

به نام خداوند بخشنده مهربان

نظریه‌های کارآفرینی

(نکات کلیدی و تست‌های کاربردی)

مجموعه:

مدیریت کارآفرینی

مؤلفان:

دکتر محمود احمدپور داریانی (عضو هیئت علمی دانشگاه تهران)

دکتر آصف کریمی (عضو هیأت علمی دانشگاه تهران)

ساحره الفت پور

روزبه شاهرخی

آمادگی آزمون دکتری

دکتر محمود احمدپور داریانی (عضو هیأت علمی دانشگاه تهران) (۱۳۳۵)، دکتر آصف کریمی (عضو هیئت علمی دانشگاه تهران) (۱۳۶۰)، ساحره الفت پور (۱۳۵۸)، روزبه شاهرخی (۱۳۶۷)
نظریه‌های کارآفرینی (نکات کلیدی و تست‌های کاربردی) - مجموعه مدیریت کارآفرینی

تهران - مشاوران صعود ماهان: ۱۴۰۴

۳۵۶ص: جدول، نمودار، (آمادگی آزمون دکتری)

ISBN: 978-600-458-889 -8

شابک

وضعیت فهرست‌نویسی: فیا مختصر

فارسی - چاپ اول

۲- آزمون‌ها و تمرین‌ها

۱- نظریه‌های کارآفرینی

۴- دانشگاه‌ها و مدارس عالی - ایران - آزمون‌ها

۳- آزمون دوره‌های تحصیلات تکمیلی

ج - عنوان

۴۴۱۳۸۷۶

شماره کتابشناسی ملی



انتشارات مشاوران صعود ماهان



- ☐ نام کتاب: نظریه‌های کارآفرینی (نکات کلیدی و تست‌های کاربردی)
- ☐ مدیران مسئول: مجید و هادی سیاری
- ☐ مولفین: دکتر محمود احمدپور داریانی
(عضو هیئت علمی دانشگاه تهران)، دکتر آصف کریمی (عضو هیأت علمی دانشگاه تهران)، ساحره الفت پور، روزبه شاهرخی
- ☐ مسئول برنامه ریزی و تولید محتوا: سمیه بیگی
- ☐ ناشر: مشاوران صعود ماهان
- ☐ نوبت و تاریخ چاپ: اول / ۱۴۰۴
- ☐ تیراژ: ۱۰۰۰ نسخه
- ☐ قیمت: ۷/۹۹۰/۰۰۰ ریال
- ☐ شابک: ISBN ۹۷۸-۶۰۰-۴۵۸-۸۸۹ -۸

انتشارات مشاوران صعود ماهان: تهران - خیابان ولیعصر، بالاتر از تقاطع ولیعصر مطهری، پلاک ۲۰۵۰

تلفن: ۸۸۱۰۰۱۱۳ و ۸۴۰۱۳۱۳

کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر متعلق به موسسه آموزش عالی آزاد ماهان می‌باشد. و هرگونه اقتباس و کپی‌برداری از این اثر بدون اخذ مجوز پیگرد قانونی دارد.

مقدمه ناشر

بنام خدا

ایمان داریم که هر تغییر و تحول بزرگی در مسیر زندگی بدون تحول معرفت و نگرش میسر نخواهد بود. پس بیایید با اندیشه توکل، تفکر، تلاش و تحمل در توسعه دنیای فکریمان برای نیل به آرامش و آسایش توأمان اولین گام را برداریم. چون همگی یقین داریم دانایی، توانایی می‌آورد.

شاد باشید و دلی را شاد کنید

برادران سیاری

مقدمه مولف

خداوند متعال را شاکریم که توفیق گردآوری این مجموعه را به ما اعطا فرمود. مجموعه حاضر اولین کتاب جامع کارآفرینی است که به طور ویژه برای داوطلبان آزمون دکتری گردآوری شده است. در این کتاب سعی شده است تمامی موضوعات مهم با توجه به آخرین تغییرات در بیست و سه فصل تقدیم متقاضیان گردد. در پایان لازم به ذکر است که به دلیل پوشش قرار دادن کلیه مباحث، این مجموعه برای کلیه داوطلبان آزمون کارشناسی ارشد و همچنین دانشجویان رشته مدیریت کارآفرینی بسیار مفید و قابل استفاده است.

با آرزوی توفیق روز افزون

گروه مولفین

فهرست مطالب

فصل اول: موفقیت، برنامه ریزی شغلی و مفاهیم اولیه	۷
فصل دوم: فرآیند کارآفرینی، ایده، فرصت	۲۵
فصل سوم: سیر تکاملی و تعاریف کارآفرینی	۴۹
فصل چهارم: کارآفرینی در نظریه‌های اقتصادی و از دیدگاه اقتصاد دانان	۶۵
فصل پنجم: کارآفرینی از دیدگاه دانشمندان مدیریت	۹۷
فصل ششم: کارآفرینی از دیدگاه محققین علوم رفتاری	۱۰۳
فصل هفتم: رهیافت جامعه شناسی	۱۰۷
فصل هشتم: رهیافت جامعه شناسی-کارآفرینی اقلیت‌ها	۱۱۹
فصل نهم: مدل‌های کارآفرینی رهیافت‌های جایگزین	۱۲۵
فصل دهم: کارآفرینی سازمانی	۱۳۳
فصل یازدهم: کارآفرینی اجتماعی	۱۵۳
فصل دوازدهم: مدل‌های کارآفرینی	۱۶۱
فصل سیزدهم: آموزش کارآفرینی	۱۸۱
فصل چهاردهم: بررسی تحقیقات کارآفرینی	۱۹۳
فصل پانزدهم: کارآفرینی دانشگاهی	۲۰۳
فصل شانزدهم: انواع کسب و کارها	۲۰۵
فصل هفدهم: روش‌های راه اندازی کسب و کار	۲۲۷
فصل هجدهم: برنامه کسب و کار	۲۳۵
فصل نوزدهم: فعالیت‌های مدیریتی و تولیدی در کسب و کارهای کارآفرینانه	۲۴۳
فصل بیستم: فعالیت‌های بازرگانی و مدیریت ریسک در کسب و کارهای کارآفرینانه	۲۶۱
فصل بیست و یکم: فعالیت‌های حسابداری و مالی در کسب و کارهای کارآفرینانه	۲۷۳
فصل بیست و دوم: دیده بان جهانی	۲۸۱
فصل بیست و سوم: توسعه کارآفرینی و محیط کسب	۲۸۹
سوالات کنکور سراسری از سال ۹۳ الی ۱۴۰۴	۲۹۶
منابع	۳۵۶

فصل اول

موفقیت، برنامه‌ریزی شغلی و مفاهیم اولیه

تعریف موفقیت

۱. موفقیت عبارت است از بالفعل کردن استعدادهای نهانی که در وجود هرکس نهفته است. آدمی با این استعدادها به دنیا می‌آید، بزرگ می‌شود و باید آنها را تمام و کمال در راه هدف و منظوری که او را خرسند می‌کند، به کار ببرد.
۲. موفقیت عبارت است از دستیابی به هدفی که در نظر انسان است و با رسیدن به آن هدف برای خود موقعیت و اعتباری کسب می‌کند.
۳. موفقیت عبارت است از رسیدن فرد به مقام چهارم در صورتی که پیش از آن در مقام پنجم باشد.
۴. موفقیت عبارتست از شیوه درست فکر کردن و زندگی کردن.

ابعاد موفقیت

۵. بعد فردی: یعنی اینکه شخص به تنهایی و بدون در نظر گرفتن عوامل بیرونی به برتری‌هایی برسد. عامل این نوع موفقیت بیشتر تلاش و کوشش خود فرد است.
۶. بعد سازمانی: عامل این نوع موفقیت تنها تلاش خود فرد نیست بلکه علاوه بر کوشش او، اطرافیان و همکارانش نیز در موفقیت او سهیم هستند و این موفقیت کمی پیچیده‌تر از موفقیت فردی است.
۷. کشوری توسعه یافته می‌باشد که دارای اقتصاد موفق باشد، شرکتهای موفق لازمه اقتصاد موفق بوده و افراد موفق عامل موفقیت شرکتهای موفق هستند.
۸. افراد موفق می‌بایست از یکسری ویژگی‌های کارآفرینانه پیروی کنند و در نهایت این فرآیند کارآفرینانه می‌باشد که منجر به رشد و توسعه کشور می‌شود.

چگونگی تعیین هدف

۹. منظور از هدف همان نقطه و موقعیتی است که می‌خواهیم به آن برسیم و رسیدن به هدف یکی از معیارهای اصلی موفقیت به حساب می‌آید. بعد از تعیین اهداف باید برای رسیدن به آنها طراحی یا برنامه‌ریزی کنیم.

