

مبانی و نظریه های کارآفرینی

دکتر محمد کشاورز

کلیات

نکته؛ خاستگاه واژه کارآفرینی کشور فرانسه است. این واژه، از واژه فرانسوی **Entrepreneure** که به معنای متعهد شدن است، گرفته شده است. در اوایل سده شانزدهم میلادی کسانی را که مأموریت‌های نظامی را هدایت می‌کردند، کارآفرین می‌خواندند. از حدود سال ۱۷۰۰ میلادی به بعد فرانسویان این واژه را برای پیمانکاران دولت که مسئول ساخت جاده، پل، بندر و ... بودند به کار بردند. این واژه در ادبیات فارسی ابتدا به معنای کارفرما و سپس کارآفرین ترجمه شد. البته این ترجمه، جامع، مانع و مفید معنای دقیق واژه نیست. در واقع اگر این واژه "ارزش آفرین" ترجمه می‌شد، به نظر رساتر بود. گرچه معنای واژه ای "ارزش" در ادبیات اقتصادی غرب با معنای آن در ادبیات دینی ما متفاوت است. شایان ذکر است اخلاق کار بیانگر تعهد درونی، فکری، عاطفی و عملی فرد برای انجام کار می‌باشد.

تست؛

تعهد درونی، فکری، عاطفی و عملی فرد برای انجام کار را چه می‌گویند؟
(۱) اخلاق کار (۲) هویت شغلی (۳) ارزش آفرینی (۴) مدل کسب‌وکار

گزینه ۱

نکته؛ واژه کارآفرین در طول زمان همراه با تحول شیوه‌های تولید و ارزش‌های اجتماعی دچار دگرگونی و افزایش مفاهیم در برگیرنده شده است. تطور تاریخی واژه کارآفرین به ترتیب فردی که همه ریسک‌های مادی و معنوی را متحمل می‌شود، کارآفرین بازیگردان طرح‌های تولیدی بزرگ، بازرگانان، تمایز بین صاحب سرمایه و کارآفرین و تمایز بین مدیر و کارآفرین می‌شود.

تست؛

تطور تاریخی واژه کارآفرین در کدام گزینه رعایت شده است؟

- ۱) متحمل همه ریسک‌های مادی و معنوی، کارآفرین بازیگردان طرح‌های تولیدی بزرگ، بازرگانان، تمایز بین صاحب سرمایه و کارآفرین، تمایز بین مدیر و کارآفرین
- ۲) کارآفرین بازیگردان طرح‌های تولیدی بزرگ - متحمل همه‌ی ریسک‌های مادی و معنوی، بازرگانان، تمایز بین صاحب سرمایه و کارآفرین، تمایز بین مدیر و کارآفرین
- ۳) بازرگانان، متحمل همه‌ی ریسک‌های مادی و معنوی، کارآفرین بازیگردان طرح‌های تولیدی بزرگ، تمایز بین صاحب سرمایه و کارآفرین، تمایز بین مدیر و کارآفرین
- ۴) متحمل همه‌ی ریسک‌های مادی و معنوی، بازرگانان، کارآفرین بازیگردان طرح‌های تولیدی بزرگ، تمایز بین صاحب سرمایه و کارآفرین، تمایز بین مدیر و کارآفرین

گزینه ۱

نکته؛ استیونسون و همکارانش معتقدند که کارآفرینی عبارت است از فرایندی که فرصت‌ها بوسیله افراد (یا برای خودشان یا برای سازمانی که در آن کار می‌کنند)، بدون توجه به منابعی که در اختیار دارند تعقیب می‌شوند. کارآفرینی را توانایی خلق و ساخت چیزی ارزشمند از هیچ چیز می‌داند. این مفهوم یعنی شروع انجام دستیابی و ایجاد یک شرکت یا سازمان.

نکته؛ هوارد استیونسون که یک نظریه‌پرداز برجسته کارآفرینی در دانشگاه بازرگانی هاروارد است، عنصر ابتکار و تدبیر (چاره‌اندیشی) را به تحقیق خود اضافه کرده و مدیریت کارآفرینی را از روش‌های رایج مدیریت اجرایی مجزا می‌کند. او پس از شناخت ابعاد مختلف نقطه ثقل مدیریت کارآفرینی را پیگیری فرصت‌ها بدون توجه به منابعی که در حال حاضر تحت اختیار و کنترل هستند، می‌داند. از نظر او کارآفرینان نه تنها فرصت‌هایی را می‌بینند که از خاطر مدیران اجرایی رفته‌اند، بلکه اجازه نمی‌دهند، منابع اولیه‌شان، حق انتخابشان را محدود نماید. کارآفرینان، منابع دیگران را برای تحقق اهداف کارآفرینی خود بسیج می‌کنند. برخی مدیران اجرایی اجازه می‌دهند که منابع موجود و مفاهیم شغلی آنها، دیدگاه‌ها و اعمال آنها را محدود کند. بدین ترتیب مجدداً ما شاهد تعریفی از کارآفرینی هستیم که محدود به شرکت‌های تازه تأسیس نیست.

نکته؛ «پیتر دراگر» معتقد است کارآفرین کسی است که فعالیت اقتصادی کوچک و جدیدی را با سرمایه شروع می‌نماید. کارآفرین ارزش‌ها را تغییر می‌دهد و ماهیت آنها را دچار تحول می‌نماید. همچنین مخاطره پذیر است و به درستی تصمیم‌گیری می‌نماید. برای فعالیت خود

به سرمایه نیز دارد، ولی هیچگاه سرمایه گذار نیست، کارآفرینی همواره به دنبال تغییر است و به آن پاسخ می‌دهد و فرصت‌ها را شناسایی می‌کند و کارآفرینی به عقیده‌ی دراکر همانا به کار بردن مفاهیم و فنون مدیریتی، استانداردسازی محصول، بکارگیری ابزارها و فرآیندها و طراحی و بنانهادن کار بر پایه آموزش و تحلیل کار انجام شده است. او کارآفرینی را یک رفتار می‌-انگارد نه یک صفت خاص در شخصیت افراد. همچنین یکی از انواع سرمایه‌های ایجادشده توسط کارآفرینان، سرمایه هنری است که چیزهای ناملموس تری را نشان می‌دهد و باعث پرنشاط شدن و ایجاد احساس خوشایند در مردم جامعه می‌شود.

تست؛

کدام یک از انواع سرمایه‌های ایجاد شده به وسیله کارآفرینان، چیزهای ناملموس تری را نشان می‌دهد که باعث پرنشاط شدن و ایجاد احساس خوشایند در مردم جامعه می‌شود؟
(۱) سرمایه مالی (۲) سرمایه هنری (۳) سرمایه اجتماعی (۴) سرمایه محیطی

گزینه ۲

نکته؛ فرد کارآفرین کسی است که توانایی تشخیص و ارزیابی فرصت‌های کسب و کار دارد و می‌تواند منابع لازم را جمع‌آوری کرده و از آنها بهره‌برداری نموده و عملیات مناسبی را برای رسیدن به موفقیت پی‌ریزی کند. «مک کله‌لند» تعریف گسترده‌تری از کارآفرینی بیان می‌کند و فرایند کارآفرینی را فراتر از شغل و حرفه بلکه یک شیوه زندگی تعبیر می‌نماید به طوری که خلاقیت و نوآوری، عشق به کار و تلاش مستمر، پویایی، مخاطره‌پذیری، آینده‌نگری، ارزش‌آفرینی، آرمان‌گرایی، فرصت‌گرایی، نیاز به پیشرفت، مثبت‌اندیشی، زیر‌بنا و اساس زندگی کارآفرینانه می‌باشد، در این زندگی شکست مفهومی ندارد به جز این که پله‌ای برای بالا رفتن، موقعیتی برای آموختن، تصور ناقصی از واقعیت، ابهامی که در هدف وجود دارد، واقعه‌ای که هنوز فواید آن تبدیل به سود نشده است، در این زندگی پول‌انگیزه‌ی اصلی و اولیه فعالیت‌های اقتصادی نیست بلکه معیاری برای سنجش میزان موفقیت فرد محسوب می‌شود.

نکته؛ از نظر اقتصاددانان کارآفرین کسی است که ارزش افزوده ایجاد نماید. یعنی اینکه با زمان و انرژی لازم، سرمایه ها را به گونه‌ای به کار گیرد که ارزش آنها و یا محصولات بدست آمده، نسبت به حالت اولیه اش افزایش یابد. رابرت هیسریچ فرایند کارآفرینی را خلق چیزی نو می داند که توام با صرف و وقت و تلاش بسیار و پذیرش خطرات مالی، روحی و اجتماعی برای به دست آوردن منابع مالی، رضایت شخصی و استقلال است، که نتیجه این فرایند از فعالیت های منظمی حاصل می شود که خلاقیت و نوآوری را به نیاز مندی ها و فرصت های بازار پیوند می دهد. یا به عبارتی فرایند کارآفرینی تنها خلق محصول یا خدمتی جدید نیست، بلکه خلق محصول جدیدی است که متناسب با نیاز های بازار و تقاضای موجود باشد و بتوان آن را به جامعه ارائه نمود. از دیدگاه اندیشمندی به نام ژان باتیست سی، کارآفرین در شرکت هم جایگاه رهبر را دارد و هم جایگاه مدیر و هماهنگ کننده.

نکته؛ خلاقیت فرایندی فکری است که به تولید ایده می انجامد. خلاقیت همان به کارگیری توانایی تجسم و خیال پردازی برای ایجاد فکر یا مفهومی جدید است. نوآوری عبارت است از اجرایی کردن افکار و اندیشه های نو که از خلاقیت نشات گرفته اند. در واقع نوآوری خلاقیت اجرا شده است.

