آن از صاحب نظران علوم مختلف از جمله روانشناسی، جامعه شناسی و مدیریت می توان استفاده کرد. اثربخش ترین روش آموزشی، آن است که باعث تغییر و نگرش فراگیران به سوی فعالیت های بازاریابی جهت توسعه کسب و کار گردد.

مردمانی که در جامعه به محصول ما نیاز داشته و تمایل دارند برای داشتن آن پول بپردازند در بازار قرار دارند. مشتریان بایستی از در دسترس بودن کالا یا خدمت آگاه بوده و بتوانند آن را بدست آورند. کمک به جامعه جهت شناخت محصول و نحوه بدست آوردن آن را، راهبرد بازاریابی می گویند. برای یک کسب و کار منطقی است که راهبرد بازاریابی اثربخشی داشته باشند. در راهبرد بازاریابی بایستی موارد زیر مورد توجه قرار گیرد :

– محل کسب و کار

– تبلیغات

– بسته بندی

– نیاز به ارتباطات خوب با سایر کسب و کارها

– شهرت و اعتبار در جامعه (کلمه و عبارتی که با شنیدن آن کسب و کار به ذهن می آید).

– قیمت های رقیبان

یک کارآفرین بایستی کالاها یا خدماتش را براساس خواسته ها و نیازهای مشتریان تولید و ارائه دهد. یک محصول جدید در زمان ورود به بازار، معمولاً تقاضای بالایی دارد. به هر حال ممکن است به نقطه اشباع نیز رسیده و تقاضا ثابت مانده و یا کاهش یابد. بازار پایدار یک محصول جایی است که تقاضا همواره در حال افزایش بوده و یا با نرخ یکسانی در ثبات بماند.

تخمین هزینه و قیمت

یک محصول ممکن است در برابر دریافت پول و یا معاوضه با محصول دیگر به فروش برسد. صاحبان کسب و کارها می خواهند که در برابر فروش کالا و خدمت خویش سود به دست آورند. سود، تفاوت بین قیمت هزینه و قیمت فروش می باشد. قسمتی از سود می تواند مجدداً سرمایه گذاری شده و یا برای توسعه کسب و کار مورد استفاده قرار گیرد.

در تعیین قیمت فروش محصول بایستی موارد زیر را مورد توجه قرار داد :

– هزینه تولید (شامل هزینه حقوق خود نیز می شود)

– هزینه های اداری / بالاسری

– سود

بنابراین مهم است که هر کدام از اینها را به دقت حساب کرده تا قیمت فروش نهایی واقعی گردد.

$$\text{هزینه تولید} + \text{هزینه های اداری/بالاسری} + \text{سود} = \text{قیمت فروش}$$

هزینه تولید و بالاسری

هریک از هزینه‌های بخش‌های مختلف تولید یا ارائه خدمت و بالاسری را به دقت حساب کرده و باهم جمع کنید.

هزینه نیروی کار و استهلاک ماشین آلات و دستگاه‌ها (کاهش ارزش دستگاه در طی زمان) را نیز محاسبه کنید. یک کارآفرین در محاسبه حقوق و دستمزد نیروی کار، متناسب با شایستگی، تجارب، و سهم آنها در ارائه محصول و همچنین با در نظر گرفتن قوانین و مقررات اداره کار عمل می‌کند. پرداخت قیمت پایین‌تر برای مواد اولیه و یا پایین آوردن هزینه تولید به طور کلی می‌تواند منجر به کاهش هزینه‌های تولید و کاهش قیمت فروش گردد.

سود

یک کارآفرین در تعیین سطح سود ناشی از فروش کالا یا خدمت به دقت مطابق با قوانین عرضه و تقاضا عمل می‌کند. چنانچه تقاضا برای محصول از جانب خریداران بیشتر شود قیمت (و متعاقب آن سود) افزایش می‌یابد. اما در صورتی که عرضه محصول توسط تولیدکنندگان زیاد شود و مردم کمتری آن را بخرند قیمت آن محصول پایین می‌آید. هنگامی که قیمت کالایی بیش از حد بالا رود سود نهایی نیز بیشتر خواهد شد. با این وجود مشتریان محصول به خاطر افزایش قیمت محصول، کمتر می‌شوند.

محصولی را انتخاب کنید. از دانش‌آموزان بخواهید هزینه تولید، بالاسری (الکتریسیته و غیره) همانند عواملی چون دستمزد نیروی کار، استهلاک دستگاه‌ها و ماشین آلات، را محاسبه کنند. از آنان بخواهید که قیمت فروش و سود نهایی را نیز محاسبه کنند.

به دانش‌آموزان یادآوری کنید که تمام سودی که در کسب و کار بدست می‌آید خالص نیست. برای کسب و کار شاید لازم باشد که به دولت یا مراجع محلی مالیات پرداخت کنند.

۴ فعالیت ۱۰

سخنرانی یک بازاریاب

در ابتدا یک بازاریاب و یا کسی که برای کسب و کاری بازاریابی می‌کند برای ارائه سخنرانی درباره نحوه بازاریابی کسب و کار خود دعوت شده است، داستان موفقیت خویش را برای دانش‌آموزان بیان می‌کند و سپس معلم مطابق با الگوی مصاحبه با فرد سخنران سؤالات مورد نظر را مطرح کرده و آن فرد پاسخ می‌دهد. دانش‌آموزان نیز می‌توانند درباره نحوه بازاریابی سؤال کرده و پاسخ‌های لازم را کسب کنند.

نمونه پرسشنامه مصاحبه با یک بازاریاب

- ۱- لطفاً مختصری از زندگی نامه خودتان بگویید. (تاریخ تولد، محل تولد، موقعیت اقتصادی خانواده‌ای که در آن به دنیا آمده‌اید؛ شغل پدر، تحصیلات و ...)
- ۲- از آرزوها و رویاهای دوران کودکی خود بگویید. دوست داشتید مثل چه کسی باشید؟
- ۳- سوابق و مسیر شغلی خود را توضیح دهید (اولین سن پول درآوردن، شغل‌هایی که تا به حال داشتید و ...)
- ۴- نوع فعالیت و نوآوری‌های بازاریابی خود را توضیح دهید (نوآوری‌ها از نظر کانال توزیع، کیفیت، سرعت یا قیمت محصولات در مقایسه با کسب و کارهای مشابه رقبا، سهم محصول در بازار داخلی و احتمالاً خارجی، کانال‌های تبلیغاتی و ...)
- ۵- مشکلاتی که در راه فعالیت‌های بازاریابی کسب و کارتان بوده شامل چه چیزهایی است؟
- ۶- موفقیت خود را در بازاریابی ناشی از چه عواملی می‌بینید؟
- ۷- چقدر از وقت خود را در شبانه‌روز و چه نسبتی از فروش محصولات را به بازاریابی اختصاص می‌دهید؟
- ۸- آینده بازاریابی را چگونه می‌بینید؟

فعالیت ۱۱

از دانش‌آموزان بخواهید سؤالاتی را طراحی کنند و در آن میزان رضایت و علاقه خریداران را بسنجند.
(جواب: میزان رضایت از نظر کیفیت، دوام، زیبایی، استفاده راحت، جدید و ...)

فعالیت ۱۲

از دانش‌آموزان بخواهید که هر کدام ۵ نوع تبلیغات جالب (متنی، صدا، عکس و فیلم در رسانه‌های مختلف) انتخاب کرده و در کلاس برای بقیه نشان دهند.

فعالیت ۱۳

از دانش‌آموزان بخواهید که درباره ۵ محصول تحقیق کنند که از کجا به دستشان رسیده است.

فعالیت ۱۴

گردش و بازدید از کسب و کار و ارائه گزارش

این روش هم می‌تواند به صورت فردی و هم گروهی انجام شود. معلم قبل از بازدید، مجموعه‌ای از سؤالات مرتبط با بازاریابی را مطرح می‌نماید. از دانش‌آموزان می‌خواهد که برای سؤالات پاسخ‌های لازم را از کسب و کاری که بازدید می‌شود، به دست آورند. معلم از دانش‌آموزان می‌خواهد که گزارش خود را برای سایر هم‌کلاسی‌های خود نیز ارائه دهند. بازاریابی کارآفرینانه می‌تواند یک سبک و هنر خاصی برای تدریس باشد که مربی بایستی در شرایط متفاوت از آنها استفاده کند. بنابراین آنچه که مهم است، حرکت از تدریس علم بازاریابی محض، به سوی تدریس هنر و عمل بازاریابی کارآفرینانه است.

نمونه سؤالات مرتبط با گزارش بازاریابی

نام شرکت/ کسب و کار

مدت فعالیت

نسبت محصولات این کسب و کار در مقایسه با سایر کسب و کارها در بازار

کانال‌های توزیع محصول

رسانه‌ها و روش‌های تبلیغاتی

تعداد محصول جدید در هر سال

۴ فعالیت ۱۵

از دانش‌آموزان بخواهید که برای محصولات کسب و کار خویش در طی دوره زمانی مختلف، اندازه بازار را پیش‌بینی کنند. چه عواملی می‌توانند در تقاضا تأثیر داشته باشند.

۴ فعالیت ۱۶

از دانش‌آموزان بخواهید که برای محصول خویش، روش بازاریابی مشخص و طراحی کنند.

تمرینات بیشتر

سؤالاتی که در ابتدای درس از دانش‌آموزان جهت آماده کردن ذهن آنان جهت ورود به درس پرسیده شد می‌توانند پایه‌ای برای انجام تحقیقات و ارائه گزارش توسط دانش‌آموزان گردند. به‌هر حال فعالیت‌های زیر جهت تعمیق یادگیری می‌توانند مفید واقع شوند:

— از هر دانش‌آموزی بخواهید که درباره شکل ظاهری و قیمت محصولی که در طی زمان‌های مختلف تغییر پیدا کرده تحقیق نموده و در کلاس برای بقیه گزارش دهد.



خلاقیت

هدف کلی توسعه خلاقیت در دانش‌آموزان

اهداف جزئی

- شناخت خلاقیت و اهمیت و ضرورت آن در زندگی و کسب و کار
- توانایی تشخیص خلاقیت با سایر مفاهیم مشابه
- شناخت و تمرین فنون افزایش خلاقیت
- افزایش ویژگی‌های خلاقیت و نوآوری در دانش‌آموزان
- شناسایی راه‌های رسیدن به ایده محصول
- مورد آزمون قرار دادن ایده‌های کسب و کار.

چرا خلاقیت در کسب و کار مهم است؟

اگر ما تخیل خود را پرورش دهیم و از مرحله رویاهای بیداری گذشته، به مرحله تخیل خلاق برسیم قادر خواهیم بود مشکلات را دقیق‌تر تحلیل کنیم و برای این مشکلات راه حل‌های اثربخش‌تری را پیدا کنیم. شاید مهمترین پیام این باشد که به علت مواجهه جوامع بشری با مسائل ناهمگونی فزاینده وابستگی متقابل بین کشورها، تحلیل رفتن منابع طبیعی، سرعت فزاینده تغییرات و مسائل متعدد دیگر، نیاز به خلاقیت اجتناب ناپذیر است. از سویی یافتن تصویری هر چه جامع‌تر، غنی‌تر و دقیق‌تر از آینده برای هر جامعه از ضروریات است. تورنس چنین استدلال می‌کند که چنین تصاویری از آینده در افراد جامعه، انگیزه لازم را برای رسیدن به بالاترین سطح تفکر و خلاقیت بوجود می‌آورد.

خلاقیت مبحث مهمی از تفاوت‌های فردی به شمار می‌آید، با نگاهی به تاریخ گذشته درمی‌یابیم که جهان ما به دست افراد معدودی که در تفکر خود جهش‌های خلاقانه به پیش داشته‌اند تغییراتی بنیادی کرده است. گالیله، داروین و اینشتین در درک دنیایی که در آن

زندگی می‌کنیم نقش بسیار ارزنده‌ای ایفا کرده‌اند.

اختراعات نیز نشانگر همین نکته‌اند. ماشین بخار، تلفن، ماشین‌های حساب و... که وجودشان برای ما عادی شده است به دست کسانی طراحی و ساخته شده‌اند که ما آنها را خلاق می‌نامیم. در عالم هنر نیز طی قرن‌ها، کتاب‌ها، شعرها و... که جهان ما را غنی کرده‌اند به وسیله افرادی بسیار خلاق بوجود آمده‌اند. در طی دهه گذشته خلاقیت در تعلیم و تربیت، بازار بسیار گرمی داشته است.

ما در دنیایی با تغییرات متلاطم زندگی می‌کنیم، داده‌ها و اطلاعات جدید، مردم جدید، فناوری جدید و مشکلات تازه همواره پدیدار گشته و هر روز در معرض بمباران چیزهای نو و تازه هستیم. واقعیت‌ها سریعتر از آنچه که بتوانیم با آن سر و کار داشته باشیم تغییر پیدا می‌کنند. در این دنیای پرتلاطم، روش‌های قدیمی حل مسئله در تمام موقعیت‌ها پاسخگو و اثربخش نیستند. رویکردهای تحلیلی و عادی که در دوران صنعتی برای بررسی و حل مسائل همواره مطلوب و ایده آل بودند، الان دیگر پاسخگو نیستند. در مقابل بایستی به دنبال روش‌های جدیدی جهت مواجه شدن با تغییرات باشیم. از طریق خلاقیت می‌توانیم در هر موقعیتی پاسخ و راه حل مناسب با آن ارائه دهیم. به طور کلی در شرایط کنونی لازم است انتخاب‌ها و راه حل‌های جدیدی داشته باشیم.

در بسیاری از مدارس، دانشگاه‌ها و سازمان‌ها، دروس و دوره‌های آموزش روش‌های ایده‌یابی و خلاقیت ارائه می‌شود. پیامد و نتیجه چنین آموزش‌هایی بلند مدت بوده و زندگی فردی و شغلی را تحت تأثیر قرار خواهد داد. بنابراین آموزش روش‌های خلاقیت، پیشرفت‌ها و دستاوردهای تازه‌ای را برای زندگی بشر به ارمغان خواهد آورد. نظر به اینکه موضوع کارآفرینی ارتباط تنگاتنگی با خلاقیت دارد و در واقع خلاقیت از مهمترین پیش شرط‌های کارآفرینی و جزء لاینفکی از عوامل و شرایط ظهور آن می‌باشد. لذا در این فصل سعی می‌شود با ارائه و معرفی روش‌ها و فنون خلاقیت، دانش‌آموزان را به سمت و سوی خلاقیت و کارآفرینی بیشتر رهنمون سازیم.

فعالیت فردی

فعالیت ۱

از دانش‌آموزان بخواهید که هر کدام ۵ محصول جدید نام ببرند که ۱۰ سال پیش وجود نداشته است.

جواب: (تلفن همراه با قابلیت‌های امروزی، نرم افزارهای مختلف، پنیر با طعم گردو، دوغ با طعم نعنا، چیپس با طعم ماهی).

فعالیت ۲

با اتکاء به تجربه خرید دانش‌آموزان تفاوت‌های موجود در استفاده از خدمات کسب و کارها را فهرست کنید. به عنوان مثال وقتی به رستوران، ساندویچی، مراکز تفریحی و مغازه ای رفته‌اند چه ویژگی‌های خاصی در ارائه خدمات وجود داشته که در جای دیگر وجود ندارد.

جواب: (مثال در رستوران این امکان وجود دارد که غذای باقیمانده از سفارش غذا را در ظرف مناسبی ریخت و با خود برد).

فعالیت ۳

از دانش‌آموزان بخواهید که هر کدام ۵ ایده جدید برای کسب و کارهای مختلف پیدا کنند. از آنان بخواهید در کلاس برای بقیه توضیح دهند که چگونه به این ایده‌ها رسیده‌اند؟

مثال: (۱) - گردشگری با دو چرخه برای کسب و کارهای خدمات گردشگری (به خاطر کم هزینه بودن و آسیب نرساندن به محیط زیست)، (۲) - تبلیغات در آسانسور برای شرکت های تبلیغاتی (آزاد بودن وقت افراد در آسانسور) و... .

دانستنی هایی برای معلم

روانشناسان معمولاً خلاقیت را به عنوان شکلی از حل مشکل تعریف می کنند که از خصوصیات آن ارائه راه حل های بدیع، نو و جدید برای مشکلات هنری، علمی و عملی است. خلاقیت یعنی ترکیب مجدد عقاید، اندیشه ها، افکار، تصورات و انگاره هایی که قبلاً برای فرد شناخته شده است، اما به شیوه ای جدید و متفاوت از قبل. خلاقیت از مسائلی بوده که همواره ذهن اندیشمندان و محققان را متوجه خود ساخته است بطوری که نظریات متعددی در ارتباط با آن از سوی محققان و روانشناسان ارائه گردیده است که از آن جمله می توان به موارد زیر اشاره کرد:

فرآیند و مراحل خلاقیت

۱- به گفته افراد خلاق، مشخصه تفکر خلاق در آنان مکالمه ای درونی است. فروید گفته این مکالمه بین خود آگاه و ناخودآگاه صورت می گیرد.

۲- در بسیاری از موارد افراد در یک حالت نیمه هوشیار و رویا و یا هنگامی که انسان بدون وجود احساس یا حضور ذهن به کاری اشتغال دارد، به بینش های بسیاری دست یافته اند.