۱۰. برنامه‌ریزی یعنی راه‌ها و روش‌های ممکن برای رسیدن به اهداف را مشخص کرده و بدانیم که به چه ابزار یا امکاناتی در این راه نیاز داریم. برای رسیدن به موفقیت، نکات زیر را باید رعایت کرد:

- الگوبرداری از افراد موفق
- تعیین اهداف بزرگ
- پرورش خلاقیت
- حداکثر استفاده از زمان
- اشتیاق، نقطه شروع همه فعالیتها
- پشتکار
- اعتماد به نفس
- نهایت استفاده از هوش و استعداد
- استفاده از فرصت‌ها
- خواستن، رمز موفقیت
- راضی نبودن از وضع موجود

برنامه‌ریزی مسیر شغلی

۱۱. برنامه‌ریزی مسیر شغلی، یعنی پیش بینی و انتخاب شغل برای آینده خویش.
۱۲. تعیین اهداف شغلی، گامی هوشمندانه به سوی موفقیت است.
۱۳. در واقع اهداف شغلی، هدف نهایی تمام فعالیت‌هایی است که شما در حال حاضر به آنها دست می‌زنید.
۱۴. برنامه‌ریزی مسیر شغلی مهم و حیاتی است اما آنچه مهم است این است که با در نظر گرفتن علاقه، دانش، مهارت و نیز تغییرات و تحولات جامعه شغلی مناسبی را برگزینیم.

رویا و فواید رویاپردازی

۱۵. رویا وضعیت خیالی و غیرواقعی است که فقط در ذهن انسان است.
۱۶. فواید رویاپردازی:
 - نارضایتی از وضع موجود و ایجاد تمایل به تغییر.

• تصور شرایط بسیار ایده آل که می تواند مبنایی برای هدف های انسان باشد.

• گسترده راه های نو به روی انسان و کمک به خروج وی از قالب های ذهنی موجود.

۱۷. انسان در رویا پردازی، بیشتر سراغ تصورات غیرعملی و غیر واقعی می رود و همین ویژگی رویا است که به جهش و تغییر ناگهانی در زندگی انسان کمک می کند.

چشم انداز

۱۸. چشم انداز عبارت است از ترسیم و تعریف شرایط مطلوب به زبان حال و قابل هدف گذاری و برنامه ریزی، به طوری که دست یابی به آن از نظر وی امکان پذیر است.

۱۹. چشم انداز مبنای هدف گذاری، حرکت و تلاش انسان است.

مفاهیم اولیه

در بین عموم مردم واژه های خلاقیت، نوآوری، ابتکار و اختراع و تازگی به یک معنا به کار می روند اما در کتب تخصصی و در بین افراد متخصص هر یک از آنها مفهوم و کاربردی جداگانه ای دارند.

۲۰. ابتکار، فرآیند ایجاد هر چیز جدیدی که قبلا وجود نداشته است.

۲۱. ایده پرداز، توانایی بالا در ایده سازی

۲۲. اختراع، هرگاه ایده جدیدی از ذهن مخترع به طرح تبدیل یا نمونه ای از آن ساخته شود آن ایده به اختراع تبدیل شده است و تا زمانی که در ذهن فرد است و عینیت بیرونی نیافته است اختراع محسوب نمی شود.

۲۳. مخترع، توانایی بالا در تبدیل ایده به ایده های عملی را دارد.

۲۴. فرد مخترع با ایده و مفاهیم سرو کار دارد.

۲۵. خلاقیت یعنی رهایی از عادت های ذهنی

۲۶. توانایی تفکر + کشتن ویروس های ذهنی = خلاقیت

۲۷. خلاقیت یعنی نگاهی متفاوت به پدیده هایی که دیگر مردم نیز به آنها می نگرند.

۲۸. خلاقیت یعنی شناسایی نیاز و ارضای آن

۲۹. فرآیند ایجاد هر چیز جدید و با ارزش ← خلاقیت

۳۰. اما چیزی که همه صاحب نظران بر آن اتفاق نظر دارند: خلاقیت = تازگی + ارزش.

۳۱. نوآوری، فرآیند ایجاد هر چیز جدیدی که برای فرد، گروه، سازمان، صنعت یا اجتماع خاصی ارزش مهمی داشته باشد.

۳۲. نوآور، توانایی بالا در تبدیل ایده های عملی خود به کالاها و خدمات را دارد.

۳۳. فرد نوآور با روش ها، برنامه ها و سیستم ها کار می کند.

۳۴. ایده ← خلاقیت ← نوآوری

چهار p خلاقیت و نوآوری

۳۵. برای ارتقاء سطح نوآوری و خلاقیت، شناخت چهار p دارای اهمیت است: محصول، امکانات، فرآیند (تکنیکها)، خلاقیت فردی و گروهی

۳۶. اولین p یعنی محصول یا نتیجه، حادث نخواهد شد مگر آنکه سه p دیگر وجود داشته باشند.

خلاقیت و ضرورت آن در زندگی

۳۷. خلاقیت را می‌توان هم از طریق فراگیری فنون (فرآیندها) و هم از طریق افزایش خلاقیت فردی و گروهی، ارتقاء بخشید. اگر این امور در فرهنگ مناسب سازمانی روی دهند حاصل آن نوآوری خواهد بود.

خلاقیت	+	فرهنگ سازمانی	=	نوآوری
فرآیندها (تکنیکها) خلاقیت فردی و گروهی		امکانات		محصول چهارنوع نوآوری: محصول، فرآیند، بازاریابی، مدیریت

۳۸. ضرورت خلاقیت:

- کاهش منابع طبیعی
- رقابت فشرده و بی رحم
- تنوع طلبی مصرف کنندگان و کاهش زمان مطلوبیت کالاها
- جهانی شدن اقتصاد و صنعت
- ۳۹. خلاقیت برای موفقیت آمیز بودن حل مسئله، امری حیاتی است.

انواع تفکر

۴۰. **تفکر خلاق:** این سبک تفکر در مقابل تفکر منطقی و عقلایی قرار دارد و به جای تصورات عقلی، بیشتر از تصورات وهمی و خیالی استفاده می‌کند. این تفکر که تازگی و تفاوت را به ایستایی و یکنواختی ترجیح می‌دهد و تفکری است که در آن سیال بودن، انعطاف پذیری بسط و ابتکار اصالت دارد. این تفکر معجونی است از تفکر واگرا، شهودی، دیداری، کل نگر، هیجانی، انتقادی، کیهانی، عینی، اجرایی و سیستمی.

۴۱. **تفکر واگرا:** فرآیند تفکر گسترده تر و بارزتر است و هدف غایی آن رسیدن به موقعیت‌های تازه و جدید است.

۴۲. **تفکر شهودی:** برترین قابلیت نهفته ذهن است که فراسوی محدودیت‌های تفکری عقلایی یا منطقی است و به امکانات و قابلیت‌های ناشناخته و قدرت مغز ما منتهی می‌شود.

۴۳. تفکر دیداری: متکی بر حافظه دیداری یا بصری است که موضوعات را به کمک تجسم و تصاویر و اشکال آنها شناسایی، درک و توصیف می کند.

۴۴. تفکر کل نگر: این تفکر تلاشی است برای غلبه بر محدودیت های طبیعی دانش ارجاعی ما و این تنها با گذشتن از مرزهای تعیین شده دانش ارجاعی و با استفاده از تفکر تغییرپذیر و آزادی گمانه زنی میسر است.

۴۵. تفکر هیجانی: مبتنی بر پایه تجربیاتی چون احساسات، هیجانات، عواطف و ... می باشد.

۴۶. تفکر انتقادی: نوعی تفکر بی طرفانه است.

۴۷. تفکر عینی: برخلاف تفکر انتزاعی با ذات ملموس دنیای واقعی سرو کار دارد و با مفاهیم و ایده های انتزاع شده از موجودات و پدیده های حقیقی رابطه ای ندارد.

۴۸. تفکر عملی یا اجرایی: در مقابل تفکر واکنشی یا تفکر انتقادی است.

۴۹. تفکر سیستمی: تئوری سیستم ها از دید رابطه متقابل و وابستگی متقابل پدیده ها به جهان نگاه می کند.

موانع خلاقیت

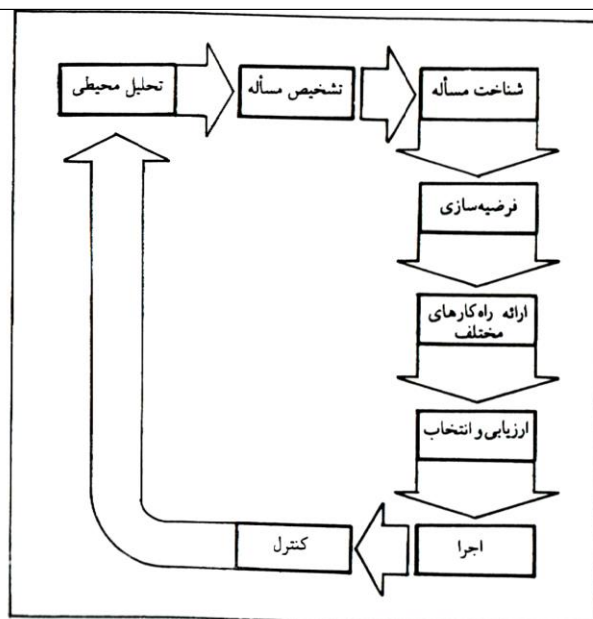
۵۰. موانع خلاقیت عبارتند از:

- تاکید بر مفروضات قبلی
- ترس از احمق به نظر رسیدن
- ارزیابی فوری
- اعتقاد به وجود یک راه درست

۵۱. فرآیند حل مساله را می توان به عنوان فرآیند حل خلاق مسئله CPS نام برد.