نکته؛ مراحل خلاقیت؛ مدل گراهام والاس که پایه و وجه مشترک بیشتر مدل های خلاقیت است. گراهام والاس نیز تقسیم بندی معروف خویش را از فرایند خلاقیت ارائه نموده که این تقسیم بندی چهارگانه عبارت است از؛

۱. آمادگی؛ یک دانشمند یا هنرمند، قبل از خلق اثر خویش باید از ابعاد مختلف با زمینه کاری خویش آشنا باشد. این مرحله مطالعه آگاهانه بر اساس تجربه های قبلی است که شخص می کوشد مسأله را روشن کند و آن را به عناصر و عوامل تشکیل دهنده اش تجزیه کند.

۲. نهفتگی؛ در این مرحله ظاهراً نوعی توقف در کار دیده می‌شود. فرد هیچ‌گونه تلاشی برای رسیدن به نتیجه انجام نمی‌دهد. در این مرحله ذهن به طور ناهشیار شروع به فعالیت می‌کند. در این مرحله راه‌حل‌های مختلفی به ذهن شخص می‌رسند و او نمی‌تواند از بین آنها، راه حل مناسب را انتخاب کند. به طور کلی مرحله نهفتگی یعنی زمان تفکر و واکنش.

۳. اشراق (روشن‌سازی یا بصیرت)؛ در این مرحله تفکر شکل گرفته و حل مسأله روشن می‌شود. این مرحله توأم با جنبه‌های عاطفی است، چون فرد با تحقق مسأله‌ای که از آن جدا بوده است، احساس لذت می‌کند. این مرحله پیدایش ناگهانی راه‌حل است. در یک لحظه شخص متوجه راه حل مسأله شده و می‌گوید آهان (Aha) فهمیدم.

۴. اثبات (تمیز و تجدید نظر یا آزمایش و ارزش‌گذاری)

در این مرحله فرد خلاق آنچه به دست آورده است را مورد ارزیابی قرار می‌دهد و آن را از لحاظ منطقی آزمایش می‌نماید. در این مرحله راه حل پیدا شده، مورد تجدید نظر دقیق قرار می‌گیرد.

تست؛

کدام مورد در فرآیند خلاقیت درست است؟

(۱) مرحله سماجت به عنوان نقطه واقعی حل مسأله است.

(۲) مرحله نهفتگی عبارت است از زمان تفکر و واکنش.

(۳) اشراق شامل توجه دقیق و متمرکز بر روی مسأله تحت بررسی به منظور حل مسأله است.

(۴) برطبق مرحله رسیدگی و تحقیق، شکل آموزش و تحقیق مبنایی اساسی برای ایجاد خلاقیت است.

گزینہ ۲

نکته؛ انواع اندیشیدن: بیشتر ایده‌های جدید با اندیشیدن به دست می‌آید. انواع عمده شیوه تفکر عبارتند از:

۱) خلاق: اندیشیدنی است که در آن ذهن به طور عمیق با یک مسئله درگیر می‌شود، به تجسم و واضح کردن آن می‌پردازد و به منظور فرموله کردن یا دریافت مفهوم جدیدی به جرح و تعدیل آن می‌پردازد. واقعیات در فرآیند خلاقیت به کار گرفته می‌شوند و با توجه به اینکه تفکر خلاق به این موضوع آگاهی دارد که واقعیات آنچنان که باید شناخته نشده‌اند و اطلاعات موجود تنها بخشی از دانش مربوط به وضعیت موجود است به شناسایی و کشف آنها می‌پردازد و با حذف و یا ترکیب واقعیتهای موجود، به روشن شدن فکر جدید کمک می‌کند. بینشی که بدین ترتیب حاصل می‌شود قوه تصور را در یافتن فکرهای جدید تغذیه می‌کند. منشاء فکر جدید قوه تصور و تخیل است نه قدرت منطقی بشر، سرخ‌های مختلفی که به دست می‌آید ارزیابی و به هم ربط داده می‌شود تا بهترین فکر به دست آید.

۲) سببی با علی: این نوع تفکر بر شکل دادن حوادث و دستاوردهای آتی به جای واگذار کردن مسائل به حوادث آینده تأکید دارد. وضعیت طراحی شده به عنوان یک رشته از وقایع به هم پیوسته‌ای که وضعیت مطلوب را سبب خواهد شد، در نظر گرفته می‌شود. اثر متصور آتی، در سری حوادثی که برنامه‌ریزی و اجرا خواهد شد به شکل عاملی سببی در می‌آید. از این رو وجه مشخص اندیشیدن سببی به اصطلاح اندیشیدن به طور معکوس است که در آن فعالیت‌ها ظاهراً بی‌ثمر کنونی، به حوادث به هم پیوسته‌ای که به وضعیت مطلوب آتی ختم می‌گردد تبدیل شده و نتایج استخراج می‌گردد.

۳) استقرایی: در این شیوه فرد استدلال‌های خود را بر اساس اجزاء گوناگونی برای رسیدن به یک نتیجه یا اصل کلی قرار می‌دهد. از جزء به کل یا از فرد به همه، استدلال می‌کند. این فرآیند ترکیبی است زیرا اجزاء سرهم می‌شوند تا کل را شکل دهند.

۴) قیاسی: این شیوه درست عکس تفکر استقراری است. از نتیجه‌گیری‌های کلی به فکری خاص می‌رسد. یعنی حرکت ذهن از کل به جزء است. در این نوع تفکر کل به اجزای تشکیل دهنده اش تقسیم می‌شود. تفکر قیاسی دانش صریح را ارائه می‌دهد نه دانش ضمنی یا کلی را. تفکر قیاسی، تکنیکی است برای استفاده از اطلاعات یک منبع برای حل مشکل در زمینه دیگر. اغلب می‌توان از یک راه حل برای حل مشکل یا مشکلات دیگر استفاده کرد. از تفکر قیاسی می‌توان برای تجزیه و تحلیل یک راه حل موفق، شناسایی مواردی که باعث رشد و

بهبود آن می‌شود استفاده کرد و سپس همان اصول را برای حل مسئله دیگر به کار برد. این یک روش بدون زحمت برای ارائه ایده‌های جدید است که از قبل تأیید شده‌اند.

۵) قضاوتی (حل مسئله): در این شیوه فرد به کسب واقعیات درباره هر وضعیت توجه دارد تا مسئله را معین کند و واقعیات را به طور منطقی تجزیه و تحلیل کرده و رابطه معناداری میان آنها برقرار کند و درباره مسئله تصمیم بگیرد. این روش به میزان زیادی تحت تأثیر نیروهای قضاوت و تجارب گذشته و سنت است.

تست؛

در کدام یک از فنون خلاقیت، حقایق، دانش و یا فناوری مربوط به زمینه‌ای خاص، در زمینه خاص دیگری بکار برده می‌شود؟
(۱) روش قیاسی (۲) فن دلفی (۳) فن گشت و گذار (۴) نمودار استخوان ماهی

گزینه ۱

نکته؛ تکنیک‌های خلاقیت

۱. تکنیک بارش فکری

تکنیک بارش فکری را تکنیک طوفان فکری هم می‌نامند. این تکنیک یکی از معروف‌ترین تکنیک‌های خلاقیت است و بیشتر از بقیه تکنیک‌ها هم استفاده می‌شود. در این تکنیک که اغلب به صورت گروهی انجام می‌شود، تعدادی افراد دور هم جمع می‌شوند و در مورد حل یک مسئله یا مشکل ایده می‌دهند. گروهی بودن این تکنیک شرکت‌کنندگان را تشویق به دادن ایده‌های بیشتر می‌کند و البته هدف تکنیک هم همین است. اینکه تا آنجا که ممکن است تعداد بیشتری ایده ارائه شود.

۲. تکنیک اسکمپر

تکنیک اسکمپر که به تکنیک سوالات ایده‌برانگیز نیز معروف است، از هفت حرف انگلیسی تشکیل شده است. هریک از این حرف‌ها، حرف ابتدای یک واژه است و هر واژه امکان طرح سوالی را برای رسیدن به ایده‌ها ارائه می‌کند. این تکنیک هم ضمن اینکه کاربرد راحتی دارد، در مواردی که نیاز به ایده‌های ابتکاری و خلاقانه به خصوص برای تولید محصولات است، بسیار کارآمد عمل می‌کند.

۳. تکنیک شش کلاه تفکر

تکنیک شش کلاه تفکر یکی از کاربردی‌ترین تکنیک‌های خلاقیت است. در این تکنیک ۶ کلاه با رنگ‌های سفید، قرمز، سیاه، زرد، سبز و آبی لازم است. هر کدام از این رنگ‌ها بیانگر طرز فکر و نگرش خاصی به وقایع و اتفاقات است. به همین دلیل هریک از افراد شرکت‌کنندگان برای اجرای این تکنیک، رنگ خاصی از کلاه را بر سر می‌گذارند و بر اساس نگرش مخصوص آن رنگ به موضوع مورد بحث نگاه می‌کند و نظر می‌دهد. در نهایت نظرات توسط شرکت‌کننده دارای کلاه آبی، جمع‌بندی شده و ارائه می‌شود.

۴. تکنیک چرا

تکنیک چرا یا تکنیک ۵ چرا، تکنیکی است جالب و کارآمد برای رسیدن به دلیل و چرایی تصمیم‌گیری‌ها و اهداف! در این تکنیک هر موضوعی و یا هر تصمیمی که گرفته‌ایم با چراهای متوالی زیر سوال می‌رود، تا در نهایت دلیل واقعی تصمیم‌گیری مشخص شود. البته این تکنیک فقط برای کشف چرایی تصمیم‌های گذشته نیست، بلکه همچنین برای هدف‌گذاری و تصمیم‌گیری‌های آینده هم کاربرد دارد.

