

سواد مالی و هوش تجاری پیشرفته (۱)

مجموعه کتاب‌های M&BA دانش‌آموزی



مؤلف: پریسا ربیعی فراهانی

ناظر علمی: نکیسا رحمانی





امروزه یکی از دغدغه‌های کشورهای پرورش نیروی انسانی است، بدین جهت برنامه‌ریزان منابع آموزشی همواره باید تلاش خود را به این سمت سوق دهند.

در این میان یکی از موضوعات پر اهمیت و کاربردی، سواد مالی است زیرا کلید افزایش سواد مالی کشور در آموزش به دانش‌آموزان است.

مؤسسه فرهنگی آموزشی علوی با در نظر گرفتن نیاز دانش‌آموزان به فراگیری سواد مالی، از سری کتب «سواد مالی و هوش تجاری پیشرفته» در آموزش متوسطه اول استفاده نموده است. این کتاب برگرفته از کتاب «Business Studies» بوده که در برنامه درسی «IGCSE» ویژه متوسطه اول در دنیا به دانش‌آموزان تدریس می‌گردد.

برنامه‌های درسی IGCSE، مسیرهای گوناگونی را پیش‌روی افراد با توانایی‌های گسترده قرار داده است.

امروزه مدارس زیادی در سراسر جهان از این برنامه بهره می‌گیرند. سرفصل‌های مربوط به این برنامه درسی در دنیا کاملاً یکسان هستند اما نحوه برخورد با هر یک از آنها در کشورهای متفاوت، تحت‌تأثیر شرایط خواهد بود. نکته جالب توجه این است که این محتوا به‌طور تخصصی برای دانش‌آموزان بین‌المللی طراحی شده و کاملاً از تعصبات فرهنگی اجتناب می‌کند.





محتوای این کتاب، توسط دانشگاه‌ها و کارفرمایان، به‌عنوان یک منبع مهم جهت درک مفاهیم و تکنیک‌های کسب‌وکار؛ در طیف وسیعی از آن پذیرفته شده است.

مزایای آشنایی با این کتاب برای دانش‌آموزان عبارت است از:

شناخت گونه‌های متفاوت سازمان‌ها و انواع عملیات تجاری از قبیل بازاریابی، امور مالی و ...

توانایی محاسبه و تفسیر داده‌های تجاری مرتبط با کسب‌وکار

کسب مهارت‌های ارتباطی موردنیاز جهت نفع از کسب‌وکار

توانمندسازی افراد در زمینه تحلیل وضعیت کسب‌وکار و تصمیم‌گیری

تقویت مهارت‌هایی مانند تفکر خلاق، پرس‌وجو، حل مسئله و مسئولیت‌پذیری در فراگیران

از آن‌جا که امروزه، جهانی شدن، نقطه مشترک تمامی سازمان‌ها و نهادها به شمار می‌آید، مؤسسه علوی تهران با کوشش در آماده‌سازی نسل فردا برای رویارویی با جهان پیرامون، فرایندی نوین را رقم زده است.

امید است مطالب این کتاب بتواند چراغ راه خوانندگان و منبعی مفید برای دانش‌آموزان در جهت نیل به اهداف غایی آنان باشد.



۷

- ۸
- ۱۰
- ۱۱
- ۱۳
- ۱۴
- ۱۷
- ۱۹

فصل اول: فعالیت تجاری

نیازها، خواسته‌ها، مشکلات اقتصادی و کمبود منابع
 تأثیر عوامل تولید بر مشکلات اقتصادی
 محدودیت منابع و مسئله انتخاب
 تخصص‌گرایی؛ بهترین روش استفاده از منابع محدود
 تخصص‌گرایی و تقسیم کار
 عوامل تولید و اهداف فعالیت کسب‌وکاری
 ارزش افزوده



۲۶

- ۲۷
- ۳۱
- ۳۳
- ۳۵
- ۳۶

فصل دوم: طبقه‌بندی کسب‌وکارها (مشاغل)

مراحل سه‌گانه فعالیت‌های اقتصادی
 اهمیت نسبی بخش‌های سه‌گانه اقتصادی
 تغییر در میزان اهمیت بخش‌ها
 اقتصاد ترکیبی
 تغییرات اخیر اقتصاد ترکیبی