۳- گاهی متفکران چنین گفته اند که در مراحل ابتدایی، یعنی هنگامی که اندیشه ها در حال شکل گیری هستند، از به کار بردن واژه ها و منطق متعارف اجتناب می ورزند و در عوض به تخیلات و انتزاع های مبهم روی می آورند و سپس اندیشه های خود را در قالب کلمات می ریزند.

۴- سرانجام، کار خلاق مستلزم تمرکز شدید فکری، پشتکار و صرف انرژی فراوان است به ویژه در مرحله ای که مقدمات پیدایش اندیشه خلاق فراهم می شود.

آنچه در زیر آمده است، مراحل مختلف فرآیندی است که به وسیله آن ذهن متفکر و درگیر و تخیل خلاق باید از آن بگذرد تا به افکار، عقاید و برنامه های جدید دست یابد.

۱- آمادگی: باید مشکل یا طرحی را که قادر به حل آن هستید، مشخص سازید. برای این منظور حافظه، توانایی و مهارت های ذهنی دیگر خود را به کار گیرید تا مشکل خود را به دقت تعریف کنید، در رابطه با آن اطلاعات مفید و واقعیت ها را جمع آوری کنید و قبل از اقدام به هر عملی این اطلاعات را به بخش های قابل فهم، تقسیم و آن را تجزیه و تحلیل کنید.

۲- خلق اندیشه: اندیشه های خلاق و حیاتی به ذهن می رسد و این احتمال که در نهایت مشکل شما حل شود، افزایش می یابد. در این مرحله می توانید راه حل های گوناگون را در نظر بگیرید. وقتی درباره راه حل ها به قضاوت می پردازید در نظر داشته باشید که جریان اندیشه قطع می شود. در این صورت مراقب باشید که قضاوت درباره راه حل ها مانع از فرآیند خلاق ذهن شما نشود.

۳- بازپیدایی: در این مرحله از فراوانی اندیشه های گوناگون که به ذهن می آید کاسته می شود و اندیشه تازه دیگر به ذهن نمی رسد. در این مرحله می توان راه حل هایی که ظاهراً غیر عملی صرف به نظر می رسد حذف کرد. اندیشه های

مشابه را کنار هم بگذارید و به اندیشه‌ای که برای روشن‌تر ساختن آن به اطلاعات یا به تفکر بیشتر نیاز دارید توجه زیاده‌تر نشان دهید. در این مرحله می‌توانید نتایج مرحله‌ای را که طی آن خلاقیت و نوآوری فکری داشته‌اید منظم کنید.

۴- قضاوت : در این مرحله همه توان خود را برای نقد و بررسی افکار خود به کار گیرید و فهرست اندیشه‌هایی را که به ذهن شما رسیده است با دقت مورد آزمایش قرار دهید. اندیشه‌هایی که به نظر می‌رسد ناکافی هستند کنار هم بگذارید تا بهترین اندیشه شما که امکان عملی شدن آن وجود دارد و شما می‌توانید از آن برای حل مشکل خود یا نیل به هدف‌های مورد نظرتان استفاده کنید در فهرست اندیشه‌هایتان باقی بماند.

به یاد داشته باشید که برای دستیابی به تفکر خلاق نمی‌توان راه حل چهارگانه این فرآیند را کوتاه‌تر کرد. در این مورد باید گفت که هر چند ذهن آدمی غالباً با ظرافت بسیار از یک مرحله به مرحله دیگر وارد می‌شود و معمولاً فرد متوجه این مراحل نمی‌شود، اما خلق اندیشه‌های بدیع و بکر که در مرحله دوم انجام می‌گیرد، باعث می‌شود تفاوت بین یک فرد نابغه و فرد دیگری که فقط باهوش است با تفاوت بین یک فرد موفق و یک فرد ناموفق مشخص گردد.

مشخصات افراد خلاق

هر چند افراد خلاق از هوش بالاتر از متوسط برخوردارند اما برای اینکه فرد بسیار خلاق باشد ضرورتاً نباید نابغه باشد. افراد خلاق تازگی و بدیع بودن را ترجیح می‌دهند. پیچیدگی مسائل توجه آنان را جلب می‌کند و به قضاوت‌های مستقل می‌پردازند. علاوه بر آن، توانایی تمام کردن، کامل کردن و یکی کردن افکار گوناگون در این افراد بیش از دیگران است. افراد خلاق در یکی کردن تفکر کلامی با تفکر بصری و تفکر منطقی و مبتنی بر واقعیت با تفکر غیرمنطقی و تخیلی، سرآمدتر از افراد غیر خلاق هستند. افراد خلاق بیشتر بوسیله علائق درونی خود نسبت به کارهای خلاق برانگیخته می‌شوند تا عوامل بیرونی نظیر شهوت، پول یا تأیید دیگران. در واقع، وقتی دلایل بیرونی باعث انجام کارهایی می‌شود که ذاتاً جزو کارهای فکری خلاق به حساب می‌آید، ممکن است شخص انگیزه خود را برای انجام آن از دست بدهد.

مطالعات انجام شده درباره ویژگی‌های افراد آفریننده نشان می‌دهد که افراد آفریننده دارای ویژگی‌های زیر هستند :

- ۱- انگیزه پیشرفت سطح بالا، ۲- کنجکاوی فراوان، ۳- علاقه‌مندی زیاد به نظم و ترتیب در کارها، ۴- قدرت ابراز وجود و خودکفایی، ۵- شخصیت غیرمتعارف و کامروا، ۶- پشتکار و انضباط در کارها، ۷- استقلال، ۸- طرز فکر انتقادی، ۹- انگیزه زیاد و دانش وسیع، ۱۰- اشتیاق و احساس سرشار، ۱۱- زیباپسندی و علاقه‌مندی به آثار هنری، ۱۲- علاقه کم به روابط اجتماعی و حساسیت زیاد نسبت به مسائل اجتماعی، ۱۳- تفکر شهودی، ۱۴- قدرت تأثیر گذاری بر دیگران.

موانع موجود در برابر خلاقیت

موانعی در برابر خلاقیت نوجوانان و جوانان معرفی شده‌اند که تعدادی از آنها به شرح زیر می‌باشد.

۱- موانع بیولوژیکی - فیزیولوژیکی

بدون تردید عوامل ارثی و امور طبیعی و فرهنگی همه در پیدایش استعداد و رشد خلاقیت تأثیر دارند. نویسندگان بزرگ، ریاضیدان‌های معروف و مخترعین، اغلب در دوران کودکی آثار نبوغ و خلاقیت از خود ظاهر ساخته‌اند. افراد بیشماری در محیط‌های مساعد پرورش یافته‌اند ولی همه آنها موجب فکر و اندیشه تازه نشدند. با اینکه عامل ارثی

پیدایش استعداد و خلاقیت را در افراد ممکن می‌سازد ولی تحت تأثیر عوامل محیطی قرار دارد.

۲- موانع محیطی - اجتماعی

باید فرزندان خود را به صورت موجوداتی کاملاً ویژه و یکتا و بی‌مانند بنگریم و آنها را تشویق کنیم. در برخورد با هر مسئله‌ای سعی کنید تا آنجا که امکان دارد از ضمیر و فکر بی‌مانند خود کمک بگیرید. انسان خلاق کسی است که کاملاً مستقل عمل می‌کند. چنین شخصی نه می‌تواند و نه اجازه می‌دهد دیگری به جای او فکر یا عمل کند.

تعدادی از عوامل خانوادگی که در رشد خلاقیت مؤثرند عبارتند از :

- زمینه تحصیلاتی عالی در خانواده

- کمی فشار به همانند سازی در رشته‌های تحصیلی

- راهنمایی والدین به استقلال و تحمل رفتار مستقل

- اعتماد به کودک

- نبودن رابطه عاطفی قوی بین والدین و کودک

- تشویق و تقویت مداوم رفتار خلاق

شرایط نامساعد خانه که ممکن است مانع رشد خلاقیت شوند از این قرارند :

- تشویق نکردن کاوش و پرسش کودک

- ندادن وقت آزاد به کودک

- تشویق به با هم بودن خانواده و محروم ساختن کودک از تنهایی و خلوت

- تشویق نکردن خیال‌پردازی و آن را مذموم شمردن

عوامل محیطی نه تنها سبب پرورش استعدادهای مختلف افراد می‌شود بلکه موجباتی برای تحریک و تشویق افراد به خلق اندیشه و طرق تازه فراهم می‌سازد. از جمله شرایط نامساعد مدرسه برای رشد خلاقیت می‌توان شرایط زیر را نام برد.

- تأکید بر روی حفظ و از بر کردن

- تشویق نکردن هر چیزی که خارج از الگوی مدرسه است

- برنامه درسی و جدول ساعات غیر قابل انعطاف برای فعالیت‌های کلاس

- انضباط سخت و زورمدارانه

- اعتقاد معلمان به اینکه محصلان خلاق را نمی‌توان به راحتی اداره کرد.

۳- موانع فردی

در جهت پرورش خلاقیت موانع مختلف وجود دارند که تعدادی از آنها به خود فرد مربوط است. از جمله موانع فردی در برابر خلاقیت می‌توان موارد زیر را عنوان کرد :

- خویشتن‌پذیری : کسانی که خود را کمتر از آنچه که هستند به حساب می‌آورند و به دیگران نشان می‌دهند و

نیز کسانی که خود را بیشتر از آنچه هستند می‌خواهند به دیگران نشان دهند، در زندگی اجتماعی موفق نیستند. و این دو گروه در روابط انسانی به‌طور دائم با مشکلاتی مواجه هستند. اضطراب، یکی از عوامل بازدارنده جریان خلاقیت است. هراندازه میزان خویشتن‌پذیری در کودکان پایین‌تر باشد، به همان اندازه مضطرب‌تر هستند و این عامل است که در سازش یافتگی آنها و بازده تحصیلی و خلاقیت آنان اثر سوء می‌گذارد.

انگیزش: انگیزش در واقع نیروی محرک و به کار اندازنده جریان خلاقیت در انسان است. موقعی که فهمیدن و عمل کردن آسان باشد و درواقع عملی از روی عادت انجام گیرد، خلاقیت در کار نیست ولی به محض اینکه مسأله‌ای پیش آمد جریان خلاقیت به کار می‌افتد. همچنین او معتقد است در ترغیب و افزایش خلاقیت و به خصوص خلاقیت کودکان انگیزه کنجکاوی است. کنجکاوی در واقع عشق به دانستن است، عشق به کسب اطلاعات جدید و عشق به افزایش ظرفیت و توانایی در شخص است. این انگیزه در کودکان بیش از دیگران است. و هر اندازه محیط زیست کودک از نظر منابع اطلاعاتی قوی‌تر باشد این انگیزه بیشتر از قوه به تخیل در می‌آید.

روش‌های پرورشی خلاقیت

امروز محققان و اندیشمندان روش‌ها و زمینه‌های مختلفی را برای پرورش خلاقیت عنوان نموده‌اند که می‌توان به موارد زیر اشاره نمود:

— مواردی وجود دارد که تعداد اختراعاتی که بوسیله مخترعین خلاق بوجود آمده با افزایش سن آنان رو به کاهش گذاشته است. لیکن به احتمال قوی توضیح علت این امر مربوط به نیروی محرک نسبی است. از لحاظ انسانی غیر قابل اجتناب است که بعضی از افراد پس از کسب موفقیت‌های متعدد از کوشش بازایستند. بدین ترتیب پیشرفت جامعه به سوی رفاه فردی ممکن است آن جامعه را از خلاقیت‌هایی که با کوشش افراد مسن‌تر امکان پذیر است محروم نماید. حتی اگر استعداد ذاتی ما رشد نیابد قدرت خلاقیت ما می‌تواند سال به سال با سعی و کوشش که در آن زمینه به کار می‌بریم به رشد خود ادامه دهد.

— در ارتباط با چگونگی تأثیر دانش بر خلاقیت چنین دیدگاهی وجود دارد: بر اساس آزمایش‌های علمی در مورد استعداد خلاقیت، تفاوت کمی بین افراد همسن دانشگاه دیده و غیردانشگاهی وجود دارد. در حقیقت تحصیلات، عامل اساسی نمی‌باشند و بسیاری از افراد با تحصیلات بالا از لحاظ خلاقیت بی‌بار هستند.

— یادداشت برداری حین مطالعه، تمرین خلاقیت بسیار بهتری بوجود می‌آورد. وجود یک آزمایشگاه فیزیک یا شیمی و داشتن روش غیر متمرکز در تدریس و استفاده از کتابخانه‌ای غنی‌تر به مراتب مؤثرتر از وجود یک کتاب درسی است که پر از آخرین اطلاعات علمی باشد.

— نظام آموزشی که علاقه‌مند به تربیت جامعه‌ای خلاق و جوشان است از انجام سه کار سخت پرهیز می‌کند:

۱- محدود کردن شاگردان به کتاب درسی و گفته معلم

۲- استفاده از روش‌های سنتی متکی بر تکرار و تقلید و آموزش

۳- جلوگیری از شک و بروز عقاید

در ارتباط با اهمیت مطالعه کتب غیردرسی در پرورش خلاقیت کودکان و نوجوانان نکاتی را می‌توان بشرح زیر

بیان کرد:

۱- مطالعه کتب غیردرسی در هر زمینه و موضوعی که باشد بر تجربه‌های کودکان و نوجوانان می‌افزاید.

۲- مطالعه کتب غیردرسی اطلاعات بیشتری را در اختیار نونهالان می‌گذارد و طبیعتاً آنها را در یافتن راه حل‌های لازم برای برخورد با مشکلات مجهزتر می‌کند.

۳- مطالعه کتب غیردرسی افراد را در معرض انواع افکار و عقاید قرار می‌دهد و او را از خطر تعصب مصون

می‌دارد.

۴- مطالعه کتب غیردرسی کودک و نوجوان را با بار عظیم تمدن بشری در خارج از هر برنامه و قیدی آشنا می‌کند.

۵- مطالعه کتب غیردرسی به فرزندان ما می‌آموزد که دانش و هنر، دریای بیکرانی است که همواره در حال تلاطم و تغییر است و هر فرد می‌تواند با برخورداری از امواج موجود، موجی نو و کارساز ایجاد کند.

اطلاعات یکی از عوامل اساسی خلاقیت و ماده خام آن است. بعضی از بازی‌ها به پرورش قدرت تصور کمک می‌کند. همچنین خلاقیت به مقدار زیادی بستگی به نحوه بازی دارد، بدین معنی که به جای بازی کردن بر طبق عادت می‌کوشند روش‌های جدید و جسورانه‌ای را برای رسیدن به هدف به کار برند. همچنین کارهای دستی برای ما از نظر خلاقیت دارای اثر بیشتری خواهد بود، در صورتی که خود، هم طرح را بوجود آوریم و هم آن را اجرا کنیم. ما می‌توانیم قدرت تصور خود را با سعی در ابداع سرگرمی‌های جدید افزایش دهیم.

تمایزهای تفکر همگرا و تفکر واگرا از جمله مباحثی در روان‌شناسی است که آغازگر آن گیلفورد بود. گیلفورد در تمایز با هوش، به مفهوم خلاقیت توجه کرد. تفکر واگرا، خلاق‌تر است. در جدول زیر تمایز دو نوع تفکر همگرا و واگرا نشان داده شده است:

تفکر همگرا	تفکر واگرا
گزینه‌های محدود آجر چیست؟ پاسخ: از مهمترین مصالح ساختمانی است که...	گزینه‌های نامحدود و سیال با آجر چه کارهایی می‌توان کرد؟ پاسخ‌های متفاوت بر حسب شدت واگرایی: ۱. ساختن خانه / ساختن مدرسه / ساختن اجاق ۲. زدن به حیوانی که به ما حمله می‌کند / کوفتن به میخ / درست کردن دروازه‌های فوتبال
حل مسأله اگر وزارت نیرو اطلاعیه بدهد که فردا آب‌های منطقه شما دوساعت قطعی خواهد داشت، چه می‌کنید؟	طرح مسأله و تکثیر مسأله اگر همه آب‌های ورودی شهر شما قطع بشود چه اتفاقاتی ممکن است بیفتد؟
پاسخ‌های منظم و چارچوب بندی پسری ۱۰۰۰ تومان پول داشت آن را به بقالی داد و دو آب‌نبات ۳۰۰ تومانی خرید، چقدر باید پس بگیرد؟ پاسخ: ۴۰۰ تومان	پرسش افکنی الف. پسری ۱۰۰۰ تومان پول داشت آن را به بقالی داد و دو آب‌نبات ۳۰۰ تومانی خرید، چقدر باید پس بگیرد؟ پاسخ: شاید قبلاً هم بدهکار بوده است. ب. چند عمل مختلف هست که پاسخش ۴۰۰ باشد
راه‌های متعارف فلسفه سیاسی، پاسخی به این سؤال است که چه کسی باید حکومت بکند؟ شاهان، اشراف، مردان الهی، حکما، ...	راه‌های نرفته (سنت شکنی) سؤال اصلی فلسفه سیاسی این سؤال نیست که چه کسی باید حکومت بکند، بلکه این است که چه روشی از حکومت رضایت‌بخش‌تر و پایدارتر است.
امور مربوط کدام نوع از انواع اسب، بالاترین قدرت را دارد؟ پاسخ: اسب تازی، اسب ترکمن، ...	امور نامربوط کدام نوع از انواع اسب، بالاترین قدرت را دارد؟ پاسخ: اسب بخار

فعالیت‌های گروهی: رهنمودهایی جهت کار گروهی دانش‌آموزان در ایده‌یابی و خلاقیت

قبل از یادگیری درباره فعالیت‌های گروهی خلاقیت لازم است درباره نحوه تعامل با گروه جهت ایجاد ایده آشنا شوید. بنابراین لازم است مسائل زیر را در نظر داشته باشید:

تعداد اعضای گروه بین ۴-۵ نفر باشد. گروه‌هایی با تعداد کم و یا بیشتر از این مقدار اثربخشی کمتری دارند. مطمئن باشید که تمام اعضای گروه‌ها مقررات اساسی و پایه‌ای «زود قضاوت نکردن درباره نظر دیگران» را رعایت کنند. سعی کنید شرایط و محیط جذابی را برای دانش‌آموزان فراهم کنید. شوخی و بذله‌گویی را تشویق نمایید. تحقیقات نشان می‌دهد که گروه‌هایی که در آن خنده و بذله‌گویی است در مقایسه با گروه‌هایی که اعضا کمتر به شوخی و بذله می‌پردازند، ایده بیشتری تولید می‌کنند. هرچقدر می‌توانید بهتر است در یک زمان فعالیت بیشتری انجام دهید. فعالیت‌های مختلف با توجه به شخصیت‌ها و تجربیات اعضای گروه دانش‌آموزان می‌تواند منجر به جرقه‌ایده‌های گوناگونی شود.

