

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ





مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

۳۸۸

## خدمات آموزش مجازی

۱۳۹۰

خدمات آموزش مجازی / تدوین و تنظیم سازمان همیاری اشتغال دانش‌آموختگان  
(جهاد دانشگاهی)

تهران: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی، ۱۳۹۰

۵۰ ص. - مصور (رنگی)

مؤسسه کار و تأمین اجتماعی؛ ۳۸۸

۱۵۰۰۰ ریال: ۹-۱۴۴-۲۴۲-۶۰۰-۹۷۸

فیبا

کسب و کار خانگی -- ایران -- مشاغل -- دستنامه ها -- آموزش از راه دور --

واقعیت مجازی در آموزش و پرورش

سازمان همیاری اشتغال دانش‌آموختگان

مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

۱۳۹۰ خ/۳۴/۶۲/HD

۲۵۱۸۷۰۶

۶۵۸/۸۷۲



عنوان کتاب: خدمات آموزش مجازی

تدوین و تنظیم: سازمان همیاری اشتغال دانش‌آموختگان (جهاد دانشگاهی)

صاحب امتیاز: مؤسسه کار و تأمین اجتماعی

لیتوگرافی چاپ و صحافی: سازمان چاپ و انتشارات

شابک: ۹-۱۴۴-۲۴۲-۶۰۰-۹۷۸

شمارگان: ۲۰۰۰ نسخه

قیمت: ۱۵۰۰۰ ریال

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۰

www.Lssi.ir

سایت مؤسسه کار و تأمین اجتماعی:

هرگونه بهره‌برداری و نقل قول مطالب، منوط به اجازه کتبی از مؤسسه کار و تأمین اجتماعی می‌باشد.

مؤسسه کار و تأمین اجتماعی: تهران، خیابان پاسداران، ابتدای اختیاریه جنوبی، کوچه آزاده، پلاک ۵

دورنگار: ۲۲۵۸۹۸۹۱

تلفن: ۲۲۵۶۲۷۳۳

---

---

## فهرست مطالب

---

---

پیشگفتار.....	۱
مقدمه.....	۵
توصیف خدمات.....	۱۹
فرآیند راه‌اندازی کسب و کار و ارائه خدمات.....	۲۳
امکانات و تجهیزات مورد نیاز.....	۳۰
نیروی انسانی مورد نیاز.....	۳۰
سرمایه مورد نیاز.....	۳۲
تخصص و مهارت‌های مورد نیاز.....	۳۴
وضعیت بازار خدمات.....	۳۵
شیوه بازاریابی و معرفی خدمات.....	۳۶
مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها.....	۴۶
توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی.....	۴۸
سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند.....	۴۹
معرفی مشاغل مرتبط و مکمل.....	۴۹
معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز.....	۵۰



## پیشگفتار

در دنیای امروز که توسعه پایدار و کاهش فقر و محرومیت، دغدغهٔ کلیه دولت‌هاست نقش سیاست‌های اقتصادی در توسعه اشتغال پررنگتر می‌نماید. چرا که اشتغال و بیکاری به عنوان شاخصی مهم برای ارزیابی سیاست‌های کلان کشورها محسوب می‌شود. از این رو دولت‌ها می‌کوشند تا به طرق مختلف نرخ بیکاری را کاهش دهند. یکی از این راهها توسعه مشاغل کوچک و متوسط به طور عام و توسعه مشاغل خانگی به طور خاص است که افزایش درآمد و ثروت جامعه را بدنبال دارد. زیرا هر قدر سطح اقتصاد خانوار در جریان اقتصادی کشور بهبود یابد، به همان میزان اقتصاد جامعه نیز رشد پیدا می‌کند، از سوی دیگر خویش‌فرمایی و یا کار در محیط خانه یکی از الگوهای اشتغال در هزاره سوم است که به مدد نرم‌افزارها و شبکه‌های ارتباطی و اطلاعاتی، شرایطی را فراهم آورده که می‌توان قرن حاضر را قرن توسعه و رونق مشاغل خانگی دانست.

کسب و کار خانگی هم اکنون با بهره‌برداری از امتیازاتی چون توسعه دانش و گسترش فناوری ارتباطات و اطلاعات، حیطه گسترده‌ای را در اکثر حوزه‌های اقتصادی به خود اختصاص داده و در زمره یکی از حیاتی‌ترین و ضروری‌ترین بخش‌های اقتصادی جوامع به شمار می‌رود. در کشور ما ایران نیز، کاهش نرخ بیکاری و ایجاد اشتغال از جمله اهداف و تکالیف تصریح شده در سند چشم‌انداز و قوانین پنج ساله توسعه کشور محسوب شده و به این منظور، رویکرد توسعه

مشاغل خانگی به دلیل برخورداری از پیامدهای مثبت و متعدد در حوزه‌های اقتصادی، فرهنگی و اجتماعی مورد توجه مسئولین امر قرار گرفته است. مطابق قانون ساماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، منظور از مشاغل یا کسب و کار خانگی، آن دسته از فعالیت‌هایی است که با تصویب ستاد سازماندهی و حمایت از مشاغل خانگی، توسط عضو یا اعضای خانواده در فضای مسکونی در قالب یک طرح کسب و کار بدون مزاحمت و ایجاد اختلال در آرامش واحدهای مسکونی شکل می‌گیرد و منجر به تولید خدمت و یا کالای قابل عرضه به بازار خارج از محیط مسکونی می‌گردد. اما علیرغم تجربه‌های مثبت و موفقیت‌های چشمگیر سایر کشورها چنین طرح‌هایی مستلزم زمینه‌ها و بسترهای لازم است تا منابع و سرمایه‌های کشور هدر نرود و بتواند برای افراد اشتغال و برای کشور آبادانی به همراه آورد. تحقق سیاست توسعه مشاغل خانگی در ایران در شکل صحیح آن، علاوه بر کارکردهای عمومی که همانند دیگر جوامع بر متغیرهای اقتصادی چون اشتغال و تولید داخلی و درآمد سرانه خواهد داشت در حوزه‌هایی همچون احیای فرهنگ کار در خانواده‌ها، جلب مشارکت مردم، تقویت ویژگی‌های کارآفرینی، ارتقاء شاخص‌های اقتصادی در سطوح خرد و کلان جامعه، اصلاح نظام تربیتی، بسترسازی حقوقی مناسب و تأثیر روانشناختی بر اعضای جامعه به ویژه زنان و کودکان نیز منشأ تأثیرات مثبت و قابل ملاحظه‌ای خواهد بود.

مشاغل خانگی، طیف وسیعی از مشاغل سنتی تا نوظهور را در بر می‌گیرد و راه‌اندازی یک کسب و کار خانگی علاوه بر مهارت خاص هر شغل، نیازمند برخورداری از مجموعه‌ای از مهارت‌های اساسی و پایه‌ای همچون مدیریت



منابع، مدیریت زمان، سازماندهی، مدیریت فردی و مهمتر از همه مهارت‌های بازاریابی می‌باشد و فراهم آوردن پیش شرط‌های اطلاعاتی، مهارتی و تجربه عملی، منجر به حصول بهره‌وری بیشتر و توسعه سرمایه‌های انسانی و اجتماعی خواهد بود. لذا توسعه فرصت‌های شغلی در این زمینه مستلزم همکاری بخش‌های مختلف می‌باشد.

در این راستا، مؤسسه کار و تأمین اجتماعی با همکاری صمیمانه سازمان همیاری اشتغال دانش‌آموختگان جهاد دانشگاهی اقدام به تهیه، تدوین و معرفی ۱۵۰ شغل خانگی نموده است.

هدف از این مهم، شناسایی و معرفی مشاغل خانگی به علاقمندان می‌باشد به گونه‌ای که مخاطبان با فرایند ارائه خدمات، نیروی انسانی، وضعیت بازار، مشاغل مرتبط و منابع آموزشی مورد نیاز بیش از پیش آشنا شوند.

امید است تلاش‌های صورت گرفته، گامی مؤثر در جهت تشکیل بانک اطلاعاتی مشاغل خانگی محسوب شده و با الگوسازی مناسب، زمینه اشتغال جوانان میهن اسلامی را فراهم نماید.

**دکتر محمدرضا سپهری**

**رئیس مؤسسه کار و تأمین اجتماعی**

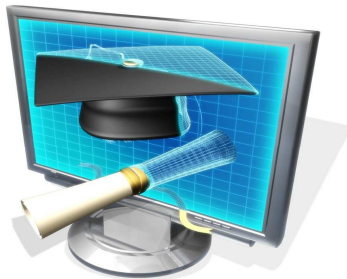


## مقدمه

با گسترده شدن فناوری اطلاعات و نفوذ وسایل ارتباط از راه دور به عمق جامعه، ابزارها و روش‌های آموزش نیز دچار تحول شدند. تحول این ابزارها و روش‌ها در جهتی است که هر فرد در هر زمان و هر مکان بتواند با امکانات خودش و در بازه زمانی که خودش مشخص می‌کند مشغول یادگیری شود.