۵. تکنیک نمودار استخوان ماهی

تکنیک نمودار استخوان ماهی که توسط پروفیسور «کائورو ایشیکاوا» از دانشگاه توکیو ژاپن ابداع شده تکنیکی کارآمد در زمینه ایده‌پردازی و حل مسئله است. این تکنیک خلاقیت، یک تکنیک گروهی است ولی به صورت انفرادی هم کاربرد دارد.

۶. تکنیک توهم خلاق

جالب است بدانید که این تکنیک روی نقیصه‌های دریافتی بشر از محیط اطرافش تاکید دارد! همه ما مشابه هم نمی‌بینیم و نمی‌شنویم. در واقع برداشت ما از موضوعات همیشه منطبق بر واقعیت‌ها نیست و همین مسئله باعث می‌شود ناخواسته بتوانیم زوایای ناپیدای موضوعات را متصور شویم و درک متفاوتی از آنها پیدا کنیم. این مسئله باعث گسترش دیدگاه ما نسبت به آن موضوع می‌شود.

۷. تکنیک وارونه‌سازی

این تکنیک زمانی استفاده می‌شود که به دلیل کیشه‌های ذهنی، تکنیک‌های دیگر کارایی خودشان را از دست می‌دهند. در این تکنیک به جای پیدا کردن ایده‌هایی برای حل مسئله، دنبال ایده‌ها و مواردی هستیم که باعث به وجود آمدن و یا شدت گرفتن مشکل و مسئله شده‌اند. در واقع به صورت وارونه عمل می‌کنیم. زمانی که به دلایل اصلی به وجود آمدن مشکل رسیدیم، این بار عکس آن را عمل می‌کنیم و به این ترتیب مشکل یا مسئله حل می‌شود.

۸. تکنیک شکوفه نیلوفر آبی

تکنیک شکوفه نیلوفر آبی که یکی از تکنیک‌های ایده‌پردازی خلاقیت است که توسط قای ماتسومورا یاسوا ابداع شده است. در این تکنیک از یک مربع بزرگ 9×9 که ۸۱ خانه مربع کوچک را تشکیل داده، استفاده می‌شود. در خانه مرکزی این صفحه موضوع اصلی یا مسئله‌ای که قرار است حل شود، نوشته می‌شود. در اطراف خانه مرکزی، ۸ خانه که با حروف A تا H

مشخص می‌شوند. سپس با کمک گرفتن از تکنیک طوفان فکری 8 عامل مرتبط و تاثیرگذار را پیدا می‌کنیم. در ادامه این 8 عامل را در به جای حروف A تا H می‌نویسیم.

۹. تکنیک PMI

نام این تکنیک از حروف اول 3 کلمه **Minus Plus** و **Interesting** گرفته شده است. معنی این 3 کلمه به ترتیب عبارت‌اند از: **Plus** مثبت - یعنی نکات مثبت یا مزایا، منفی - **Minus** نکات منفی یا موانع و معایب و جالب **Interesting** - نکات جالبی که نه مثبت است و نه منفی. ما انسان‌ها معمولاً به موضوعات و مسائل مختلف نگاهی تک بُعدی داریم که آن هم اغلب بعد منفی موضوع است. ولی در خلاقیت به نگاه همه جانبه و از زوایای مختلف تاکید شده است. یکی از کاربردهای این تکنیک هم وادار کردن انسان به نگاه چند جانبه به موضوعات است. از 3 دیدگاه مثبت، منفی و جالب!

۱۰. تکنیک Do It

تکنیک **Do It** از چهار عبارت تشکیل شده است که حرف ابتدایی عبارت‌ها شامل چهار حرف تشکیل‌دهنده **Do It** هستند. این چهار عبارت شامل چهار مرحله زیر هستند؛

۱. تعریف مسئله ۲- تفکر باز و به کارگیری فنون خلاق ۳- شناسایی بهترین راه حل ۴- تبدیل

با اجرای این چهار مرحله، راه‌حل مورد نظر به دست می‌آید و مسئله حل می‌شود.

۱۱. تکنیک ارتباط اجباری

تکنیک ارتباط اجباری (**Forced Association**) یکی از تکنیک‌ها بسیار حالب خلاقیت است. در این تکنیک سعی می‌شود میان دو یا چند مفهوم، شیء یا ایده‌ای که به نظر نمی‌رسند با هم ارتباط داشته باشند، پیوندهای جدیدی ایجاد شود. این ارتباطات اغلب باعث به وجود آمدن

ایده‌های غیرمنتظره و خلاقانه می‌شود. با این تکنیک می‌توان به حل مسائل پیچیده، تولید محصولات جدید و حتی بهبود فرآیندهای سازمانی کمک کند.

نکته؛ کسب و کار از شکل‌گیری یک ایده در ذهن فرد شروع می‌شود و با تلاش و کوشش بسیار، این ایده تبدیل به یک محصول و یا خدمت جدیدی به جامعه شده و منجر به رشد و شکوفایی در کسب و کار خواهد شد. در خصوص ایجاد یک کسب و کار و ایده اولیه نقطه نظرات متفاوتی وجود دارد. به طور کلی عامل کلیدی برای دستیابی به ایده اثربخش کسب و کار، درک نیازهای ارضاء نشده مشتریان است.

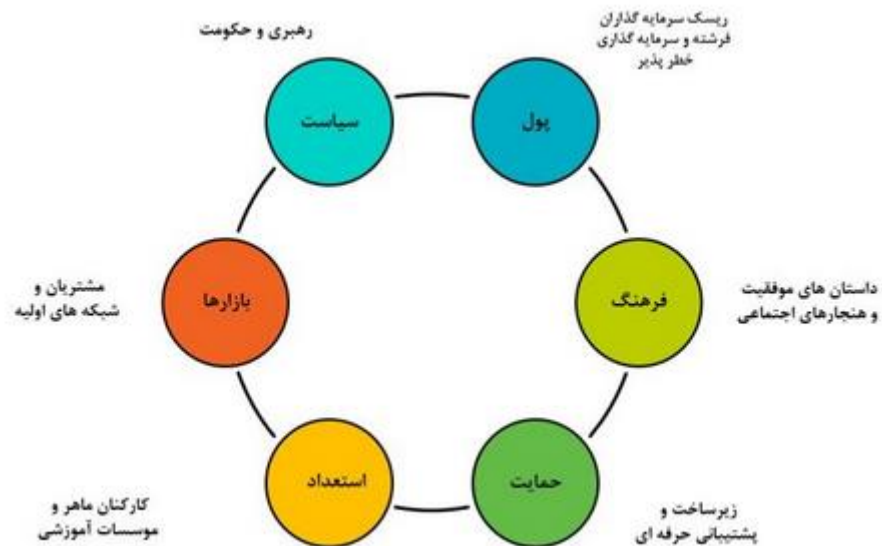
تست؛

- عامل کلیدی برای دستیابی به ایده اثربخش کسب و کار کدام است؟
- (۱) تست مقدماتی محصولات و خدمات
 - (۲) ارتباط با عامه مردم از طریق تبلیغات
 - (۳) درک نیازهای ارضاء نشده مشتریان
 - (۴) تعیین مدل کسب و کار و اعتباریابی ایده

گزینه ۳

نکته؛ اکوسیستم یا زیست‌بوم کارآفرینی عبارت از مجموعه‌ای از بازیگران و عوامل وابسته به هم است که به گونه‌ای هماهنگ شده در قالب یک اجتماع شبکه‌ای پویا، کارآفرینی مولد را با نوآوری، رشد بهره‌وری و اشتغال در یک منطقه‌ای خاص ممکن می‌سازند. بازیگران درگیر در اکوسیستم‌ها شامل کارآفرینان، سرمایه‌گذاران، مشاوران، دولت‌ها، سازمان‌های غیردولتی یا NGOها و گروه‌های جامعه مدنی هستند. اکوسیستم‌ها همچنین عواملی فراتر از افراد و سازمان‌ها مانند ویژگی‌ها، فرهنگ‌ها، شبکه‌ها، اعتماد و سرمایه را نیز شامل می‌شوند. اهمیت این تعریف در این است که فرآیند کارآفرینی به بیش از بنیان‌گذاران شرکت‌ها و ویژگی‌های شخصیتی فردی و منابع مرتبط با سازمان موفق متمرکز شده است. محققان اکوسیستم‌ها دیدگاهی پساچه‌رمانانه از کارآفرینی دارند و تمرکز را از بنیان‌گذار به محیط وسیع‌تری که بنیان‌گذار و سازمان او در آن وجود دارد، تغییر می‌دهند.

نکته؛ مدل ایزنبرگ شناخته شده ترین و در عین حال قابل استنادترین مدل در هر دو کار دانشگاهی و سیاست گذاری است. این مدل ۶ حوزه مختلف از اکوسیستم های کارآفرینی را اعم از سیاست، تأمین مالی، فرهنگ، حمایت، سرمایه انسانی و بازار فهرست می کند.



از نظر ایزنبرگ، اکوسیستم کارآفرینی ۴ ویژگی دارد:

- زیست بوم شامل شش سازه است.
- هر زیست بوم منحصر به فرد است.
- عوامل حیاتی موفقین یک زیست بوم غیرممکن است.
- کارآمدی زیست بوم به تقویت همه سازه های شش گانه بستگی دارد.