مهم‌تر از همه در همه جلسات ایده‌یابی به فراگیران آموزش دهید که از این قانون پایه پیروی کنند:

در هنگام ایده‌یابی تمام قضاوت‌ها را کنار بگذارند

این قانون در ایده‌یابی اساسی بوده و شما بایستی فراگیران را تشویق کنید هنگامی که با یکدیگر در تعامل هستند مطابق با آن عمل کنند. تأکید کنید که هرچقدر ایده‌های بیشتری فهرست کنند، مزیت بیشتری برای حل مسأله خواهند داشت. هنگامی که فرصتی را برای انتقاد و ارزیابی ایده اختصاص بدهند، ایده‌های زیادی تولید نخواهد شد. آنها ارزشیابی ایده‌ها را بایستی بعد از فهرست کردن تمام ایده‌ها انجام دهند. شاید شما از دانش‌آموزان بخواهید عبارت زیر را پنج مرتبه بطور پیاپی با صدای بلند تکرار کنند:

در ایده‌یابی قضاوت نیست.

در ایده‌یابی قضاوت نیست.

در ایده‌یابی قضاوت نیست.

در ایده‌یابی قضاوت نیست.

در ایده‌یابی قضاوت نیست.

بعد از هموار کردن مقدمات فوق از تکنیک‌ها و فنون مختلف خلاقیت می‌توانید برای ایده‌یابی استفاده نمایید. نمونه این تکنیک‌ها در کتاب نیز اشاره شده است. فنون زیر نمونه‌هایی از روش‌های آموزش خلاقیت می‌باشند:

الف) روش فوران اندیشه: واژه فوران اندیشه چنین تعریف شده است: «اجرای یک فن گردهمایی که از طریق آن، گروهی می‌کوشند راه حلی برای یک مسأله بخصوص با اثباتن تمام ایده‌هایی که به‌وسیله اعضا ارائه می‌شود، بیابند.» با استفاده از این روش می‌توان استعداد عقلی و ذهنی افراد را رشد داد چنانکه افراد بتوانند بیشترین بهره را از توانایی‌های فکری خویش بگیرند.

قوانین حاکم بر جلسات فوران اندیشه:

برای اینکه بتوان از جلسات گروهی فوران اندیشه بهره کافی گرفت حتما لازم است چهار قانون مهم به‌دقت رعایت گردد:

۱- انتقاد ممنوع است.

قضاوت و انتقاد می‌تواند مانعی در جهت اندیشه‌های با ارزش گردد. بنابراین لازم است تا زمانی که ایده کافی فراهم آید هیچگونه قضاوتی به‌عمل نیاید.

۲- چرخش آزاد مطلوب است.

هرچه اندیشه‌ها بیشتر جسورانه و غیر معمول باشد بهتر است. زیرا این ایده‌ها موجب می‌شود با روش تازه، راه حل‌های جدیدی

برای مسائل بیابیم.

۳- کمیت بیشتر بهتر است.

ارائه هر چه بیشتر افکار موجب می گردد راه حل ها و ایده های بیشتری طرح شود و دامنه انتخاب وسیع تر گردد.

۴- ترکیب و اصلاح ایده ها مهم است.

وقتی دو یا چند چیز با هم ترکیب شوند، نتیجه حاصله چیزی بیش از هر کدام از اجزا است.

ب) روش فهرست خصوصیات : در این روش به جای اینکه به موضوع به شکل کلی بنگریم، آن را به اجزایی کوچک تر تقسیم می کنیم و به هر جزء مستقلاً می پردازیم. در این روش فرد فهرستی از صفات مختلف یک شی یا ایده را آماده می کند و سپس هر صفت را جداگانه بررسی می کند. این روش را می توان هم در مسائل ساده و هم پیچیده بکار برد و همچنین از اشیاء گرفته تا مسائل انتزاعی را دربرمی گیرد. آنگاه با تمرکز بر هر خصوصیت، راه هایی که بتوان آن خصوصیت را اصلاح کرد یا تغییر داد را جستجو کرد و مشخص نمود. در اینجا نیز اجزاء مسأله را مشخص نموده و سپس برای هر جزء فهرستی از خصوصیات تهیه کرده و سپس راه حل ها و ایده هایی را که می تواند جهت بهبود موقعیت مؤثر باشد یادداشت می نماییم. در این مرحله می توان از جلسه فوران اندیشه نیز بهره گرفت و کار را تکمیل نمود.

ج) روش فهرست سؤالات : در این روش فهرستی از سؤالات تهیه می شود تا موجب برانگیختن قدرت تفکر و تصور فرد گردد. سؤالات آن گونه تنظیم می شوند که ایده برانگیز باشند. این روش می تواند با شکل فردی و گروهی مورد استفاده قرار گیرد. سؤالات عبارتند از :

۱- کاربردهای دیگر : آیا می توان از این وسایل استفاده دیگری نمود؟ چگونه می توان آن را تغییر داد تا کاربرد دیگری داشته باشد؟

۲- اقتباس : چه روش دیگری می توان برای این کار اقتباس کرد؟ چه چیز دیگری شبیه این وسیله است؟ چه ایده دیگری می توان از آن برداشت نمود؟

۳- تعدیل و تغییر : چگونه می توان در ویژگی های شیء تغییر به وجود آورد؟ با چه تغییری می توان آن را مناسب تر ساخت؟

۴- جانشین سازی : چه چیزی را می توان جانشین ساخت؟ چه کسی را می توان به جای آن به کار گرفت؟ چه احساسی را می توان جانشین نمود؟

۵- بزرگ سازی : چه چیزی می توان به آن افزود؟ آیا باید قوی تر باشد؟ اگر به آن اجزائی اضافه شود چه می شود؟ اگر بزرگ تر گردد، چه؟

راه های شناسایی ایده در کسب و کار

علاوه بر موارد فوق می توان از روش های زیر جهت تولید محصول و ارائه آن بهره گرفت :

- توجه به نیازها جهت ایجاد محصولات یا فرآیندهای بهتر، ارزان تر، سریع تر، کم خطرتر، سبک تر، سنگین تر، بزرگ تر، کوچک تر،

قوی تر، کم مصرف تر، کم صدا تر و کم مطلوب تر برای محیط زیست.

- توجه به پدیده ها (سبب نیوتن و ...)

- توجه به مشاهدات تصادفی

- انتخاب ارادی و تصادفی موضوع مورد اختراع

- تبادل قابلیت های محصولات با یکدیگر

– تعبیه قابلیت‌های طبیعی در محصولات.

مرحله جمع‌بندی فعالیت‌های ایده‌یابی

در نتیجه فعالیت‌های مختلف ایده‌یابی ممکن است به ایده‌های گوناگون و متفاوتی دست پیدا کنید، در اینجا به جمع‌بندی و شناسایی ایده‌های مهم پرداخته می‌شود.

۱– ایده‌های ابراز شده را مرور کنید.

۲– برای ایده‌ها رأی‌گیری کنید و تعداد ایده‌های مورد نظر را محدود کنید.

۳– ملزومات و محدودیت‌ها را بررسی کنید.

۴– پنج تا ده ایده برتر را برگزینید.



جایگاه مشتری در ذهن فروشنده

اهداف کلی

اهداف کلی این درس آشنایی دانش‌آموزان با جایگاه مشتری و شناسایی ویژگی‌های لازم برای فروشنندگی است. لذا لازم است دانش‌آموزان در این خصوص قواعد فروشنندگی را بدانند و با اصول جذب مشتری آشنا شوند.

اهداف جزئی

- جایگاه مشتری را بشناسد و مشتریان مهم خود را شناسایی کند.
- قواعد فروشنندگی را بداند و به ضرورت‌های آن پی ببرد.
- با توجه به شناخت مشتری و اصول و فنون فروشنندگی با نحوه جلب رضایت و خشنودی مشتری آشنا شود.
- دانش‌آموزان یاد بگیرند که به طرز مؤثری مشتریان احتمالی خود را پیدا کنند و به آنها فروش کنند.
- راه برقراری ارتباط مؤثر با مشتریان بالقوه را یاد بگیرد.
- با نحوه پاسخگویی به شکایات مشتریان آشنا بشود و بتواند جوابگوی شکایات آنها باشد.
- بتواند شبکه مشتریان درست کند تا مشتریان مجدداً علاوه بر خود، دیگران را نیز جهت خرید محصولات تشویق نمایند.

دانسته‌ها و تجربیات پیشین

دانش‌آموزان در مباحث بازاریابی با قیمت‌گذاری و گروه‌های مختلف مردم جهت فروش بهتر آشنا شده‌اند. از دیدگاه عملی نیز هر فردی تجربه خرید محصولی را دارد. بنابراین در این درس با اتکاء به تجربیات دانش‌آموزان می‌توانید درس را بهتر یاد دهید.

اهمیت و نقش درس

یکی از عوامل مهم ورشکستگی شرکت‌ها ناموفق بودن آنها در امر فروش و فرهنگ فروش است. امروزه بهترین شرکت‌ها، شرکت‌هایی هستند که بهترین فروشندگان را در اختیار دارند و مدیران عامل بسیاری از شرکت‌ها از بین فروشندگان انتخاب می‌شوند. لذا در زمینه فروش لازم است که شرکت‌ها و افرادی که ایجاد کسب و کار می‌نمایند موارد زیر را باور داشته باشند :

۱- باور به تخصصی بودن فروش و تبلیغات و هنری بودن و جنبه حیاتی داشتن آن

۲- باور به اهمیت دادن به مشتری

۳- باور به شناخت بازار و تحقیق در آن

شب و روز ما در حال فروش هستیم. ما همه فروشندگان هستیم، بعضی کالا، بعضی خدمات و بعضی فکر می‌فروشند. در واقع ما همه به نوعی فروشندگان هستیم. لذا ضرورت دارد که به این امر مهم پرداخته شود. به گونه‌ای که در علم روانشناسی در این خصوص تحت عنوان روانشناسی فروش فعالیت‌های علمی صورت گرفته شده است.

دانستنی‌های معلم

مفهوم مشتری

بطور کلی دو گونه تعریف از مشتری مطرح است :

۱- تعاریف ساده

مشتری کسی است که چیزی از ما می‌خرد.

مشتری کسی است که ما به او چیزی می‌فروشیم.

مشتری کسی است که به ما مراجعه می‌کند.

مشتری کسی است که برای او کاری انجام می‌دهیم.

مشتری کسی است که اگر نباشد ما شغلی نداریم.

مشتری کسی است که ما به خاطر او کار می‌کنیم.

۲- تعریف پیچیده

مشتری شخصیتی است حقیقی یا حقوقی که خواستار یا خریدار کالا و یا خدمتی است.

شخصیت حقیقی : هر فردی که در جامعه حضور دارد و مستقلاً به شرکت مراجعه می‌کند.

شخصیت حقوقی : منظور، گروه‌های سازمان یافته یا شرکت‌ها یا سازمان‌هایی هستند که می‌توانند مشتری سازمان‌های دیگر باشند.

خواستار : منظور آن مشتری‌ای است که خواهان کالا یا خدمات ما هست ولی تاکنون از آن بهره‌مند نشده است و ممکن است در آینده از کالا و یا خدمات سازمان ما استفاده کند.

خریدار : منظور کسی است که تاکنون حداقل یک بار از کالا و یا خدمات ما استفاده کرده است.

فعالیت ۱

- در آغاز تدریس، معلم از شاگردان سؤال کند که نحوه برخورد فروشنده را در خرید پوشاک، کفش و یا در صورتی که اقدام به خرید لوازم خانگی نموده‌اند را به یاد آورند و سپس معلم اقدام به پرسش سؤالات زیر نماید :
- ۱- چگونه برخورد فروشنده زمانی که وارد مغازه شدید؟
 - ۲- آیا فروشنده توضیحات لازم را در مورد کالا به شما داد؟
 - ۳- آیا فروشنده اطلاعات لازم را در مورد کالا داشت؟
 - ۴- به نظر شما آیا علاقه به کارش داشت؟
 - ۵- آیا حوصله لازم را در پاسخ‌گویی و برخورد با مراجعین داشت؟
 - ۶- آیا رفتار وی توأم با ادب بود؟
 - ۷- آیا روش جدیدی در ارائه محصول و فروش مشاهده نمودید؟
 - ۸- آیا لباس مرتب متناسب با نوع کسب و کار داشت؟
 - ۹- آیا برخورد فروشنده در خرید شما مؤثر بود؟
 - ۱۰- آیا به آشنایان خرید از این فروشگاه را توصیه می‌کنید؟

فعالیت ۲

دو نفر از دانش‌آموزان را انتخاب کنید که یکی در نقش فروشنده و دیگری در نقش خریدار برای خرید و فروش کالایی (مثل ساعت، خودکار و...) ایفای نقش نمایند. از بقیه دانش‌آموزان هم بخواهید نکات مثبت و منفی فروشنده را با توجه به معیارهای فوق فهرست کنند.

دانستنی‌های معلم

زبان بدن / ارتباطات غیر کلامی

زبان بدن و ارتباطات غیر کلامی عبارت است از کلیه پیام‌هایی که افراد علاوه بر خود کلام، آنها را نیز مبادله می‌کنند. طرز قرار گرفتن، راه رفتن، ایستادن، حرکات، چهره‌ها و چشم‌ها، لحن صدا، طرز لباس پوشیدن و... جملگی نشانه‌های ارتباطات غیر کلامی هستند. بنابراین توجه به کلیه موارد فوق می‌تواند در نحوه ارتباط با مشتری و جذب وی مؤثر واقع شود. مشتری در بدو ورود به محل کار شما با دیدن نشانه‌های غیر کلامی در مورد شخصیت شما قضاوت می‌کند. لذا باید تلاش نماییم تا شخصیتی مثبت در ذهن مشتری از خود به جا بگذاریم تا در مورد شما قضاوت خوبی داشته باشد.

آنچه که در فروش بسیار مهم است نحوه برقراری ارتباط با مشتری است. لذا توصیه می‌شود معلمین با زبان بدن نیز در این خصوص آشنا شوند و تا حدودی آن را به دانش‌آموزان معرفی نمایند.

تحقیقات در این خصوص نشان داده است ۷۰٪ آنچه که در ارتباط رد و بدل می‌شود غیر کلامی بوده و یا به عبارتی زبان بدن است. بخش کلامی گفتگو یک سوم کل پیام را شامل می‌شود که در دنیای تجارت امروزه در دنیا به آن بسیار توجه شده است.

زبان تن طریقه ای است برای «دیدن» آنچه دیگران فکر می کنند. بسیاری از حرکات بدنی اشخاص نشان دهنده حالات روحی و نگرش هاست.

همه به زبان تن سخن می گویند اما تعبیر و تفسیر و درک آن تنها در اختیار کسانی است که اوقاتی را صرف آموختن این زبان کرده باشند. به منظور اینکه دانش آموزان انگیزه برای دنبال کردن این موضوع پیدا نمایند از آنها بخواهید :

۱- وقتی در افکار و حالات روحی متفاوتی هستند حالات بدنی و رفتار خود را مشاهده نمایند و این سؤالات را از خود بپرسند.

– زبان تن من چه می گوید؟

– دست های من کجا قرار دارد؟

– آیا متمایل به جلو هستم یا عقب؟

– آیا چانه ام بالا است؟

– آیا سرم به جلو متمایل است؟

– چه احساسی دارم؟

۲- زبان تن دیگران را مشاهده کنید. کنترل زبان تن خود را یاد بگیرید.

۳- یاد بگیرید چطور پیامی را که از نشانه ها دریافت می کنید با پیامی کلامی ادغام کنید.

پس از آشنایی با زبان بدن برقراری ارتباط مؤثر از مباحث مهم دیگری است که علاوه بر این که درک سب و کار لازم و ضروری است در زندگی روزمره و ارتباطاتی که داریم نیز مفید است.

اگر در برقراری ارتباط، مؤثر عمل نکنیم زندگی مان ناقص خواهد بود. و در این راستا لازم است مهارت های پایه زیر را فراگیریم :

– گوش دادن فعال که یکی از مهارت های بنیادی برای ایجاد و حفظ ارتباط است.