استفاده از روش‌های نوین در نظام آموزشی، یک ضرورت و نیاز آموزشی برای فراگیران جهت بوجود آمدن فرصت‌های تحصیلی می‌باشد. با توجه به اینکه مدت زمان کوتاهی است که از پیدایش و توسعه فناوری ارتباطات و اطلاعات در جهان می‌گذرد، ولی در همین دوره اندک، توانسته است تغییرات فراوانی را در نحوه زندگی بشر به وجود آورد. یکی از بسترهایی که سهم عمده‌ای از این تغییرات را به خود اختصاص داده، آموزش است. آموزش‌های مبتنی بر تکنولوژی نوین اینترنت، با تغییرات بنیادی که در مفاهیم آموزش سنتی ایجاد کرده، توانسته است بسیاری از ناکارآمدی‌های سیستم‌های سنتی آموزشی را رفع کرده و دگرگونی‌های اساسی را در آموزش به وجود آورد. محور تغییرات ایجاد شده، حذف زمان، مکان و محدودیت‌های منابع آموزشی

از سیستم‌های سنتی بوده و سبب تغییر روش‌ها و رویکردها در امر آموزش شده است و انعطاف‌پذیری و استانداردهای بالایی را بوجود آورده است. به طوری که با استفاده از دنیای مجازی، می‌توان به روش‌های نوین و کارآمدی از آموزش دست یافت.



© iStockphoto.com

### تاریخچه آموزش مجازی

اصل و ریشه آموزش مجازی به زمانی برمی‌گردد که استفاده از تکنولوژی برای پشتیبانی سیستم‌های آموزش رایج شد. مثل استفاده از فیلم و تلویزیون در برنامه‌های آموزشی در زمان‌های گذشته.

Open University با شعار "فناوری و ارتباطات می‌تواند آموزش سطح بالا را برای افرادی که به سیستم‌های حضوری دسترسی ندارند به ارمغان بیاورد" از مراکزی است که اولین گام‌ها را در زمینه آموزش‌های غیرحضوری برداشته است.

در حدود سال ۱۹۸۰ وقتی استفاده از کامپیوتر در زندگی روزانه مردم، کم کم رایج می‌شد. استفاده از برنامه‌های آموزشی و سیستم آموزش CBT (Computer Base Training) با استفاده از سی‌دی و فلاپی جای خود را باز کرد. اما در حدود سال‌های ۱۹۹۰ که وب بوجود آمد. این آموزش برخط (آن‌لاین) بود که گردنه رقابت را ربود و پا به عرصه وجود گذاشت و با سرعت خیلی زیاد رشد کرد.

هر جا که دسترسی به اینترنت فراهم بود استفاده از آموزش برخط (آن‌لاین) هم رایج‌تر بود. در اواخر دهه ۱۹۹۰ بسیاری از شرکت‌ها متوجه بازار بزرگ آموزش برخط (آن‌لاین) شدند و براساس آن دوره‌های آموزشی برخط را فراهم کردند و ارایه دادند.

در این زمان و به فاصله کمی ابزارهای جدیدی بوجود آمدند ولی نه برای ارایه مطلب آموزشی، بلکه برای مدیریت سیستم‌های آموزشی که LMS (Learning Management System) نام گرفتند.

در حدود سال ۲۰۰۰ زمانی که بمب دات‌کام‌ها منفجر شد شگفتی بزرگی به نام "e" بوجود آمد. و همه چیز با "e" آغاز شد. مانند e-business و آموزش مجازی (e-learning) نیز پا به عرصه گذاشت و به یک تجارت و شاید به یک صنعت بزرگ بدل شد.

یکی از مزایای بزرگ آموزش مجازی در آن زمان عدم نیاز به سفرهای کوتاه و بلند برای رسیدن به مکان‌های آموزشی بود. امکان دسترسی به تمام منابع آموزشی چه در روز و چه در شب و هر کجا که نیاز داشتید، در منزل یا محل کار. تمام این تعاریف به این معنی بود که شما در هر کجا که دوست داشتید می‌توانستید درس بخوانید و کسی هم نبود که به شما بگوید چه موقع این کار را انجام دهید.

وقتی این هیاهوها خوابید مردم خیلی زود تصمیم گرفتند که از آموزش مجازی رها شوند. برای اینکه به نظر نمی‌آمد که آنها را به آرزویشان برساند. در خصوص سرمایه‌گذاری‌های زیادی هم در این زمینه شده بود نگرانی‌های وجود داشت که جواب می‌دهند یا خبر. این نگرانی‌ها دلایلی داشتند:

اول اینکه: خیلی کم پیش می‌آمد که آموزش مجازی با یک فکر باز با سیستم سنتی مقایسه شود. برای آن گروه که احتیاج داشتند معلم باشند. کار کردن بر روی منابع درسی آموزشی به صورت صرف کافی نبود.

دوم اینکه: کارمندان فکر می‌کردند شغل خود را از دست می‌دهند آنها علاقه‌مند نبودند که پشت میز بنشینند و کامپیوتر کار آنها را انجام بدهد.

در این زمان بود که ۲ گونه آموزش بوجود آمد.

Blended learning: (آموزش ترکیبی): این روش ترکیبی بود از

آموزش رو در رو (FTF) face to face و آموزش الکترونیکی

Live- eLearning (آموزش مجازی زنده): در شرایطی که آموزش حضوری امکانپذیر نبود. برای مثال دانشجویان در مکان‌های مختلف کشور پراکنده بودند. ابزارها و سیستم‌ها به کاربران امکان می‌داد به صورت ارتباط از راه دور با هم ارتباط برقرار کنند و کنار هم بیایند و به همراه استاد که کلاس را مدیریت می‌کند درس بخوانند. اولین ابزارها در این خصوص کلاس‌های مجازی و سیستم‌های کنفرانس برخط بودند. آموزش مجازی زنده به عنوان آموزش همگام و همزمان شناخته می‌شد که با آموزش‌های نا همگام و غیر همزمان فرق داشته باشد.

در قرن جدید تنها چیزی که شما را می‌تواند از بقیه جلوتر بیندازد یادگیری سریعتر می‌باشد. همزمان و همراه با تحولات و تغییرات وسیعی که در جهان بوجود آمده است رویکردها و دیدگاه‌های اندیشمندان نسبت به آموزش و یادگیری نیز تحولاتی داشته است. در گذشته جهت آموزش واژه Training را به کار می‌بردند که به معنای آموزش دادن همراه است و اکنون واژه Learning را به کار می‌بریم که به معنی آموزش گرفتن می‌باشد. در آموزش سنتی چون مبنای کار در آموزش دادن همراه بوده است در نتیجه آموزش به صورت اجبار، تنبیه و با زور همراه بوده و نتیجتاً افت تحصیلی چه در کلاس درس و چه در خارج کلاس را به همراه داشته است اما در Learning چون خود فرد خواسته است که یاد بگیرد همراه با بازدهی بالایی

می‌باشد. در سال ۱۹۹۵ شرکت IBM در ژاپن بخش آموزش منابع انسانی خود را از نام Training به نام Education تبدیل کرد.

دانشگاه MIT یکی از دانشگاه‌های معتبر در دنیا می‌باشد که تصمیم گرفته تمامی درس‌های خود را بر روی اینترنت بگذارد و تا ماه مارس ۲۰۰۳ نزدیک به ۲۵۰ موضوع از ۵۰۰ درس‌های خود را به صورت رایگان بر روی اینترنت قرار داد.

جهت بررسی بیشتر به سایت [www.mit.edu](http://www.mit.edu) مراجعه کرده و بخش Open course ware مراجعه نمایید.

امروزه نگاه به آموزش عوض شده است. لزوماً نیازی به انجام یک پروسه استاندارد برای رسیدن به یک نتیجه استاندارد نیست. ممکن است کسی بخواهد دیپلم را ۲۰ ساله اخذ کند و یا ممکن است کسی بخواهد دیپلم را ۲ ساعته طی کند. به همین خاطر در کشورهای صنعتی از جمله در آمریکا این امکان فراهم آمده است که شخص بتواند کمتر از ۲ ساعت دیپلم این کشور را از طریق اینترنت کسب نماید.