تست؛

بر اساس مدل ایزنبرگ (۲۰۱۱) اجزای اکوسیستم کارآفرینی کدام اند؟

- ۱) سیاست - فرهنگ - حمایت ها - سرمایه انسانی - تأمین مالی - بازارها
- ۲) سیاست - جمعیت - دولت - سرمایه انسانی - تأمین مالی - بازارها
- ۳) سیاست - فرهنگ - دولت - سرمایه فکری - سرمایه انسانی - تأمین مالی
- ۴) فرهنگ - دولت - حمایت ها - سرمایه فکری - تأمین مالی - بازارها

نکته؛ سازه‌های شش‌گانه یک زیست‌بوم کارآفرینی عبارتند از؛

- سیاست
- تامین مالی
- فرهنگ
- پشتیبانی
- سرمایه انسانی
- بازار

زیست‌بوم کارآفرینانه تکرارناپذیر است، همانگونه که در سیلیکون تکرارناپذیر است. علل زیربنایی موفقیت این زیست‌بوم نیز به خاطر روابط چندبعدی و درهم‌تنیده‌ای که دارند، غیرممکن است. راهبرد زیست‌بوم کارآفرینانه، راهبردی تازه و اقتصادی برای توسعه کارآفرینی و شکوفایی اقتصادی است. این راهبرد دست‌کم مکمل لازم و پیش‌شرطی برای رشد نوآوری، اقتصاد دانش‌بنیان و رقابت‌پذیری ملی است.

نکته؛ اکوسیستم کارآفرینی فناورانه عبارت است از سیستم تکاملی شامل دانش، افراد دارایی‌هایی که برای ایجاد یک کسب‌وکار کارآفرینانه موفق لازم است. ابعاد زیست‌بوم کارآفرینانه مبتنی بر فناوری عبارتند از؛

- کارآفرینان
- دولت
- دانشگاه‌ها
- سرمایه‌گذاران
- مرشدها
- تامین‌کنندگان خدمات پشتیبان
- شرکتهای نوپا

در این زیست‌بوم وجود رهبران و حامیان اکوسیستم مورد نیاز است. همچنین باید پیشروانی وجود داشته باشند که بتوانند انگیزه و هیجان لازم را در جامعه ایجاد کنند. تحقیقات حوزه کارآفرینی در سه سطح فردی، سازمانی و سیستمی قابل دسته‌بندی است. حوزه اکوسیستم کارآفرینانه مبتنی بر فناوری در زمره پژوهش‌های سطح سیستمی دسته‌بندی می‌شود. به این معنا که باید تعامل و تبادل منابع میان نقش‌آفرینان مختلف پرسشنامه اکوسیستم کارآفرینی قرار داده و با ارجاع به مطالعات مختلف دسته‌بندی شوند.

نکته؛ مدل استام عناصر اکوسیستم را به شرایط چهارچوبی متشکل از نهادهای رسمی، فرهنگ، زیرساخت و تقاضای بازار و شرایط سیستماتیک متشکل از شبکه‌ها، رهبری، امور مالی، استعداد، دانش و خدمات پشتیبانی جدا می‌کند. شرایط چهارچوب نمایانگر ساختار نهادی یک منطقه، «علل اساسی ایجاد ارزش در اکوسیستم» است. شرایط سیستماتیک منابع و پشتیبانی است که کارآفرینان با رشد بالا برای ایجاد و رشد سرمایه‌گذاری‌های نوآورانه جدید به آن وابسته هستند. این شرایط سیستماتیک برای توسعه به شرایط چهارچوب بستگی دارد. نکته مهم این است که مدل استام فراتر از فهرست کردن این چهارچوب و شرایط سیستماتیک است. او استدلال می‌کند که حضور و تعامل آن‌ها به خروجی‌ها (فعالیت کارآفرینی با رشد بالا) منجر می‌شود که سپس به نتایج اجتماعی گسترده‌تر با ایجاد ارزش کل جدید در یک منطقه یا اکوسیستم منجر می‌شود. در این منظر، هدف اکوسیستم‌ها بیش از افزایش نرخ کارآفرینی با رشد بالا است؛ هدف اکوسیستم‌ها استفاده از کارآفرینی برای ایجاد ارزش اجتماعی برای جامعه گسترده‌تر است.

نکته؛ مدل اسپیکل نیز ویژگی‌های مختلف اکوسیستم را به ۳ دسته فرهنگی، اجتماعی و مادی طبقه‌بندی می‌کند. ویژگی‌های فرهنگی آن‌هایی هستند که به شیوه درک کارآفرینی در یک منطقه مرتبط هستند، از جمله تاریخچه‌های قبلی کارآفرینی که روایت‌هایی از ریسک و موفقیت و حمایت فرهنگی برای رشد کارآفرینی بلندپروازانه را تولید می‌کنند. ویژگی‌های اجتماعی جنبه‌هایی از اکوسیستم هستند که از طریق شبکه‌هایی مانند دسترسی به کارگران ماهر و سرمایه‌گذاری، راهنمایی و مشاوره تجاری به آن‌ها دسترسی پیدا می‌کنند یا در آن جاسازی می‌شوند. ویژگی‌های مادی آن‌هایی هستند که به نحوی در منطقه حضور فیزیکی دارند، مانند مشتریان نزدیک، دانشگاه‌ها، خدمات پشتیبانی و زیرساخت‌های تجاری و همچنین سیاست‌هایی که توسط دولت‌های محلی ایجاد شده است. این مدل بر ارتباط متقابل

ویژگی‌های مختلف در اکوسیستم تأکید می‌کند که هر کدام به باز تولید عناصر دیگر اکوسیستم در طول زمان کمک می‌کنند.

نکته: مدل کارآفرینی کوراتکو؛ کوراتکو و همکارانش در سال ۱۹۹۳ مدل تعاملی کارآفرینی را که بر اساس سه فاکتور مشخصات سازمانی، مشخصات فردی و حادثه ناگهانی و طی ۸ گام انجام می‌گیرد، ارائه نمودند که در زیر به آنها اشاره می‌شود:

الف: مشخصات سازمانی

عبارت است از حمایت مدیریت ارشد سازمان، استقلال و آزادی در انجام کار، پاداش‌های مناسب، وجود فرصت کافی برای انجام فعالیت کارآفرینانه و وجود حد و مرزهای سازمانی.

ب: ویژگی‌های فردی

تمایل به مخاطره‌پذیری و ریسک‌جویی، تمایل به آزادی عمل و استقلال کاری، نیاز به توفیق، هدفگرایی و داشتن آرمان و نیز مرکز کنترل داخلی.

پ: وقایع تسریع کننده / حادثه ناگهانی

تصمیم به انجام فعالیت کارآفرینانه در سازمان در نتیجه تعامل بین سه فاکتور ویژگی‌های سازمانی و فردی و نوعی حادثه ناگهانی موجد انگیزه در کارآفرینی صورت می‌پذیرد. ترکیبات گوناگونی از این سه عامل می‌تواند منجر به بروز رفتارهای کارآفرینانه گردد که به ۳ حالت آن اشاره می‌گردد.

– شرایط نوع الف: شرایطی که سازمان به فناوری‌های پیشرفته نیاز دارد و از طرفی مدیریت ارشد از نوآوری به شدت حمایت می‌نماید. در این حالت افراد دارای توانایی انجام رفتارهای خلاقانه و کارآفرینانه، شرایط را برای شروع فعالیت مناسب می‌بینند.

– شرایط نوع ب: حالتی که در آن سازمان دچار تغییرات اساسی (در ساختار و محتوا) می‌شود

و در آن نوآوری و خلاقیت تشویق و ترغیب می‌گردد. در این شرایط کارکنانی که نیاز به توفیق بالایی دارند، پس از یک دوره تصلب و انجماد سازمانی و گرفتار بودن در زنجیره مقررات و قوانین خشک اداری، شرایط را برای بروز رفتارهای کارآفرینانه فراهم می‌بینند.

- شرایط نوع ج: حالتی که در آن سازمان از طرفی به واسطه برخی محدودیت‌های درون و برون سازمانی مجبور به کاهش هزینه‌ها گردیده و از طرفی بصیرت و دوراندیشی مدیریت ارشد، زمینه را برای بروز ظهور ایده‌های خلاقانه و نوآورانه در سطح وسیعی فراهم کرده است. در این شرایط افرادی که نیاز به استقلال و آزادی عمل بیشتری دارند، به فعالیت‌های کارآفرینانه ترغیب خواهند شد. از جمله شرایط دیگری که می‌تواند موجب بروز رخدادهای تسریع کننده کارآفرینی گردد، می‌توان به وجود فضای رقابتی حیثیتی، بی‌ثباتی بازار یک شرکت به دلیل تغییرات ایجاد تقاضاهای جدید برای کالاها و خدمات اشاره کرد.

ویژگی‌های سازمانی:

۱. حمایت مدیریت
۲. آزادی عمل کاری
۳. تشویق و پاداش‌ها
۴. دسترسی زمانی
۵. موانع سازمانی

در مدل تعاملی کارآفرینی سازمانی کوراتکو چگونگی دستیابی به دستاوردهای موفقیت‌آمیز که از ایجاد بینش مشترک آغاز می‌شود، به نمایش گذاشته می‌شود.

تست!