– نحوه بیان مشاهدات، احساسات، نیازها و افکار

دانستنی های معلم

آیا می دانید؟

۱- اگر ۲۰ مشتری از خدمات شما ناراضی باشند ۱۹ نفر از آنها این موضوع را به شما نخواهند گفت و ۱۴ نفر از بین ۲۰ نفر به فروشندگان دیگری مراجعه می کنند.

۲- هر مشتری ناراضی به طور متوسط به ۱۰ نفر دیگر تجربه ناخوشایندش را می گوید و هر مشتری راضی به طور متوسط به ۵ نفر دیگر می گوید.

۳- هزینه بازاریابی برای مشتریان جدید ۷ برابر بیشتر از مشتریان قدیمی می باشد.

۴- تا ۹۰٪ مشتریان ناراضی دیگر از شما خرید نمی کنند و علت آن را به شما نمی گویند.

۵- ۹۵٪ از مشتریان ناراضی اگر با سرعت و به خوبی به شکایت شان رسیدگی شود مشتریان وفادار خواهند شد.

۶- طبق نظر ریچهلد افزایش میزان ۵٪ وفاداری در مشتری بین ۲۵٪ تا ۱۲۵٪ افزایش فروش برای شما به

ارمغان می آورد.

نحوه برخورد صحیح با مشتریان

برخورد با مشتری کار ساده ای نیست چون خیلی از آنها تندخو و بی صبر هستند. تکنیک من این است که آنها را با مهربانی مطیع خود می کنم. فقط کافی است که تا جایی که از عهده تان برمی آید به آنها کمک کنید و برخوردی مثبت و دوستانه داشته باشید. تا زمانی که این کارها را انجام دهید، هیچ مشکلی برایتان پیش نخواهد آمد. نباید اجازه دهید که یک مشتری گستاخ و بی ادب روزتان را خراب کند. باید یک طوری با او کنار بیایید چون مشتری بعدی ممکن است مثل قبلی نباشد.

وقتی ساعات کارتان طولانی باشد، برخورد با مشتری ها سخت تر هم می شود. می دانم که ممکن است خسته و بی حوصله شوید اما نباید آن را به رو بیاورید. نباید اجازه دهید که مشتریان بفهمند که شما خسته اید و دوست دارید به خانه برگردید. این طور کار کردن اصلاً خوب نیست. مشتریان دوست دارند که به یک محیط دوستانه قدم بگذارند و با کارمندان خوش برخورد روبه رو شوند. اگر خسته هستید باید سعی کنید که آن را پنهان کنید. اگر حوصله ندارید باید لبخند بزنید. خیلی زود آن روز هم تمام می شود.

در زیر به برخی از بایدها و نبایدها در برخورد با مشتری اشاره می کنیم.

بایدها

- ۱- سریع و به نوبت به مشتری های خود رسیدگی کنید.
- ۲- اگر تعداد مشتری ها بالا رفت از همکارانتان کمک بگیرید.
- ۳- باید اطلاع کافی از محصولات شرکت داشته باشید. همچنین باید بدانید که هر محصول کجا گذاشته شده است.
- ۴- همیشه با لبخند به مشتری ها خوشامدگویی کنید.
- ۵- یادتان باشد که حق همیشه با مشتری است حتی وقتی حق با آنها نباشد.
- ۶- همیشه از مشتری سؤال کنید که به کمک شما نیاز دارند یا خیر.
- ۷- همیشه بهترین محصولات خود را به مشتری پیشنهاد کنید.
- ۸- در مقابل مشتری های سالخورده یا ناتوان جسمی توجه بیشتری نشان دهید.
- ۹- اگر پاسخی برای سؤال مشتری ندارید، یک پاسخ پیدا کنید. از اینکه پاسخ را از مدیرتان پرسید و اهمه نداشته باشید.

۱۰- سخت کار کنید و همیشه لبخند بر لب داشته باشید.

نبایدها

- ۱- هیچ وقت با مشتری وارد بحث نشوید.
- ۲- هیچ وقت مشتری را آزرده خاطر نکنید.
- ۳- هیچ وقت به مشتری ها دروغ نگویید. حتی اگر یک دروغ کوچک باشد.
- ۴- هیچ وقت به مشتری ها نخندید و مسخره شان نکنید.
- ۵- با محصولات بازی نکنید.

۶- مشتری را زیاد معطل نگذارید چون ممکن است صبرش تمام شود. اگر نیاز به کمک داشتید، حتماً کمک بگیرید.

۷- درمقابل مشتری‌ها با همکارانتان غیبت نکنید و خنده راه نیندازید.

۸- با مشتریان سالخورده یا ناتوان جسمی بدرفتاری نکنید.

۹- مشکلات شخصیتان را وارد کار نکنید.

۱۰- به مشتری بی‌محلی نکنید.

الان ۵ سال است که من در حرفه خرده فروشی مشغول به کار هستم. یک سال به عنوان صندوقدار در یک شرکت کفش کار می‌کردم و الان چهار سال است که در یک خواربار فروشی مشغولم. شاید فکر کنید که تجربه زیادی در این حرفه ندارم چون فقط ۵ سال در این زمینه کار کرده‌ام اما به حرفم اعتماد کنید. من در این ۵ سال با انواع و اقسام مشتری‌ها برخورد داشته‌ام. همه عمرم هم مشتری بوده‌ام و این مقدار تجربه برای من کافی است. از فروشندگی چیزهای زیادی یاد گرفته‌ام. درمورد آدم‌ها خیلی چیزها فهمیده‌ام. یاد گرفته‌ام که اکثر ما صبح‌ها که از خواب بیدار می‌شویم سر حال و خوش خلق نیستیم. یاد گرفته‌ام که آدم‌ها عجول و بی‌صبر هستند. یاد گرفته‌ام که اکثر ما نمی‌توانیم روی یک چیزی تصمیم بگیریم. این را هم فهمیده‌ام که بیشتر نژاد انسان‌ها صبور، دوست داشتنی، صادق، مهربان، مفید و سخاوتمند هستند. همه این چیزها را از فروشندگی آموخته‌ام.

اگر شما هم شغلی در فروشگاه داشته باشید، حال چه به عنوان فروشنده، مدیر، انباردار یا...، احتمالاً می‌دانید که کار اول شما کمک به مشتری است. مشتری‌ها هستند که موفقیت شرکت شما را تضمین می‌کنند. دلیل اول برای اینکه مردم برای خرید به یک فروشگاه خاص می‌روند، قیمت‌هاست. دلیل دوم رفتار و برخورد مسئولین فروشگاه است. اگر فروشگاه شما به داشتن فروشنده‌ها و مسئولین بی‌ادب معروف باشد، دیگر هیچ کسی از شما خرید نخواهد کرد. مردم دوست ندارند در فروشگاه‌های خرید بکنند که کارکنان آن بی‌توجهی می‌کنند، بحث می‌کنند و دروغ می‌گویند. مردم دوست دارند در فروشگاه‌های خرید کنند که مسئولین آن با محبت و خوش برخورد باشند و با دقت و سرعت به نیازهای آنها پاسخ گویند. کارهایی اضافه بر سازمان انجام دهید تا مشتری‌ها متوجه شوند که برای آنها اهمیت قائلید. محیط کارتان را همیشه تمیز و مرتب نگه دارید. فروشگاه باید همیشه مملو از جنس‌های جدید باشد و هیچ کم و کسری در محصولات مشاهده نشود. به جایی که در آن کار می‌کنید افتخار کنید و با مشتریانان طوری برخورد کنید که دوست دارید با شما برخورد شود.

نحوه صحبت کردن با مشتری

آمار نشان می‌دهد که تأثیر اولیه که شخصی روی شما می‌گذارد عبارت است از :

۵۵٪ غیرکلامی است : ظاهر و زبان بدن

۳۸٪ تن صدا

۷٪ کلامی است : کلماتی که به زبان می‌آورید.

کلمات تأثیر عمیقی روی افراد دارد. کلمات ۷٪ تأثیر شما را روی کسی که برای اولین بار با او ملاقات می‌کنید تشکیل می‌دهد. مطمئناً همه ما می‌دانیم که حتی با یکی دو کلمه می‌توان به سادگی دل کسی را شکست یا برعکس احساسی به طرف مقابل داد که انگار مهمترین انسان روی زمین است.

اجازه بدهید نگاهی به طبقه‌بندی‌های کلمات بیندازیم که اگر در کار به درستی استفاده شوند، بین شما و

مشتری هایتان رابطه خوبی ایجاد می کنند.

کلمات شاهانه : وقتی به درستی استفاده شوند باعث می شوند فرد احساس خاص بودن کند.
«اجازه دارم؟»

از مشتری هایتان اجازه بگیرید. اینکار باعث می شود احساس خاص بودن کنند.
«همانطور که می دانید...»

این چند کلمه اگر در ابتدای حرفی به زبان آید نشان می دهد که مشتری شما اطلاعات و دانش کافی در مورد محصول یا خدمات شما دارد و شما فقط آن نکات را برای او یادآور می شوید.
«متشکر می شوم اگر...»

این کلمات را می توانید زمانی استفاده کنید که می خواهید مشتری برایتان کاری انجام دهد که می تواند مفید باشد مثلاً «متشکر می شوم اگر دفعه بعد که به ما سر زدید آگاهمان کنید که دختر خانم تان این دستبند را دوست داشته است یا نه...»

«خواهش می کنم.»

اگر نمی دانید کی از این اصطلاح استفاده کنید، از مادر تان بپرسید!
«باعث افتخار است که...»

اجازه بدهید مشتریان بدانند که حاضرید برای رفاه حال او فراتر از مسئولیت تان هم خدمت کنید.
«متشکرم»

این کلمه را از ته قلب به زبان آورید نه طوطی وار.

کلمات نیرومند : کلماتی که با احساسات ما ارتباط برقرار می کند.

این کلمات به مشتری کمک می کند تصاویر ذهنی از احساسات خوب بسازد، برای مشکلات راه حل پیشنهاد کند و خود را درگیر جریان کند. هریک از کلمات زیر را می توانید به راحتی به لغت نامه خود اضافه کنید.
جدید، ساده، مجانی، اصلاح شده، صرفه جویی کردن، مطمئن، راحت، اثبات شده، ارزش، شما، عشق
با تبلیغات جدید آشنا شوید و ببینید این کلمات چقدر در آنها استفاده می شوند. این کلمات را به مکالمات خود با مشتری ها اضافه کنید و ببینید که فروشتان چطور بالا می رود.

کلمات عاشقانه

عالی، زینده، فوق العاده، بی نظیر، فریبنده، ملیح، کلاسیک، مد روز، باحال، خیره کننده، ظریف، باسلیقه، برازنده، استثنایی، مهیج، بدیع، دلپسند، خارق العاده، شگفت آور، مجلل، مطبوع، خوش تیپ، پراپت، گیرا، پر جلوه، پر زرق و برق، باشکوه، یادآوردنی، درخشان، نادر، شیک، باذوق، تک، خاص.
این کلمات معمولاً موقع فروش اجناس گرانبها و تجملی مثل جواهرآلات، لباس های گران قیمت یا اتومبیل های شیک به کار می روند. اما حتی در فروش چیزهای خیلی ساده و ابتدایی هم می توانید از این کلمات استفاده کنید.
خوب، حالا برای برخورد با مشتری هایتان چه می کنید؟ می توانید یک راه جدید و جالب برای خوشامد مشتری هایتان خلق کنید.

هر یک از مواردی که ذکر شد، لازم است به صورت عملی از دانش آموزان بخواهیم تا مطالب ارائه شده را بصورت نمایش در

کلاس اجرا نمایند. آنچه که مهم است در زمینه‌های زیر به دانش‌آموزان آموزش داده شود :

- شناسایی مشتریان احتمالی،
 - ایجاد ارتباط مؤثر،
 - شناخت نیازها،
 - پاسخگویی به اعتراضات و قطعی کردن فروش.
- لذا لازم است مهارت‌های لازم را در این خصوص کسب کرد.

دانستنی‌های معلم

تبدیل مشتری به فروشنده

یک مشتری فقط یک مشتری است، تا زمانی که شما به تعهداتی که بیان کرده‌اید به خوبی عمل کنید. این مشتری یک مشتری راضی است که به احتمال خیلی زیاد خریدش را تکرار می‌کند.

یک مشتری می‌تواند یک پیک تبلیغاتی چابی باشد، زمانی که شما کمی و فقط کمی بیشتر از تعهداتی که به زبان آورده‌اید به او خدمت کنید. در این صورت این مشتری به چند نفر از نزدیکان خود موضوع خوش خدمتی شما را انتقال می‌دهد و شما می‌توانید روی چند مشتری تازه هم حساب باز کنید.

یک مشتری می‌تواند به یکی از فروشندگان شما تبدیل شود، وقتی که شما ارزش و منفعتی بیشتر از آنچه که گفته‌اید را به او ارائه بدهید. در این حالت مشتری از اینکه از شما خرید کرده است و پولش را به کس دیگری نداده است خوشحال است. خیلی خوشحال است. چون هم نیازش را رفع کرده است و هم از خریدش راضی است و هم ارزش بیشتری دریافت کرده است و هم منفعت بیشتری برده است. در این حالت مشتری شما همانند یک فروشنده نیمه وقت برای شما کار می‌کند. حقوقش را چگونه می‌پردازید؟

یک مثال : فرض کنید ظهر یک روز برای رفع گرسنگی به یک رستوران می‌روید. ظاهر رستوران خوب و تمیز است. از شما با یک لبخند استقبال می‌شود. محترمانه به شما خوش آمد می‌گویند. از شما می‌خواهند که سر جای مناسبی بنشینید. لیست غذا با قیمت‌های مشخص را به شما تقدیم می‌کنند. شما غذای خود را سفارش می‌دهید. مثلاً یک برگر. وقتی غذا را برای شما می‌آورند، می‌بینید که مقدار قابل توجهی سیب زمینی سرخ شده هم شانه به شانه غذای شما ارائه می‌شود. شما این سیب زمینی‌های سرخ شده را سفارش نداده‌اید، اما همه آنها مال شماست. طعم و کیفیت غذا عالی است. شما مطمئنید که دوباره به این رستوران خواهید آمد. رفتار محترمانه خدمتکار رستوران باعث می‌شود که به کسی که با شما تماس گرفته است، با افتخار بگویید که در کدام رستوران مشغول غذا خوردن اید. غذایتان که صرف شد، هنگام خروج از درب رستوران لبخند بدرقه راهتان است و جمله‌ای که با صداقت تمام به شما می‌گوید : به امید دیدار مجدد، شما را پیش از پیش خوشنود می‌کند. وقتی از رستوران بیرون می‌روید و در ذهن‌تان مقایسه‌ای می‌کنید میان پولی که داده‌اید و غذایی که خورده‌اید، نام و آدرس این رستوران را در بالاترین پلکان ذهن‌تان ثبت می‌کنید.

چند روز بعد

پس از یک روز کاری خسته کننده می‌خواهید با جمعی از دوستان‌تان شام را در بیرون از منزل صرف کنید. در مسیر حرکت وقتی این سؤال مطرح می‌شود که : خوب، کجا بریم؟ شما بی درنگ پاسخ می‌دهید : به جای فوق‌العاده خوب بلدم که

امور مالی کسب و کار

مقدمه

با توسعه روش‌ها، فرم‌ها و نرم‌افزارهای مختلف حسابداری به روش‌ها و محاسبات قدیمی در عمل احتیاجی نیست. اما لازم است دانش‌آموزان جهت درک فعالیت‌های مالی کسب و کار با مفاهیم آن آشنا شوند.

اهداف کلی

اهداف کلی این درس آشنایی با امور مالی کسب و کار و توانایی انجام محاسبات آن است. براساس این، برنامه درسی امور مالی کسب و کار به دنبال تحقق چنین اهدافی است که در سطوح مختلف یادگیری قابل دستیابی است.

اهداف جزئی

- آشنایی با حسابداری و معادله آن
- تهیه صورت‌های مالی یک واحد کسب و کار
- یادگیری قواعد بدهکار و بستانکار کردن
- یادگیری نحوه ثبت مبادلات در دفاتر روزنامه و کل
- تهیه تراز آزمایشی
- ارزیابی مالی یک واحد کسب و کار

فعالیت ۱

- کسب و کاری را در نظر گرفته و انتخاب کنید. برای این کسب و کار لازم است اطلاعات یک ساله زیر را بدست آورید :
- تعداد خریده‌ها و مقدار پولی که پرداخت می‌شود.
 - میزان پرداخت‌ها و مواردی که برای آنها پرداخت صورت می‌گیرد (خرید کالا، خرید ماشین آلات و دستگاه، خرید خدمات،

پرداخت حقوق و...).

— میزان فروش

— بدهی‌ها

از فرم‌هایی که در این زمینه وجود دارد جهت تکمیل اطلاعات بیشتر می‌توانید استفاده کنید.

از دانش‌آموزان بخواهید که میزان درآمد این کسب و کار را حساب کرده و بیان کنند.

دانستنی‌های معلم

صورتحساب جریان نقدینگی

صورتحساب جریان نقدینگی برای کارآفرین از این نظر مهم است که مقدار پول جاری در دسترس را در کسب و کار در هر زمان مشخص می‌کند. صورتحساب جریان نقدینگی از طریق ثبت تمام درآمدهای بدست آمده برای کسب و کار از یک طرف و تمام هزینه‌های صرف شده در آن از طرف دیگر بدست می‌آید. تفاوت بین این دو شاخص مثبت و منفی بودن وضعیت جریان نقدینگی در کسب و کار در زمان و دوره مشخصی را نشان می‌دهد. از فراگیران بخواهید که صورتحساب جریان نقدینگی را برای کسب و کار خود تهیه نمایند.