تاریخچه این روش آموزشی نمایانگر این واقعیت است که توسعه و تکامل فناوری آن به سهولت میسر نشده و دستیابی به وضعیت فعلی، مستلزم گذار از مسیرهای تاریخی متفاوتی بوده است.





### تاریخچه آموزش از راه دور در ایران

آموزش از راه دور در کشورمان به جز تجربه کوتاه دانشگاه آزاد قبل از انقلاب و دانشگاه پیام نور مبتنی بر استفاده از شیوه ارتباط از راه دور، دارای سابقه طولانی نیست در پایان دهه ۷۰ آموزش مجازی در دستور کار دانشگاه تهران قرار گرفت و پروژه‌های تحت این عنوان آغاز شد در سال ۱۳۸۰ سایت آموزش مجازی دانشگاه تهران با ارائه ۹ درس برای دانشجویان روزانه دانشگاه راه‌اندازی شد و از نیم سال اول تحصیلی همان سال، آن بهره‌برداری شد در همان سال وزارت علوم، تحقیقات و فناوری از تأسیس دانشگاه اینترنتی خبر داد که تحت نظر آن وزارتخانه، ولی به صورت مؤسسه

غیرانتفاعی نوع اول در سراسر کشور خدمات آموزشی ارائه خواهد داد به دنبال آن تعدادی از دانشگاه‌ها اعلام کردند که راه‌اندازی آموزش الکترونیکی را جزو برنامه‌های خود قرار داده‌اند و در حال حاضر تعدادی از آنها دروسی را به صورت تک درس برای دانشجویان حضوری خود ارائه کرده‌اند. اندکی بعد از اقدام دانشگاه‌ها در استفاده از روش آموزش الکترونیکی، آموزش و پرورش که بزرگترین بخش آموزشی کشور است، فعالیت‌هایی را در این زمینه شروع کرد و در حال حاضر تعدادی مؤسسه خصوصی نیز از روش آموزش الکترونیکی بهره‌مند هستند.

در ایران دانشگاه شیراز، به عنوان اولین دانشگاه کشور موفق به آغاز رسمی دوره آموزشی دانشگاه مجازی شده است. در این نوع آموزش، عمده فعالیت‌های آموزشی از قبیل ثبت نام، انتخاب واحد دریافت مطالب درسی، مذاکره با استاد از طریق شبکه کامپیوتری اجرا و در برخی موارد کلاس‌های رفع اشکال و برخی کلاس‌های آزمایشگاهی به صورت حضوری ولی با زمانبندی مناسب اجرا می‌شود.

علاوه بر آن در حال حاضر دانشگاه علم و صنعت، دانشگاه بین‌المللی امام خمینی، دانشگاه تهران، دانشگاه علامه طباطبایی و دانشگاه فردوسی مشهد دارای مراکز آموزش مجازی هستند. همچنین دانشگاه‌های دیگری چون دانشگاه خواجه نصیر، دانشگاه علم و صنعت، امیرکبیر، علوم و حدیث، و

دانشگاه الکترونیک دانشگاه آزاد، در رشته‌های مختلف، پذیرای دانشجویان به صورت مجازی هستند

با توجه به رشد خوب آموزش مجازی در ایران و همچنین رشد روز افزون تعداد دانشگاههایی که مایل به ارائه خدمات آموزشی از راه دور هستند، چنین برداشت می‌شود که در این زمینه گام‌های خوبی برداشته شده است و به نظر می‌رسد در آینده‌ای نه چندان دور شاهد ارائه خدمات آموزش از راه دور توسط اکثر دانشگاههای کشور خواهیم بود. با این وجود در مجموع می‌توان گفت که نظام آموزش الکترونیکی در ایران در مرحله شکل‌گیری و آزمون و خطا به سر می‌برد.

بحث آموزش مجازی در کشور، با توجه به صرفه‌های اقتصادی، ویژگیهای خاص آموزشی، مزایای بیشمار حاصل از بکارگیری این شیوه، وجود نیروی کار جوان و مستعد، آمار بالای بیکاری، رشد روز افزون جمعیت جوان، محدودیت‌های فضا و امکانات و... امری اجتناب‌ناپذیر است که در جهت ارتقای و توسعه آن بایستی تلاش و پیگیری بیشتری نمود.

با توجه به آمار و ارقام حاکی از رشد قابل توجه آموزش مجازی در سطح جهان، همچنین برای اینکه بتوانیم در دنیای پرتغییر و پویای کنونی، در زمینه‌های کاری و تحصیلی موفق باشیم، باید به روز (up-to-date) بوده و تلاشمان را در جهت افزایش روز افزون دانش کاری و فن‌آوری‌های نوین

افزایش دهیم. لذا آموزش مستمر بسیار مهم است و آموزش مجازی از بهترین گزینه‌ها و یک راه اثبات شده و موثر در امر آموزش با توجه به وضعیت کنونی می‌باشد.

### آموزش مجازی

آموزش مجازی به سیستم‌هایی اطلاق می‌شود که ارتباط بین یاد دهنده و یاد گیرنده از طریق سیستم‌های ارتباطی می‌باشد و محدودیت زمانی و مکانی برای یاد گیرنده وجود ندارد؛ به عبارت دیگر در این روش مواد آموزشی از طریق ابزارهای چندرسانه‌ای، برای یادگیرنده قابل دسترسی است؛ به طوری که یادگیرندگان به طور مؤثر و بدون نیاز به حضور در کلاس از این آموزش بهره‌مند می‌شوند. به طور کلی آموزش مجازی با روش‌های مکاتبه‌ای شروع شده و با پیشرفت علم و تکنولوژی ارتباطات این نوع آموزش‌ها نیز پیشرفت نمودند. به طوری که پس از روش‌های مکاتبه‌ای استفاده از رادیو، تلویزیون، نوارهای ویدئویی متداول شدند و پس از عرضه و گسترش کامپیوترهای شخصی و رشد سریع در امکانات چند رسانه‌ای و بالاخص پیدایش اینترنت، آموزش مجازی دچار تحولی عظیم گشت.

سیستم آموزشی مجازی، سیستمی جدید، هنرمندانه و راه‌حلی جامع می‌باشد که به موسساتی که خواهان حرکت در مسیر تکنولوژی روز و تغییر

روش‌ها و محیط‌های آموزشی خود هستند، امکان دستیابی به شیوه‌های نوین آموزشی را فراهم می‌نماید. امروزه بسیاری از مؤسسات آموزش عالی معتبر در سطح جهان، از طریق دوره‌های آموزشی مجازی اقدام به اعطای مدارک تحصیلی نموده که این مدارک از نظر اعتبار هیچگونه تفاوتی با مدارک اخذ شده در دوره‌های حضوری ندارند. برخلاف گذشته که دوره‌های آموزش مجازی به آموزش مکاتبه‌ای معروف بود و هیچگونه ارتباط مستقیمی بین دانشجو و استاد و سایر دانشجویان وجود نداشت، با استفاده از امکانات آموزشی جدید مانند شبکه جهانی وب و کلاس‌های درس مجازی، در دوره‌های آموزش مجازی مدرن، ارتباط تعاملی میان دانشجو با استاد و همچنین سایر دانشجویان وجود دارد. همچنین امروزه آموزش الکترونیکی به یک صنعت چند میلیارد دلاری با کاربردهای متنوع تبدیل شده است؛ از آموزش علاقمندان به فراگیری یک موضوع خاص علمی یا فنی گرفته تا آموزش حین خدمت کارکنان شرکت‌های بزرگ چندملیتی که شعب متعددی در نقاط مختلف جهان دارند.

### مزایای آموزش مجازی

❖ **کاهش هزینه‌ها:** این نوع آموزش با توجه به ارزان شدن دسترسی به اینترنت و نبودن هزینه‌های چون هزینه‌های ایاب و ذهاب و... یک نوع آموزش ارزان در مقایسه با آموزش‌های حضوری می‌باشد.