۶۹- در مدل تعاملی کارآفرینی سازمانی کوراتکو، چه چیزی به نمایش گذاشته می‌شود؟

(۱) توانایی غلبه بر موانع در سازمان

(۲) تصمیم به انجام فعالیت کارآفرینانه

(۳) قابلیت دسترسی به منابع در سازمان

(۴) چگونگی دستیابی به دستاوردهای موفقیت‌آمیز که از ایجاد بینش مشترک آغاز می‌شود

گزینه ۴

تست؛

در مدل کارآفرینی سازمانی کوراتکو، گام برنامه‌ریزی بعد از کدام مرحله اتفاق می‌افتد؟

(۱) حادثه ناگهانی

(۲) ویژگی‌های فردی

(۳) قابلیت دسترسی به منابع

(۴) تصمیم به انجام فعالیت‌های کارآفرینی

گزینه ۴

نکته؛ نظریه عرضه‌ی کارآفرینانه که توسط کوچران ارائه شد، بر بعد جامعه‌شناختی عرضه-ی کارآفرینان تمرکز دارد. کوچران بحث خود را با این پیش‌فرض آغاز می‌کند که اساس مسائل و مشکلات توسعه اقتصادی خود غیراقتصادی‌اند. به زعم کوچران ارزش‌های فرهنگی، انتظار نقش و پذیرش اجتماعی، عناصر کلیدی مشخص‌کننده‌ی عرضه کارآفرینان‌اند. بر اساس نظر کوچران کارآفرین به عنوان شخصیت هنجاری و معرف جامعه، نه شخصیت فوق-العاده و نه شخصیت هنجارشکن است، بلکه نمونه معرف جامعه است که شخصیت هنجاری را نشان می‌دهد. این شخصیت ترکیبی از شخص، مهارت و سبک و انگیزه‌های اوست.

تست؛

ارزش‌های فرهنگی، انتظار نقش و پذیرش اجتماعی از جمله عناصر کلیدی کدام یک از نظریه‌های رهیافت جامعه‌شناسی کارآفرینی است؟

(۲) تغییر اجتماعی هاژن

(۱) باور مذهبی ماکس وبر

(۴) تکامل نلسون و وینتر

(۳) عرضه کارآفرینانه کوچران

گزینه ۳

نکته؛ نظریه تغییر اجتماعی عبارت است از اصلاح سازمان اجتماعی جامعه، نهادهای اجتماعی یا ساختار اجتماعی آن. هر جامعه‌ای پیوسته در حال انتقال از یک مرحله از توسعه به مرحله‌ای دیگر است. اما گرچه تغییر اجتماعی در همه‌ی جوامع رخ می‌دهد، سرعت تغییر متفاوت است. در بعضی از جوامع تغییر بسیار سریع رخ می‌دهد و تفاوت اوضاع به آسانی و فوری قابل مشاهده است؛ در جوامعی دیگر تغییر چنان به کندی و به تدریج ایجاد می‌شود که اصولاً چندان محسوس نیست. نمونه‌های تغییر اجتماعی فراوان است. بر اساس نظریه تغییر اجتماعی هاژن، ویژگی‌های اجتماعی عامل تعیین‌کننده روحیه‌ی کارآفرینانه است.

تست؛

بر اساس نظریه تغییر اجتماعی هاژن، کدام عامل تعیین‌کننده روحیه کارآفرینانه است؟

(۲) ویژگی‌های اجتماعی

(۱) سیاست‌های دولت

(۴) انگیزه‌های کارآفرینانه

(۳) نگرش‌های اجتماعی

گزینه ۲

تست؛

فرض اساسی کدام نظریه این است که ویژگی‌های اجتماعی، عامل تعیین‌کننده روحیه کارآفرینانه است؟

(۲) باور مذهبی ماکس وبر

(۱) تغییر اجتماعی هاژن

(۴) فرهنگ کارآفرینی مک کلند

(۳) عرضه کارآفرینان کوچران

گزینه ۱

نکته؛ هایک بر نقش کارآفرین در تحصیل و بکار بردن اطلاعات تأکید می‌ورزد. هوشیاری کارآفرین نسبت به فرصت‌های سودآور و آمادگی او برای بهره‌گیری از آنها از طریق عملیاتی از نوع ارزان خریدن از جایی و گران فروختن در جای دیگر، کارآفرینی را در فرآیند بازار به عنصر اصلی بدل می‌سازد. او کارآفرین را کسی می‌داند که نسبت به تغییرات، واکنش نشان می‌دهد. او بر بداعت فعالیت کارآفرین تأکید نمی‌نماید و معتقد است که تصمیم صحیح همواره تصمیم بر نوآوری نیست و همچنین نوآوری‌های ناپخته، ممکن است از لحاظ بازرگانی فجایی را به بار آورد. از نظر وی کارآفرین در سیستم اقتصادی همچون قدرتی است که بازار را در رسیدن به تعادل یاری می‌نماید و جریان فرآیندهای بازار را بهبود می‌بخشد.

نکته؛ دیدگاه هایک بیان می‌کند تعادل فرآیندی است که در آن، نقشه‌های افراد از طریق آزمون و خطا در طول زمان هماهنگ می‌شود، پس می‌توان گفت تعادل فرآیندی است که بر اساس آن هیچ چیزی در این فرآیند، قطعیت یقینی ندارد. پس می‌توان تصور کرد، تحت شرایط مذکور ناهماهنگی‌های وسیعی در فرآیند بازار هم بتواند رخ دهد. در نظریه تعادل بازار هایک عامل اصلی گرایش بازار به سوی تعادل، کسب دانش دو سویه عاملان بازار است.

نکته؛ هایک نظریه «رسمی» تعادل نئوکلاسیکی را به دلیل نادیده گرفتن نقش یادگیری و فقدان اطلاعات کامل مورد انتقاد قرار داد. نقد هایک عمدتاً مربوط به انتشار و پراکندگی دانش در مورد اثرات اقدامات گذشته در بازار بود، یعنی توانایی آن در آشکارسازی تأثیر و موفقیت کارآفرینی. از نظر هایک پراکندگی دانش بین افراد از طریق ایجاد عدم اطمینان با فرصت‌های کارآفرینی مرتبط می‌شود.

تست؛

در «نظریه تعادل بازار» هایک عامل اصلی گرایش بازار به سوی تعادل کدام مورد است؟

(۱) هوشیاری (۲) حدس و گمان کارآفرینانه

(۳) کسب دانش دو سویه عاملان بازار (۴) کنش کارآفرین

تست؛

- از دیدگاه هایک، پراکندگی دانش میان افراد چگونه با فرصت‌های کارآفرینی مرتبط است؟
- (۱) از طریق ایجاد تعامل
(۲) از طریق ایجاد عدم اطمینان
(۳) از طریق افزایش میزان مخاطره
(۴) از طریق ایجاد ثبات

گزینه ۲

نکته؛ شاکر زهرا بیان می‌کند که نظریه پردازی در حوزه کارآفرینی به معنای توسعه و تدوین یک سری اصول و فرضیات است که برای توضیح رفتارها و فرایندهای کارآفرینانه استفاده می‌شود. این نظریات می‌توانند از داده‌های تجربی، مدل‌سازی و تحلیل داده‌ها، به دست آیند و می‌توانند به محققان کمک کنند تا رفتارها و فرایندهای کارآفرینانه را در محیط کسب و کارها بهتر درک نمایند. در مدل کارآفرینی شرکتی شاکر زهرا، غنی‌بودن محیط به معنای فراوانی فرصت‌های نوآوری می‌باشد.

تست؛

- در مدل کارآفرینی شرکتی شاکر زهرا، غنی‌بودن محیط به چه معناست؟
- (۱) فراوانی و تعدد کارآفرینان در جامعه
(۲) پویایی و رشد صنعت
(۳) سودآور بودن فرصت‌های نوآوری
(۴) فراوانی فرصت‌های نوآوری

گزینه ۴

نکته؛ در میان مدل‌های کارآفرینی قومی، مدل استقرار ترکیبی بر اهمیت رابطه‌ی تعاملی بین زمینه‌ی فرهنگی و اجتماعی استقرار یافته‌ی مهاجران در داخل گروه‌های قومی و زمینه‌ی اقتصادی و نهادی میزبان تأکید دارند. همچنین در میان این مدل‌ها، نظریه وضعیت نامساعد و نظریه فرهنگی برای تشریح مفهوم کارآفرینی قومی به کار گرفته شده است. در نهایت نظریه اقلیت واسطه نیز نخستین تبیین برای کارآفرینی قومی در حوزه اقتصادی ارائه می‌دهد.

تست؛

کدام یک از مدل‌های کارآفرینی قومی بر اهمیت رابطه‌ی تعاملی بین زمینه‌ی فرهنگی و اجتماعی استقرار یافته‌ی مهاجران در داخل گروه‌های قومی و زمینه‌ی اقتصادی و نهادی میزبان تأکید دارند؟
(۱) تعاملی (۲) رویداد کارآفرینانه (۳) استقرار ترکیبی (۴) تکثیری سرمایه‌ی کارآفرینانه

گزینه ۳

تست؛

نظریه وضعیت نامساعد و نظریه فرهنگی برای تشریح کدام مفهوم کارآفرینی به کار گرفته شده است؟
(۱) زنان (۲) سیاسی (۳) مستقل (۴) قومی

گزینه ۴

تست؛

کدام نظریه، نخستین تبیین برای کارآفرینی قومی را در حوزه اقتصادی ارائه می‌دهد؟
(۱) اقلیت واسطه (۲) وضعیت نامساعد (۳) سرزمین محصور (۴) حاشیه‌ای شدن

گزینه ۱

نکته؛ مکتب شناختی - فرهنگی فرصت‌های کارآفرینی را به عنوان پدیده‌های ذهنی مشاهده می‌کنند که به وسیله کارآفرینان و از طریق تعامل اجتماعی تعریف و خلق می‌شود.