ترازنامه

یک کسب و کار لازم دارد که ترازنامه خویش را به عنوان شاخصی از عملکرد کسب و کار تهیه کند. این اطلاعات نه تنها مورد علاقه کارآفرین بلکه مورد توجه گروه‌ها و نهادهایی مانند سرمایه‌گذاران، مؤسسات وام‌دهنده، عرضه‌کنندگان مواد اولیه، کارکنان و غیره می‌باشد.

یک ترازنامه خلاصه‌ای از دارائی‌های کسب و کار، بدهی‌ها و سرمایه می‌باشد:

دارائی‌ها عبارتند از: املاک، مواد اولیه، تجهیزات و دستگاه‌ها، موجودی کالای در کسب و کار می‌باشد.

بدهی‌ها تعهدات مالی کسب و کار مانند اجاره‌املاک، بازپرداخت‌های وام و غیره می‌باشد.

سرمایه تفاوت بین ارزش بولی دارائی‌ها و بدهی‌ها می‌باشد.

از فراگیران بخواهید که ترازنامه را تکمیل کنند.

صورتحساب جریان نقدینگی

ماه	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	جمع سال	موقوفه‌های آخر سال
فروش‌های نقدی														
سایر درآمدها														
جمع درآمد														
مخارج/ هزینه‌ها														
هزینه‌های مواد اولیه														

													هزینه‌های نیروی کار
													بالاسری
													هزینه‌های بازاریابی
													پرداخت‌های وام
													مالیات‌ها
													جمع هزینه‌ها
													ارزش جریان نقدینگی
													جمع
													جریان نقدینگی

ترازنامه

	دارائی‌ها
	دارائی‌های جاری
	تنخواه
	جمع درآمدها
	موجودی کالا در انبار
	دارائی‌های بلند مدت
	تجهیزات
	دارائی
	جمع دارائی‌ها
	بدهی‌ها
	بدهی‌های جاری
	بدهی‌های معوقه
	هزینه اصلاح بدهی‌ها
	مالیات‌ها
	بدهی‌های بلند مدت
	اوراق بهادار قابل پرداخت
	رهن
	جمع بدهی‌ها
	دارائی

مثال : نمونه تراز

تراز آزمایشی ۲۹ اسفند ۱۳۹۱

شماره حساب	نام حساب	مانده حساب	
		بدهکار	بستانکار
۱۰۱	نقد و بانک	۱۸۵۰۰۰۰	
۱۰۲	حساب‌های دریافتی	۳۷۵۰۰۰۰	
	موجودی کالا	۳۳۸۹۰۰۰	
۱۰۳	موجودی ملزومات	۳۶۱۲۰۰	
۱۰۴	پیش پرداخت اجاره	۱۷۶۰۰۰۰	
	پیش پرداخت بیمه	۱۶۹۵۰۰	
۱۰۵	اثاثه	۸۲۷۴۰۰۰	
۱۰۶	وسایط نقلیه	۴۰۸۰۰۰۰۰	
	حساب‌های پرداختی		۱۳۰۰۰۰۰
	وام پرداختی		۹۱۰۰۰۰۰
۱۱۱	سرمایه آقای بهنام پور	۳۷۰۹۰۰۰	۴۱۴۸۰۰۰۰
۱۱۲	برداشت	۴۳۴۵۰۰۰	
۲۰۱	خلاصه سود و زیان		۳۳۸۹۰۰۰
۲۰۲	فروش کالا		۴۸۵۴۰۰۰۰
	برگشت از فروش و تخفیفات	۲۸۲۰۰۰	
۳۰۱	تخفیفات نقدی فروش	۶۱۵۰۰۰	
۳۰۲	خرید کالا	۲۱۵۰۰۰۰۰	
	برگشت از خرید و تخفیفات		۳۲۲۷۰۰
۳۰۳	هزینه حمل کالای خریداری شده	۵۳۰۰۰۰	
	تخفیفات نقدی خرید		۴۸۰۰۰۰
۴۰۱	هزینه حقوق کارکنان	۷۹۴۵۰۰۰	
۴۰۲	هزینه اجاره	۲۰۸۰۰۰۰	
۴۰۳	هزینه آب و برق و تلفن	۹۲۰۰۰۰	
	هزینه پذیرایی	۳۶۲۵۰۰	
۵۰۱	هزینه بیمه وسایط نقلیه	۵۶۵۰۰	
۵۰۲	هزینه ملزومات مصرفی	۳۵۸۸۰۰	
	هزینه آگهی و تبلیغات	۸۹۰۰۰۰	
۵۰۳	هزینه حمل کالای فروش رفته	۵۴۱۰۰۰	
	هزینه متفرقه	۱۲۸۲۰۰	
	جمع	۱۰۴۶۱۶۷۰۰	۱۰۴۶۱۶۷۰۰

فعالیت‌ها و تمرینات بیشتر

از دانش‌آموزان بخواهید که گزارش مالی یک ساله یک کسب و کار را تهیه کرده و برای بقیه کلاس ارائه نمایند. این گزارش ممکن است از یک کسب و کار واقعی و یا فرضی باشد.



مدیریت کسب و کار

اهداف کلی

اهداف کلی این درس آشنایی با مدیریت کسب و کار و توسعه مهارت‌های مدیریتی دانش آموزان است. بر اساس این، اهداف جزئی متناسب با آن در نظر گرفته شده است.

اهداف جزئی

- اجزای سازمان و مدیریت آن را بشناسند.
- با وظایف مدیر آشنا شوند.
- با نیازها و انگیزه‌های انسان‌ها آشنا شده و در راستای رسیدن به اهداف کسب و کار از آن استفاده نمایند.
- محیط کار و نحوه کنترل آن را یاد بگیرند.
- روش‌های ارتباطی موثر را یاد بگیرند.
- فنون تصمیم‌گیری را یاد بگیرند.

اهمیت موضوع

مباحثی که در این فصل مطرح می‌شوند به نوعی جمع‌بندی سایر فصل‌ها از نظر مدیریتی است. دنیای مدیریت کسب و کار آنقدر گسترده و پیچیده است که نمی‌توان در یک فصل توضیح داد. افرادی که برای خود کسب و کاری را راه‌اندازی می‌کنند برآنچه که در زندگی کاری خویش اتفاق می‌افتد کنترل دارند. با مدیریت کسب و کار خویش، آنها توانایی و فرصت شکل‌دهی به محیط کاری خویش

داشته و بر جامعه خود تأثیر می‌گذارند. در بعضی مواقع چنانچه ایده کسب و کار جدید باشد، ممکن است مشکلات و مقاومت‌هایی سر راه آن قرار بگیرد. بنابراین برای موفقیت آمیز عمل نمودن در کسب و کار و متقاعد نمودن جامعه مهارت‌های مدیریتی لازم است.

فعالیت ۱

از دانش آموزان سؤال کنید کسی که می‌خواهد کسب و کاری را راه اندازی و مدیریت نماید به چه مهارت‌هایی نیاز دارد؟
جواب: (بتواند برای کسب و کار خویش برنامه‌ریزی کند که به چه منابعی نیاز دارد؟ ۱- منابع مادی / انسانی و غیره را جذب کند. ۲- از منابع مالی و انسانی به بهترین صورت استفاده کند. ۳- بتواند در انسان‌ها ایجاد انگیزه کند. ۴- با جامعه کسب و کار و همکاران و مشتریان ارتباط خوبی برقرار کند.)
یک مدیر خوب یک برنامه‌ریز خوبی است. شخصی که برای خود و کسب و کارش چشم اندازی داشته و برای رسیدن به آن اهدافی را تعیین می‌کند. در این مسیر منابع لازم مالی، انسانی، در زمان مقرر تأمین و تخصیص می‌دهد.
از موضوعات مهم دیگر در این درس اهمیت سازماندهی در محیط کار و نیاز به رعایت مجموعه‌ای از موضوعات ایمنی عمومی در آن می‌باشد که در اینجا برای دانش آموزان توضیح داده می‌شود.

فعالیت ۲

از دانش آموزان پرسید که چگونه مهارت‌های مختلف کارآفرینی و مهارت‌های کسب و کار یک فرد در راستای رسیدن به مدیریت موفقیت آمیز کسب و کار لازم هستند.
جواب: (دنیای کسب و کار پیچیده و سطح رقابت در آن بالاست. بنابراین کسی که از مهارت‌های مختلف کسب و کار و کارآفرینی برخوردار باشد می‌تواند در این عرصه موفق باشد.)
بعضی از مهارت‌ها و ویژگی‌های مدیران موفق عبارتند از:
- مسئولیت پذیری
- صداقت
- توانایی هدایت و رهبری دیگران
- توانایی تعیین اهداف و انجام اقدامات کوچک و مرحله به مرحله جهت رسیدن به آن
- اشتیاق به خدمت و کمک به تأمین نیازهای دیگران
بحث کنید که مدیران خوب چه ویژگی‌های دیگری نیز دارند.

فعالیت ۳

از دانش آموزان سؤال کنید برای موفقیت در آینده از نظر زمانی چند نوع برنامه ریزی وجود دارد؟
جواب: (برنامه ریزی بلند مدت: ۱۰ سال آینده می‌خواهم کجا باشم؛ برنامه ریزی میان مدت: ۵ سال بعد می‌خواهم کجا باشم؛ برنامه ریزی کوتاه مدت: در عرض یکسال با موفقیت درس بخوانم.)
با استفاده از مثال‌های مختلف بحث کنید که چگونه هر پروژه‌ای برنامه‌ریزی شده و در مراحل مختلف اجرا می‌شود.

مثال ۱: زمان بندی فعالیت های کشت گلخانه ای

فعالیت ها	زمان (ماه)													
	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷	۸	۹	۱۰	۱۱	۱۲	۱۳	۱۴
۱ خرید زمین														
۲ گرفتن مجوزها														
۳ تسطیح زمین														
۴ اقدام به گرفتن آب، برق، گاز، تلفن														
۵ دریافت تسهیلات														
۶ ساخت گلخانه														
۷ ساخت ساختمان اداری														
۸ تجهیز گلخانه														
۹ استخدام افراد														
۱۰ کشت														
۱۱ برداشت محصول														
۱۲ بسته بندی														
۱۳ فروش														

فعالیت ۴

از دانش آموزان بپرسید که هر کدام از وسایل ارتباطی را در کسب و کار برای چه کارهایی استفاده می کنند؟
جواب: (وسایل ارتباطی کاربردهای متفاوتی در کسب و کار دارند که به چند نمونه از آنها در اینجا اشاره می گردد: از تلفن همراه برای ارتباط با همکاران و مشتریان و ارسال پیام های کوتاه برای این مخاطبان، از اینترنت برای برقراری ارتباط و ارائه خدمات به مشتریان، از مجله و روزنامه برای چاپ آگهی تبلیغاتی درباره کسب و کار)

دانستنی های معلم

ارتباطات در کسب و کار

ارتباطات خوب در کسب و کار مهم و اساسی است. چرا که مشتریان و شریکان کسب و کار به صورت دقیق و واضح نیاز دارند که بفهمند شما قصد دارید چه چیزی را بفروشید یا بخرید.
 لازم است که صاحبان کسب و کار بشاش، تیزهوش، مؤدب و یاری گر (کمک کننده) باشند. کارآفرینان بایستی به مشتریان علاقه مند بوده و نیازهای آنان را به دقت شناسایی کرده و گوش کنند. خوب گوش کردن بخش مهمی از مهارت های ارتباطی می باشد.

کارآفرین نیاز دارد که به مشتریان و همکاران کسب و کار خویش، درباره کالاها و خدماتی که می‌فروشد اطلاع‌رسانی کند تا آنها بدانند که چگونه این محصولات، نیازهای آنان را برآورده می‌کند. داشتن صداقت و درستکاری درباره کالا و یا خدمت خویش، منجر به شکل‌گیری اعتماد و اطمینان مشتریان نسبت به ما می‌گردد. این بدان معنی است که نسبت به محصول خویش نباید گمان و اطلاعات نادرستی بدهیم. به طور کلی صادق بودن کمک می‌کند که با قیمت مناسب و معقولی مواد اولیه یا خدمات را از شریکان و همکاران کسب و کار خویش، خریداری کنیم.

فناوری اطلاعات و ارتباطات

فناوری اطلاعات و ارتباطات می‌تواند در راه‌اندازی و مدیریت کسب و کار بصورت کارا و اثربخش کمک نماید. اگرچه بعضی از این امکانات ممکن است در همه جا در دسترس نباشند اما لازم است که با آشنایی و داشتن حداقل دانش پایه‌ای فناوری اطلاعات و ارتباطات جهت بالا بردن کارایی و توسعه کسب و کار از آن استفاده کنیم.

تماس با مشتریان و شریکان از طریق فناوری اطلاعات و ارتباطات

فناوری اطلاعات و ارتباطات به کارآفرین کمک می‌کند کارائی و اثربخشی را در کسب و کار از طریق روش‌های ذیل تقویت کند :

– تسهیل ارتباطات

– ذخیره اطلاعات

– مسیریابی موجودی کالا

– فراهم کردن ابزاری برای تبلیغات و غیره.

نمونه‌هایی از وسایل فناوری اطلاعات و ارتباطات که عموماً مورد استفاده قرار می‌گیرند عبارتند از :

تلفن : از تلفن برای ارتباط کلامی با مشتریان و یا سایر همکاران کسب و کار استفاده می‌کنند که معمولاً به صورت خط ثابت و همراه وجود دارد. با استفاده از پیامک می‌توان تبلیغات وسیع و هدف‌داری انجام داد.

دستگاه فکس : این دستگاه اجازه می‌دهد که شما رونوشتی از مدرک و یا سندی را با استفاده از خطوط تلفن برقرار کنید. برای دریافت و ارسال فکس نیاز به دستگاه فکس در هر دو طرف می‌باشد.

ارسال پیام نوشتاری از طریق فکس روش خوبی برای اطمینان از دریافت آن در همان زمان ممکن می‌باشد.

رادیو : رادیو خیلی روش اثربخشی برای تبلیغ یک کسب و کار می‌باشد. معمولاً تبلیغ در آن نسبتاً ارزان بوده و مخاطبین بیشتری می‌تواند داشته باشد.

در بعضی جوامع و شهرها خدمات رادیو محلی وجود دارد. یک کارآفرین می‌تواند با توجه به بازار هدفش جهت تبلیغ محصول خویش در برنامه‌های رادیویی استفاده کند. نقش مثبت کسب و کار شما در جامعه می‌تواند از طریق رادیو محلی نیز بازگو شود.

تلویزیون : از رسانه تلویزیون نیز می‌توان جهت تبلیغ استفاده کرد. به هر حال تبلیغ در آن گران می‌باشد.

کامپیوتر : از کامپیوتر برای امور زیر در کسب و کار استفاده می‌کنند :

– پردازش کلمات (نوشتن نامه‌ها یا دریافت آنها)

– نگهداری اطلاعات (داده‌های مالی، آدرس مشتریان و غیره)

– ثبت و نگهداری مسیریابی موجودی و کالاها

- یادآوری پیام‌ها دربارهٔ زمان ارسال کالا یا خدمات
- طراحی پوسترها و بروشورهای تبلیغاتی
- محاسبهٔ صورت حساب‌های مالی

فعالیت ۴

از دانش آموزان بخواهید با توجه به ابزار در دسترس و میزان آشنایی آنها با دستگاه‌های فوق تمریناتی را به عنوان فعالیت‌های روزمرهٔ کسب و کار به کمک ابزارها و دستگاه‌های ارتباطی انجام دهند.

دانستنی‌های معلم

بهترین استفاده از زمان در کسب و کار

مدیریت زمان، قسمت اساسی برنامه‌ریزی یک کسب و کار موفق می‌باشد. چرا که زمان منبعی است که دارای ارزش پولی است. ضعیف عمل کردن در مدیریت زمان، منجر به انجام کارها در لحظات آخر که همراه با استرس و عملکرد پایین‌تر نیز می‌باشد. نتیجه، چنین کاری باعث می‌شود که کیفیت کالا یا خدمت ارائه شده نیز پایین بوده و در زمان مقرر ارائه نشود. مشتریان نیز از این وضعیت ناراضی شده و ممکن است به سمت کسب و کارهایی بروند که در زمان‌های مورد نظر در ارائهٔ محصول کوتاهی نمی‌کنند.

زمان تخصیص یافته هر وظیفی در کسب و کار به موارد ذیل بستگی دارد :

— در چه زمانی محصول ارائه می‌شود.

— زمان آماده‌سازی کالا یا خدمت چه مقدار طول می‌کشد؟

— زمان لازم برای هماهنگی با سایر افرادی که در آماده سازی محصول مشارکت دارند.

