

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؛ درحالیکه 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 جوای 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 $\frac{2}{3}$ 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 پرسید 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 پرسید 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 با 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 ارزانترین 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 وب‌سایت‌ها (گاهی اوقات صفحات خانگی) نامیده می‌شوند. هر وب‌سایتی اطلاعاتی را به همراه دارد که درباره موضوع خاصی بوده و ممکن است توسط میزبان یا وب‌مستر آن به صورت منظم به روز شود.

یک کسب و کار می‌تواند اطلاعات مفیدی را از طریق جستجو و گشت زنی در وب‌سایت‌ها بدست آورد.

بعضی وب‌سایت‌ها به عنوان موتورهای جستجوگر معروفند که می‌توانند به شما کمک کنند که سایر وب‌سایت‌ها و یا اطلاعات مورد علاقه خود را پیدا کنید. یک کسب و کار می‌تواند برای خود وب‌سایتی 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 وب‌سایت 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.

پیرامیدیار – مؤسس eBay

وقتی پیرامیدیار 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 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 نزدی، هیچ وقت نمی‌فهمی که واقعاً چه‌طور بوده است. اما امیدیار چطور 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 نرم‌افزاری‌ها، 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 اپل به نام کلریس مشغول به کار شد و در برنامه‌نویسی MacDraw (برنامه ترسیم در سیستم‌های اپل مک‌اینیتاش 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 مسأله از دید خودش نگاه کرد، شیفته حل چالش فنی راه‌اندازی 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.

روش 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 صداقت 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.

۷ فعالیت

از دانش‌آموزان 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 هریک 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 اشتغال زایی؛ 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 میزنشینی 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 تجدیدحیات 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...) (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 مهارت هایی 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 نشستن 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 مسئله 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. به هر حال 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 بپرسید 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 مأموریت‌های 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 حق‌الزحمه 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 به‌وسیله 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 به‌وجود 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 به‌صورت 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 به‌طور 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 نوآوران، آنان به انجام کارهای تازه و توسعه مدل‌های جدید می‌پردازند و پیشقدم در ارائه نگرش‌های جدیدند. باتوجه به گفته شو میپتر (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 زبان‌هایی 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.

۱۲ فعالیت

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).

۱۳ فعالیت

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).

۱۴ فعالیت

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 راه‌اندازی 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 روزانه شان در راستای رسیدن به رویاهایشان است؛ در راه اجرای ایده خود ایثار می‌کنند و...) .

۱۶ فعالیت

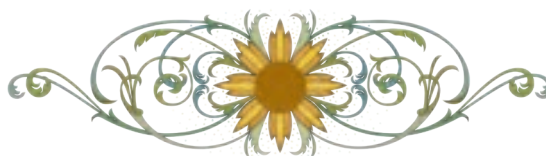
از دانش‌آموزان بپرسید که هدف انواع کارآفرینان چیست؟
جواب : معمولاً اهداف زیادی می‌توان برای کارآفرینان مختلف ذکر کرد، مهمترین آنها به عنوان نمونه عبارتند از :
کارآفرینی فردی : ایجاد سود بیشتر، نفوذ در بازار، توسعه کسب و کار خود در جهت ارائه تولید و خدمت بیشتر به مردم
کارآفرینی سازمانی : استفاده بهینه 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 کاری برد شناسایی کند.
- بتواند خودش ایده کسب و کار بیافریند.
- راه‌های تأمین منابع مالی کسب و کار را یاد بگیرد.
- 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 بداند 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 دلایلی را برای راه‌اندازی کسب و کار سؤال کنید، افراد جامعه با دلایل 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 بپرسید.

— 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 بپرسید که آیا افرادی را می‌شناسند که کسب و کاری راه‌اندازی کرده و پس از مدتی ورشکسته شوند؟ دلایل 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 بپرسید 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.

۳ فعالیت

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

توانایی : مهارت تایپ
فرصت های شغلی : تایپ انواع جزوات مقاله ها و...
علایق : خوشنویسی
سرگرمی : انجام انواع فعالیت های ورزشی
فرصت های شغلی : تهیه انواع تابلوهای خط، آموزشگاه و...
فرصت های شغلی : راه اندازی باشگاه ورزشی، مربی ورزش و...
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؟

۴ فعالیت

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 نانوایی 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 دانش‌آموزان 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 جمع آوری 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 تکثیر

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

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 پر رنگ 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 کالاها 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 شرکت‌های بزرگ از کجا آمده است؟

در طول روز نام برخی از کمپانی‌های تولید فناوری بارها و بارها به گوش‌تان می‌خورد. اما تا کنون به اینکه این نام‌های جالب از کجا آمده‌اند فکر کرده‌اید؟



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 رودخانه‌ای که از پشت منزل مؤسس آن، جان وارناک، عبور می‌کند.



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 می‌کنند که این موتور جستجو می‌تواند 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 نام‌های بیل هیولت و دیو پاکارد تأسیس شد. این دو نفر برای اینکه شرکت هیولد پاکارد یا پاکارد هیولت نامیده شود مجبور به استفاده از روش قدیمی شیر یا خط شدند و نتیجه هیولد پاکارد از آب در آمد.

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 ویی 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 بی سیم 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.



Microsoft®



ORACLE®



MOTOROLA

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 لااقل 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 لااقل 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 لااقل 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 لااقل ثلث از آن

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 غیر نقدی با تعیین قیمت حصه‌های غیر نقدی

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 لاقلاً 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 التادیة 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 «نماینده‌گی 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 کثیرالتنشر 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.