تست؛

کدام مکتب، فرصت‌های کارآفرینی را به عنوان پدیده‌های ذهنی مشاهده می‌کنند که به وسیله کارآفرینان از طریق تعامل اجتماعی تعریف و خلق می‌شود؟

- (۱) مکتب اجتماعی (۲) مکتب سیاسی
(۳) مکتب شناختی - فرهنگی (۴) مکتب اقتصادی

گزینه ۳

نکته؛ دیده‌بان جهانی کارآفرینی، کنسرسیوم دانشگاهی مرکب از تیم‌های علمی- پژوهشی است که مأموریت اصلی آن ارزیابی و ارائه داده‌های پژوهشی معتبر در سطح بین‌المللی در خصوص فعالیت‌های کارآفرینانه است. هدف برنامه پژوهشی دیده‌بان جهانی کارآفرینی، برآورد سالانه‌ی سطح ملی فعالیت‌های کارآفرینانه می‌باشد. شاخص TEA در دیده‌بان جهانی کارآفرینی نشانه نرخ‌های رایج کسب و کارهای در شرف تکوین و شرکت‌های تازه راه‌اندازی شده است. مهم‌ترین هدف GEM تشریح رابطه میان رشد اقتصادی کشورها و کارآفرینی می‌باشد.

تست؛

شاخص TEA در دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM) نشانه چیست؟

- (۱) پویایی کسب‌وکارهای تازه تأسیس
- (۲) گزارش تأمین مالی سالانه و رشد سالانه
- (۳) توانایی کارآفرینانه و وضعیت اقتصادی از بعد کارآفرینی
- (۴) نرخ‌های رایج کسب‌وکارهای در شرف تکوین و شرکت‌های تازه راه‌اندازی شده

گزینه ۴

تست؛

مهم‌ترین هدف GEM چیست؟

- (۱) تشریح رابطه میان رشد اقتصادی کشورها و کارآفرینی
- (۲) شناسایی عوامل تعیین‌کننده سطح فعالیت‌های کارآفرینانه
- (۳) اندازه‌گیری نرخ فعالیت‌های کارآفرینانه میان کشورها
- (۴) شناسایی و ارائه سیاست‌های ارتقاء سطح فعالیت‌های کارآفرینانه

نکته؛ آلفرد مارشال در اثر خود تحت عنوان "اصول علم اقتصاد" تغییر وضعیت را که ویژگی ذاتی کسب و کارهای بزرگ و دارای مدیریت مستقل تلقی می شده درک کرده بود. وی معتقد بود آن صفات عمومی که ویژگی دست اندرکاران کسب و کارهای جدید است، باعث گسترش ابعاد کسب و کار می شود. مارشال معتقد است که کارآفرین در شرکت صرفاً جایگاه مدیر و هماهنگ کننده را داراست.

تست؛

به ترتیب، از نظر سی و مارشال جایگاه کارآفرین در شرکت چیست؟

- ۱) مدیر و هماهنگ کننده - رهبر
- ۲) کارفرما - مدیر و هماهنگ کننده
- ۳) مدیر و هماهنگ کننده - ترکیب منابع و ابداعات جدید
- ۴) رهبر، مدیر و هماهنگ کننده - مدیر و هماهنگ کننده

نکته؛ "آرتور کول" کارآفرینی را با فعالیت های عمومی و مستمر مدیران یکسان می دانست و آن را فعالیت هدفمند (شامل یک رشته تصمیمات منسجم) فرد یا گروهی از افراد برای ایجاد، حفظ یا توسعه واحد خود، برای کسب و کار و به قصد تولید یا توزیع کالا و خدمات اقتصادی می دانست. نوآوری تنها زمانی در دنیای کسب و کار موفقیت آمیز خواهد بود که نهاد ارائه کننده آن به نحوی کار آمد اداره شود. وی معتقد است کارآفرینی پلی است بین جامعه به عنوان یک کل به ویژه جنبه های غیر اقتصادی جامعه و مؤسسات انتفاعی تأسیس شده برای تمتع از مزیت های اقتصادی و ارضای آرزوهای اقتصادی.

نکته؛ "کلارنس دانهوف" معتقد بود که ذهن کار آفرین متوجه تغییر فرمول است و زمان کمی را صرف اجرای یک فرمول خاص می کند. وی عمل کار آفرین را به سه بخش تقسیم می کند؛

تحصیل اطلاعات مرتبط، ارزیابی از لحاظ سودآوری و در آخر راه اندازی و عملیات. از نظر وی
تصمیم گیری نقش بنیادی در عملکرد کارآفرین دارد.

نکته؛ هبرت " و "لینک " ۱۲ خصوصیت کارآفرین را در سطح اعتقادی، شناسایی کرده اند؛

- مخاطره را با عدم قطعیت ارتباط می دهد.
- عرضه کننده سرمایه مالی است.
- مبتکر است.
- تصمیم گیرنده است.
- رهبر صنعتی است.
- مدیر یا رئیس است.
- سازمان دهنده یا هماهنگ کننده منابع اقتصادی می باشد.
- مالک شرکت تجاری است.
- بکارگیرنده عوامل تولیدی است.
- پیمانکار است.
- حاکم است.
- فردی است که منابع را جهت مقاصد مختلف بکار می گیرد.

نکته؛ "هبرت" و "لینک" ریسک، عدم قطعیت، نوآوری و درک تغییر را در تمام تعاریف، ثابت
یافتند و کارآفرین را متخصص در پذیرش مسئولیت برای اتخاذ تصمیماتی می دانند که بر
محل، شکل و کاربرد کالاها و منابع مؤسسات تأثیر می گذارد.

نکته؛ از نظر "کاسون" کارآفرین فردی است که تخصص وی تصمیم گیری عقلایی و منطقی
در خصوص ایجاد هماهنگی در منابع کمیاب می باشد. وی می کوشد تا با ارایه مفهوم "واسطه
گری" عنصری مشترک را در میان کارآفرینان تشخیص دهد. کارآفرین به عنوان شخصی
تعریف می شود که در تخصیص منابع کمیاب بر اساس تصمیمات مبتنی بر قدرت تشخیص
فردی، تخصص دارد. کارآفرین معتقد است که وجود کلیه اطلاعات برای اتخاذ یک تصمیم
برای او، ضروری است و او راهی را بر می گزیند که دیگران بر نمی گزینند و همواره فکر می کند
که درست می گوید و دیگران در اشتباه می باشند.

نکته؛ "روبرت رونشتات" معتقد است که کارآفرینی فرآیند پویای ایجاد ثروت بیشتر است. این ثروت را افرادی ایجاد می‌کنند که مخاطره بزرگ را برحسب سرمایه، زمان و تعهد شغلی در قبال تعیین ارزش کالا یا خدمات می‌پذیرند. کالاها یا خدمات بخودی خود ممکن است جدید یا بی‌نظیر باشند یا نباشند، اما کارآفرین با تأمین کردن و تخصیص دادن مهارت‌ها و منابع ضروری باید به طریقی این ارزش را در کالاها یا خدمات ایجاد کند.

نکته؛ "ویلکن" کارآفرینی را یک متغیر میانجی می‌داند و از ویژگی تسریع‌کنندگی، برای تشریح کارآفرینی در توسعه اقتصادی استفاده می‌کند. وی معتقد است که کارآفرینی به عنوان یک تسریع‌کننده، جرقه‌ی رشد و توسعه‌ی اقتصادی را فراهم می‌آورد. او چهار دسته از عوامل را برای ظهور کارآفرینی مهم می‌شمارد؛

۱. عوامل اقتصادی: مزیت‌های بازار و فراهم بودن سرمایه.

۲. عوامل غیراقتصادی؛ مقبولیت کارآفرینی (فرهنگی)، تحرکات اجتماعی، امنیت و عواملی همچون طبقه اجتماعی، قدرت و کنترل.

۳. عوامل روانشناختی: نیاز به توفیق، انگیزه‌ها و مخاطره‌پذیر

۴. ترکیب عوامل تولید؛ به منظور ایجاد تغییر در تولید محصولات و خدمات.

نکته؛ "کرچهوف" کارآفرینان را افرادی می‌داند که شرکت‌های جدیدی را که سبب ایجاد و رونق شغل‌های جدید می‌شوند، شکل می‌دهند. بنابراین کارآفرینان به وضوح مدیران مالکی هستند که به منظور بهره‌برداری از نوآوری‌ها، شرکت‌های جدید و مستقلی را راه‌اندازی می‌کنند. آنها فعالیت خود را با دارایی شخصی خیلی کم و با آرزوی بدست آوردن ثروت هنگفت برای خودشان آغاز می‌کنند.

نکته؛ اسکات برای دانشگاه‌ها چشم‌اندازهایی را متصور می‌شود که دانشگاه کارآفرین در قالب چشم‌انداز چهارم قرار می‌گیرد. در راستای همسویی هر چه بیشتر با فرآیند توسعه اقتصادی بومی، منطقه‌ای و بین‌المللی، دانشگاه‌ها و نظام آموزش عالی نیز در مسیر تغییر نقش سنتی خود که صرفاً تولید دانش است، به دانشگاه کارآفرین که افزون بر تولید دانش و خلق ایده‌ها، آنها را به عمل هم تبدیل می‌کند، حرکت نماید. در واقع ایده‌ی توسعه دانش‌محور و برنامه‌های توسعه‌ای کشورها مأموریت کارآفرینی را به دانشگاه‌ها تحمیل کرده است.

تست؛

بر اساس چشم‌اندازهایی که اسکات برای دانشگاه‌ها متصور می‌شود، دانشگاه کارآفرین در قالب کدام چشم‌انداز قرار می‌گیرد؟

(۴) چهارم

(۳) سوم

(۲) دوم

(۱) اول

گزینه ۴

نکته؛ نظریه خودکارآمدی آلبرت باندورا؛ اصطلاح خودکارآمدی برای اولین بار توسط آلبرت باندورا، یک روانشناس کانادایی-آمریکایی و استاد دانشگاه استنفورد در سال ۱۹۷۷ ابداع شد. باندورا در مورد اصطلاح خودکارآمدی می‌گفت، این اصطلاح یک قضاوت شخصی است و در مورد خوب بودن فرد در برابر رویارویی با اتفاقات مختلف، می‌باشد. خودکارآمدی مجموعه باورهایی است که تعیین می‌کند، یک فرد تا چه اندازه در موقعیت‌هایی که در آینده برایش رخ می‌دهد، می‌تواند با موفقیت عمل کند. به بیان ساده‌تر، خودکارآمدی، باور فرد به توانایی‌هایش برای موفقیت در یک موقعیت خاص است.

