



# بیز-ورلد (BIZ-World)

## دنیای کوچک کسب و کار

ترجمه و تدوین: محمدامین اسپروز

با هدف ایجاد روحیه کارآفرینی و آموزش مهارت‌های کسب و کار به کودکان شکل گرفته است. در حال حاضر، بیز-ورلد بزرگ‌ترین برنامه آموزش کارآفرینی از طریق معلمان است که در صد کشور جهان به بیش از ۶۰۰۰۰۰ دانش‌آموز دوره‌های ابتدایی و متوسطه آموزش داده است و بیش از ۸۰۰۰ معلم با آن همکاری می‌کنند. دوره‌های بیز-ورلد، اطلاعات مقدماتی در زمینه کارآفرینی، کسب و کار و امور مالی را از طریق کار عملی به دانش‌آموزان منتقل می‌کند. مخاطبان این طرح، دانش‌آموزان کلاس‌های سوم تا هشتم هستند و بخشی از تمرکز این طرح بر دانش‌آموزانی از خانواده‌های کم‌درآمد است. تنها در آمریکا ۵۳ درصد از برنامه‌های اجرا شده، برای این گروه از دانش‌آموزان بوده است.

### الگوی بیز-ورلد برای آموزش کارآفرینی

دوره کارآفرینی بیز-ورلد یک دوره ده ساعته است که معلمان همکار این مؤسسه، معمولاً در طول دو روز و گاه یک هفته یا چند ماه آن را تدریس می‌کنند. دانش‌آموزان در این دوره مسئولیت طراحی، تولید و فروش دست‌بند‌های دوستی<sup>۳</sup> را برعهده دارند. محصول اصلی این دوره‌ها، دست‌بند‌های دوستی است؛ زیرا هم بافتن آن‌ها برای دانش‌آموزان ساده

کارآفرینی و راه‌اندازی کسب و کار فرایندی پیچیده، و پر از مسائل مرتبط با علوم مختلف از جمله اقتصاد، مدیریت و بازاریابی است. پس، آموزش چنین فرایندی به کودکان ممکن است نه تنها دشوار بلکه کسل‌کننده باشد، اما امروزه، سازمان‌هایی در جهان مشغول آموزش کارآفرینی به کودکان هستند. در این مقاله، یکی از موفق‌ترین نمونه‌های این مورد به نام بیز-ورلد را معرفی می‌کنیم.

### بیز-ورلد چیست؟

تیم دربیپر<sup>۲</sup>، سرمایه‌گذار، کارآفرین و بنیان‌گذار بیز-ورلد در مصاحبه‌ای گفته است، ایده شکل‌گیری بیز-ورلد از اینجا شروع شد که روزی دختر ۹ ساله‌اش از او پرسید: «تو چه کاری انجام می‌دهی؟» دربیپر می‌گوید: «ناگهان جرقه‌ای در ذهنم شکل گرفت. می‌دانستم که دخترم از جهان بیرون (کسب و کار) اطلاعی ندارد. به او گفتم، سوآلت را الان پاسخ نمی‌دهم؛ در عوض، فردا با معلمت صحبت می‌کنم تا یک جلسه به کلاس شما بیایم.» سپس دربیپر در کلاس دخترش جلسه‌ای برای شبیه‌سازی کسب و کار برگزار کرد و این موضوع پیش‌زمینه راه‌اندازی بیز-ورلد شد. بیز-ورلد، که اکنون بیش از بیست سال از تأسیس آن می‌گذرد،