۵۲. در فرآیند حل خلاق مسئله هشت مرحله اصلی وجود دارد: تحلیل محیط، تشخیص مسئله، شناخت مسئله، فرضیه سازی، ارائه راه کارها، انتخاب از میان راه کارها، اجرای راه کار انتخاب شده و کنترل.

۵۳. مراحل خلاقیت



۱۰۱ تکنیک خلاق برای هر یک از مراحل فرآیند حل خلاق مسئله

۵۴- (جدول زیر انواع تکنیک‌هایی را که در هر یک از مراحل ۸ گانه فرایند حل خلاقانه مسئله می‌توان استفاده کرد شرح داده شده است).

فرآیند	شرح مختصر و یا بهترین کاربرد برای:
مرحله: تحلیل محیطی	
مقایسه با دیگران: الگوبرداری، برترین رویه‌ها، مسابقه علیه رقبای موهوم	موقعیت‌های راهبردی شدیداً رقابتی برای یافتن مسائل مربوط به کیفیت و هزینه
به کار گرفتن پیشگویی کنندگان و مشاوران	هنگامی که یک نگاه بیرونی کمک خواهد کرد. هنگامی که نیروی انسانی یا بودجه لازم برای تلاش داخلی در اختیار ندارید.
کنترل علایم ضعیف	شناسایی علایم ضعیف در بازار، پیمایش راهبردی، شناسایی موضوعات راهبردی
جست و جوی فرصت‌ها	موقعیت‌های جدید، کاربردهای جدید دانش فعلی، موقعیت‌های راهبردی
مرحله: تشخیص مسئله	
وضعیت آرمانی	کسب اطمینان از اینکه مسائل نادیده گرفته نشده‌اند استفاده از موقعیتی مطلوب
چک لیست‌ها	مسئله‌یابی در خصوص محصولات / خدمات / عملیات؛ توسعه ایده‌های ارتقایی
توفان فکری معکوس	هنگامی که تکنیک‌های عادی مسائل زیادی را مطرح نکرده‌اند.
فکاهی و طنز	هنگامی که رویکردهای صریح و مستقیم مسائل و بینش‌های زیادی را به وجود نیاورده‌اند، طنز و شوخی اضافه شود.
گوش دادن به شکایت‌ها	جست و جو برای مسائل داخلی یا مشتریان
پاسخ دادن به دیگران	هنگامی که شخص دیگری فرصت‌ها یا مسائلی را پیشنهاد می‌کند.
ایفای نقش	بینش و شناخت گروهی و شخصی نسبت به مسائل ساده و پیچیده، به ویژه مناسب برای مسائل مربوط به روابط بین اشخاص و با مشتری
برنامه‌های پیشنهادها	تشخیص منظم مسئله به هنگامی که خواهان مشارکت افراد هستیم.
تمرین و دیگر روش‌های گروهی یا تیمی کار	مسائل پیچیده به هنگامی که اظهار نظر گروهی و تشکیل گروه دارای اهمیت باشد.
مرحله شناسایی مسئله	
در میان گذاشتن مسئله با دیگران	هنگامی که می‌خواهید مطمئن شوید چیزی را نادیده نگرفته‌اید.
دستیابی به اتفاق نظر گروهی	هنگامی که تعریف گروهی از یک مسئله، حائز اهمیت باشد.
ترسیم تصویری از مسئله	در مسائل پیچیده، از مجسم‌سازی برای «مشاهده» مسئله استفاده می‌شود.
کوله بار تجربه	وادار کردن افراد به درگیری شخصی بیشتر دو موضوع
نمودار استخوان ماهی «سلطان کوهستان»	در پی درک بهتری از مسئله است تعریف گروهی از مسئله، یک فعالیت تفریحی
تعریف مجدد مسئله یا فرصت	شناخت بیشتر نسبت به مسئله
بازنویسی اهداف به چند روش مختلف	به منظور داشتن نگرش‌های متفاوت به مسئله
«فشردن و کشیدن»	برای درک علل مسائل پیچیده‌تر
چه می‌دانید؟	نقطه شروع پرداختن به مسئله
چه الگوهایی وجود دارد؟	برای درک مسائل پیچیده‌تر
نمودار چرا - چرا	درک بهتر علل یک مسئله پیچیده



مرحله: فرضیه سازی	
معکوس سازی فرضیه	برای درک فرضیه‌ها و به دست آوردن راه‌حل‌های ممکن
مرحله: خلق راه‌کارهای مختلف، مبتنی بر فرد	
قیاس‌ها و استعاره‌ها	هنگامی که به چشم انداز جدیدی نیاز باشد
تحلیل راه‌حلهای گذشته	به کارگیری راه‌حل‌های افراد دیگر در مورد مسئله خودتان
تداعی	هنگامی که شور و اشتیاق تازه‌ای لازم باشد، انبوه ایده‌ها را خلق می‌کند.
زنجیره‌های تداعی صفات	تغییرات در محصول / خدمات
فهرست کردن صفات	تغییرات در محصول / خدمات
بازگشت به مشتری	برای تأمین نیازهای مشتریان، مشابه با «بازگشت به خورشید»
بازگشت به خورشید	تداعی متمرکز
دایره فرصت	تغییر محصول یا خدمات، هنگامی که رویکرد جدیدی نیاز باشد.
برنامه‌های کامپیوتری	مسائل پیچیده، برنامه‌های کامپیوتری عموماً شما را در طی مراحل CPS هدایت می‌کنند، پیشنهادهایی به شما می‌دهند. بعضی از این برنامه‌ها فرآیندهایی نظیر توفان فکری را ارتقا می‌بخشند.
آخرین مهلت	تحت فشار قراردادن به منظور افزایش خلاقیت
قیاسهای مستقیم	انتقال دانش از یک زمینه به زمینه دیگر
تعیین منابع ایده	منابعی را بیابید که بتوانند راه حل ارائه کنند.
با حواس خود، آن را بررسی کنید	بینش‌های جدید، مسائل پیچیده یا ساده، تداعی معانی متمرکز
شطرنج FCB	استقرار محصولات
شی متمرکز	مشابه با تداعی معانی و تکنیکهای رابطه تحت فشار
نگاه تازه	هنگامی که افراد خودی «به خاطر درختها نمی‌توانند جنگل را خوب ببینند»
خرده ایده‌ها و قفسه‌بندی آنها	سازماندهی ایده‌هایتان، مسائل پیچیده
دفترچه ایده‌ها	ثبت ایده‌ها برای مراجعه بعدی
نهاد - ستاده	مهندسی، مدیریت عملیات، تعدادی از راه‌حلهای ممکن را خلق می‌کند.
گوش دادن به موسیقی	خلق راه‌کارها / فرصتها از طریق ضمیر نیمه آگاه
نقشه کشی ذهنی	خلق ایده‌های جدید، شناسایی همه موضوعات و زیر مجموعه آنها در ارتباط با یک مسئله، تقویت قوه ادراک و شهود
برشمردن کاربردهای ممکن	خلق کاربردهای جدید برای یک محصول
تکنیک ناپلئون	به دست آوردن شناخت‌های کاملاً جدید، هنگامی که تکنیکهای دیگر ناموفق بوده‌اند.
جست و جوی تصادفی منظم	روش‌های ساده برای به دست آوردن اندیشه‌های جدید
قیاس‌های شخصی	درگیر کردن شخصی بیشتر افراد در مسئله
شبیه سازی تصویر	استفاد از تجسم برای بهبود بینش و شناخت
چک لیست بهبود محصول (PICL)	محصولات یا خدمات جدیدی می‌آفریند، محصولات یا خدمات قدیمی را بهبود می‌بخشد.