نکته؛ بر اساس این نظریه خودکارآمدی که باور به توانایی‌های خود می‌باشد در اندازه‌گیری توانایی‌های شناختی، نقش مهمی دارد. همچنین اراده و تلاش در خودکارآمدی نقش مهمی دارد؛ تلاش و اراده در برخورد با موانع و چالش‌ها به فرد کمک می‌کند و باعث می‌شوند فرد بتواند از توانایی‌های ذاتی خود برای مقابله با مشکلات بهره‌بردارد.

نکته؛ به گفته باندورا، چهار منبع عمده خودکارآمدی وجود دارد:

- تجربه‌های موفق؛ باندورا توضیح داد مؤثرترین و نیرومندترین راه برای ایجاد احساس قوی اثربخشی و تغییر نظام باور کارکنان، تجربه‌های موفق است. انجام یک کار با موفقیت احساس خودکارآمدی ما را تقویت می‌کند. با این حال، عدم برخورد کافی با یک کار یا چالش می‌تواند خودکارآمدی را و تضعیف کند.
- مدل‌سازی اجتماعی؛ شاهد بودن سایر افراد در انجام موفقیت‌آمیز یک کار، یکی دیگر از منابع مهم خودکارآمدی است؛ به گفته باندورا، «دیدن موفقیت افراد مشابه خود با تلاش مداوم، باورهای ناظران را افزایش می‌دهد که آن‌ها نیز توانایی تسلط بر فعالیت‌های قابل‌مقایسه برای موفقیت را دارند.
- اقتناع اجتماعی باندورا همچنین اظهار داشت که می‌توان مردم را ترغیب کرد که باور کنند؛ مهارت و توانایی لازم برای موفقیت را دارند. زمانی را در نظر بگیرید که کسی حرف مثبت و دلگرم‌کننده‌ای گفته است که به شما در رسیدن به هدفی کمک می‌کند. گرفتن تشویق و تأیید کلامی از دیگران به افراد کمک می‌کند تا بر کمبود اعتمادبه‌نفس غلبه کنند و در عوض بر تلاش خود برای انجام وظیفه متمرکز شوند
- پاسخ‌های روان‌شناختی؛ واکنش‌ها و واکنش‌های احساسی خودمان نسبت به موقعیت‌ها نیز در خودکارآمدی نقش مهمی دارند؛ خلق و خوی، حالات عاطفی، واکنش‌های بدنی و میزان استرس می‌تواند بر احساس فرد در مورد توانایی‌های شخصی خود در یک موقعیت خاص تأثیر بگذارد؛ فردی که قبل از صحبت در جمع به شدت عصبی می‌شود، ممکن است در این شرایط احساس ضعف خودکارآمدی داشته باشد.

با این حال، باندورا همچنین یادآور می‌شود: شدت آشکار واکنش‌های جسمی و روانی مهم نیست بلکه بیشتر نحوه درک و تفسیر آن‌هاست. با یادگیری نحوه به حداقل رساندن استرس و بالا بردن خلق و خو هنگام مواجه شدن با کارهای دشوار یا چالش‌برانگیز، افراد می‌توانند احساس خودکارآمدی خود را بهبود بخشند.

تست؛

بر اساس نظریه خودکارآمدی آلبرت باندورا، نیرومندترین منبع برای تغییر نظام باور خودکارآمدی کارکنان کدام است؟

- (۱) تجربه‌های موفق
- (۲) تجارب جانشینی
- (۳) ترغیب کلامی یا اجتماعی
- (۴) حالات عاطفی یا فیزیولوژیک

گزینه ۱

نکته؛ فرانک نایت در کتاب خود تحت عنوان "مخاطره، عدم قطعیت و سود" کارآفرین را به عنوان عنصر اصلی هر نظام معرفی نمود. وی عدم اطمینان را عاملی جدا نشدنی در تصمیم‌گیری می‌دانست و معتقد بود که در هر کسب و کار، موقعیت منحصر به فردی حاکم است و تناوب نسبی رویدادهای پیشین را نمی‌توان در ارزیابی نتایج احتمالی آینده بکار برد. بر اساس دیدگاه فرانک نایت این عدم اطمینان از نوآوری کارآفرین و عوامل بیرونی نشأت می‌گیرد. طبق نظر وی مخاطره‌های قابل اندازه‌گیری را می‌توان از طریق بازارهای بیمه تعدیل نمود، اما این مسأله در خصوص عدم اطمینان صدق نمی‌کند. کسانی که در شرایط عدم اطمینان شدید به اتخاذ تصمیم می‌پردازند باید پیامدهای کامل آن تصمیمات را نیز به طور شخصی بپذیرند. چنین افرادی کار آفرین، یعنی صاحب کسب و کار می‌باشند، نه مدیران حقوق‌بگیری که در خصوص مسائل جاری و روزمره، تصمیم‌گیری می‌کنند.

کدام گزینه در مورد نظریه کارآفرینی «فرانک نایت» صادق است؟

- (۱) مبنای نظریه سود است و از توان پیش‌بینی و ریسک‌پذیری ناشی می‌شود.
- (۲) مبنای نظریه عدم اطمینان است و از نوآوری کارآفرین و عوامل بیرونی ناشی می‌شود.
- (۳) مبنای نظریه ریسک است و از تحمل ابهام کارآفرین و عوامل بیرونی نشأت می‌گیرد.
- (۴) مبنای نظریه نوآوری است و از تغییرات محیطی و توانایی کارآفرین ناشی می‌شود.

نکته؛ ریچارد کانتیلون در حدود سال ۱۷۳۰ بین زمین‌داران، دستمزد بگیران و کارآفرینان، تمایز قائل شد. او به سه عنصر اصلی در خصوص فعالیت کارآفرینان اشاره نمود، اول آنکه آنها

در یک محیط همراه با عدم قطعیت فعالیت می‌کنند، دوم آنکه آنها در صورت نداشتن توانایی زیاد برای فعالیت اقتصادی، با فساد و تباهی خاصی مواجه می‌شوند و سوم اینکه آنها سرمایه اولیه را خودشان فراهم می‌آورند. وی در تعریف کارآفرین می‌آورد: "فردی است که ابزار تولید را به منظور ادغام آنها برای تولید محصولاتی قابل عرضه به بازار، ارائه می‌کند. کارآفرین در هنگام خرید از قیمت نهایی محصولات، اطلاع ندارد، از این رو "کانتیلون" عناصر "هدایتگری" و "حدس و گمان" را در تعریف کاربردی خود وارد می‌نماید. وی در اثر خود کارآفرین را به مثابه‌ی واژه‌ای فنی مورد توجه قرار می‌دهد. از دیدگاه وی جوهره کارکرد کارآفرین همانا تحمل عدم قطعیت می‌باشد؛ او هر کس را که با بهایی نامعین دست به خرید و فروش بزند، کارآفرین می‌داند.

نکته؛ "فردریک هاولی" مخاطره‌پذیری را صفت بارز کارآفرینان دانست، اما آنها را همچون زمین، و سرمایه در زمره عوامل تولید تلقی می‌نمود. در اواخر سده‌ی ۱۹، "جان کامونز" به گونه‌ای غیراصولی سود حاصل از مخاطره‌پذیری را از انواع دیگر سودها، متمایز نمود. طبق نظر "کامونز" یکی از انواع سود از توانایی کارآفرین و مخاطره‌پذیری او ناشی می‌شود و برحسب تغییر وضعیت اقتصادی این سود، متغیر و ناپایدار است.

نکته؛ جان بیتس کلارک "نخستین فردی بود که میان سود کارآفرینانه و مازاد بر بهره (و اجاره) و کاربرد موفقیت‌آمیز پیشرفت‌های فناوری، بازرگانی یا تشکیلاتی در فرآیند اقتصادی، ارتباط برقرار ساخته است. جدایی مالکیت بنگاه و مدیریت، سبب شد تا مطالعه‌ی کارآفرین به گونه‌ای متمایز از نقش صاحب سرمایه و مالک صورت گیرد.

نکته؛ در اوایل سده‌ی بیستم "آرتور استون دوینگ" مؤسس یا توسعه‌دهنده را فردی می‌دانست که فکرها را به کسب و کاری سودآور تبدیل می‌نمود. وی ویژگی‌هایی همچون قدرت تحلیل، ابتکار و واسطه‌گری را برای مؤسس قائل بود و معتقد بود که هیچ کسب و کاری بدون مؤسس ایجاد نمی‌شود.

نکته؛ برخی نقش های کارکردی دیگر کارآفرینان در تئوری های اقتصادی در جدول زیر ذکر شده است؛

نقش کارکردی	نظریه پرداز اصلی
معامله گر	ریچارد کاننیلون
هماهنگ کننده	ژان باتیست سی
مالک محصول	فردریک هاولی
نوآور	رؤف شومپتر
تصمیم گیرنده	فرانک نایت
واسطه	ایزائیل کرزرنر

نکته؛ داگلاس نورث در سه زمینه علم اقتصاد نقش برجسته ای ایفا کرد. او روش های آماری را برای مطالعه تاریخ اقتصادی به کار گرفت و نقش نهادها را در تنظیم رفتار انسانی بررسی کرد و همچنین کوشید تا نیروهای تاریخی موثر در فقر و ثروت اقتصادها را درک کند. البته این سه موضوع چندان هم از هم گسیخته نیستند. نورث رشد اقتصادی را با اتخاذ نهادهای درست توضیح داد و از تکنیک های آماری برای آزمون نظریه های نهادی خود درباره علل رشد اقتصادی بهره جست.