- ❖ **آرامش و عدم اضطراب:** افرادی که در ارتباط رودررو با استاد در کلاس دچار اضطراب و دلهره می‌شوند، معمولاً در کلاس‌های مجازی آرامش بیشتری دارند؛ چرا که به راحتی از خانه خود و حتی از روی تخت خواب خود می‌توانند در کلاس حاضر شده و با معلم و دیگر دانش‌آموزان گفتگو کرده و در فعالیتهای کلاسی شرکت کنند.
- ❖ **همه گیر بودن آموزش:** آموزش مجازی به کلیه افراد امکان ادامه تحصیل می‌دهد. حتی کسانی که برنامه کاری و یا محل سکونت، مانع از حضور آنها در کلاس‌های درس دوره‌های حضوری می‌باشد. عبارتی، در آموزش مجازی حتی افرادی که در شهرهای کوچک و یا روستاهای دیگر زندگی می‌کنند، به راحتی می‌توانند با یک دستگاه کامپیوتر و دسترسی به اینترنت در کلاسی که به عنوان مثال در پایتخت کشور و یا حتی کشوری دیگر برگزار می‌شود، شرکت کنند.
- ❖ **صرفه‌جویی در وقت:** هیچ هزینه‌ای به اندازه وقت انسان برایش ارزشمند نیست. چرا که وقت هدر شده مانند آب رفته‌ای است که دیگر به جوی باز نمی‌گردد. با آموزش مجازی دیگر ساعت‌ها از وقت گرانبهای انسان در ترافیک‌های شهری هدر نخواهد رفت. کافی است فراگیر دو دقیقه قبل از شروع کلاس رایانه خود را روشن کند. همچنین بر اساس برخی تحقیقات انجام شده، زمان آموزش در شیوه آموزش

مجازی نسبت به شیوه‌های سنتی بین ۴۰ تا ۶۰ درصد کاهش می‌یابد و بنابراین در وقت صرفه‌جویی بسیاری خواهد شد.

❖ **صرفه‌جویی در مصرف انرژی:** صرفه‌جویی در مصرف انرژی و سوخت یکی از بزرگترین دغدغه‌های دولت‌ها است. با گسترش آموزش مجازی و موسسات آموزشی مجازی در سطح کلان، گام بزرگی در جهت صرفه‌جویی در مصرف سوخت و اتلاف انرژی برداشته می‌شود.

❖ **کم شدن ترافیک، آلودگی هوا و...:** افزایش فرهنگ استفاده از آموزش مجازی در نهایت به کم شدن ترافیک شهری، آلودگی هوا، آلودگی صوتی و... کمک خواهد کرد.

❖ **افزایش به کارگیری عملی آموخته‌ها در این شیوه آموزش:** تحقیقات مستقل انجام شده در این زمینه حاکی از افزایش ۲۵ درصدی نسبت به روش‌های سنتی است.

❖ **اخذ آزمون نهایی دوره‌های آموزشی و اعطای گواهینامه و مدرک تحصیلی بطور اتوماتیک و بسیار سریع و ارزان:** با استفاده از این شیوه آموزش، این امکان وجود دارد که بطور خودکار پس از اتمام دوره فراگیر را مورد آزمون قرار داد و در صورت قبولی به وی گواهینامه گذراندن دوره یا مدرک تحصیلی اعطا نمود. بنابراین دیگر الزاماً نیازی به

صرف وقت و هزینه جهت برگزاری امتحانات حضوری، تصحیح سؤالات امتحانی و... نمی‌باشد.

### مزایای خاص آموزش مجازی برای فراگیران عبارتند از:

- **دسترسی آسان و در زمان دلخواه:** به فراگیران امکان می‌دهد که آموزش خود را در ساعات فراغت و یا در منزل ادامه دهند.
- **تعیین سرعت پیشرفت دروس به خواست فراگیر:** این خصوصیت موجب کاهش اضطراب به دلیل ترس از عقب ماندن از کلاس در فراگیران کند و افزایش رضایت از تحصیل در فراگیران تیزهوش‌تر می‌شود.
- **قابلیت تعاملی:** به دلیل امکان تعامل زیاد بین فراگیر و مدرس و همچنین بین فراگیران در این شیوه، انگیزه آنان برای پی‌گیری مطالب درسی افزایش می‌یابد.
- **افزایش اعتماد به نفس:** آگاهی از اینکه در این شیوه، مطالب درسی از به روزترین منابع انتخاب شده‌اند، موجب افزایش اعتماد به نفس فراگیر می‌گردد؛ زیرا وی دیگر از این بابت نگرانی نخواهد داشت که مطالب آموخته شده منسوخ شده و یا متناسب با نیاز روز نباشد.



بدیهی است با کمی تفکر، می‌توان مزایای بیشتری برای آموزش مجازی ذکر کرد و بدلیل گسترش روز افزون جمعیت و پیشرفت تکنولوژی و علم در جهان پویای کنونی، ناگزیر کشورها و جوامع به سمت استفاده همه جانبه از اینترنت و آموزش مجازی، خواهد رفت.



### توصیف خدمات

آموزش مجازی به یکی از شیوه‌های نوین آموزش از راه دور اطلاق می‌شود که در آن با استفاده از فن‌آوری‌های مبتنی بر وب و با استفاده از بسترهای انتقال مانند اینترنت - اینترنت و با بهره‌مندی از ابزارهایی مانند قالب‌های تعاملی، شبیه‌سازی، تمرین‌ها، آزمون‌های مجازی، فیلم، تصویر، صوت، امکان آموزش مخاطبان را فراهم می‌سازد.

خدمات این کسب و کار ارائه آموزش مجازی از طریق اینترنت خواهد بود و کلاس‌های درس، یادداشت‌های درس، جزوه‌ها، اتاق بحث، پست الکترونیکی و غیره جزء ویژگی‌های این روش هستند و همگی بر روی وب ذخیره می‌شوند. البته به علت انعطاف‌پذیری فوق‌العاده آموزش الکترونیک می‌توانید نحوه آموزش را به طریق دلخواه و مناسب با فعالیت خود، شرایط موجود و امکانات و... طراحی و پیاده‌سازی کنید؛ از این رو بعضی از ویژگی‌های گفته شده می‌توانند در کسب و کار شما وجود نداشته باشند یا ویژگی‌های دیگری جایگزین آنها باشند.

در این نوع آموزش شرایط کاملاً مانند کلاس درس است. فرد با استفاده از کامپیوتر شخصی خود در هر کجا که باشد از طریق اینترنت در کلاس مجازی شرکت می‌نماید. این نوع آموزش به دو طریق صورت می‌گیرد.

۱. فردی: در این روش فرد از طریق اینترنت با مدرس خود ارتباط برقرار کند.

۲. جمعی: در این روش افراد از طریق اینترنت با یک دیگر و مدرس خود ارتباط برقرار کنند. زمان شروع و خاتمه دوره آموزشی و امتحانات برای همه گروه یکسان است.

خدمات قابل ارائه از این طریق دامنه گسترده‌ای دارد و خدمات مربوطه را به شیوه‌های مختلف می‌توان ارائه نمود. خدمات قابل ارائه از این طریق برای دو گروه می‌تواند باشد که عبارتند از:

✚ خدمات آموزشی برای دانش‌آموزان. بطور مثال برای تمامی دروس از پایه ابتدایی تا دبیرستان، می‌توان از طریق آموزش مجازی، کلاس‌های تقویتی، رفع اشکال و... را انجام داد.

✚ خدمات آموزشی برای شاغلین و کارکنان. برخی از افراد واجد تخصص‌های کاری- اداری و... می‌توانند با راه‌اندازی سایت اینترنتی به ارائه خدمات آموزشی برای کارمندان مبادرت نمایند.

✚ خدمات جانبی کسب و کار

برای این که بتوانید رونق بیشتری به کسب و کار خود دهید می‌توانید این خدمات را نیز کنار فعالیت اصلی خود انجام دهید:

- ارائه خدمات آموزش غیربرخط (آفلاین): در این روش احتیاجی به اتصال به اینترنت و حتی به شبکه نیز نمی‌باشد، مگر در موارد خاص. در این روش اطلاعات بر روی یک واسط الکترونیکی ذخیره می‌شود و کاربر با استفاده از یک کامپیوتر و وسایل جانبی آن، می‌تواند از آن استفاده کند. برای مثال تولید CD های آموزشی.

- رفع اشکال تلفنی: در این روش بیشتر مباحث مربوط به راهنمایی و مشاوره آموزش گیرنده مورد نظر است.

### نوآوری کسب و کار

بسیاری از مردم مخصوصاً در جوامع شهری زمان زیادی را در انتظار وسایل نقلیه، ترافیک و غیره از دست می‌دهند. از طرف دیگر تا همین چند سال پیش افراد برای استفاده از این وقت، کتاب‌هایی همراه خود جابه جا می‌کردند که مشکلات خودش را داشت مثلاً در راه‌های ناهموار آسیب زیادی به چشم وارد می‌شد و... با ارائه ذخیره سازهای دیجیتالی صدا می‌توان از این زمان‌های انتظار استفاده بهتری برد لذا یکی از نوآوری‌های این کسب و کار ارائه خدمات آموزش از طریق تلفن همراه است که کاملاً جدید است و به علت افزایش تعداد افراد دارنده تلفن همراه و تمرکز برروی این روش که به mlearning شهرت یافته به خوبی می‌توان این روش را پیاده‌سازی کرد. ولی لازمه آن ایجاد زیر ساخت‌های مخابراتی است.