شعار<sup>۵</sup> منحصر به فرد بنویسند. آن‌ها همچنین می‌توانند از سایر ابزارهای تبلیغاتی، مانند طراحی و اجرای پوستر، استفاده کنند. پیش از آغاز مرحله فروش، دانش‌آموزان باید با توجه به حجم تولید، تحقیقات بازار و هزینه‌هایی که متقبل شده‌اند، محصولشان را به منظور رسیدن به سوددهی، قیمت‌گذاری کنند. سپس نوبت به فروش محصول می‌رسد. همان‌طور که پیش‌تر گفته شد، برای این منظور می‌توان بازارچه‌ای کوچک در مدرسه راه‌اندازی کرد. در آخر، دانش‌آموزان باید هزینه‌ها و درآمدهای خود را محاسبه کنند. معلم نیز با محاسبه سود هر گروه، موفق‌ترین گروه را ارزیابی می‌کند. پس از پایان این دوره، معلم با تحلیل قوت‌ها و ضعف‌های هر گروه، نکات اصلی موفقیت در کسب‌وکار را به دانش‌آموزان آموزش می‌دهد. به تازگی بخش دیگری در بیز-ورلد به نام بیز-مووی<sup>۶</sup>



و لذت‌بخش است و هم برای این گروه سنی جذابیت دارد. دانش‌آموزان به گروه‌های شش نفره تقسیم می‌شوند و هر گروه یک شرکت راه می‌اندازد. تمامی تصمیمات، دانش‌آموز محور است؛ یعنی این دانش‌آموزان هستند که تصمیم می‌گیرند چه نامی برای شرکتشان انتخاب کنند، چه تعداد دست‌بند تولید کنند و برای محصول چه قیمتی تعیین کنند. آن‌ها سپس باید محصولات را در یک بازارچه بفروشند. راه‌اندازی این بازارچه موقعیت مناسبی برای مشارکت تمامی مدرسه، معلمان، مسئولان آموزشی و حتی والدین است. البته در هیچ یک از مراحل، از پول واقعی استفاده نمی‌شود بلکه دانش‌آموزان از اسکناس‌های بیز-ورلد استفاده می‌کنند.

### مراحل کار

ابتدا، معلم مفاهیم کلیدی کسب‌وکار را به صورت ساده به دانش‌آموزان می‌آموزد و درباره انواع کسب‌وکار به آن‌ها توضیح می‌دهد. یکی از مهم‌ترین مواردی که دانش‌آموزان در این مرحله می‌آموزند، مفهوم سود است:

سود برابر است با درآمد منهای هزینه.

سپس، معلم دانش‌آموزان را گروه‌بندی می‌کند. هر فرد نقش و مسئولیتی را به عهده می‌گیرد: مدیر عامل، مدیر مالی، مدیر فروش، مدیر بازاریابی، مدیر تولید و مدیر طراحی. معمولاً دانش‌آموزان خودشان درباره اینکه هر فرد چه نقشی داشته باشد، تصمیم می‌گیرند. در ادامه، دانش‌آموزان هر گروه باید با همکاری یکدیگر برای شرکتشان اسم انتخاب کنند، برنامه‌ریزی کرده، سپس شرکت را ثبت کنند و در مرحله بعدی، از بانک وام بگیرند. همچنین در تمامی مراحل برنامه، باید امور مالی (مخارج و درآمدهای) خود را مدیریت کنند.

**معلم دانش‌آموزان را گروه‌بندی می‌کند. هر فرد نقش و مسئولیتی را به عهده می‌گیرد: مدیر عامل، مدیر مالی، مدیر فروش، مدیر بازاریابی، مدیر تولید و مدیر طراحی**

دانش‌آموزان پس از ثبت شرکت و پیش از آنکه به بخش‌های جذاب طراحی و تولید برسند، باید برآوردی از هزینه‌هایشان داشته باشند و نیز بازار هدف خود را بررسی کنند. این بازار هدف می‌تواند بخشی از مشتریان آن‌ها، مثلاً دانش‌آموزان یک کلاس دیگر، باشد. بعد از این مرحله، نوبت به طراحی دست‌بند می‌رسد. برای طراحی محصول، دانش‌آموزان می‌توانند چند نمونه اولیه بسازند. آن‌ها باید از بین نمونه‌های اولیه‌ای که ساخته‌اند، یک یا چند مورد را برای تولید انبوه انتخاب کنند و در ادامه، تولید محصول را آغاز کنند.