— به طور کلی، کالا، خدمت و یا مشتریان چقدر مهم می‌باشند؟

مدیریت خوب زمان، باعث می‌شود که رخدادها و حوادث همچون شرایط بد آب و هوایی در کنترل و اختیار ما باشند. اغلب جهت انجام کار خود، بایستی چندین وظیفه را همزمان انجام دهیم. بدین منظور برای هر وظیفه، زمان لازم تخمین زده می‌شود و کار خود را بر حسب آن سازماندهی می‌کنیم. مصداق این فعالیت‌هایی است که هر روزه انجام می‌دهیم. به عنوان مثال وقتی که آشپزی می‌کنیم یک ظرف را بعد از ظرف دیگر آماده نمی‌کنیم. و یا بریدن، مخلوط کردن و جوشاندن را انجام می‌دهیم و ظرف‌های مورد نیاز هر موقع که بخواهیم آماده هستند. مشابه آن، شخصی که بر روی وظیفه‌ای کار می‌کند ممکن است در شرایط کاری مورد نیاز از او خواسته شود که به کمک فرد دیگر بشتابد.

زمان مورد نیاز برای مراحل مختلف تولید بایستی ثبت و ضبط شود تا مشتریان بتوانند زمان دریافت محصول را تخمین زده و چارچوب زمانی برای پروژه‌های آینده برنامه‌ریزی شود.

فعالیت ۵

از دانش آموزان بخواهید که با توجه به مثال ۱ یک محصول را انتخاب کرده و کارهای زیر را انجام دهند :

— وظایف مورد نیاز برای آماده سازی محصول تا زمان تحویل نهایی آن را فهرست کنند.

— زمان مورد نیاز برای هر مرحله از تولید با در نظر گرفتن پرت زمانی (مثلاً ۱۰ درصد) را برای رخدادهای غیر قابل پیش‌بینی در نظر بگیرند.

— تعیین کنید که چگونه مراحل مختلف تولید می‌تواند همزمان انجام شوند و برنامه ریزی برای آن در نظر بگیرند.

— محصول دیگری در نظر بگیرید و این سؤالات را تکرار کنید.

دانستنی‌های معلم

سازماندهی محیط کار

محل کار جایی است که کالاها و خدمات تولید شده و یا به فروش می‌رسند. مانند کارخانه یا فروشگاه. مدیریت خوب محیط کار به کسب و کارهای کوچک کمک می‌کند تا از طریق روش‌های زیر کارایی بالاتری داشته باشند:

— ایجاد شرایط کاری راحت و ایمن

— استفاده مؤثر از فضا

— کاهش ضایعات مواد اولیه و جلوگیری از دست رفتن آنها (هدر رفتن)

— پیشگیری از حادثه‌های مرتبط با کار

محل کار برای کارکنان و مراجعه‌کنندگان بایستی تمیز و امن باشد. یک کارآفرین به موارد زیر در محیط کار توجه خاص دارد:

— فضای مناسب

— نور و تهویه

— جابجایی و نگهداری مواد

— کنترل مواد خطرناک

فضا: هر کارمند یا کارگری بایستی فضای کافی جهت انجام وظایف خویش داشته باشد تا مزاحم سایر کارکنان یا فرایندهای جاری امور دیگر کسب و کار نگردد.

نور و تهویه: انجام کار با دقت بالا مستلزم تأمین نور مناسب و کافی می‌باشد. پنجره‌های محل کار بایستی به طور مستمر تمیز گردند تا نور کافی به داخل برسد.

مشابه آن تهویه برای سلامتی به ویژه در جایی که کار با ماشین‌آلات، مواد خام یا شیمیایی انجام می‌شود مهمتر می‌باشد. فضای کاری طوری باشد که گردش هوا به اندازه کافی در آن وجود داشته باشد.

جابه‌جایی و نگهداری مواد: نگهداری درست و صحیح مواد کمک می‌کند که از حادثه‌های خطرناک جلوگیری شده و در زمان صرفه‌جویی گردد. مواد خام، کالاهای نیمه تمام و محصولات درست شده بایستی در مکان‌های مجزایی نگهداری شوند. بعضی مواد خام و محصولات نباید در هر جایی قرار داده شوند (به عنوان مثال در صورت حساس بودن به دما). بعضی از آنها در داخل انبار و در دمای مناسبی باید نگهداری شوند. اقلامی که به طور مکرر از آنها استفاده نمی‌گردد بایستی از محوطه کاری برداشته شوند.

کنترل مواد خطرناک: موادی مشابه ارگانیک سولونت، رنگ و چسب بایستی در ظروف درسته‌ای نگهداری شوند. تا جایی که امکان دارد از موادی که خطرات کمتری دارد استفاده گردد. همواره دست‌ها بایستی پس از سروکار داشتن با چنین موادی شستشو شوند.

فعالیت ۶: بحث کنید

محل کار چیست؟

چرا محل کار بایستی مرتب و خوب سازماندهی شده باشد؟

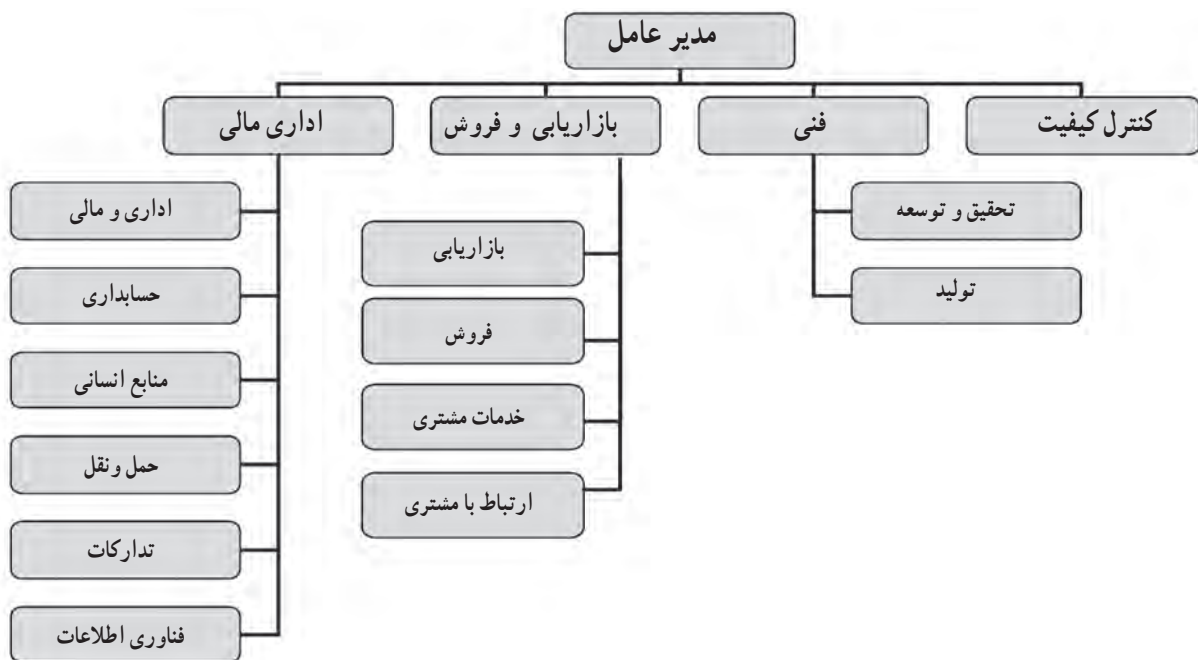
جهت حفظ ایمنی در محیط کار خویش چه باید انجام داد؟

فعالیت ۷

از دانش آموزان بپرسید چنانچه بخواهند شرکتی را راه اندازی کنند؛ چه کسانی را با چه خصوصیاتی استخدام کرده و این افراد چه کارهایی را باید انجام دهند.

جواب : (جواب این سؤال بستگی به اندازه و ماهیت فعالیت کسب و کار دارد، به عنوان مثال در صورتی که برای فعالیت های حسابداری باشد کسب و کار نیاز به حسابدار دارد؛ در این صورت کسی که تحصیل و تجربه کافی در این زمینه دارد استخدام می شود و این فرد مسئولیت کارهای مالی و حسابداری شرکت را برعهده دارد.)

مثال ۲ : نمونه چارت سازمانی یک کسب و کار



دانستنی های معلم

بسیج منابع

معمولاً منابع مورد نیاز برای راه اندازی کسب و کار جدید را می توان به سه دسته عمده تقسیم کرد : ۱- منابع مالی ۲- منابع انسانی ۳- مواد اولیه و مواد خام
کارآفرین جهت راه اندازی اولیه کسب و کار نیاز به منابع مالی کافی دارد. ممکن است در مراحل اولیه راه اندازی کسب و کار به تنهایی بتواند کارهایش را انجام دهد و به نیروی انسانی غیر از خود احتیاج نداشته باشد. با

توجه به ویژگی‌های خلاق و نوآورانه بودن کارآفرین، انتظار می‌رود که منابع مادی و مالی لازم را از مجراهای گوناگون یافته و با روحیه خوداتکایی و آغازگر کسب و کارش را به جریان اندازد.

۱- منابع مالی

چگونه منابع مالی یافته و آن را مدیریت کنیم؟

تخمین هزینه راه اندازی کسب و کار

هنگامی که ماهیت کسب و کار جدید مشخص گردید، لازم است که هزینه‌های شروع و راه اندازی آن برآورد شوند. این سرمایه مورد نیاز ممکن است برای مقاصد زیر به کار روند :

– خرید یا اجاره مکان

– تهیه دستگاه‌ها و ماشین آلات مورد نیاز

– امکانات و تجهیزات اداری

– مواد اولیه

– بیمه و غیره

– تأمین منابع

منابع مالی برای راه اندازی کسب و کار ممکن است از روش‌های زیر و یا ترکیبی از آنها به دست آید :

– پس انداز شخصی

– کمک‌های مالی فامیل و بستگان

– قرض از دوستان

– تعاونی‌های محلی

– شرکت‌های سرمایه گذاری مالی

– مؤسسات قرض الحسنه و وام

– بانک‌ها و غیره...

– بانک‌ها انواع مختلفی از تسهیلات مالی ارائه می‌دهند از جمله :

– حساب‌های جاری یا چک

– حساب‌های پس انداز

– خدمات وام

لازم است قبل از اینکه واجد شرایط دریافت کمک و تسهیلات از بانک باشید، حساب بانکی افتتاح نمایید. وام‌هایی که از بانک دریافت می‌کنید همراه با بهره می‌باشند. یک کارآفرین بایستی انواع مختلفی از منابع مالی را بررسی نماید تا بهترین و مناسب‌ترین نوع آن که شرایط بازپرداخت مطلوبی نیز دارد انتخاب نماید.

مؤسسات تأمین اعتبار و وام قبل از پرداخت اعتبار ممکن است مدارکی را در ارتباط با کسب و کار از شما درخواست کنند، از جمله این مدارک عبارتند از : طرح کسب و کار، ضمانت‌نامه، و درباره میزان نقش و مسئولیت کارآفرین تحقیق و بررسی نمایند.

مدیریت پول : هنگامی که اعتبارات به منظور راه اندازی کسب و کار تأمین شدند، لازم است کارآفرین به طور دقیق اطلاعات درآمدها و هزینه‌ها را ثبت و نگهداری نماید. علاوه بر آن رویدادهای مالی در دوره‌های زمانی مختلفی

بایستی تصفیه شده و برای مؤسسات وام و قرض دهنده ارسال گردند.

یک کارآفرین درباره بازپرداخت‌ها بایستی مطابق با توافق و قرارداد طرفین به دقت عمل نماید چرا که در غیر این صورت ممکن است با جریمه‌ها و نرخ‌های بهره بالاتری مواجه گردد. رعایت اصول مالی کلید موفقیت یک کسب‌وکار است. لازم است حسابهای کسب‌وکار به طور کامل از حساب‌های شخصی فرد مجزا باشند.

بیان درآمدها : بیان درآمدها به طور ساده خلاصه‌ای از توانایی‌های ایجاد پول در کسب‌وکار می‌باشد. بیان درآمد بایستی به صورت ماهانه تهیه شده و در آن حداقل اطلاعات زیر وجود داشته باشد :

– درآمد (اعتبارات به‌دست آمده جهت راه اندازی کسب‌وکار مانند وام و پول کسب شده از فروش کالا یا خدمت خود)

– هزینه مواد اولیه (شامل تمام هزینه‌هایی که برای خرید مواد اولیه صرف شده)

– هزینه‌های عملیاتی (حقوق خود، هزینه‌های نیروی کار، هزینه‌های بالاسری همانند آب و برق مصرفی و...)

– بازپرداخت وام (سرمایه + بهره آن)

– سود ناخالص (درآمد کسب شده از فروش، پس از کسر هزینه تولید، بازپرداخت وام)

– مالیات‌ها

– سود ناخالص (درآمد کسب‌وکار پس از پرداخت مالیات)

۲- منابع انسانی : استخدام و به کارگیری افراد جهت کار با من

یک کارآفرین در ابتدا ممکن است کسب‌وکارش را به تنهایی شروع نماید. اما با توسعه آن به کمک افراد دیگر نیز احتیاج خواهد داشت.

در قبال به کارگیری افراد برای کمک در کسب‌وکار از طریق حقوق و مزایا بایستی خدمات این افراد جبران شود که این بستگی به شایستگی‌ها، مناسب بودن برای آن کار، تعداد ساعات کار، روزها، هفته‌ها و یا ماه‌هایی که برای کسب‌وکار کار می‌کنند، دارد.

استخدام : در کسب‌وکار قبل از استخدام کارکنان بایستی ماهیت کار به روشنی مشخص شده و شایستگی‌های حرفه‌ای و مهارت‌های کسی که در نظر است استخدام گردد، معلوم شود. ممکن است کارکنان قبل از شروع به کار و همچنین در طی زندگی کاری به آموزش‌هایی نیاز داشته باشند. آموزش مناسب سبب ایجاد انگیزه در کارکنان و باعث بهره‌وری بیشتر در کار می‌گردد.

بهره‌وری، مقدار کاری است که شخص در دوره زمانی مشخصی انجام می‌دهد.

یک کارآفرین بایستی این را در نظر داشته باشد که حقوق و مزایای پرداختی تنها هزینه مرتبط با استخدام افراد در شرکت نیست بلکه پرداختنی‌های دیگری نیز در این زمینه وجود دارند از جمله بیمه و هزینه‌های آموزش.

کارکنان در کسب‌وکار ممکن است به خاطر انجام وظایف ذیل استخدام شوند :

– تولید/ارائه خدمت

– کنترل کیفیت

– مدیریت و امور اداری

– حمل و نقل

– روابط با مشتری و غیره

تأمین منابع از بیرون : در کسب و کار برای انجام بعضی از کارها لازم نیست که فردی را استخدام نمود. بلکه به جای آن می توان وظایف کار مورد نظر را به شخص یا مؤسسه ای در خارج از کسب و کار واگذار نموده و فقط در قبال آن پولی را پرداخت نمود. به عنوان مثال خیلی از کسب و کارها کارکنان دائمی خدماتی ندارند بلکه از سایر کسب و کارها می خواهند که نیروی مورد نظر را تأمین کنند. از مزایای تأمین منابع از بیرون آن است که هنگامی که عملکرد پیمانکار طرف قرارداد رضایت بخش نبوده و یا هزینه ها بیشتر گردد می توان قطع همکاری نمود. از معایب تأمین منابع از بیرون آن است که شخص یا شرکت طرف قرارداد تعهد و وفاداری خاصی برای کسب و کار نداشته و به طور کلی بخشی از جریان کسب و کار نخواهد بود.

فعالیت ۸

بخشی از فعالیت یک کسب و کار را انتخاب کنید که می تواند در بیرون از کسب و کار انجام شده و می توان آن را به دیگران واگذار نمود. از فراگیران بخواهید که نیازهای کاری را که باید انجام شود، شناسایی کرده و خصوصیات حرفه ای برای کسی که آن را برعهده می گیرد، کدامند؟
جواب : (نمونه زیر)

مزایده

آگهی شناسایی پیمانکار (خدمات اجرایی و نیروی انسانی اداره تدارکات و انبارها)
شرکت پتروشیمی در نظر دارد، خدمات اجرایی و نیروی انسانی اداره تدارکات و انبارهای خود را از طریق مناقصه عمومی دو مرحله ای به پیمانکار واجد شرایط واگذار نماید.
(الف) شرح مختصر خدمات : تأمین خدمات اجرایی و نیروی انسانی مورد نیاز انبارها، دریافت و صدور کالا، تدارکات، خدمات طبقه بندی فنی و استاندارد کالا و ترخیص کالا مطابق شرح کار موجود در اسناد مناقصه
(ب) مدت اجراء خدمات : مدت زمان در نظر گرفته شده جهت انجام موضوع مناقصه، یک سال شمسی از تاریخ انعقاد قرارداد مربوطه و ابلاغ آن به برنده می باشد.
(ج) محل اجرای خدمات : محل ارائه خدمات انبار در انبارهای شرکت پتروشیمی رازی واقع در
خدمات تدارکات، طبقه بندی و ترخیص در اداره تدارکات و انبارها واقع در مجتمع
(د) مدارک و شرایط اولیه متقاضیان : توانایی در تهیه و ارائه تضمین شرکت در مناقصه به مبلغ ۱۶۰,۰۰۰,۰۰۰ ریال (صد و شصت میلیون ریال) به صورت نقدی / ضمانت نامه بانکی که مدت اعتبار آن سه ماه یا نود روز از تاریخ ارائه پیشنهاد و قابل تمدید به مدت سه ماه دیگر به درخواست کارفرما باشد.
توانایی تهیه و ارائه تضمین حسن انجام تعهدات (معادل ۱۰٪ مبلغ کل قرارداد) به صورت ضمانت نامه بانکی معتبر

دارا بودن شخصیت حقوقی

حسن سابقه کار و تجربه مرتبط با تأیید کارفرمایان مربوطه

ارائه طرح طبقه‌بندی مشاغل که به تأیید وزارت کار رسیده باشد
ارائه برگ تعهد پیمانکار در مورد عدم شمول قانون منع مداخله کارکنان دولت در معاملات دولتی مصوب دی ماه
۱۳۳۷ و همچنین عدم سوابق کیفری رفع نشده
رونوشت مصدق اساسنامه شرکت و آخرین آگهی روزنامه رسمی حاوی امضاهای مجاز و گواهی اداره ثبت
شرکت‌ها مبنی بر اعتبار اساسنامه ابراز شده و موجودیت شرکت
کلیه متقاضیانی که در این زمینه فعالیت دارند می‌توانند سوابق کاری خود را در این زمینه، حداکثر تا ۱۰
روز پس از چاپ آگهی دوم به آدرس : ارسال نمایند. بدیهی است از شرکت‌های مورد تأیید جهت مصاحبه و
دریافت اسناد مناقصه دعوت به عمل خواهد آمد.