همچنین ارائه خدمات ارتباط زنده و همزمان مدرس و یادگیرنده از دیگر زمینه‌های ارائه خدمت در این کسب و کار می‌باشد. برای این منظور بسته به نوع فعالیت کسب و کار (در یک موضوع یا موضوعات مختلف) مدرسان مختلف می‌توانند به افراد در زمینه‌های آموزشی مورد نیاز ارائه خدمت نمایند.



### فرآیند راه‌اندازی کسب و کار و ارائه خدمات

برای ارائه این خدمات، می‌بایست با راه‌اندازی یک سایت اینترنتی ضمن معرفی فعالیت‌ها و خدمات خود، به ارائه خدمت پرداخت. ضمناً شما می‌توانید به صورت تلفنی و غیر برخط (در قالب سی‌دی‌های آموزشی و...) نیز به ارائه خدمات مبادرت نمایید.

در ابتدا لازم است سایت مناسبی را با توجه به مدل کسب و کارتان راه‌اندازی کنید. برای راه‌اندازی این سایت لازم است گام‌های زیر را بردارید: الف) آدرس یا دامنه مناسبی را برای سایت‌تان انتخاب کنید. این دامنه باید دارای سه ویژگی باشد:

- کوتاه و مختصر باشد تا به آسانی نوشته و گفته شود

- مرتبط با نوع کسب و کارتان باشد

- متمایز و جدید باشد

ب) با توجه به نوع خدماتی که می‌خواهید ارائه نمایید میزبان و خدمات دهنده مناسبی برای سایت خود تهیه کنید.

ج) به کمک شرکت‌های طراحی سایت، سایت مناسبی را برای خود خریداری و راه‌اندازی کنید:

این سایت بهتر است دارای بخش‌های زیر باشد:

۱- معرفی شما

بخش معرفی خدمات: در این بخش خدماتی که کسب و کار شما ارائه و عرضه می‌نماید معرفی می‌شود و همچنین چگونگی ارائه این خدمات به متقاضیان معرفی می‌شود.

این معرفی باید دارای بخش‌های زیر باشد:

- 🚩 بخش کلاس‌های مجازی

- عنوان درس یا دوره آموزشی

- شرایط

- نحوه ثبت‌نام

- هزینه هر دوره

- مشخصات و ویژگی‌های آن

- مدت زمان دوره
  - شروع و خاتمه دوره
  - سرفصل‌ها
  - مدرس
  - ✦ بخش خدمات آموزشی غیر برخط
- در این بخش فهرستی از درس‌ها و دوره‌های آموزشی که به صورت الکترونیکی بوده و متقاضی می‌تواند آنها را خریداری نماید ارائه می‌شود. این معرفی شامل:
- عنوان درس یا دوره آموزش تخصصی
  - فهرست مطالب آموزشی
  - قیمت هر بسته
  - نحوه خرید
- از طریق پست و پرداخت وجه به مامور پست
  - پرداخت برخط (آن‌لاین) و دریافت سفارش به صورت پستی یا از طریق پیک
- مدرس یا تهیه کننده
  - ✦ بخش خدمات تلفنی

این بخش به معرفی خدماتی که کسب و کار به صورت تلفنی می‌تواند به مخاطبان خود ارائه نماید می‌پردازد. عمده این خدمات مشاوره‌ای و رفع اشکال می‌باشد.

۲- بخش پشتیبانی: در این بخش شما راهکارهایی را ارائه می‌کنید که آموزش گیرنده می‌تواند در صورت بروز مشکل خصوصاً در زمان حضور در کلاسی‌های مجازی که برایش پیش آمده یا می‌آید را مطرح کنید و اینکه چگونه می‌تواند شخصاً آن را بر طرف کند یا شما برای وی برطرف کنید. برای این منظور بهتر است راههای ارتباطی ممکن مثل تلفن، فاکس و ایمیل را در آن قرار دهید.

۳- بخش ارتباط زنده: این بخش برای ارتباط میان فراگیران با مدرس یا مدرسان است. در این بخش با توجه به موضوعاتی که در آن زمینه فعالیت می‌کنید لیست مدرسان و اینکه در چه زمانی می‌توانید با مدرسان به صورت بر خط (آن لاین) ارتباط داشته باشید آورده شده و خدمات ارتباط اینترنتی زنده ارائه می‌شود.

۴- اتاق گفتگو: برای ارتباط میان فراگیران با یکدیگر است. استفاده از این محیط نوشتاری راهی آسان و فوری برای برقراری ارتباط است.

۵- کلاس‌های مجازی: در این بخش فهرستی از کلاس‌های مجازی که در هر جلسه برگزار شده قرار داده می‌شود تا افرادی که نتوانسته‌اند در



کلاس حضور داشته باشند و یا اینکه کسانی که تمایل داشته باشند فایل کلاس را داشته باشند تا هر زمان که دوست داشته باشند مجدداً به مطالب گفته شده در کلاس گوش دهند آورده می‌شود.

۶- راهنمایی و نظرها: برای آنکه سایت شما پاسخگوی نیازهای اطلاعاتی علاقه‌مندان باشد و بتواند راهنمایی لازم را به آنها برای دریافت خدمات ارائه کند در این بخش اطلاعات مختلفی در خصوص کسب و کارتان ارائه می‌شود و همینطور نظرات خوانندگان و آموزش‌گیرندگان قبلی را در خصوص سایت و خدمات آموزشی که دریافت نموده‌اید ارائه می‌شود.

۷- لیست گروه متخصصین و مدرسان خود را به همراه رزومه کامل آنها در سایت قرار دهید.

با توجه به نوع خدماتی که ارائه می‌نمایید شما نیازمند شناسایی مدرسان در موضوعات مختلف هستید. می‌توانید از میان همکلاسی‌های دوران دانشگاه، همکاران، دوستان و آشنایان این افراد را شناسایی نموده و به صورت تلفنی و یا حضوری موافقت آنان را برای همکاری جلب نمایید.

نحوه همکاری شما با این تیم به صورت حق‌العمل کاری است. یعنی آنها در ازاء خدماتی که ارائه می‌کنند و مطابق تعرفه‌ای که با آنها توافق کرده‌اید دستمزد دریافت می‌کنند.

## تهیه محتوای آموزشی

۱. ابتدا لیست خدمات آموزشی خود را آماده نمایید. برای این که در کسب و کارتان موفق شوید بهتر است در ابتدا بر روی فعالیت‌های آموزشی تمرکز نمایید که مخاطبان بیشتری دارند.

۲. با توجه به موضوع مورد نظر نیاز است که محتوای درسی آن را تهیه شود. این محتوا باید متناسب با نیازهای آموزش‌گیرندگان باشد. بهتر است محتوا درس برای دانش‌آموزان بر اساس سرفصل‌های درسی آنان و کارمندان و شاغلین بر اساس نیازهای آموزشی مورد نیاز روزشان باشد.

محتوای آموزشی را می‌توان به دو روش تهیه نمود:

✦ خرید محتوا از افرادی که در این زمینه فعالیت می‌کنند.

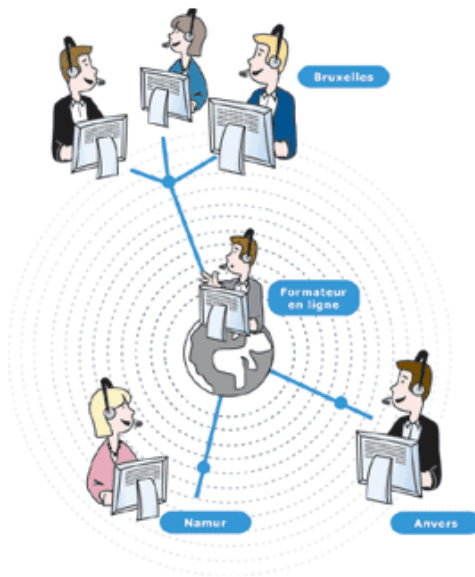
✦ تهیه محتوای با همکاری تیم کاری متخصص

## توجه

▪ قبل از شروع دوره‌های کلاس مجازی باید محتوای دروس تهیه شده باشد.

▪ سرفصل‌های مربوط به هر درس را نیز قبل از شروع دوره آموزش بر روی سایت عرضه قرار داده شود.

- همچنین محتوای درس‌ها هم همزمان با شروع دوره در اختیار کسانی که در دوره شرکت کرده‌اند قرار گیرد.