خلق سریع انبوه ایده ها، مشابه با تداعی	ربط
فعالیت های هنری، نگارش، یا نامگذاری / توسعه محصول	کلمات ربطی
مسائلی که به نظر نمی رسد پیشرفت چندانی در آنها نداشته باشید.	معکوس - عکس معکوس
هنگامی که به انبوه ایده ها و مفاهیم برای خلق بینش های جدید نیاز باشد.	غلطیدن در علفزار ایده ها
سازماندهی ایده هایتان، مسائل پیچیده	تکنیک ۷×۷
مسائل پیچیده یا ساده، راه کارها یا فرصتها را از طریق ضمیر نیمه هوشیار خلق می کند.	یافتن راه حل مسئله در خواب و رؤیا
مسائل ساده به هنگامی که به بینش های جدید نیاز باشد.	تکنیک دو کلمه ای
به کارگیری بسیاری از تکنیک های بالا با استفاده از نرم افزارهای کامپیوتری	استفاده از کامپیوتر برای شبیه سازی خلاقیت
خلق محصولات یا خدمات جدید، بهبود محصولات یا خدمات قدیمی	چک لیست کلامی برای خلاقیت
هنگامی که نیاز دارید به اینکه مسئله را بهتر «مشاهده» کنید. می توان با فرآیندهای دیگر مورد استفاده قرار داد. بینش های جدید به وجود می آورد.	تجسم
برنامه ریزی راهبردی، مسائل پیچیده یا ساده، پیش بینی سناریو	چه می شود اگر ...
مرحله: خلق راه کارهای مختلف، مبتنی بر گروه	
خلق راه کارها و راه کارهای متعدد، مسائل ساده	توفان فکری
راه کار توفان فکری	نگارش فکری
راه کار توفان فکری	سبد نگارش فکری
راه کار توفان فکری	نگارش فکری ۳-۵
مسائل پیچیده، استفاده از تجسم	تصویرسازی خلاق
مسائل پیچیده به هنگامی که به نتایج عمده نیاز باشد، شامل تصویرسازی	جهش خلاق
مسائل پیچیده یا ساده به هنگامی که نظرخواهی گروه مطلوب واقع شود، گسترش مفهوم دوایر کیفیت	دوایر خلاقیت
فراتر رفتن از توفان فکری مسائل پیچیده	روش برگه کاغذ کرافورد
مسائل پیچیده ای که باید با نظر کارشناسی حل و فصل شوند.	تکنیک دلفی
مسائلی که تکنیک های دیگر موفق به حل آن نشده اند مهم برای چشم اندازهای جدید	تکنیک گشت و گذار
استفاده از وسایل بصری برای تسریع توفان فکری	روش گالری
مناسب برای به عقب گام برداشتن نسبت به مسئله	تکنیک گوردون لیتل
استفاده از سخت افزار و نرم افزار کامپیوتری برای کمک به فرآیند تصمیم گروهی	سیستم های پشتیبانی تصمیم گروهی
مسائل غیر فوری مشابه با روش گالری بدون محدودیت زمانی	تابلوی ایده ها
درگیر کردن افراد در موضوع	محرك های ایده
مسائل پیچیده یا ساده، مانند دوایر خلاقیت	کمپته نوآوری
هنگامی که شرکت های بیرونی دیگر می توانند کمک کنند در متداول در اروپا و در حال رواج در آمریکا	گروه های نوآوری درون شرکت
دو تیم، یک تیم مسائل را به تیم دیگر ارائه می کند تا راه حل خلق کنند.	لانه شیر



تکنیک شکوفه نیلوفر آبی	مسائل پیچیده ساده، به ویژه مناسب برای تدوین سناریوهای راهبردی
روش توفان فکری میتسوبیشی	توفان فکری / نگارش فکری / نقشه‌کشی ذهنی برای مسائل پیچیده
تحلیل ساخت شناسی واژگانی	تغییر محصول یا خدمات
روش NHK	مسائل پیچیده
تکنیک گروه اسمی	حذف تأثیر شخصیت غالب در گروه
فیلیپس ۶۶	تشویق به توفان فکری مشارکت از طریق تفکیک گروه‌های بزرگ‌تر به گروه‌های شش نفره
گشت و گذار توأم با عکسبرداری	شبیه سازی بصری توفان فکری
تکنیک کارت سنجاقی	راه کار توفان فکری
سناریونویسی	مسائل پیچیده، به ویژه برنامه‌ریزی راهبردی
روش SIL	راه کار توفان فکری برای مسائل پیچیده
داستان‌نویسی بر روی تابلوی دیواری	مسائل پیچیده، شناخت موضوعات، خلق راه‌کارهای متعدد
مطالعه فرآیندهای خلاق حل مسئله	مسائل پیچیده، توفان فکری با قیاس‌ها، استعاره‌ها، گشت و گذار سنگین برای تحلیل نقدگرانه
دسته‌های پنج تایی	فرا تر رفتن از توفان فکری، مسائل پیچیده
روش TKJ	مسائل پیچیده از کارتها، نمودارها و تداعی استفاده می‌کند.
مرحله: انتخاب	
ماتریس بررسی ایده‌ها	انتخاب راه حل‌ها برای همه نوع مسائل
رأی گیری نقطه‌ای	انتخاب راه حل‌ها برای همه نوع مسائل
مرحله: اجرا	
نمودار چگونه - چگونه	تعیین اقدامات ضروری برای اجرای موفقیت‌آمیز
جنگجو باشید	ایده‌های خود را به شرکت بقبولانید
تحلیل میدان فشار	تجزیه و تحلیل موانع سر راه اجرا

جدول - راهنمای سریع تکنیک‌های مطلوب برای خلق راه کارهای مختلف

تکنیکهای فردی	
تکنیک	بهترین کاربرد
چک لیست کلامی / چک لیست بهبود محصول	برای طراحی مجدد محصولات و خدمات موجود
نقشه کشی ذهنی	گردش ازادانه ایده‌ها: برای طراحی خطوط کلی؛ برای جمع‌آوری افکار و اندیشه‌ها درباره یک موضوع
تداعی / تداعی آزاد	هنگامی که نیاز فوری به انبوه ایده‌ها و روشی برای ربط دادن این ایده‌ها برای حل مسائل دارید؛ هنگامی که فرآیندهای معمولی ایده‌های زیادی به وجود نمی‌آورند.
غلطیدن در علفزار ایده‌ها	برای دستیابی به بینش‌های جدید، ترکیب ایده‌ها، و حل مسائل پیچیده که درباره آنها اطلاعات زیادی در دست است.
تکنیکهای گروهی**	
تکنیک	بهترین کاربرد
توفان فکری	برای مسائل ساده به هنگامی که به راه‌حل‌های فوری نیاز است.
شکوفه نیلوفر آبی	خلق سریع انبوهی از ایده‌ها جهت قضاوت راجع به یک مسئله، بسیار عالی برای تدوین سناریوهای آینده
داستان نویسی گشت و گذار	برای درک موضوعات ذیربط در مسائل پیچیده، برای حل مسائل پیچیده
گشت و گذار	هنگامی که حل مسئله مشکل باشد، هنگامی که خلق ایده‌ها با استفاده از تکنیکهای دیگر، مشکل باشد.
تکنیک گروه اسمی	به ویژه هنگامی سودمند است که می‌خواهید یک شخص را از تسط بر انتخاب از بین راه کارهای مختلف، بازدارید.
تحلیل ساخت شناسی واژگانی	برای خلق سریع انبوه ایده‌ها درباره بهبود محصول یا خدمت
***به استثنای تکنیک گروه اسمی همه این تکنیکها را می‌توان هم به صورت انفرادی و هم گروهی مورد استفاده قرار دارد.	

۵۵. هنگامی که اطلاعات جدیدی را جستجو می‌کنید، همانند یک کاشف عمل می‌کنید.

۵۶. هنگامی که منابع خود را به ایده‌های جدید تبدیل می‌کنید، همانند یک هنرمند عمل می‌کنید.

۵۷. هنگامی که شایستگی یک ایده را ارزیابی می‌کنید، همانند یک قاضی عمل می‌کنید.

۵۸. هنگامی که ایده خود را به اجرا در می‌آورید، همانند یک جنگجو عمل می‌کنید.

۵۹. برای پرورش خلاقیت راه‌ها و روش‌های متعددی وجود دارد ۲ مورد از آنها:

● آگاه بودن از مجموعه موقعیت کنونی

● برای به انجام رساندن هر کاری تنها نباید به یک شیوه اکتفا کرد.

۶۰. کارآفرینی، فرآیندی است که منجر به ایجاد رضایتمندی و یا تقاضای جدید می‌گردد.

۶۱. کارآفرینی عبارت است از فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به منظور بهره‌گیری از فرصتها.

۶۲. کارآفرین، افرادی هستند که قادرند هم ایده‌ها، اختراعات یا اکتشافات خود را به محصول یا خدمات و سپس آنها را به ارزش تبدیل کنند و هم ایده یا اختراعات دیگران را مستقیماً به ارزش تبدیل کنند.

۶۳. کارآفرین با فرصت‌ها و ریسک‌ها و ارزش‌ها کار می‌کند و می‌کوشد بازار بالقوه‌ای برای ایده‌ها یا محصولات را شناسایی، کشف و خلق کند.

۶۴. در واقع کارآفرین توانایی بالا در تبدیل ایده‌ها یا کالاها و خدمات جدید خود و دیگران به ارزش دارد.

۶۵. کارآفرین می‌تواند هم از طریق فروش ایده‌های خود یا دیگران و هم از طریق تبدیل ایده‌ها به کالا یا خدمات، ارزش ایجاد کند.