آن‌ها پس از آغاز تولید، وارد مرحله بازاریابی و تبلیغات می‌شوند. در این مرحله، دانش‌آموزان باید برای تبلیغات خود تصمیم بگیرند، برای شرکتشان آرم طراحی کنند و یک

اشتیاق زیادی نشان دادند. پس از پایان این دوره، دوباره همان سؤال را مطرح کردیم و این بار بیست نفر از دانش‌آموزان دست خود را بالا بردند. این نشان می‌دهد که حداقل توانسته‌ایم کنجکاوی آن‌ها را درباره کارآفرینی و کسب‌وکار برانگیزیم.»

یک معلم کلاس ششم در آمریکا که هر سال در کلاس‌هایش دوره بیز-ورلد را اجرا می‌کند، می‌گوید:

«مدرسه ما در منطقه‌ای فقیرنشین واقع شده است. دانش‌آموزان من عاشق بیز-ورلد هستند. دانش‌آموزان سایر کلاس‌ها نیز برای خرید محصولات آن بسیار اشتیاق نشان می‌دهند و هر سال منتظر رسیدن زمان آن هستند. این دوره‌ها به دانش‌آموزان شجاعت می‌دهد تا یک کار جدید را امتحان کنند و نیز کمی بیشتر درباره جهان بیرون بیاموزند. برخی از گروه‌ها، حتی برای تبلیغات محصولاتشان فیلم تبلیغاتی ساخته‌اند. دانش‌آموزان درس‌نخوان نیز در این دوره‌ها موفق‌اند.»

### نتایج

نتایج به‌دست آمده نشان می‌دهد که ۹۵ درصد معلمان باور داشته‌اند که این برنامه به دانش‌آموزانشان در درک علوم ریاضی، مطالعات اجتماعی، زبان و اقتصاد در دنیا کمک کرده است.

۹۷ درصد از معلمان معتقد بوده‌اند که این برنامه باعث شده است دانش‌آموزان یاد بگیرند که برای حل مسئله با هم مشارکت داشته باشند. ۹۳ درصد نیز فکر می‌کنند این برنامه در ایجاد تفکر انتقادی مؤثر بوده است.

به‌طور میانگین، نمره دانش‌آموزانی که در این دوره شرکت کرده بودند، ۶۳ درصد افزایش یافته و این رقم برای دانش‌آموزانی که از خانواده‌های کم‌درآمدند، ۷۶ درصد بوده است.

هدف اصلی برگزاری چنین دوره‌هایی، ایجاد انگیزه در دانش‌آموزان و معرفی و آموزش کارآفرینی و کسب‌وکار به آنان است اما در انتها حتی اگر بسیاری از این دانش‌آموزان کارآفرین نشوند، مزایای دیگر این طرح شامل حالشان شده است.

### \* پی‌نوشت‌ها

1. BizWorld: <http://bizworld.org>

2. Tim Draper:

دست‌بندهای دوستی اولین بار در دهه ۷۰ میلادی در آمریکا رواج یافتند و امروزه در تمام جهان محبوبیت دارند. این دست‌بندها را که اغلب با نخ کاموایی بافته می‌شوند، افراد به عنوان نمادی برای دوستی به یکدیگر هدیه می‌دهند.

3. Friendship Bracelets

4. Logo

5. Slogen

6. BizMovie

7. Anne Ravanona



راه‌اندازی شده است که با آموزش اصول اولیه کدنویسی به دانش‌آموزان و با استفاده از نرم‌افزارهای مخصوص به آنان کمک می‌کند که به جای دست‌بند، فیلم بسازند.

### برخی از نمونه‌های موفق

آن راونونا<sup>۱</sup>، کارآفرینی در ایرلند، برای برگزاری یکی از دوره‌های بیز-ورلد با معلم یک مدرسه همکاری کرده است. او می‌گوید: «پیش از شروع دوره، از ۲۶ دانش‌آموز یازده ساله حاضر در کلاس پرسیدیم: کدام یک از شما می‌خواهید در رشته‌های مرتبط با تجارت ادامه تحصیل دهید؟ فقط چهار نفر دستشان را بلند کردند. سپس برای این کلاس، یک دوره دو روزه از طرف بیز-ورلد برگزار شد. طی این دو روز، دانش‌آموزان به برنامه‌ها