### امکانات و تجهیزات مورد نیاز

حداقل فضای لازم برای راه‌اندازی این کسب و کار خانگی یک اتاق ۶ متری می‌باشد. برای راه‌اندازی این کسب و کار به حداقل امکانات و تجهیزات زیر نیاز دارید.

ردیف	تجهیزات	مبلغ (ریال)
۱	کامپیوتر خانگی	۷۵۰۰۰۰
۲	پرینتر لیزری	۲۰۰۰۰۰
۳	فکس	۱۵۰۰۰۰
۴	خط تلفن	۵۰۰۰۰
۵	اینترنت پرسرعت (هزینه یکسال)	۴۰۰۰۰۰
۶	میز تحریر و صندلی	۱۰۰۰۰۰
مجموع		۱۶,۵۰۰,۰۰۰

### نیروی انسانی مورد نیاز

در صورت ارائه خدمات آموزشی در یک زمینه (یک درس)، شما به تنهایی قادر به راه‌اندازی این کسب و کار می‌باشید. در ارائه خدمات آموزش مجازی برای دانش‌آموزان، نیاز به دبیرانی است که سابقه تدریس داشته باشند تا خدمات آنان از کیفیت مناسبی برخوردار باشد. بعلاوه این افراد باید

توانایی استفاده از اینترنت و تجربه کافی در مورد تدریس مجازی را داشته باشند. در مورد آموزش‌های ضمن خدمت نیز، موسس این کسب و کار می‌بایست تجربه آموزش به صورت مجازی را داشته باشد.

### شبکه همکاران

در صورت ارائه خدمات آموزشی در دروس مختلف آموزشی، این کسب و کار نیازمند شبکه‌ای از همکاران می‌باشد. شبکه همکاران همه افراد یا مشاغلی هستند که بطور مستقل فعالیت می‌کنند ولی برای راه‌اندازی یا اداره کسب و کار خود با آنها همکاری می‌کنید. این افراد یا مشاغل براساس توافق فی‌مابین، فعالیت‌هایی را در ارتباط با خدمات مربوطه انجام می‌دهند و دستمزدی را دریافت می‌کنند. مزیت چنین رویکردی در اداره یک کسب و کار این است که شما تنها زمانی دستمزد پرداخت می‌کنید که فعالیتی انجام شده باشد. در ابتدای کار که هنوز معلوم نیست حجم کار چه میزان باشد و یا احتمالاً کم است، این شیوه همکاری کمترین هزینه را برای یک کارآفرین دارد.

## سرمایه مورد نیاز

این کسب و کار به سرمایه بسیار کمی نیاز دارد. شما می‌توانید آن را با پس‌انداز شخصی یا وام بانکی تأمین کنید.

ریال	شرح سرمایه	نوع سرمایه
۱۶۵۰۰۰۰۰	هزینه تجهیزات	سرمایه ثابت
۲۰۰۰۰۰۰	راه‌اندازی سایت (میزبان و دامنه)	
۴۰۰۰۰۰۰	طراحی سایت	
۱۲۰۰۰۰۰۰	هزینه تبلیغات	سرمایه در گردش (شش ماه)
۳۰۰۰۰۰۰۰	هزینه نیروی انسانی	
۲۰۰۰۰۰۰۰	تنخواه خرید وسایل آموزش مجازی (سی‌دی، محتوای آموزشی و...)	
۴۰۰۰۰۰۰۰	هزینه اداری (مکالمات تلفنی، کاغذ و قلم و...)	
۱۰۰۰۰۰۰۰۰	هزینه‌های پیش‌بینی نشده	
۱۳۴,۵۰۰,۰۰۰	مجموع	

برآورد سرمایه مورد نیاز برای راه‌اندازی این کسب و کار خانگی مربوط به سال ۱۳۸۹ می‌باشد. برای اطلاع از سرمایه مورد نیاز به روز شده، به سایت موسسه کار و تأمین اجتماعی ([www.Issi.ir](http://www.Issi.ir)) مراجعه فرمایید.

برای راه‌اندازی هر کسب و کاری به سرمایه ثابت برای خرید تجهیزات نیاز دارید که نوعی سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود و در واقع دارایی شما از حالت نقدی به صورت غیرنقدی تبدیل می‌شود و امکان کسب درآمد را برای شما فراهم می‌کند. سرمایه در گردش شامل مجموع هزینه‌هایی است که شما در یک دوره کاری باید بپردازید تا درآمدی حاصل شود و بعد از آن درآمد حاصله بخشی به صورت سود کسب و کار و بخشی جایگزین هزینه‌های انجام شده می‌شود و این چرخه همواره ادامه دارد. به یاد داشته باشید این محاسبات به صورت کلی و عمومی انجام شده و شما می‌توانید با توجه به شرایط خاص خود تا حدودی آن را تعدیل و تغییر دهید. همچنین هزینه نیروی انسانی در واقع هزینه‌ای که شما برای معیشت خود باید پرداخت کنید تا درآمد شما به حد مطلوبی برسد.

## تخصص و مهارت‌های مورد نیاز

میزان تسلط بر مهارت			مهارت مورد نیاز	
پیشرفته	متوسط	مقدماتی		
	*		ICDL	مهارت‌های عمومی
*			آشنایی با اصول آموزش مجازی	مهارت‌های تخصصی
*			تجربه در زمینه آموزش‌های تخصصی شفلی و دروس تحصیلی	
	*		مدیریت امور خدماتی	مهارت‌های ویژه
*			بازاریابی و جذب مشتری	
روابط عمومی بالا، معاشرتی و خوش برخورد، دارای خلاقیت و نوآوری			ویژگی‌های فردی	
دانش‌آموختگان رشته‌های مختلف دانشگاهی می‌توانند مهارت‌ها و معلومات تخصصی خود را بدین طریق عرضه نمایند.			تحصیلات	





## وضعیت بازار خدمات

با فراگیر شدن اینترنت در ایران، زیر مجموعه‌های این تکنولوژی نیز به یکی از بحث‌های داغ روز تبدیل شده است. آموزش مجازی نیز یکی از همین بحث‌های داغ است که امروزه به کرات شاهد تیتراهای ریز و درشت مطبوعات و نظرات کارشناسان پیرامون آن هستیم. از این رو بنظر می‌رسد با توجه به مزایایی که این شیوه آموزشی دارد (که بدان اشاره شد) و همچنین با توجه به ضریب نفوذ بالای اینترنت در کشور، بازار کافی و مناسبی برای این نوع خدمات وجود داشته باشد.

هر کسب و کار موفق با شناخت بازار آغاز می‌شود و با یک برنامه بازاریابی درست، موفق می‌شود. برای شناخت بازار باید بدانید که:

- چه کسانی به خدمات مذکور نیاز دارند؟
- این افراد یا مؤسسات چه ویژگی‌هایی دارند؟
- چه تعداد هستند؟ چه شباهت‌ها و تفاوت‌هایی باهم دارند؟
- چه طبقه‌بندی‌هایی بین مشتریان احتمالی وجود دارد؟
- چه نوع خدمات و با چه مشخصاتی نیاز دارند؟
- چه افراد یا مؤسساتی در حال حاضر نیاز آنها را برآورده می‌کنند؟ (رقبا کیستند؟)
- نقاط قوت و ضعف آنها چیست؟

برای پاسخ دادن به این سوالات لازم است مجموعه فعالیت‌هایی را که اصطلاحاً تحقیقات بازار گفته می‌شود، آغاز کنید. تحقیقات بازار کمک می‌کند خدمات خود را به نحوی تعریف کنید که مطابق خواسته واقعی مشتریان بوده و در نتیجه درآمد کسب و کارتان افزایش یابد.

### شیوه بازاریابی و معرفی خدمات

بازاریابی یا بازاریابی چرخه‌ای است از برنامه‌ریزی و اجرای قیمت‌گذاری، ترویج یک ایده، کالا و یا خدمت که با قصد جلب رضایت افراد یا رفع نیاز سازمانی صورت می‌پذیرد. در حقیقت بازاریابی، امر حساب شده و فکورانه‌ای است که نتیجه آن طرح‌ها و اقداماتی است که مردم را وادار کند تا از خدمات شما به مقدار بیشتر و در دفعات بیشتری استفاده نمایند، به نحوی که منجر به کسب درآمد بیشتر شما گردد. برای موفقیت در ارائه خدمات و کسب و کار، لازم است یک برنامه بازاریابی طراحی کنید.

مهمترین تصمیمات بازاریابی بیشتر در پی جلب رضایت مشتری و شناخت رفتار و نیاز وی است. شما ممکن است با توجه به خواست مشتری، نوع خدمات، نحوه ارائه و فعالیت‌هایتان را تغییر دهید.