۶۶. در واقع کارآفرین می‌تواند از طرق زیر ایجاد درآمد کند:

● کسب درآمد از طریق خرید اختراعات و اکتشافات دیگران و اجرای آنها

● کسب درآمد از طریق خرید محصولات و خدمات جدید دیگران و فروش آنها

۶۷. خواستن واقعی آن است که به تصمیم قطعی منجر شود و تصمیم قطعی آن است که به عمل منجر شود و تنها عمل صحیح است که ما را به نتیجه و هدف می‌رساند.

۶۸. دانستن، خواستن و توانستن، تنها در سایه عمل، معنی و مفهوم پیدا می‌کند.

۶۹. مهمترین عامل موثر در موفقیت، خود فرد است.

۷۰. خویش فرما، کسی است که برای خودش کار می‌کند و در استخدام شرکت یا سازمانی نباشد.

۷۱. موفقیت سازمانی، عبارت است از مجموعه نوآوری، رشد و ایجاد تغییر که فرد مدیر به عنوان عامل اصلی، سازمان را به حرکت در آورده، هدایت نموده و سه عامل فوق را موجب می‌گردد.

تست های فصل اول

۱- کدام یک از عوامل زیر باعث رشد و توسعه کشور می شود؟

- ۱- افراد موفق ۲- اقتصاد موفق ۳- فرآیند کارآفرینانه ۴- کارآفرینان

۲- لازمه اقتصاد موفق چیست؟

- ۱- افراد موفق ۲- کشور توسعه یافته ۳- شرکت های موفق ۴- کارآفرینان

۳- عامل این نوع موفقیت تنها تلاش خود فرد نیست بلکه علاوه بر کوشش او اطرافیان نیز در موفقیت او

سهیم هستند؟

- ۱- بعد فردی ۲- بعد سازمانی ۳- بعد اجتماعی ۴- بعد خانوادگی

۴- شخص به تنهایی و بدون در نظر گرفتن عوامل بیرونی به موفقیت می رسد این بعد معرف کدامیک از

ابعاد موفقیت است ؟

- ۱- فردی ۲- سازمانی ۳- اجتماعی ۴- خانوادگی

۵- افراد موفق باید از یکسری ویژگی های پیروی کنند.

- ۱- ریسک پذیری ۲- کارآفرینانه ۳- ریسک پذیری و کارآفرینانه ۴- خلاقانه

۶- کدامیک از موارد ذیل به عنوان یکی از معیارهای موفقیت به حساب می آیند؟

- ۱- شهرت و مقام ۲- استفاده از تکنیک های خلاقیت

- ۳- داشتن روحیه کارآفرینانه ۴- رسیدن به هدف

۷- بررسی راه ها و روش های ممکن برای رسیدن به اهداف چه نام دارد؟

- ۱- تلاش ۲- استفاده از خلاقیت

- ۳- استفاده از فرصت ها ۴- برنامه ریزی

۸- گامی هوشمندانه به سوی موفقیت است.

- ۱- استفاده از تکنیک های خلاقیت ۲- استفاده از فرصت ها

- ۳- برنامه ریزی مسیر شغلی ۴- تعیین اهداف شغلی

۹- هدف نهایی تمام فعالیتهایی که بشر در حال حاضر به آنها دست می زند،..... است.

- ۱- اهداف شغلی ۲- برنامه ریزی مسیر شغلی

- ۳- اهداف اقتصادی ۴- رفاه اقتصادی

۱۰- رمز موفقیت، است.

۱) داشتن فکر خلاق ۲) پرورش خلاقیت ۳) استفاده از فرصت ها ۴) خواستن

۱۱- برنامه ریزی مسیر شغلی یعنی، ...

۱- داشتن تصمیم قاطع و برنامه ریزی برای آینده

۲- دستیابی به اهداف شغلی

۳- پیش بینی و انتخاب شغلی

۴- بررسی و پیش بینی شغل

۱۲- فرآیند ایجاد هر چیزی که قبلاً وجود نداشته است؟

۱- خلاقیت ۲- ایده ۳- ابتکار ۴- نوآوری

۱۳- به معنای توانایی بالا در ایده سازی می باشد:

۱- مخترع ۲- نوآور ۳- مبتکر ۴- ایده پرداز

۱۴- هرگاه ایده جدیدی از ذهن مخترع به طرح تبدیل یا نمونه ای از آن ساخته شود آن ایده به تبدیل شده است.

۱- اختراع ۲- نوآوری ۳- خلاقیت ۴- ایده

۱۵- تا زمانی که در ذهن فرد است و عینیت بیرونی نیافته است اختراع محسوب نمی شود.

۱- خلاقیت ۲- نوآوری ۳- ایده ۴- ابتکار

۱۶- توانایی بالا در تبدیل ایده به ایده های عملی را دارد.

۱- نوآور ۲- ایده پرداز ۳- مخترع ۴- مبتکر

۱۷- فرد مخترع با سرو کار دارد.

۱- روش ها، برنامه ها و سیستم ها ۲- ایده و مفاهیم

۳- ایده، برنامه ها و سیستم ها ۴- ایده، مفاهیم و روش ها

۱۸- خلاقیت یعنی رهایی از.....

۱- راه های منطقی ۲- منطقی فکر کردن

۳- راه حل های تکراری ۴- عادت های ذهنی

۱۹- توانایی تفکر به همراه کشتن ویروس های ذهنینامیده می شود.

۱-خلاقیت ۲-نوآوری ۳-ابتکار ۴-فرصت

۲۰- به معنای داشتن نگاه متفاوتی به پدیده هایی که دیگر مردم به آنها می نگرند.

۱-نوآوری ۲-خلاقیت ۳-فرصت یابی ۴-ایده

۲۱- در خلاقیت دو عامل و نهفته است.

۱-تازگی، ابتکار ۲-ابتکار، نوآوری ۳-ابتکار، فرصت ۴-تازگی، ارزش

۲۲- فرآیند ایجاد هر چیز جدید و با ارزشاست.

۱-نوآوری ۲-ابتکار ۳-خلاقیت ۴-ایده

۲۳-فرآیند ایجاد هر چیز جدیدی که برای فرد، گروه، صنعت، سازمان یا اجتماع خاصی ارزش مهمی داشته باشد.

۱-نوآوری ۲-ابتکار ۳-ایده ۴-خلاقیت

۲۴- یک فرد توانایی بالایی در تبدیل ایده های عملی خود به کالا و خدمات دارد.

۱-کارآفرین ۲-مبتکر ۳-خلاق ۴-نوآور

۲۵- فرد نوآور با کار می کند.

۱-ایده ها، برنامه ها، روش ها ۲-ایده ها، خلاقیت، برنامه ها

۳-روش ها، برنامه ها، سیستم ها ۴-ایده ها، برنامه ها و سیستم ها

۲۶- کدام گزینه صحیح است؟

۱-نوآوری ← خلاقیت ← کارآفرینی

۲-نوآوری ← کارآفرینی ← خلاقیت

۳-کارآفرینی ← نوآوری ← خلاقیت

۴-ایده ← خلاقیت ← نوآوری

۲۷- برای ارتقاء سطوح خلاقیت و نوآوری چه عواملی حائز اهمیت است.

۱-محصول، امکانات، فرآیند، خلاقیت فردی و گروه

۲-محصول، محیط، خلاقیت، پاداش

۳-محصول، محیط، امکانات، فرآیند

۴-محصول، محیط، خلاقیت فردی و گروهی

۲۸- منظور از p؟ خلاقیت و نوآوری چیست؟

- ۱-محصول، فرآیند، تولید، بهره‌وری
- ۲-محصول، فرآیند، خلاقیت فردی و گروهی
- ۳-محصول، فرآیند، بهره‌وری، خلاقیت فردی
- ۴-محصول، امکانات، فرآیند، خلاقیت فردی و گروهی

۲۹- p باعث ارتقاء..... و می‌شود

- ۱-خلاقیت، کارآفرینی
 - ۲-نوآوری، خلاقیت
 - ۳-کارآفرینی، نوآوری
 - ۴-رشد کشور، تاسیس شرکتهای موفق
- ۳۰- در ارتقاء سطح نوآوری و خلاقیت کدام عامل به عوامل دیگر وابسته است یعنی تا زمانی که عوامل دیگر وجود نداشته باشند، حادث نخواهد شد.

- ۱-محصول
- ۲-امکانات
- ۳-فرآیند
- ۴-خلاقیت فردی، گروهی

۳۱- به چه طرقی می‌توان خلاقیت را ارتقاء بخشید؟

- ۱- فراگیری فنون (فرآیندها)، افزایش خلاقیت فردی
 - ۲- فراگیری خلاقیت و افزایش خلاقیت جمعی
 - ۳- فراگیری فنون (فرآیندها) و امکانات
 - ۴- فراگیری فنون (فرآیندها) و افزایش خلاقیت فردی و جمعی
- ۳۲- کدام گزینه کامل‌تر و درست‌تر ضرورت خلاقیت را بیان کرده است؟

- ۱- رشد تکنولوژی، کاهش منابع طبیعی، افزایش رقابت
 - ۲- کاهش منابع طبیعی، افزایش رقابت، جهانی شدن اقتصاد و صنعت
 - ۳- افزایش تنوع طلبی و کاهش رضایت مشتری، کاهش منابع طبیعی، افزایش رقابت بی‌رحمانه
 - ۴- کاهش زمان مطلوبیت، افزایش رقابت، کاهش منابع طبیعی، تنوع طلبی و جهانی شدن اقتصاد و صنعت
- ۳۳- برای موفقیت آمیز بودن حل مسئله امری حیاتی است.