۴۲

- ۴۳
- ۴۴
- ۴۶
- ۴۸
- ۵۳
- ۵۷
- ۶۰
- ۶۱

فصل سوم: کارآفرینی و رشد و اندازه کسب‌وکارها

کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکار جدید
 ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان موفق
 دلیل حمایت دولت‌ها از کسب‌وکارهای تازه تأسیس
 چگونگی یاری رساندن برنامه و طرح کسب‌وکار به کارآفرینان
 معیارهای مقایسه اندازه کسب‌وکارها
 دلیل تمایل صاحبان کسب‌وکار به رشد و توسعه کسب‌وکارشان
 مشکلات ناشی از توسعه کسب‌وکارها و راه‌کارهای غلبه بر آنها
 دلیل ثابت ماندن روند رشد و عدم توسعه یافتگی برخی از کسب‌وکارها

فصل چهارم: انواع سازمان‌های تجاری

بخش خصوصی

انواع دیگر سازمان‌های تجاری در بخش خصوصی

اعطای امتیاز

سازمان‌های تجاری در بخش عمومی

۶۸



۶۹

۸۷

۹۰

۹۲





فعالیت تجاری



Business_Studies: Business Activity

#نیاز و خواسته

#هزینه فرصت از دست رفته



اهداف آموزشی فصل



00:00

- آشنایی با معنا و مفهوم نیازها، خواسته‌ها، کمبود^۳ و هزینه فرصت از دست رفته^۴
- شناسایی عوامل تولید^۵
- توسعه فعالیت اقتصادی و تخصص‌گرایی^۶
- بررسی هدف فعالیت تجاری
- آشنایی با مفهوم ارزش افزوده^۷

نیازها، خواسته‌ها، مشکلات اقتصادی و کمبود منابع



لیستی از موارد زیر تهیه کنید:

الف) نیازهایتان؛ آن دسته از نیازهایی که برای ادامه حیات ضروری هستند. (نیازهای اولیه انسان)

ب) خواسته‌هایتان؛ اقلامی که برای ادامه حیات ضروری نیستند اما خواهان خرید و کسب مالکیت آن هستید.

به‌عنوان مثال در لیست مربوط به نیازهایتان می‌توانید به آب آشامیدنی پاکیزه و در لیست مربوط به خواسته‌هایتان، به خانه لوکس و مجهز اشاره کنید.

نظر خودتان در مورد لیست‌هایی که ارائه داده‌اید چیست؟ به احتمال زیاد اقلام بسیار مهم و حیاتی مانند آب آشامیدنی، پوشاک مناسب جهت محافظت در برابر سرما، خوراک و مسکن (یا به‌عبارتی سرپناه) را در لیست مربوط به نیازهایتان قرار داده‌اید. از طرفی دیگر، تکمیل لیست مربوط به خواسته‌هایتان بستگی به خود شما و علایق شخصیتان دارد. به همین دلیل است که این لیست دربرگیرنده اقلام بسیاری خواهد بود.

سؤالی که در این‌جا مطرح می‌شود این است که: آیا شما به تمام اقلامی که در این لیست به آن‌ها اشاره کردید، دست یافته‌اید؟ اگر پاسخ شما به این پرسش مثبت است، قطعاً فردی خوش شانس و ثروتمند خواهید بود.

1. Needs

2. Wants

3. Scarcity

4. Opportunity cost

5. Factors Of Production

6. Specialization

7. Added value

در سراسر دنیا بیشتر مردم توانایی خرید تمام خواسته‌هایشان را ندارند، چرا که خواسته‌های ما انسان‌ها همواره نامحدود هستند. در کشورهای گوناگون افرادی زندگی می‌کنند که حتی توانایی تأمین نیازهای اولیه خود را هم ندارند. در اصطلاح به این گونه از افراد که در زیر خط فقر^۱ قرار دارند فقیر گفته می‌شود.

در این جا سؤالی که مطرح می‌شود این است که: چرا نمی‌توانیم بسیاری از نیازها و خواسته‌هایمان را برآورده کنیم؟ و چرا در جای‌جای جهان کسانی هستند که در فقر به سر می‌برند؟ پاسخ بیشتر مردم به این قبیل سؤالات این است که: «پول کافی در اختیار ندارند.» اما نکته مورد توجه در این جا این است که آیا دلیل اصلی مشکلات اقتصادی کمبود پول و ثروت است؟ مثال زیر این نکته را روشن خواهد کرد که پول به تنهایی پاسخگوی مشکلات اقتصادی مردم نیست.



۱. حداقل درآمندی که برای زندگی در یک کشور خاص در نظر گرفته می‌شود.