مفهوم بازاریابی به طور خلاصه در ۴ سوال زیر آمده است:

۱- چه خدماتی را ارائه کنید (Product)

۲- به چه قیمتی و به چه نحوی دریافت کنید (Price)

۳- از چه فوننی برای افزایش خدمات به مشتریان بیشتر استفاده کنید.

(Promotion)

۴- چگونه خدمات خود را در دسترس مشتری قرار دهید (Place)

که به تکنیک 4p مشهور است.

به طور کلی فرآیند تدوین برنامه بازاریابی شامل مراحل زیر است:

۱- شناخت بازار (بازارشناسی)

درباره شناخت بازار در بخش وضعیت بازار خدمات توضیح داده شد.

۲- تقسیم‌بندی بازار و انتخاب بازار هدف

در طی بازارشناسی در می‌یابیم که مخاطبان مختلفی در بازار وجود دارند

که اگر چه نیاز آنها مشابه است اما خواسته‌هایشان متفاوت است:

۱- برخی بدنبال خدمات ارزانتر هستند. ۲- برخی خدمات اختصاصی

می‌خواهند. ۳- برخی بدنبال خدمات متمایز هستند. ۴- برخی از

مخاطبان شخصی و برخی شرکتی هستند، در نتیجه نحوه استفاده آنها

متفاوت است.

تقسیم‌بندی بازار عبارت است از فرایند جداسازی و تقسیم مشتریان بالقوه به گروه‌های معین که باید نوع بازاریابی مشخصی برای هر کدام از آنها اعمال شود.

این گروه‌ها بخش‌های مختلف بازار را تشکیل می‌دهند که خواسته‌های مشابه ولی متفاوتی دارند. در نتیجه شما نمی‌توانید با همه آنها رفتار یکسانی داشته باشید و یک نوع خدمات را ارائه کنید. بنابراین باید بازار را به بخش‌های مختلف تقسیم کنید و بخش‌هایی را که خواسته‌های آنها با خدمات شما متناسب‌تر است را به عنوان بازار هدف انتخاب کنید. این مرحله از تدوین برنامه بازاریابی بسیار مهم است چرا که تمامی گام‌های بعدی صرفاً برای برآوردن نیازهای بازار هدف می‌باشد و به خواسته‌های بخش‌های دیگر توجهی نمی‌شود چرا که توانایی شما محدود است و رقابت شدید است و شما نمی‌توانید در تمام بخش‌های بازار هدف فعالیت کنید.

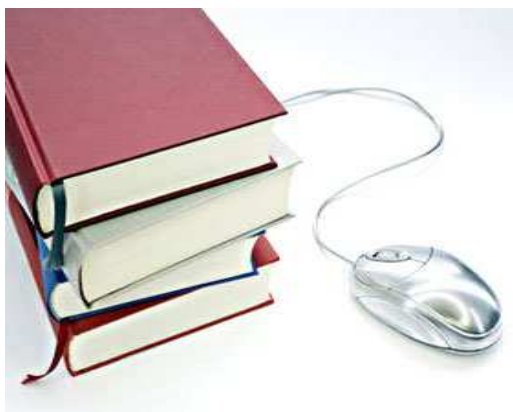
### ۳- جایگاه‌یابی در بازار هدف

منظور از جایگاه‌یابی در بازار هدف این است که مشخص کنید می‌خواهید چه سهمی از بازار هدف را به دست آورید: آیا بدنبال بیشترین سهم بازار هستید و می‌خواهید رهبر بازار باشید؟ یا بدنبال این هستید که رتبه دوم را داشته باشید و بدنبال رهبر بازار در حرکت باشید؟ و یا به

سهام کوچک و جزیی بازار می‌خواهید برسید. همچنین می‌خواهید در ذهن مخاطب چه جایگاهی داشته باشید. این موارد مشخص می‌کند که شما چه استراتژی و برنامه‌ای را باید داشته باشید تا به اهداف خود برسید.

#### ۴- انتخاب استراتژی بازاریابی

استراتژی بازاریابی یعنی روش رسیدن به جایگاه بازاریابی. در حقیقت به آن معنی است که پس از روشن کردن اهداف خود و تعیین جایگاه خود در بازار، چگونه به این اهداف باید برسید. شما می‌توانید یکی از این استراتژی‌ها را با توجه به اهداف بازاریابی خود انتخاب کنید:



### ۱) استراتژی رهبری قیمت

در این استراتژی می‌توانید برای خدمات خود کمترین قیمت را در بازار تعیین کنید. در واقع قیمت شما از قیمت تمام رقبا به شکل کاملاً محسوس و فاحشی پایین‌تر باشد. هر چند، وقتی می‌توانید این استراتژی را اجرا کنید که بتوانید هزینه‌های تمام شده خود را به نحوی کاهش دهید که بدون اینکه از کیفیت آن کم شود، از قیمت تمام شده رقبا کمتر باشد. یا حاشیه سود خود را کمتر در نظر بگیرید. چنانچه در نظرسنجی‌های خود متوجه شدید که بسیاری از افراد و موسسات در استفاده از خدمات، به عنصر قیمت نیز توجه دارند و اکثراً بدنبال خدمات ارزانتری هستند، می‌توانید از این استراتژی استفاده کنید. البته به یاد داشته باشید این افراد کمترین وفاداری را دارند یعنی به محض آن که بتوانند از جای دیگری این خدمات را با قیمت پایین‌تری تهیه کنند دیگر به شما مراجعه نخواهند کرد.

### ۲) استراتژی متمایزسازی

در این استراتژی، می‌بایست به خدمات خود ابعاد دیگری اضافه کنید تا از محصولات و خدمات مشابه متمایز گردد و باعث شود تا خدمات شما منحصر به فرد شود. معمولاً در این استراتژی قیمت خدمات ارائه شده بیشتر از قیمت رقبا خواهد بود و خدمات کاملاً متمایز می‌باشد. به عنوان مثال در

کنار خدمات اصلی خود خدماتی فرعی از قبیل مشاوره و راهنمایی و... می‌تواند به شما در متمایز بودن کمک کند. اما در انتخاب این استراتژی نیز می‌بایست به نتایج حاصله از نظرسنجی از مشتریان بالقوه، توجه نمایید. چنانچه مشتریان شما نیازی به استفاده از خدمات مشاوره و راهنمایی نداشته باشند، اجرای این روش، فقط از نظر ایشان دریافت پول اضافی است و در نهایت منجر به انصراف آنها از استفاده از خدمات شما می‌شود.

### ۳) استراتژی تمرکز

این استراتژی در مورد تمرکز بر بازاری مشخص و محدود است، به عنوان مثال تمرکز بر ارائه خدمتی خاص برای موسسه و یا جامعه هدف خاص. این استراتژی بر یک مکان و خدمت تمرکز نموده و مزیت نسبی خود را در آن ارتقا می‌دهد.

### ۴) تدوین آمیخته بازاریابی

آخرین مرحله از تدوین برنامه بازاریابی تعیین آمیخته یا ترکیب بازاریابی یا Marketing Mix (4P) است. در این مرحله با توجه به بازار هدف و استراتژی بازاریابی هر یک از اجزا آمیخته بازاریابی تعیین می‌شود. اجزای آمیخته بازاریابی عبارتند از:

✓ محصول یا خدمات (Product)

✓ قیمت (Price)

✓ پیشبرد فروش (Promotion)

✓ توزیع (Place)



با توجه به اهمیت آمیخته بازاریابی هر یک اجزا آن را به تفصیل بررسی می‌کنیم:

### محصول و تولید (Product)

با توجه به توانمندی‌های خود و نیاز بازار مشخص کنید چه خدماتی را می‌توانید و می‌خواهید ارائه کنید. توجه داشته باشید مهمترین رکن برنامه بازاریابی محصول (خدمات شما) می‌باشد. چنانچه خدمات شما از نظر نوع خدمات و یا کیفیت ارائه خدمات متناسب با خواست مشتریان نباشد برنامه بازاریابی شکست خواهد خورد، پس در ابتدا تحقیقات خود را به نحو کاملی انجام دهید و دقیقاً خواست مشتریان خود را تعیین نمایید.



### قیمت (Price)

قیمت یکی از مهمترین ارکان برنامه بازاریابی است که تأثیر مستقیم روی فروش و استفاده مشتریان از خدمات شما می‌گذارد. برای تعیین قیمت خدمات خود ابتدا باید در نظر داشته باشید که قیمت باید آنقدر پایین باشد که مشتری را جذب کند و آنقدر بالا باشد که سود مناسبی برای شما ایجاد کند. به عبارتی مشتری بدنبال قیمت هر چه پایین‌تر و کارفرما به دنبال قیمت هر چه بالاتر است. تعادل این دو خواست توسط عامل رقابت تضمین می‌شود. بنابراین برای تضمین قیمت خدمات خود دو عامل را در نظر بگیرید.