- ۱- نوآوری
 - ۲- خلاقیت
 - ۳- بررسی راه‌های متعدد
 - ۴- خلاقیت فردی
- ۳۴- این تفکر، تازگی و تفاوت را به ایستایی و یکنواختی ترجیح می‌دهد و تفکری است که در آن سیال بودن، انعطاف پذیری بسط و ابتکار اصالت دارد.

- ۱- قیاسی
- ۲- عقلایی
- ۳- واگرا
- ۴- خلاق

۳۵- در این سبک تفکر به جای تصورات عقلی، بیشتر از تصورات وهمی و خیالی استفاده می شود

۱- خلاق ۲- شهودی ۳- عینی ۴- انتقادی

۳۶- این نوع تفکر معجونی است از تفکر واگرا، شهودی، دیداری، کل نگر، هیجانی، انتقادی، کیهانی، عینی، اجرایی و سیستمی.

۱- استقرایی ۲- خلاق ۳- سیستماتیک ۴- جامع

۳۷- در این نوع تفکر، فرآیند تفکر گسترده تر و بارزتر است و هدف غایی آن رسیدن به موقعیت های تازه و جدید است.

۱- واگرا ۲- همگرا ۳- جامع ۴- سیستماتیک

۳۸- برترین قابلیت نهفته ذهن است که فراسوی محدودیت های تفکری عقلایی یا منطقی است

۱- تفکر خلاق ۲- تفکر استقرایی ۳- تفکر شهودی ۴- تفکر دیداری

۳۹- این نوع تفکر موضوعات را به کمک تجسم و تصاویر و اشکال آنها شناسایی، درک و توصیف می کند

۱- خلاق ۲- شهودی ۳- دیداری ۴- خلاق

۴۰- تفکر کل نگر، تلاشی است برای غلبه بر محدودیت های طبیعی دانش ارجاعی ما و این تنها با گذشتن از مرزهای تعیین شده و با استفاده از تفکر و گمانه زنی میسر است.

۱- دانش ارجاعی، تغییر پذیر، آزادی

۲- دانش ارجاعی، آزاد، تغییر

۳- دانش، تغییر پذیر، آزادی

۴- دانش، خلاق، آزادی

۴۱- منظور از تفکر انتقادی:

۱- نوعی تفکر موشکافانه است که بدنبال چرایی می گردد.

۲- نوعی تفکر بی طرفانه است.

۳- نوعی تفکر آزاد است.

۴- نوعی تفکر است که از ادغام تفکر خلاق و عینی شکل می گیرد.

۴۲- کدام تفکر با مفاهیم و ایده های انتزاع شده از موجودات و پدیده های حقیقی رابطه ای دارد؟

۱- خلاق ۲- کل نگر ۳- عینی ۴- انتزاعی

۴۳- تفکر انتزاعی نقطه مقابل تفکر..... است.

۱- عینی ۲- خلاق ۳- سیستماتیک ۴- آزاد

۴۴- این نوع تفکر با ذات ملموس دنیای واقعی سرو کار دارد.

۱- انتزاعی ۲- کل نگر ۳- عینی ۴- شهودی

۴۵- نقطه مقابل تفکر واکنشی یا تفکر انتقادی، تفکر..... است.

۱- عملی ۲- اجرایی ۳- آزاد ۴- عملی یا اجرایی

۴۶- این نوع تفکر از دید رابطه متقابل و وابستگی متقابل پدیده‌ها به جهان نگاه می‌کند.

۱- سیستمی ۲- عملی ۳- کل نگر ۴- عینی

۴۷- کدام گزینه جزء موانع خلاقیت به شمار می‌رود؟

۱- تاکید بر مفروضات جدید ۲- ارزیابی سنجیده
۳- اعتقاد به وجود یک راه درست ۴- تاکید بر مفروضات پایه

۴۸- CPS :

۱- فرآیند حل سیستماتیک مساله ۲- فرآیند حل خلاق مساله
۳- سیستم حل خلاقانه ۴- فرآیند سیستم خلاق

۴۹- فرآیند حل خلاق مساله چند مرحله دارد؟

۱- هفت مرحله ۲- شش مرحله ۳- چهار مرحله ۴- هشت مرحله

۵۰- کدام گزینه مراحل فرآیند حل خلاق مساله را درست تر نشان می‌دهد؟

۱- تحلیل محیط، تشخیص مسئله، شناخت مسئله، فرضیه سازی
۲- تشخیص مسئله، فرضیه سازی، تحلیل محیط، ارائه راهکارها
۳- شناخت مسئله، تحلیل محیط، فرضیه سازی، حل مسئله
۴- فرضیه سازی، تحلیل محیط، تشخیص مساله، حل مساله

۵۱- مهمترین عامل موثر در موفقیت فرد

۱- انگیزه فرد ۲- تلاش فرد ۳- خود فرد ۴- پشتکار فرد

۵۲- دانستن، خواستن و توانستن، تنها در سایه..... معنی و مفهوم پیدا می‌کند.

۱- تلاش ۲- عمل ۳- پشتکار ۴- انگیزه

۱-گزینه ۲	۱۱-گزینه ۳	۲۱-گزینه ۴	۳۱-گزینه ۴	۴۱-گزینه ۲	۵۱-گزینه ۳
نکته ۷	نکته ۱۱	نکته ۳۰	نکته ۳۷	نکته ۴۶	نکته ۶۹
۲-گزینه ۳	۱۲-گزینه ۳	۲۲-گزینه ۳	۳۲-گزینه ۴	۴۲-گزینه ۴	۵۲-گزینه ۲
نکته ۷	نکته ۲۰	نکته ۲۹	نکته ۳۸	نکته ۴۷	نکته ۶۸
۳-گزینه ۲	۱۳-گزینه ۴	۲۳-گزینه ۱	۳۳-گزینه ۲	۴۳-گزینه ۱	۵۳-گزینه ۳
نکته ۶	نکته ۲۱	نکته ۳۱	نکته ۳۹	نکته ۴۷	نکته ۶۲-۶۰ و ۶۸-۶۳
۴-گزینه ۱	۱۴-گزینه ۱	۲۴-گزینه ۴	۳۴-گزینه ۴	۴۴-گزینه ۳	۵۴-گزینه ۲
نکته ۷	نکته ۲۲	نکته ۳۲	نکته ۴۰	نکته ۴۷	نکته ۷۰
۵-گزینه ۲	۱۵-گزینه ۳	۲۵-گزینه ۳	۳۵-گزینه ۱	۴۵-گزینه ۴	۵۵-گزینه ۱
نکته ۸	نکته ۲۲	نکته ۳۳	نکته ۴۰	نکته ۴۸	نکته ۷۱
۶-گزینه ۴	۱۶-گزینه ۳	۲۶-گزینه ۴	۳۶-گزینه ۲	۴۶-گزینه ۱	
نکته ۹	نکته ۲۳	نکته ۳۴	نکته ۴۰	نکته ۴۹	
۷-گزینه ۴	۱۷-گزینه ۲	۲۷-گزینه ۱	۳۷-گزینه ۱	۴۷-گزینه ۳	
نکته ۱۰	نکته ۲۴	نکته ۳۵	نکته ۴۱	نکته ۵۰	
۸-گزینه ۴	۱۸-گزینه ۴	۲۸-گزینه ۴	۳۸-گزینه ۳	۴۸-گزینه ۲	
نکته ۱۲	نکته ۲۵	نکته ۳۵	نکته ۴۲	نکته ۵۱	
۹-گزینه ۱	۱۹-گزینه ۱	۲۹-گزینه ۲	۳۹-گزینه ۳	۴۹-گزینه ۴	
نکته ۱۳	نکته ۲۶	نکته ۳۵	نکته ۴۳	نکته ۵۲	
۱۰-گزینه ۴	۲۰-گزینه ۲	۳۰-گزینه ۱	۴۰-گزینه ۱	۵۰-گزینه ۱	
نکته ۱۱	نکته ۲۷	نکته ۳۶	نکته ۴۴	نکته ۵۲	