فعالیت و تمرین بیشتر

– از دانش آموزان بخواهید که به سازمان یا شرکتی مراجعه کرده و چارت سازمانی آن به همراه شرح وظایف هر شغل را نیز
به دست آورند.



طرح کسب و کار

اهداف کلی

طرح کسب و کار عملی و کاربردی‌ترین بخش آموزش کارآفرینی می‌باشد. از فراگیران انتظار می‌رود پس از یادگیری این درس طرح کسب و کار ساده‌ای را تدوین کنند. علاوه بر آن انتظار بر این است که مخاطبین با کسب اعتماد به نفس لازم، قدم‌های محکم و استوار برداشته و از عهده دنیای کسب و کار برآیند.

اهداف جزئی

- آشنایی با مفهوم طرح کسب و کار
- یادگیری دلایل تدوین طرح کسب و کار
- یادگیری اجزای مهم طرح کسب و کار
- توانایی ارزیابی یک کسب و کار

اهمیت و ضرورت نوشتن طرح کسب و کار

فکر کنید عضو گروه برنامه‌ریزی فعالیت‌های فوق برنامه مدرسه هستید. این گروه در نظر دارد پس از امتحانات پایان سال یک اردوی یک روزه برای بچه‌ها ترتیب دهد. فکر می‌کنید به عنوان عضوی از گروه، چه کارهایی باید انجام دهید؟ شما حتماً با خود این سؤالات را مطرح می‌کنید :

- ✓ این اردو کجا باید برگزار شود؟
- ✓ چه زمانی برای برگزاری آن مناسب تر است ؟
- ✓ چند نفر از بچه‌ها را می‌توان به اردو برد؟
- ✓ از چه راه‌هایی می‌توان هزینه آن را تأمین کرد؟

✓ برای ایاب و ذهاب بهتر است از چه وسیله نقلیه‌ای استفاده کرد؟

و سؤالاتی از این قبیل...

اگر به سؤالات بالا پاسخ دهید، در واقع برای اجرای اردو برنامه ریزی کرده‌اید، اگر این برنامه‌ریزی را ننویسید و آن را یادداشت نکنید، به سختی می‌توانید برنامه منظم و مفیدی برای شرکت کنندگان ترتیب دهید. نوشتن و یادداشت نکردن فعالیت‌هایی که باید انجام دهیم یکی از مشکلاتی است که اغلب به آن دچار هستیم، در حالی که با نوشتن تمام مراحل کسب و کار در اوج فعالیت‌ها احتمال فراموشی بعضی از کارها کم می‌شود، علاوه بر آن از سردرگمی و گیج شدن در وسط کار جلوگیری می‌کند. از همه مهم‌تر آنکه به راحتی می‌توانیم کارهایمان را ارزیابی کنیم. ما همیشه سعی می‌کنیم کارهایمان را در ذهن طراحی کنیم و آن را به خاطر بسپاریم. اغلب با شور و اشتیاق زیاد از فکر و ایده‌هایی که در سر داریم صحبت می‌کنیم در حالی که با یادداشت نکردن آنها برخی را به فراموشی می‌سپاریم، شاید گاهی لازم باشد بعضی از برنامه‌هایمان را تغییر دهیم ولی اگر آن را ننوشته باشیم، به درستی نمی‌دانیم که برنامه چه بوده تا تغییرات را به موقع انجام دهیم و در آنها تجدید نظر کنیم، نوشتن این فکرها و ایده‌ها و برنامه‌ریزی کردن، باعث می‌شود که آنها دست یافتنی شوند. کارآفرینان همیشه رویاهای بزرگی در سر دارند که برای رسیدن به این رویاها باید برنامه‌ریزی کنند. به روی کاغذ آوردن این رویاها باعث اطمینان بیشتر از قابلیت اجرای طرح است.

طرح کسب و کار در واقع همان نقشه راه است که به سؤالاتی از قبیل: اکنون کجا هستیم؟ به کجا می‌رویم؟ و چطور باید به مقصد برسیم؟ پاسخ می‌دهد.

فعالیت ۱

با دانش آموزان این موضوع را مطرح نمایید:

فرض کنید فردی تصمیم دارد از تهران به مشهد سفر کند. بدیهی است چندین مسیر وجود دارد و هر کدام، مدت زمان عبور و هزینه متفاوتی خواهد داشت. فرد مسافر باید شرایط و هر یک از مسیرها را مورد بررسی قرار داده و در نهایت تصمیم‌گیری کند. کارآفرین نیز قبل از شروع سفر کسب و کاری خود، اطلاعات لازم را جمع‌آوری کرده و بررسی می‌کند و در مورد نحوه راه‌اندازی کسب و کار خود تصمیم می‌گیرد.

درسفر تهران به مشهد مسافر بر بعضی از مسایل از جمله میزان پول در دسترس، مدت زمان سفر، انتخاب جاده و... کنترل دارد، اما ممکن است مسایل اجتناب‌ناپذیری مانند خرابی ناگهانی اتومبیل، تغییرات آب و هوا، وضعیت جاده و... پیش بیاید که مسافر اساساً بر وقوع آنها کنترلی ندارد. در این مواقع باید برای برخورد با آنها از پیش برنامه مناسب داشت.

فعالیت ۲

از دانش آموزان پرسید: چرا طرح کسب و کار لازم است؟

جواب: (مهم‌ترین دلیل نوشتن طرح کسب و کار خود کارآفرین است، او با نوشتن طرح کسب و کار برنامه اجرایی خود را تدوین کرده و مطابق آن وارد عمل می‌شود. از دلایل دیگر نوشتن طرح کسب و کار آن است که سرمایه‌گذاران فعالیت‌های کارآفرینانه، بانک‌ها و... مایل‌اند کسب و کار کارآفرین را به صورت مکتوب ببینند تا تصویری روشن از هدف و احتمال موفقیت کسب و کار در آینده را داشته باشند. عاملی که می‌تواند سرمایه‌گذاران را برای حمایت متقاعد کند، این است که کارآفرین توانایی تحقق ایده کسب و کار را دارد. یک طرح تجاری خوب، حرفه‌ای بودن کارآفرین و آشنایی او را با بازار آشکار کرده و احساس عدم اطمینان و ریسک سرمایه‌گذار را

کاهش می‌دهد. علاوه بر این طرح کسب و کار برای آینده برنامه داشته و برای رویارویی با چالش‌های آن برنامه دارد).

فعالیت ۳

از دانش آموزان بپرسید: چه کسانی طرح کسب و کار را می‌نویسند؟
جواب: (در کسب و کارهای کوچک معمولاً خود فرد اقدام به نوشتن طرح کسب و کار می‌نماید، اما بهترین این است که توسط افراد تیم مدیریتی و اجرایی کسب و کار نوشته شود تا احساس تعلق آنها را به کار افزایش داده و اطلاعات لازم را به آنها منتقل کند).

فعالیت ۴

با توجه به مطالبی که تا اینجا مطرح شد از دانش آموزان بپرسید مخاطبین طرح کسب و کار چه کسانی هستند؟
جواب: (مهمترین مخاطب خود کارآفرین است که از طریق آن کسب و کار خودش را ارزیابی می‌کند؛ نوشتن یک برنامه، کارآفرین را وادار می‌کند کسب و کار خود را از زوایای مختلف مورد تحقیق و ارزیابی قرار دهد و خود را برای شرایط مخاطره‌آمیز آماده کند، در واقع فرد کارآفرین با نوشتن طرح کسب و کار از درستی روش‌های در نظر گرفته شده مطمئن می‌شود. علاوه بر آن طرح کسب و کار، کارآفرین ممکن است توسط سرمایه‌گذار، کارمند بانک، مشاوران و... خوانده شود تا آنها را در سرمایه‌گذاری متقاعد نماید. چرا که سرمایه‌گذار به دنبال چگونگی پیشرفت کار، افزایش سرمایه و مهمتر از همه توانایی باز پرداخت وام‌های بانکی است لذا فرد کارآفرین لازم است در بخش مالی کسب و کار به جزئیات بیشتری پرداخته شود.

تدوین طرح کسب و کار

طرح کسب و کار سند لازم برای تلخیص طرح‌ها، نقشه‌ها و بخش‌های مختلف کسب و کار، کارآفرین، جهت تأمین اعتبارات، کسب اختیارات قانونی و بسیج منابع برای راه اندازی کسب و کار می‌باشد.

تدوین طرح کسب و کار به خاطر دلایل ذیل مهم است:

- کسب مجوز از مقامات و مراجع محلی و قانونی جهت راه اندازی کسب و کار
- متقاعد کردن مؤسسات اعتباری جهت تأمین منابع
- تهیه و اجاره املاک برای فعالیت کسب و کار
- متقاعد کردن شریکان تجاری جهت عرضه مواد اولیه یا خدمات و غیره...

دانستنی‌های معلم

لازم است قبل از تدوین طرح کسب و کار به مجموعه‌ای از سؤالات پاسخ داده شود. سؤالاتی که در اینجا ذکر شده اند تا حدی جامع هستند و ممکن است برای کسب و کار کوچک محلی کاربرد کمتری داشته باشند.

۱- شناخت محصول:

- ۱-۱- معرفی محصول (شامل مشخصات عمومی، فنی، و کاربرد آن).
- ۱-۲- متقاضیان این کالا / خدمات چه افراد، شرکت‌ها یا سازمان‌هایی هستند؟
- ۱-۳- آیا محصول یا کالای جایگزین جهت این محصول وجود دارد؟ (لطفاً نام ببرید).
- ۱-۴- آیا مشابه این طرح (کالا / خدمات) توسط افراد دیگر در آن محل انجام می‌شود؟ (لطفاً نام ببرید).

- ۱-۵- مشخصات این طرح (کالا / خدمات) را با انواع محصولات شرکت‌های رقیب داخلی و خارجی مقایسه کنید و مزایای رقابتی آن را در ارتباط با کیفیت، قیمت، مشخصات فنی و ... بیان کنید.
- ۱-۶- نام و مشخصات سه شرکت تولید کننده خارجی (مارک تجاری) موجود این طرح را بنویسید.
- ۲- بررسی فنی و تکنولوژی :
 - ۲-۱- مشخصات فنی محصول پیش بینی شده در برنامه تولید را بطور دقیق مشخص فرمایید.
 - ۲-۲- روش تولید و انتخاب تکنولوژی مورد نظر را دقیقاً مشخص فرمایید { کلیات روش تولید (مهندسی معکوس، مونتاژ - طراحی از ابتدا، بهینه سازی تولید موجود و ...) نمودار کلی گردش کار، نحوه کنترل کیفی }
 - ۲-۳- وضعیت فعلی دانش فنی و تکنولوژی طرح را مشخص کنید . در صورتی که نیاز به انتقال تکنولوژی هست چه مقدماتی جهت ارتباط و عقد قرارداد با دارندگان دانش فنی تاکنون صورت گرفته است.
 - ۲-۴- روند تغییرات برای تکنولوژی این محصول در دنیا را بیان کنید.
 - ۲-۵- چه ماشین آلات و تجهیزات اصلی برای تولید محصول نیاز دارید؟ کدام یک را تهیه کرده اید : چه برنامه ریزی برای تهیه بقیه موارد دارید؟
 - ۲-۶- مواد و قطعات اصلی مورد نیاز محصول و منابع تأمین آنها را مشخص کنید.
 - ۲-۷- نام و مشخصات قطعاتی که نیاز به ورود از خارج دارند. کدامیک در بازار ایران به طور مستمر یافت می شوند؟
 - ۲-۸- کارگاه و زیربنای ساختمانی مورد نیاز تولید چیست؟ چگونه و چه وقت تهیه می شود؟
 - ۲-۹- نیروی انسانی فنی مورد نیاز تولید و تخصص آنها را به تفکیک بیان کنید. چه هماهنگی در جهت تهیه آن انجام داده اید؟
 - ۲-۱۰- فرآیند تولید و تکمیل محصول/ خدمات را به طور خلاصه شرح دهید.
 - ۲-۱۱- برنامه زمانی اجرای تولید را ارائه دهید (مراحل تولید و تحویل کالا به مشتری).
- ۳- ارزیابی مالی و اقتصادی :

در این بخش برآورد سرمایه ثابت (شامل ماشین آلات، تجهیزات فنی و اداری، هزینه ساختمان و تأسیسات، هزینه دانش فنی) و سرمایه در گردش، هزینه های تولید و قیمت تمام شده بررسی می شود.
- ۴- بررسی بازار :
 - ۴-۱- جایگاه بین المللی محصول یا طرح چیست؟ (شامل تولید کنندگان عمده - بازار - بازار جهانی، مشتریان عمده، ظرفیت بازار)
 - ۴-۲- وارد کنندگان عمده محصول مشابه در ایران چه کسانی و با چه سهمی در بازار داخلی هستند؟ (با ذکر نام تولید کننده خارجی و شرکت نمایندگی داخلی)
 - ۴-۳- در صورت واردات محصولات مشابه تعداد واردات در سه سال گذشته چه میزان بوده است؟
 - ۴-۴- در صورت تولید محصولات مشابه در داخل تعداد تولید سالانه توسط آنها چه میزان است؟
 - ۴-۵- در صورت تولید محصولات مشابه در داخل ظرفیت تولید شرکت های موجود چه میزان است؟

(ظرفیت‌های بالقوه)

- ۴-۶- نیاز سالانه کشور و تقاضای داخلی برای این محصول چه میزان است؟
- ۴-۷- در صورت وجود بازارهای صادراتی تعداد و مقصد صدور این محصول چیست؟
- ۴-۸- با توجه به اطلاعات فوق تقاضای فعلی بازار را چگونه ارزیابی می‌کنید (برآورد کمبود با مقایسه عرضه و تقاضا)؟

- ۴-۹- تقاضای سال‌های آتی را چگونه ارزیابی می‌کنید؟
- ۴-۱۰- کدام شرکت یا سازمان را می‌شناسید یا هماهنگ کرده‌اید تا در حال حاضر متقاضی تعدادی از این محصولات باشند (با ذکر نام و مشخصات مشتری، نوع هماهنگی صورت گرفته، و تعداد مورد نیاز)؟

۵- بررسی حقوقی و قانونی :

- ۵-۱- آیا موافقت اصولی برای راه اندازی تولید نیاز است؟ آیا آن را تهیه کرده‌اید؟
- ۵-۲- آیا مجوز سازمان‌های ناظر مثل محیط زیست، انرژی اتمی و... جهت تولید نیاز است؟ کدامیک را تهیه کرده‌اید؟
- ۵-۳- آیا محصول نهایی نیاز به مجوزهای اخلاقی و یا پزشکی برای ساخت، تست و یا به کارگیری دارد؟
- ۵-۴- آیا راه اندازی این کسب و کار مستلزم دریافت مجوز استاندارد از سازمان‌های داخلی (مثل مؤسسه استاندارد، آزمایشگاه رفرانس، اداره کل تجهیزات و یا...) می‌باشد؟ کدامیک را دریافت کرده‌اید؟ معمولاً یک طرح کسب و کار از اجزای زیر تشکیل می‌شود :
- صفحه عنوان (اسم کسب و کار، نام کارآفرین، آدرس تماس و سایر همکاران طرح)
- خلاصه اهداف کسب و کار
- ساختار کسب و کار
- کالا یا خدمات مورد نظر جهت فروش
- طرح بازاریابی (براساس تحقیق بازار)
- برنامه مالی
- بازده‌های سرمایه پیش بینی شده
- سایر مدارک حمایتی همانند توصیه نامه‌ها، گواهینامه‌های آموزشی و تحصیلی، مدارک خدمات اجتماعی و غیره.

فعالیت ۵

از دانش آموزان بخواهید که با مرور کتاب و محتوای آن طرح کسب و کاری را بنویسند. به عنوان مثال آنها موارد زیر را لازم است در نظر بگیرند :

- نیازهای تأمین نشده جامعه
- اندازه، ماهیت و پایداری بازار
- منابع مالی مورد نیاز
- منابع انسانی و مادی مورد نیاز
- مقررات اداری برای ثبت و راه اندازی کسب و کار

– روش‌ها و مکانیزم بازاریابی

– امکان ایجاد سود و غیره... .

نمونه‌ها و فرم‌های زیادی برای طرح کسب و کار وجود دارند که با توجه به مخاطبین این طرح می‌توان از منابع مختلف مثل اینترنت و یا بانک دریافت کرد. نمونه طرح کسب و کار پیوست این فصل آمده است.