◀ قیمت تمام شده هر ارائه خدمت

◀ قیمت رقبا

### ترویج (promotion)

منظور از ترویج، نحوه ارائه اطلاعات به مشتری، ترغیب وی به استفاده از خدمات و یا تشویق استفاده مجدد از خدمات شما می‌باشد. این فعالیت‌ها فقط برای آن نیست تا شما خدمات خود را عرضه نمایید، بلکه در صورتی که قصد توسعه و تنوع خدمات خود را داشته باشید، می‌توانید از طریق ترویج، احساس نیاز و علاقمندی را در مشتریان خود ایجاد نمایید.

📌 تبلیغات

✚ پیشبرد فروش

✚ روابط عمومی

✚ بازاریابی مستقیم

### تبلیغات

تبلیغات شامل فعالیت‌هایی می‌شود که موجب خوش نامی یا حسن شهرت شما می‌شود. برای ایجاد شهرت شما باید تبلیغ کنید. وسایلی که می‌تواند به شما در تبلیغ خدمت شما کمک کند، شامل مواردی همچون مجلات، روزنامه‌ها، پست مستقیم، تبلیغات محیطی و شبکه‌های اطلاع‌رسانی الکترونیک می‌باشد.

هر کدام از این رسانه‌ها دارای مزیت‌ها و معایبی هستند که انتخاب آنها با خدمتی که قصد تبلیغ آن را دارید ارتباط مستقیم دارد. به عنوان مثال، آگهی‌های محلی و شبکه‌های اطلاع‌رسانی الکترونیک، وسیله تبلیغاتی مناسب برای معرفی و ارائه خدمات شما می‌باشد.

### پیشبرد فروش

فعالیت‌هایی است که به طور کوتاه مدت، افراد را به استفاده از خدمات شما تشویق می‌کند. برگزاری مسابقات سرگرمی‌ها، قرعه‌کشی، جوایز و

هدایا، نمونه رایگان، ارائه کوپن‌های تخفیف، ارائه خدمات اضافی همراه یک خدمت اصلی به عنوان هدیه، سررسید و تقویم و دیگر موارد تبلیغاتی.

### بازاریابی از طریق روابط عمومی

تبلیغات از طریق روابط عمومی شامل روش‌ها و تکنیک‌هایی می‌شود که بطور غیرمستقیم باعث شهرت و اعتبار شما می‌شود و هزینه آن هم بسیار پایین‌تر است. این نوع بازاریابی برای تاثیرگذاری به زمان بیشتری لازم دارد و میزان درآمد به کندی افزایش می‌یابد ولی تاثیرگذاری آن پایدارتر است.

### بازاریابی مستقیم

شما می‌توانید نامه یا تراکت مناسبی را تهیه کنید و برای آدرس‌هایی که تمایل به دریافت این نوع خدمات را دارند ارسال کنید (یا ایمیل کنید) و یا در محل تردد مخاطبان خود آنها را پخش کنید.

## مخاطرات و آفت‌های این شغل و نحوه پیشگیری آنها

✚ هر طرح و پروژه‌ای طبیعتاً با مخاطرات و تهدیدهایی روبرو خواهد بود که باید به مقابله با آنها اندیشید. هر طرحی هر چقدر که نوتر و تازه‌تر باشد به دلیل عدم تجربه پیشین و آمادگی و ذهنیت لازم با مخاطرات بیشتری روبرو خواهد بود.

در این کسب و کار نیز ارائه دهندگان خدمات آموزش مجازی نیز با خطرات و عواملی تهدید کننده مختلفی روبرو خواهند بود که می‌بایست در مورد آنها هوشیار بود و برخورد اصولی کرد مخاطرات عمده‌ای که این شرکت‌ها با آن روبرو خواهند بود عبارتند از:

- ۱- مهمترین تهدید فرا روی این کسب و کار فقدان فرهنگ استفاده عمومی در استفاده از این نوع خدمات به صورت مجازی می‌باشد.
- ۲- خطر دیگری که این کسب و کار را تهدید می‌کند فروپاشی در مرحله شکل‌گیری و طی مراحل اولیه است. چند عامل ممکن است باعث این امر گردد:

- هزینه‌های بالا و سود پایین و یا ضرر در مراحل اولیه
- عدم مدیریت صحیح در بازاریابی، مدیریت هزینه، جذب مشتری که موجب عدم درآمدزایی و نهایتاً نابودی شرکت می‌گردد.

- در جهت مقابله با این مشکلات باید به این مسائل توجه کرد:
- کاهش هزینه‌های غیرضروری در ابتدای کار به طروق مختلف و فعالیت فوق‌العاده در شروع کار جهت افزایش بهره‌وری
  - بررسی کلیه موارد پیش روی کسب و کار پیش از تشکیل و انتخاب افراد هماهنگ

#### ✦ رقابت با مراکز خدمات آموزشی سنتی

یکی از مخاطرات این شغل رقابت با مراکز ارائه دهنده **خدمات آموزشی به صورت سنتی** است که توانسته‌اند سهم خوبی از بازار تقاضا را برای این خدمات ایجاد کنند و طیف گسترده‌ای از مشتریان این خدمات را پوشش دهند لذا کسب و کار شما را رقیب خود می‌دانند. برای پیشگیری از این موضوع سعی کنید با ارائه خدمات ارزاتر و موثرتر و مطلوبتر، بازار خوبی برای خود ایجاد کنید.

✦ عدم اعتماد والدین و شرکت‌ها به کیفیت آموزشهای مجازی

✦ عدم ارائه آموزش‌های با کیفیت توسط مدرسین این نوع کسب و کارها

### توصیه‌هایی برای بهبود و توسعه شغلی

- توصیه می‌شود قبل از راه‌اندازی این کسب و کار، حتماً مهارت و دانش لازم در خصوص شیوه ارائه انواع خدمات و مدیریت این نوع کسب و کارها را کسب نمایید. برای این منظور می‌توانید در دوره‌های آموزشی که در این رابطه برگزار می‌شود شرکت نمایید.
- در ایجاد کسب و کار، همواره تحقیقات بازار را به صورت ضمنی انجام دهید تا از تنوع نیازها و تغییر سلیقه مشتریان خود آگاه شوید و متناسب با این تغییرات، خدمات خود را توسعه دهید.
- به روش‌های حفظ و نگهداری مشتری تسلط پیدا کنید تا بتوانید مشتریان وفاداری داشته باشید.
- ارائه خدمات با کیفیت مناسب و همچنین ارائه خدمات جانبی و یا مشاوره، خوش رویی و صداقت در برخورد از دیگر مواردی است که موجب حفظ و تداوم مراجعه کنندگان خدمات شما خواهد شد.
- راههای ارتباط خود را با فراگیران افزایش دهید، به عنوان مثال ارائه یک خط تلفن، ایجاد یک وبلاگ و یا مواردی از این قبیل، از راههایی است که فراگیران و استفاده کنندگان خدمات شما بیشتر می‌کند.

## سازمان‌ها و مراکزی که با این شغل مرتبط هستند

- ✦ وزارت آموزش و پرورش
- ✦ وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی
- ✦ وزارت ارتباطات و فناوری اطلاعات
- ✦ شهرداری‌ها
- ✦ بانک‌ها و موسسات مالی و اعتباری

## معرفی مشاغل مرتبط و مکمل

- ✦ دبیران و معلمان مدارس
- ✦ آموزشگاه‌های تدریس خصوصی و کنکور
- ✦ آموزشگاه‌های تخصصی شغلی
- ✦ تولیدکنندگان محتواهای آموزشی

### معرفی منابع آموزشی و تخصصی مورد نیاز

- کتاب مهارت‌های آموزشی و پرورشی (روش‌ها و فنون تدریس)،  
نوشته حسن شعبانی
- رازهای طراحی وب سایت، مهندس زمانی، انتشارات ناقوس
- مدل‌های راهبردی و راهکارهای تجارت در اینترنت، مهندس زرگر،  
انتشارات بهینه
- بازاریابی الکترونیکی، سیمون کوین، ترجمه: گروه مترجمین، موسسه  
مطالعات فن‌آوری ایران
- تجارت از طریق اینترنت، جیل الزوورث، الس الزوورث، مترجم: محمد  
ابراهیم گوهریان، لیدا نوری، نشر امیرکبیر
- تجارت الکترونیک، سهیل سرمد سعیدی، وحیدرضا میرابی، نشر  
پرسمان