سیر تکاملی و تعاریف کارآفرینی

۱. واژه کارآفرینی از ریشه فرانسوی *Entreprendre* است که مفهوم تعهد کردن کاری را در بر می‌گیرد.
۲. واژه کارآفرین *Entrepreneur* اولین بار توسط "جان استوارت میل" به زبان انگلیسی ترجمه شد.
۳. کارآفرین، کسی است که تعهد می‌کند تا سازماندهی و مدیریت کسب و کار جدیدی را توأم با ریسک است، بپذیرد.
۴. کارآفرینی در اوایل قرن شانزدهم میلادی به کسانی که به مأموریت‌های نظامی اعزام می‌شدند و مسئولیت اجرایی پروژه‌های بزرگ را بر عهده می‌گیرند اطلاق می‌شد. نمونه بارز کارآفرین در این دوره، معماران مسئول ساخت کلیسا، قلعه‌ها و تاسیسات نظامی هستند.
۵. قرن هفدهم میلادی، با شروع انقلاب صنعتی، بعد جدیدی به کارآفرینی اضافه شد "مخاطره" و واژه کارآفرین فعالیت مهندسی را نیز شامل شد. کارآفرین در این دوره شامل کسانی نظیر بازرگانان، صنعتگران و دیگر مالکان خصوصی می‌گردد.
۶. قرون هجده و نوزدهم میلادی و اوایل قرن بیستم به "تمایز کارآفرین از دیگر بازیگران صحنه اقتصاد" پرداخته شد.
۷. در سده هجدهم کارآفرین به معنای مخترع به کار می‌رفت. البته کارآفرینی به معنای اختراع فیزیکی نبود، بلکه اقتباس نوآورانه مهارت‌های موجود و تغییر در نحوه استفاده از آنها را نیز شامل می‌شود.
۸. در دهه‌های میانی قرن بیستم میلادی، مفهوم نوآوری به یک جزء اصلی تعریف کارآفرینی تبدیل شد. اضافه شدن این مفهوم به خاطر افزایش رقابت در بازار محصولات و تلاش در استفاده از نوآوری برای ایجاد مزیت رقابتی در کسب و کارهای موجود و بقای آنهاست.
۹. ریموند دلیو اسمرلر سده بیست و یکم را سده کارآفرینی می‌داند و چهار توانایی مهم برای یک کارآفرین موفق شناسایی می‌کند:
 - توانایی ایجاد معنا
 - مهارت در هماهنگی استعداد

• اعتماد به نفس و ظرفیت کافی برای پذیرفتن آشوب

• توانایی سرعت بخشیدن به یادگیری شخصی و گروهی

۱۰. در دوران معاصر توجه جامعه شناسان و روان شناسان به کارآفرینی معطوف گردید. در این دوران همزمان با موج جدید ایجاد کسب و کارهای کوچک و رشد اقتصادی و شناخته شدن کارآفرینی به عنوان تسریع کننده ی این سازو کار، توجه زیادی به این رشته جلب شد. در دوران معاصر رویکرد چند جانبه به کارآفرینی وجود دارد و عمده توجه محققین بر شناخت ویژگی های کارآفرینان و علل حرکت فرد به سوی کارآفرینی است.

۱۱. در اواخر دهه ی هشتاد میلادی نیز نویسندگان علوم مدیریت، به کارآفرینی و اداره ی امور کسب و کارهای کارآفرینانه توجه کردند.

۱۲. کارآفرینی موضوع میان رشته ای است که رشته های مختلفی همچون اقتصاد، روان شناسی، مردم شناسی، جامعه شناسی و مدیریت و حتی تاریخی در تکامل آن نقش اساسی داشته اند.

۱۳. مطالعه ی کارآفرینی در روان شناسی بر درک این نکته که چطور صفات افراد مختلف با انگیزش و عملکرد کارآفرینانه ی آنان ارتباط دارد، متمرکز بوده است.

۱۴. جامعه شناسان در شناسایی گروه بندی اجتماعی بر اساس مذهب و نژاد و تاثیر آن ها در فعالیتهای کارآفرینانه، تلاش هایی کرده اند.

۱۵. مردم شناسان نیز بر نقش های فرهنگ و روابط اجتماعی در کارآفرینی تاکید داشته اند.

۱۶. بطور کلی کارآفرینی به عنوان عامل تغییر، به خلق کسب و کارهای جدید توسط فرد یا گروه های کوچک اطلاق می شود.

۱۷. کارآفرینی پدیده ای چند بعدی است که هر یک از اندیشمندان، بعدی از آن را مطالعه و آن را برجسته کرده اند. اقتصاد به مطالعه پیامدهای کارآفرینی و خلق ارزش (چه) جامعه شناسی به مطالعه در سطح سازمان و بستر کارآفرینی، روانشناسی به مطالعه در سطح فرد و ویژگی های کارآفرینان (چرایی) و مدیریت به مطالعه رفتار و فرآیند (چگونگی) پرداخته است.

۱۸. کارآفرینی در ساده ترین شکل خود به عنوان تعیین کننده، محرک، انگیزش و پشتکار دیده میشود.

۱۹. تا دهه ۱۹۸۰ سه موج وسیع کارآفرینی را به جلو رانده است. موج اول انفجار عمومی مطالعه و تحقیق در قالب انتشار کتابهایی در خصوص "زندگی کارآفرینان" و تاریخچه شرکت های آنها و "چگونگی ایجاد کسب و کار شخصی" و "شیوه های سریع پولدار شدن" می باشد. موج دوم که به تدریج ایجاد گردیده، ارائه رشته های آموزشی کارآفرینی در مقاطع تحصیلی در حوزه های مهندسی و بازرگانی است. موج سوم افزایش علاقه مندی دولت به تحقیقات در زمینه

بنگاه‌های کوچک با هدف تشویق رشد شرکت‌های کوچک و همچنین تحقیق در خصوص نوآوری‌های صنعتی می‌باشد.

۲۰. برخلاف فرانسویان که تعاریف منسجم و گسترده‌ای را از کارآفرینان ارائه می‌نمودند، انگلیسی‌ها سه اصطلاح متفاوت را در خصوص کارآفرین بکار می‌گرفتند: ۱- ماجرچو، ۲- متعهد، ۳- کارفرما

۲۱. در سده بیست و یکم، تنوع در کارآفرینی ایجاد شده است.

۲۲. مطالعه کارآفرینی به سهولت گرایش‌های تجارت (اقتصادی) فردی (ملت) و هم‌گرایش‌ها در نظریه‌های سازمانی (رفتاری) را شامل می‌شود.

۲۳. از آنجایی که این رشته در مورد خصوصیات فعالیت‌های کارآفرینی به توافق نرسیده‌اند، کیلی این معضل را به عنوان شکار فیل کارآفرینی می‌بیند. کیلی در رابطه با فیل کارآفرینی مدعی است که تقریباً تمام اقتصاد دانان با کارآفرینی آشنا هستند و آنرا مطالعه کرده‌اند. با وجود این توافق اندکی در مورد کارآفرینی وجود دارد. توافق عمومی این است که کارآفرینان جزء جدایی‌ناپذیر رشد اقتصادی هستند.

تعاریف کارآفرینی و کارآفرین از دیدگاه صاحب‌نظران

۲۴. به طور کلی در تعاریفی که از کارآفرینی ارائه شده است، تفاوت‌های مغایر و متناقضی به چشم می‌خورد. اما بر این نکته اتفاق نظر هست که اصطلاح کارآفرینی دست کم بخشی از کارکرد تصمیم‌گیری را در جهت هدایت عملیاتی سازمان در بر می‌گیرد.

۲۵. وجود تفاوت‌ها در تعریف کارآفرینی از سوئی نشان‌دهنده گستردگی و اهمیت موضوع است که می‌تواند از زوایای مختلف مورد بررسی قرارگیرد و از سوی دیگر نشان‌دهنده پویایی موضوع است که زمینه ارائه مدل‌ها، تئوری‌ها و نظرات متفاوتی را فراهم می‌آورد.

کارآفرینی از دیدگاه دانشمندان مدیریت

۲۶. اندیشمندان مدیریت ضمن انتخاب رویکرد فرآیندی، به تشریح مدیریت کارآفرینی و ایجاد جو و محیط کارآفرینانه در سازمان‌های موجود پرداختند.

۲۷. مایرز و هاربینسون کارآفرین را در داخل سازمان، به عنوان اساس مدیریت تشخیص داده‌اند و معتقد بودند که کارآفرین کسی است که نمی‌توان او را از سازمانش جدا کرد، زیرا وی با آن در آمیخته است و وظیفه وی این است که شرایطی را فراهم آورد که تحت آن، دیگر عناصر مدیریت بتوانند ضمن انجام وظایفی که در سازمان تعیین شده، به اهداف شخصی خود نیز دست یابند.