کالا: شیئی فیزیکی است که با هدف تأمین نیازها و خواسته‌های مشتریان به بازار عرضه می‌شود.

خدمت: آنچه که با هدف رفع نیاز مشتریان به بازار عرضه می‌شود، فقط کالا نیست بلکه می‌تواند شامل فعالیت‌هایی باشد که الزاماً مشهود نیستند و در نهایت به مالکیت نمی‌انجامند. مانند: خدمات بانکی، پذیرایی از میهمانان در میهمان‌سراها، تکمیل کردن اظهارنامه‌های مالیاتی، بازسازی خنک‌ها و ...

نیاز: نیازهای انسان اصلی‌ترین اصطلاح در بازاریابی هستند. نیازهای انسانی یعنی میل و تمایل به چیزی داشتن که این تمایلات عبارتند از:

(۱) نیازهای فیزیکی یا اولیهٔ خوراک، پوشاک، مسکن (سرپناه) و امنیت (امن ماندن)

(۲) نیازهای اجتماعی مربوط به تعلق داشتن و برخورداری از عطفه

(۳) نیازهای فردی مربوط به کسب دانش و ابراز وجود.

خواسته: خواسته از نیاز انسان نشأت می‌گیرد و شخصیت و فرهنگ فرد نیز به آن شکل می‌دهد. به‌عنوان مثال یک آمریکایی به غذا نیاز دارد اما خواسته او، یک ساندویچ بزرگ و معروف مک دونالد، سیب زمینی سرخ کرده و نوشابه است. (نیاز او، غذا و خواسته او ساندویچ بزرگ مک دونالد، سیب زمینی و نوشابه است.)

تأثیر عوامل تولید بر مشکلات اقتصادی

می‌توان گفت که دلیل اصلی کمبود عرضه کالا و خدمات این است که برای تولید تمام کالاها و خدمات موردنیاز مصرف‌کنندگان، عوامل تولید کافی وجود ندارد. به‌طور کلی می‌توان عوامل تولید را در ۴ گروه زیر تقسیم‌بندی کرد:

(الف) زمین؛ این اصطلاح دربرگیرندهٔ تمام منبعی است که در طبیعت یافت می‌شود. این منابع شامل: زمین، جنگل، نفت، گاز، فلزات و دیگر منابع طبیعی هستند.

(ب) نیروی کار؛ این اصطلاح به معنای تعداد نیروی انسانی در دسترس برای تولید یک محصول است.

(ج) سرمایه؛ این اصطلاح به معنای منابع مالی، ماشین‌آلات و تمام تجهیزاتی است که تولیدکنندهٔ یک کالا به آن نیاز دارد.

(د) کار آفرینی؛ این اصطلاح به معنای توانایی و مهارت فردی است که سایر عوامل تولید را با هدف تولید کالا یا خدمات با هم ترکیب کند. مانند صاحب یک کسب‌وکار، این گونه افراد را اصطلاحاً کارآفرین یا مؤسس می‌نامند.