طرح کسب و کار (تولیدی)

موضوع طرح: پرورش و نگهداری زنبور عسل

ظرفیت: ۸۵۰ کندو

محل اجرای طرح:

سرمایه‌گذاری کل: ۴۸۱/۳۵ میلیون ریال

سهم آورده متقاضی: ۵۱/۳۵ میلیون ریال

سهم تسهیلات: ۴۳۰ میلیون ریال

دوره بازگشت سرمایه: ۲/۲ سال (معادل ۲۶ ماه)

سود ویژه: ۱۷۵/۵۸ میلیون ریال

میزان اشتغال‌زایی: ۸ نفر

۱- خلاصه اجرایی

با افزایش فناوری‌های مختلف به ویژه در صنعت غذایی، امروزه کاربرد مواد غذایی به اشکال مختلف رو به گسترش می‌باشد. عسل نیز به عنوان یک ماده غذایی از این قاعده مستثنی نمی‌باشد.

با توجه به نیاز جامعه و وجود شرایط مناسب در زمینه پرورش زنبور عسل در استان گلستان اجرای این طرح می‌تواند علاوه بر ایجاد فرصت‌های شغلی، سودآوری مناسبی را در پی داشته باشد. وجود منابع طبیعی فراوان در استان و همچنین وجود نیروی کار ماهر و دسترسی به منابع اولیه ارزان مانند زمین زراعی، کندو و مواد اولیه سودآوری این طرح را توجیه می‌کند. علاوه بر استفاده از خود عسل به عنوان یک ماده مغذی و خوراکی از موم زنبور عسل نیز می‌توان در موارد مختلف مانند، صنعت شمع‌سازی، لوازم آرایشی و بهداشتی، صنایع داروسازی و عایق‌سازی استفاده کرد.

البته در این طرح برای درآمد حاصل از فروش موم زنبور عسل پیش‌بینی به عمل نیامده است. ولی می‌توان در طرح‌هایی که در آینده برای توسعه این پروژه در نظر گرفته شده است، این مورد را به عنوان یک زمینه رقابتی به حساب آورد.

با توجه به اینکه زنبورداران کندوهای خود را معمولاً در اراضی زراعی و باغات متعلق به خود یا دیگران مستقر می‌نمایند، این کار باعث کمک به گرده افشانی گیاهان و افزایش محصول می‌گردد و به علاوه کندوها در فصول مختلف سال و به فراخور آب و هوا، کوچ داده می‌شوند. به همین دلیل هزینه زمین در محاسبات وارد نمی‌شود.

در طول فرآیند پرورش زنبور عسل، همچنین اقدام به ازدیاد کندوها می‌شود که این عمل به منظور ترمیم تلفات و فروش انجام می‌پذیرد. در مناطق گرمسیر حتی می‌توان از هر کندو یک بچه کندو گرفت.

میزان سرمایه‌گذاری ثابت این طرح ۳۹۷/۳ میلیون ریال، سرمایه در گردش ۸۴/۰۵ میلیون ریال، درآمد فروش ۴۳۰ میلیون ریال، دوره برگشت سرمایه ۲۳ ماه و نقطه سربه سر تولید ۴۲/۴۲٪ می‌باشد. میزان ۴۳۰ میلیون ریال از طریق عقد مشارکت مدنی و

۴۵۷/۹۵ میلیون ریال از طریق عقد فروش اقساطی با کارمزد ۱۳٪ تأمین می شود.

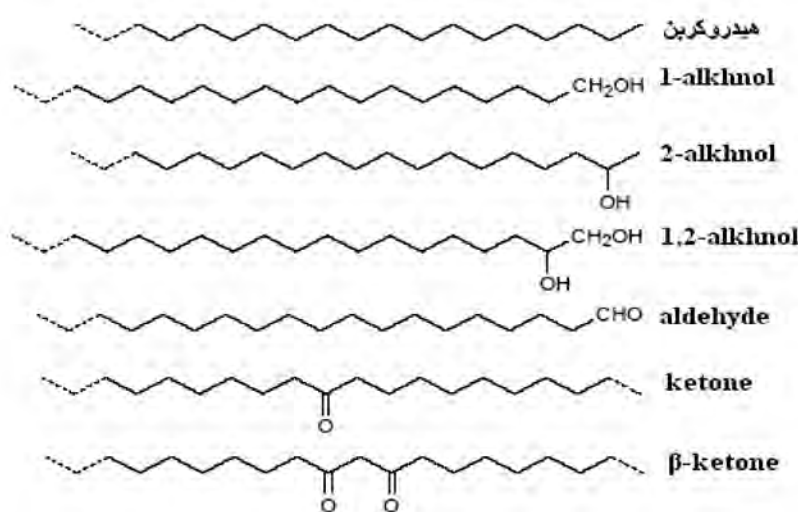
با اجرای این طرح، علاوه بر کسب سود مناسب اقتصادی می توان بستر مناسبی را برای اشتغال نیروهای ماهر و نیمه ماهر فراهم آورد که با توجه به ماهیت صنایع غذایی بانوان می توانند سهم به سزایی در آن داشته باشند.

۲- مشخصات مدیر و همکاران

نام و نام خانوادگی	آخرین مدرک تحصیلی	تجارب کاری	شغل مورد نظر	نوع همکاری (پاره وقت/تمام وقت)
۱				
۲				

۳- توضیح محصول

عسل حاوی بیش از هفتاد ماده مفید برای بدن انسان است. اساساً عسل از گلوکز، فروکتوز و منوساکاریدها ساخته شده است. همچنین عسل دارای آنزیم های مفیدی از جمله آمیلاز، سوکراز، کاتالاز، پراکسیداز و لیپاز بوده و در رده بندی غذاهای سرشار از آنزیم ها مقام نخست را به خود اختصاص داده است. ضمن اینکه مواد معدنی مختلفی مانند کلسیم، سدیم، پتاسیم، منیزیم، آهن، کرب، فسفر، گوگرد و ید نیز در عسل یافت می شوند. عسل به عنوان یک ماده کامل غذایی همچنین دارای انواع ویتامین ها (B₁, B₂, B₃, B₆, B₁₂, C, E, K)، اسیدهای آلی (اسید مالیک، وینیک، سیتریک، لاکتیک و اگزالیک) و پروتئین ها بوده و می تواند ۳۱۵ تا ۳۳۵ کیلوکالری انرژی به ازای هر یکصد گرم تولید نماید. همچنین عسل دارای خواص درمانی، ضد عفونی کنندگی و حفاظت از مواد آلی در مقابل تجزیه و فساد می باشد. در شکل زیر برخی ترکیبات موجود در عسل آورده شده است.



کلیه موارد ذکر شده اهمیت استفاده از عسل به عنوان یک ماده غذایی مغذی و همچنین دارویی طبیعی را خاطر نشان می سازد. از جهت دیگر با عنایت به رشد جمعیت و تنوع محصولات تولیدی و بالا رفتن سطح رقابت در زمینه عرضه انواع محصولات غذایی، بهبود مستمر کیفیت محصولات و ایجاد تنوع در عرضه مناسب تر، از مواردی هستند که بایستی هر چه بیشتر مد نظر قرار گیرند.

رعایت این موارد می تواند منجر به دسترسی آسان و ارزان مصرف کنندگان به مواد غذایی شود.

۴- بازار، مشتریان، رقبا و روش های تثبیت موقعیت و بازاریابی

به دلیل اینکه هدف از این طرح پرورش زنبور عسل به منظور تولید عسل می باشد. بنابراین بازار اصلی آن صنعت غذایی می باشد، که با این وجود مشتریان آن نیز افراد جامعه می باشند.

رقبای موجود در این صنعت سایر پرورش دهندگان زنبور می باشند که به صورت پراکنده در اکثر نقاط کشور مشغول به کار هستند.

به دلیل اینکه از زنبور عسل غیر از عسل می توان محصولات دیگری را نیز به دست آورد بنابراین جهت حفظ موقعیت و تثبیت بازار می توان در صورت نیاز، محصولات مختلفی را به بازار عرضه کرد که علاوه بر حفظ مشتریان سبب تنوع در تولید و عرضه محصول می شود. علاوه بر این به دلیل اینکه اغلب بسته بندی های مربوط به این صنعت به صورت سنتی می باشد، در صورت استفاده از روش های جدید در بسته بندی می توان علاوه بر تثبیت موقعیت بازار زمینه را برای نفوذ در بازارهای جدید آماده کرد.

۵- توجیه اقتصادی طرح

الف) سرمایه گذاری ثابت :

۱- زمین

به دلیل اینکه کندوها در فصول مختلف سال و به فراخور آب و هوا کوچ داده می شوند، هزینه زمین در محاسبات وارد نمی شود.

۲- ماشین آلات

ردیف	شرح	تعداد	هزینه واحد (هزار ریال)	هزینه کل (ارقام به میلیون ریال)
۱	کندو	۸۵۰	۳۰۰	۲۵۵
۲	طبق با کادر	۸۵۰	۱۸	۱۵/۳
۳	اکستراکتور	۱	۱۵۰۰	۱/۵
۴	صافی عسل	۵	۵۰	۰/۲۵
۵	دستگاه ذوب موم	۱	۳۵۰	۰/۳۵
۶	جعبه ملکه	۸۵۰	۱۰	۸/۵
۷	قفسه چوبی ملکه	۸۵۰	۱	۰/۸۵
۸	ظروف تغذیه	۸۵۰	۲/۵	۲/۱۳
۹	خرک پولک تراش	۵	۴	۰/۰۲
۱۰	چادر صحرایی	۲	۷۵۰	۱/۵
۱۱	تجهیزات زنبورداری	۴ سری	۲۰۰	۰/۸
۱۲	باسکول	۱	۴۰۰	۰/۴
۱۳	ترازو	۱	۱۰۰۰	۱
۱۴	شعله افکن	۱	۸۰۰	۰/۸
جمع			۲۸۸/۴	

۳- تأسیسات

ردیف	شرح	تعداد	هزینه واحد (هزار ریال)	هزینه کل (ارقام به میلیون ریال)
۱	منبع آب ۱۰۰۰ لیتری	۱	۳۰۰۰	۳
۲	ژنراتور برق	۱	۵۰۰۰	۵
جمع				۸

۴- وسایل نقلیه

ردیف	شرح	تعداد	هزینه واحد	هزینه کل (ارقام به میلیون ریال)
۱	وانت نisan	۱	۷۸	۷۸
جمع				۷۸

۵- هزینه‌های قبل از بهره‌برداری

ردیف	شرح	هزینه کل (ارقام به میلیون ریال)
۱	هزینه طرح، مشاوره، اخذ مجوزها و ثبت تسهیلات	۲/۵
۲	آموزش	۱/۵
جمع		۴

جمع کل سرمایه‌گذاری ثابت

شرح	هزینه (ارقام به میلیون ریال)
ماشین آلات	۲۸۸/۴
وسایل نقلیه	۷۸
تأسیسات	۸
هزینه‌های قبل از بهره‌برداری	۴
جمع	۳۷۸/۴
پیش‌بینی نشده (معادل ۵٪ اقلام فوق)	۱۸/۹
جمع کل	۳۹۷/۳

ب) هزینه‌های جاری :
 ۱- مواد اولیه و نهاده‌های تولید

ردیف	شرح	مصرف سالانه	هزینه واحد (هزار ریال)	هزینه کل (ارقام به میلیون ریال)
۱	کندوی خالی	۳۰۰ عدد	۳۰	۹
۲	شکر	۸ تن	۳۰۰۰	۲۴
۳	موم آج شده	۴۵۰ کیلو گرم	۲۰	۹
۴	دارو	—	—	۲
۵	ظروف بسته‌بندی عسل	—	—	۲/۵
۶	رنگ روغن و سیم	—	—	۲/۵
جمع				۴۹

۲- حقوق و دستمزد

ردیف	شرح	تعداد — نفر	حقوق ماهانه	حقوق کل (ارقام به میلیون ریال)
۱	مدیر طرح	۱	۱/۲	۱۶/۸
۲	حسابدار (پاره وقت)	۱	۰/۴	۵/۶
۳	زنبوردار	۴	۰/۹	۵۰/۴
۴	راننده	۱	۰/۹	۱۲/۶
۵	دامپزشک (پاره وقت)	۱	۰/۵	۷
مزایا و پاداش و حق بیمه کارفرما معادل ۲۳٪ جمع حقوق				۱۵/۷
جمع کل				۱۰۸/۱

۳- هزینه نگه‌داری و تعمیرات

ردیف	شرح	ارزش دارایی	نرخ	هزینه کل (ارقام به میلیون ریال)
۱	تأسیسات	۸	۴٪	۰/۳۲
۲	ماشین‌آلات	۲۸۸/۴	۴٪	۱۱/۵۴
۳	وسایل نقلیه	۷۸	۱۰٪	۷/۸
جمع				۱۹/۶۶

۴- هزینه / استهلاک

ردیف	شرح	ارزش دارایی	نرخ	هزینه کل (ارقام به میلیون ریال)
۱	تأسیسات	۸	۱۲٪	۰/۹۶
۲	ماشین آلات	۲۸۸/۴	۱۰٪	۲۸/۸۴
۳	وسایل نقلیه	۷۸	۲۰٪	۱۵/۶
جمع				۴۵/۴

۵- سوخت و انرژی

شرح	واحد	مصرف سالانه	هزینه واحد (ریال)	هزینه کل (ارقام به میلیون ریال)
بنزین	لیتر	۶۰۰۰	۶۵۰	۳/۹
گاز مایع	-	-	-	۰/۷۸
نفت سفید	لیتر	۶۰۰۰	۱۶۰	۰/۳۲
جمع				۵

جمع هزینه های جاری طرح

شرح	هزینه (ارقام به میلیون ریال)
مواد اولیه و نهاده های تولید	۴۹
حقوق و دستمزد	۱۰۸/۱
نگهداری و تعمیرات	۱۹/۶۶
استهلاک	۴۵/۴
سوخت و انرژی	۵
اجاره انبار	۶
جمع	۲۳۳/۱۶
پیش بینی نشده (معادل ۵٪ اقلام فوق)	۱۱/۶۶
جمع کل	۲۴۴/۸۲

سرمایه در گردش (شش ماهه)

شرح	هزینه (ارقام به میلیون ریال)
مواد اولیه	۲۴/۵
حقوق و دستمزد	۵۴/۰۵
سوخت و انرژی	۲/۵
اجاره انبار	۳
جمع کل	۸۴/۰۵

جمع کل سرمایه گذاری طرح

شرح	هزینه (ارقام به میلیون ریال)
سرمایه ثابت	۳۹۷/۳
سرمایه در گردش	۸۴/۰۵
جمع کل	۴۸۱/۳۵

(ج) فروش :

ردیف	شرح	میزان تولید	ارزش واحد (هزار ریال)	ارزش کل (ارقام به میلیون ریال)
۱	عسل خالص	۱۷ تن	۲۰۰۰۰	۳۴۰
۲	بچه کندو	۳۰۰	۳۰۰	۹۰
جمع				۴۳۰

برآورد هزینه های عملیاتی و غیر عملیاتی

ردیف	شرح	هزینه (ارقام به میلیون ریال)
۱	استهلاک هزینه های قبل از بهره برداری (۴ ساله)	۱
۲	هزینه فروش و اداری (معادل ۲٪ فروش سالانه)	۸/۷
جمع		۹/۶

محاسبه نقطه سر به سر تولید در ۱۰۰٪

شرح	هزینه متغیر		هزینه ثابت		هزینه کل (ارقام به میلیون ریال)
	مبلغ	درصد	مبلغ	درصد	
مواد اولیه	۴۹	۱۰۰	۰	—	۴۹
حقوق و دستمزد تولیدی	۳۷/۸۳	۳۵	۷۰/۲۷	۶۵	۱۰۸/۱
سوخت و انرژی	۴	۸۰	۱	۲۰	۵
تعمیر و نگهداری	۱۵/۷۳	۸۰	۳/۹۳	۲۰	۱۹/۶۶
استهلاک	۰	—	۴۵/۴	۱۰۰	۴۵/۴
توزیع و فروش	۸/۶	۱۰۰	۰	—	۸/۶
استهلاک قبل از بهره برداری	۰	—	۱	۱۰۰	۱
اجاره انبار	۰	—	۶	۱۰۰	۶
پیش بینی نشده	۹/۹۱	۸۵	۱/۷۵	۱۵	۱۱/۶۶
جمع	۱۲۵/۰۷	—	۱۲۹/۳۵	—	۲۵۴/۴۲

سود ناویژه :

هزینه‌های تولید سالانه - فروش سالیانه = سود ناویژه
 میلیون ریال $185/18 = 244/82 - 430 =$ سود ناویژه

محاسبه نقطه سر به سر تولید :

$100 \times (\text{هزینه متغیر} - \text{فروش}) / \text{هزینه ثابت}$
 $129/35(430 - 125/07) \times 100 = 42/41\%$

پیش بینی مالی طرح

شرح	میلیون ریال
درآمد (فروش)	430
کسر می شود : قیمت تمام شده	244/82
سود ناویژه	185/18
کسر می شود : هزینه‌های اداری فروش	8/6
سود عملیاتی	176/58
کسر می شود : هزینه‌های قبل از بهره برداری	1
سود ویژه قبل از کسر مالیات	175/58

سود ویژه قبل از کسر مالیات / سرمایه گذاری ثابت طرح = دوره برگشت سرمایه
 سال $2/2 = 397/3 / 175/58$