زمینه	بهره‌برداران دانش	مطالعات	زمینه‌های تاثیرگذار	رهیافت	تعریف مبتنی بر زمینه
رفتارگرایانه	محققان، مجریان	محیط و خصوصیات کارآفرینان	رفتارگراها، جامعه‌شناسان و انسان‌شناسان	کمی	کارآفرین دارای خصوصیات، مرکز کنترل درونی، خلاقیت، دقت و رهبری است.
مهندسان و مدیران عملیات	کارآفرینان، کارآفرینان در حال ظهور و آموزش‌دهندگان	محیط و خصوصیات کارآفرینان	اقتصاددانان و جامعه‌شناسان	کمی و کیفی	کارآفرینان توزیع‌کنندگان و هماهنگ‌کنندگان شایسته منابع هستند
متخصصان مالی و اقتصاددانان	نظام سیاسی	مالی، سیاستهای دولت و منطقه	اقتصاد دانان و سرمایه‌داران	کمی و کیفی	کارآفرینان افرادی هستند که قادر به اندازه‌گیری ریسک هستند.
متخصصان مدیریت	کارآفرینان، کارآفرینان در حال ظهور، آموزش دهندگان مشاوران	فعالیت‌های کسب و کار، فعالیت‌های مدیریت، رهبری تفکر راهبردی	مدیران	کمی و کیفی	کارآفرینان مبتکر و سازمان‌دهندگان شایسته‌ای هستند
متخصصان بازاریابی	کسب و کارهای بزرگ، آموزش دهندگان و مشاوران	محیط و خصوصیات کارآفرینان	بازاریابان	کمی و کیفی	کارآفرینان فرصت‌ها را شناسایی می‌کنند، خودشان را با تفکر مشتری محوری سازگار می‌کنند.

اهمیت و ضرورت کارآفرینی

۲۹. بی‌شک روند توسعه‌ی اقتصادی در کشورهای توسعه یافته، بیانگر این واقعیت است که اقتصاد تحت تاثیر کارآفرینی است. به گونه‌ای که کارآفرینان در توسعه اقتصادی کشورهای توسعه یافته نقش محوری داشته‌اند.

۳۰. پارسون و اسملسر، کارآفرینی را یکی از دو شرط ضروری توسعه اقتصادی می‌دانند. (شرط ضروری دیگر به نظر آنان عبارت است از خروجی افزوده سرمایه).

۳۱. شومپیتر به علت نقش کارآفرینی در زمینه ایجاد نوآوری، آن را محور کلیدی توسعه اقتصادی معرفی نمود.

۳۲. امروزه صاحب‌نظران بر نقش‌های کارآفرینی در توسعه اقتصادی و اجتماعی اتفاق نظر دارند. مهمترین این نقش‌ها از این قرارند:

- کارآفرینی موجب گردآوری پس اندازهای عمومی بی هدف و سرگردان می‌شود و تشکیل سرمایه را بهبود می‌بخشد.
- کارآفرینی منجر به ایجاد اشتغال در مقیاس وسیع می‌شود. بنابراین، کارآفرینی مشکلات بیکاری را که ریشه‌ی بسیاری از مشکلات اقتصادی و اجتماعی است، کاهش می‌دهد.

- کارآفرینی به توسعه متوازن منطقه‌ای منجر می‌شود.
 - کارآفرینی باعث کاهش تمرکز اقتصادی در جامعه می‌شود.
 - کارآفرینی منجر به توزیع مجدد ثروت، درآمد و حتی قدرت سیاسی به صورت عادلانه در جامعه می‌شود.
 - کارآفرینی، منابع، سرمایه‌ها و مهارت‌ها را که ممکن است بی‌استفاده و سرگردان باقی مانده باشند، به طور موثر به تحرک وا دارد.
 - کارآفرینی کیفیت زندگی را بهبود می‌بخشد.
 - کارآفرینی تجارت خارجی را که جزء مهمی از توسعه اقتصادی کشور هاست، ارتقا می‌دهد.
 - کارآفرینی موجب افزایش سود اجتماعی از طریق دولت می‌شود.
۳۳. برای مطالعه کارآفرینی دلایلی وجود دارد: نخست، اطلاعات فنی زیادی درباره محصولات و خدمات ارائه می‌دهد. کارآفرینی سازوکاری است که از طریق آن جامعه، اطلاعات فنی را به محصولات و خدمات تبدیل می‌کند؛ دوم، کارآفرینی سازوکاری است که از طریق آن ناکارآمدی‌های زود گذر و فرازمانی در اقتصاد کشف و کاهش داده می‌شود و در نهایت، نوآوری کارآفرینانه در محصولات و فرآیندها، موتور اصلی فرآیند تغییر محسوب می‌شود.
۳۴. بنابراین فقدان کارآفرینی از نظریه‌های جمعی بازارها، شرکت‌ها و سازمان‌ها موجب درک ناقص ما از چشم انداز کسب و کار می‌شود.
۳۵. باومول یادآوری کرد مطالعه کسب و کار بدون درک کارآفرینی، مثل مطالعه شکسپیر است که در آن شاهزاده دانمارکی از بحث هاملت حذف شده باشد. وی ابعاد فرد کارآفرین را مدنظر قرارداد و دو طبقه از کارآفرینان ارائه کرد: کارآفرین - سازمان دهنده کسب و کار و کارآفرین - نوآور.
۳۶. برای کارآفرینی نمی‌توان نقطه آغازی متصور شد؛ زیرا خلاقیت و نوآوری همزاد بشر بوده است. کارآفرینی قبل از تولد به عنوان یک عرصه مطالعاتی هم وجود داشته است. هر چند طرح کارآفرینی به عنوان یک قلمرو مطالعاتی در عرصه دانشگاهی را به شومپیتر نسبت می‌دهند.
۳۷. کارآفرینی در ساده‌ترین شکل خود به عنوان تعیین کننده، محرک، انگیزش و پشتکار دیده می‌شود.
- انواع کارآفرینی**
۳۸. کارآفرینی و کسب و کارهای مخاطره آمیز، محرک توسعه اقتصادی است و کارآفرینان که در راس کسب و کارهای مخاطره آمیزند، در جستجوی فرصت‌هایند و خلاقیت، ابزاری برای موفقیت آنان محسوب می‌شود.
۳۹. صاحب‌نظران تقسیم‌بندی‌های مختلفی از کارآفرینی ارائه کرده‌اند که مهمترین آنها:
- کارآفرینی فردی
 - کارآفرینی سازمانی

۴۰. کارآفرینی فردی (مستقل): حالتی است که فردی کسب و کار مستقلی را ایجاد می کند یا نمایندگی آن را از طریق شناسایی فرصت و بسیج منابع و امکانات لازم به دست می آورد و تمرکز او بر نوآوری، توسعه فرآیند، ایجاد محصولات یا خدمات جدید است.

۴۱. کارآفرینی سازمانی (درون سازمانی): شامل پرورش رفتار کارآفرینانه در سازمانی است که قبلاً تاسیس شده و فرآیندی است که محصولات (خدمات) یا فرآیندهای نوآورانه با خلق فرهنگ کارآفرینانه در یک سازمان ایجاد می شود.

۴۲. اسمرلر هم گروه های مختلف کارآفرینی را شناسایی کرد:

• کارآفرینان جوان

• کارآفرینان زن

• اقلیت های کارآفرین

• جامعه کارآفرین

• گروه های کارآفرینی

• کارآفرینی مبتنی بر فناوری

۴۳. فیلی و آلداف کارآفرینان را در سه گروه طبقه بندی کردند:

• کسانی که هدف آنها آسایش و بقا است.

• کسانی که هدف آنها تعالی فردی است

• کسانی که هدفشان سازگاری با بازار است.

۴۴. راماچانداران و همکاران در پژوهشی که روی ۳۰ کسب و کار کوچک جدید داشتند، شش نوع اصلی کارآفرینان را در مراحل کسب و کار جدید شناسایی کردند.

بیشتر دانش آموختگان، نوآوران دارای انعطاف پذیری بالا، خدمات و تولیدات فناوری محور و جدید را توسعه می دهد.	پیشروندگان بلندهمت مسیرشکن
محصولاتی را برای نخستین بار به بازار ارائه و آن را توسعه می دهند. تجربه کار در مکانی که مرتبط با بازار هدف باشد را دارند.	پرندگان پشتناز اولیه
شغلشان را وقتی صنعت در مرحله رشد سریع است، شروع می کنند، رشد فوق العاده را نشان می دهد.	تازه واردان مرحله رشد آسان
یک کسب و کار را به طور ابتدایی برای کسب پول شروع می کنند. ماموریت و تولید/محصولشان واضح نیست. ممکن است متحمل خسارت شوند.	بازندگان سر درگم
از کسب و کار خانوادگی وارد می شوند. وارد بازارهای بالغ می شوند. محصولات آزموده و محک زده شده را با کمترین میزان ریسک انتخاب می کنند. کسب و کارشان به عنوان یک منبع اضافی درآمد آغاز می کنند.	تاجران ثروتمند ریسک گریز
کسب و کارشان را بعد از سالها کارکردن برای دیگران شروع می کنند. ریسک نمی کنند. وارد بازارهای توسعه یافته می شوند که در آن زمینه تجربه قبلی دارند. منابع مالی محدود دارند. بیشتر مدیر هستند تا کارآفرین.	جست و جوگران پناهگاه آخر عمر

جدول - انواع کارآفرین در مراحل ایجاد کسب و کار جدید