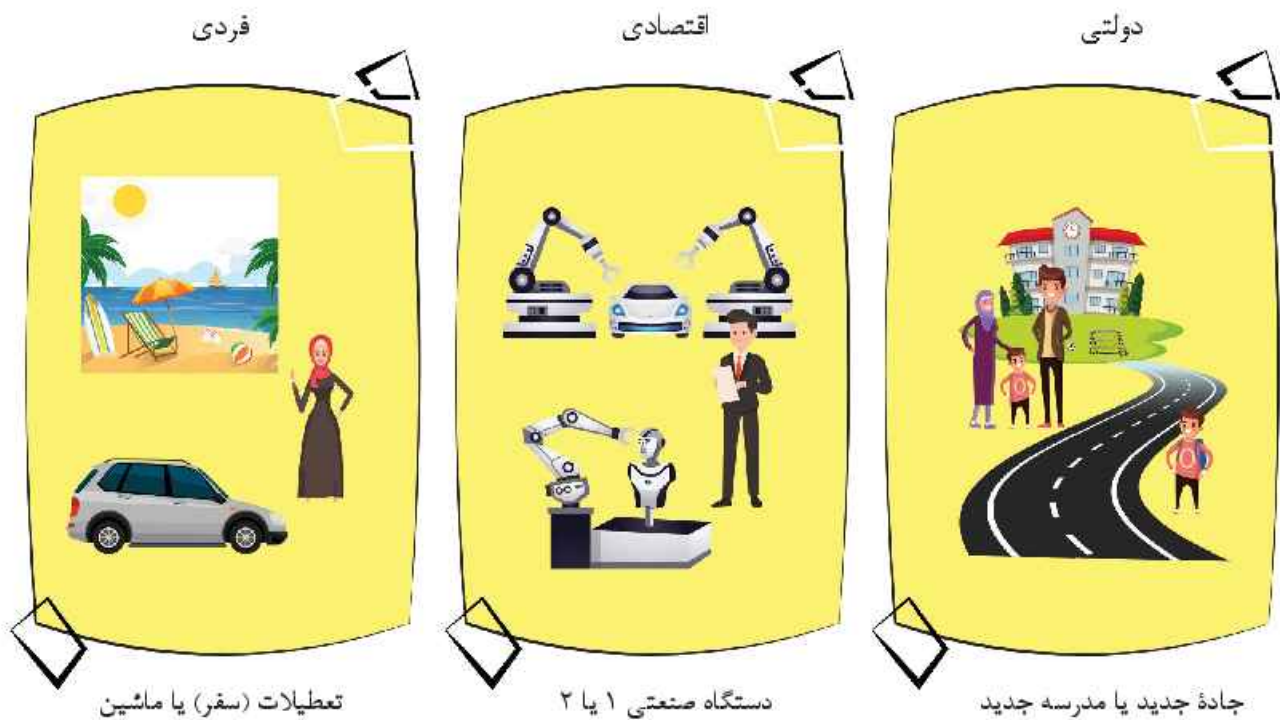
نکته مهم در این‌جا این است که عوامل تولید یاد شده در همه جای جهان محدود هستند و با توجه به اینکه برای رفع نیازهای نامحدود انسان‌ها به منابع کافی دسترسی نداریم، با یک مشکل اقتصادی تحت عنوان **کمبود عرضه یا مازاد تقاضا** مواجه خواهیم بود.

تقاضای نامحدود + عوامل تولید محدود = کمبود (مازاد تقاضا یا کمبود عرضه)

محدودیت منابع و مسئله انتخاب

با توجه به ویژگی کمال‌گرایی و تنوع‌طلبی انسان‌ها، می‌توان گفت که ما هر روزه با انتخابی جدید مواجه خواهیم بود و با در نظر گرفتن این امر که منابع محدودی در اختیار ما هستند، لذا مجبوریم از میان تمام تقاضاهایمان آن که از همه بیشتر باعث رضایتمندی‌مان می‌شود یا به عبارتی برایمان اولویت دارد را انتخاب کنیم. انتخاب هر کدام از نیازها و تمایلاتمان و تلاش برای رفع آن‌ها به معنای نادیده گرفتن و عدم انتخاب دیگری است که اصطلاحاً **هزینه فرصت** یا **هزینه فرصت از دست رفته** نامیده می‌شود. به عنوان مثال: دانش‌آموزی که برای رفتن به مدرسه از تاکسی استفاده می‌کند و پول خود را در این راه خرج می‌کند برای خرید دفتر جدید پولی نخواهد داشت لذا خرید دفتر جدید که به آن دست نیافته است، هزینه فرصت از دست رفته اوست و بالعکس چنانچه تمام پول خود را برای خرید دفتر جدید خرج کند، استفاده از تاکسی برای رفتن به مدرسه هزینه فرصت از دست رفته او محسوب می‌شود.

ما انسان‌ها برای رفع تمام نیازهایمان به منابع کافی دسترسی نداریم، لذا بهترین جایگزین که به آن دست نیافته‌ایم، هزینه فرصت از دست رفته ما محسوب می‌شود. علاوه بر مصرف‌کنندگانی مثل ما، دولت‌ها و کسب‌وکارها نیز با چنین مشکلی مواجه خواهند بود. در این میان برای اتخاذ انتخابی مناسب میان فرصت‌هایمان باید هزینه فرصت را طوری مورد بررسی قرار دهیم تا اطمینان حاصل کنیم مورد نادیده گرفته شده برای ما ارزش بیشتری نسبت به مورد انتخابی نداشته باشد.



شکل فوق بیان‌کننده اهمیت مسئله محدودیت منابع و به دنبال آن مسئله انتخاب در زمینه‌های گوناگون فردی، کسب‌وکار و دولتی است که در ادامه به صورت تلویحی به آن اشاره شده است.