نکته؛ رابطه نهادها و کارآفرینی؛ از منظر رویکرد نهادگرا، محیطی که اقتصاد را شکل می دهد، بر پویایی های کارآفرینی در درون هر کشور اثر می گذارد. این محیط از طریق وابستگی های متقابل بین توسعه اقتصادی و نهادها شناخته می شود. نظریه نهادی، سازگارترین و مناسب ترین چارچوب مفهومی برای بررسی تأثیر عوامل محیطی بر کارآفرینی است. کارآفرینان عاملان اصلی تغییر هستند که به محرک های جاافتاده در چارچوب نهادی واکنش نشان می دهند. سازمان ها انعکاس دهنده فرصت هایی هستند که نهادها ایجاد می کنند. تحول نهادی، حاصل تعامل میان سازمان ها و نهادهاست. هزینه های تعیین و تنفیذ قراردادها و هزینه های کسب اطلاعات درباره شرایط بازار، بر کیفیت نهادها اثر می گذارد و کیفیت نهادها نیز فعالیت کارآفرینی را تحت الشعاع قرار می دهد.

تست؛

کدام نظریه، سازگارترین و مناسب ترین چارچوب مفهومی برای بررسی تأثیر عوامل محیطی بر کارآفرینی است؟

- (۱) تکامل
(۲) نهادی
(۳) اکولوژی جمعیت
(۴) تغییر اجتماعی هازن

گزینه ۲

نکته؛ استراتژی هایی درباره توسعه؛ اولین استراتژی موسوم به استراتژی پولی است که بر ارتقای علائم بازار به عنوان راهنمایی برای بهبود تخصیص منابع تمرکز دارد و معمولاً در آن دسته از کشورها به کار می آید که از لحاظ اقتصادی پیشرفته هستند و اتکای خود را بر صنایع خصوصی قرار می دهند.

دومین استراتژی مشخص، استراتژی توسعه ای است که نگاه به خارج دارد و ما آن را اقتصاد باز می نامیم.

استراتژی سوم، استراتژی صنعتی شدن است. در اینجا، همچون استراتژی قبلی، تأکید بر رشد است، اما ابزار دستیابی به رشد، گسترش سریع بخش صنعت است.

چهارم، استراتژی انقلاب سبز قرار دارد. کانون توجه در این استراتژی نرخ های رشد کل، صادرات یا صنعتی شدن نیستند بلکه معطوف به رشد کشاورزی است.

استراتژی‌های توزیع مجدد در توسعه از جایی شروع می‌کنند که استراتژی انقلاب سبز خاتمه می‌یابد، یعنی با هدف بهبود توزیع مجدد درآمد و ثروت. این پنجمین استراتژی توسعه ما است. این استراتژی با اولویت دادن به ضوابطی که مستقیماً گروه‌های کم درآمد را منتفع می‌سازد، برای برخورد رو در رو با مسئله فقر طراحی شده است.

و بالاخره، استراتژی‌های سوسیالیستی توسعه هستند. این استراتژی‌ها با این خصلت که در آن‌ها مالکیت خصوصی ابزار تولید از اهمیت نسبتاً کمی برخوردارند، متمایز می‌شوند.

تست: کدام نوع استراتژی توسعه اقتصادی بر ارتقای علائم بازار به عنوان راهنمایی برای بهبود تخصیص منابع تمرکز دارد و معمولاً در آن دسته از کشورها به کار می‌آید که از لحاظ اقتصادی پیشرفته هستند و اتکای خود را بر صنایع خصوصی قرار می‌دهند؟

(۱) صنعتی شدن (۲) انقلاب سبز (۳) پولی (۴) اقتصاد باز

• تفاوت دیدگاه‌های اقتصادی، روان‌شناسی و جامعه‌شناسی نسبت به کارآفرینی

نکته: دیدگاه اقتصادی؛ اقتصاددانان به بررسی اینکه چگونه جامعه منابع کمیاب مانند زمین، نیروی انسانی، موادخام و ماشین‌ها را برای تولید کالاها و خدمات تقسیم میکند، می‌پردازند. ریچارد کانتیلون اولین فردی بود که واژه کارآفرینی را با الهام از لغت فرانسوی که به معنی عهده‌دار شدن کاری می‌باشد، را به ادبیات علوم اقتصادی عرضه داشت. او کارآفرین را بعنوان شخصی معرفی می‌کند که با قیمت ثابت می‌خرد و با قیمت نامعین می‌فروشد. از این رو بجای سود بالقوه به ریسک دست می‌زند. کارآفرین بیشتر از لحاظ فعالیت اقتصادی شناخته می‌شود تا از لحاظ نوع شخصیت. به پیروی از وی "ژان باتیست سی" کارآفرین به عنوان فردی تعریف می‌کند که از دانش، قضاوت، مهارت‌های مدیریتی، رهبری و توانایی فنی برای حرکت و مبدل کردن منابع اقتصادی کم بازده به منابع پربازده با عوایدی بیشتر استفاده کند. برخلاف کانتیلون، سی در تعریف خود روی حرکت با عدم قطعیت تاکید ندارد. فرانک نایت توجه خود

را بر روی کارآفرینی از دیدگاه اقتصادی با تمایز قائل شدن بین مفهوم ریسک قابل پیش بینی و ریسک غیر قابل پیش بینی، معطوف کرد. او کارآفرین را بعنوان فردی تعریف کرد که خواهان ارائه پول و شهرت در انتظار نامعلوم برای دریافت سود نامعلوم و اعتبار و رضایت شغلی از فرایندهای تولید و توزیع است. ژوزف شومپیتر نیز که بعنوان پیشرو در زمینه کارآفرینی نام گرفت ادعا می کند "مفهوم کارآفرینی توانایی شکست خط مشی جاری، نابودی ساختارهای موجود و حرکت دادن سیستم به خارج از دایره تعادل است. ژوزف شومپیتر برای توصیف سهم کارآفرین در اقتصاد و نمایش ایستای نظام اقتصادی از مفهوم گردش دایره وار استفاده کرد. " بر طبق نظر او، مفهوم کارآفرینی در درک و استفاده به موقع از فرصت ها در قلمرو موسسات ظهور پیدا می کند. این ترکیب جدید واقعیت های موجود اقتصادی را به چالش می طلبد، موسسات و محصولات قدیمی را با انواع بهتر جایگزین می کند و در نتیجه سیستم اقتصادی را به مراحل بالاتری از تعادل می رساند. او کارآفرین را با نوآوری شناسایی می کند و آن را به عنوان یک حرکت موقت توصیف می کند نه یک وضعیت ثابت. از نظر او کارآفرینان ۵ نوع نوآوری را عهده دار هستند؛

۱. معرفی نوع تازه یا کیفیت بهتری از کالا

۲. ابداع روش نوینی از تولید

۳. گشایش بازار جدید

۴. استفاده عملی از منابع برای تامین مواد خام یا کالاهای واسطه ای

۵. به انجام رساندن تعداد جدیدی ساختار سازمانی از صنعت

تست؛

کدام گزینه درباره نظریه شومپیتر نادرست است؟

۱) وظیفه کارآفرین، شناسایی ترکیبات جدید و واکنش به اعمال رهبری برای کسب سود از آنهاست.

۲) کارآفرین الزاماً کسی نیست که ترکیبات جدید را خلق کند، بلکه کسی است که شیوه بکارگیری این ترکیب جدید در تولید را شناسایی کند.

۳) شومپیتر آشکارا میان مالک، کارآفرین و سرمایه گذار تمایز قائل می شود.

۴) شومپیتر گردش دایره وار را به عنوان نمایش پویای نظام اقتصادی در نظر گرفته است.

گزینه ۴

تست؛

ژوزف شومپیتر برای توصیف سهم کارآفرین در اقتصاد و نمایش ایستای نظام اقتصادی از چه مفهومی استفاده می‌کند؟
(۱) گردش دایره‌وار (۲) مالک سرمایه‌دار (۳) ترکیبات جدید (۴) مرد بزرگ

نکته؛ بر خلاف نظر شومپیتر از جریان بازار به عنوان تخریب خلاق، کروزنر فرض می‌کند که کارآفرینان افرادی هستند که عدم تعادل را در شکل فرصت‌های جدید بر طرف می‌کنند.

تست؛

فرق بین عدم تعادل شومپیتر و رویکرد تعادلی اتریش نسبت به کارآفرینی را می‌توان با استفاده از صفت چگونه و مقایسه‌ی نقش‌های کارآفرینان به ترتیب برای کدام کارآفرینان حل و فصل کرد؟
(۱) نوآور - اکتسابی (۲) نوآور - تقلیدی (۳) مستقل - سازمانی (۴) معامله‌گر - تقلیدی

گزینه ۲

نکته؛ دیدگاه روان‌شناختی؛ روانشناسی شامل مطالعه رفتار و پدیده‌های ذهنی است. این رویکرد به دنبال شناسایی رفتارها و ویژگی‌های شخصیتی است که منحصر به کارآفرینان موفق می‌باشد. جایی که ویژگی‌ها بعنوان خصوصیات خلقی افرادی که زیاده‌استوار هستند تعریف می‌شوند. در رهیافت روان‌شناسی به کارآفرینی، رویکرد غیرشناختی در مقایسه با رویکرد شناختی مشتمل بر این موضوع است که به پویایی‌های درونی فرد توجه اندکی می‌شود. تحقیق "مک کله لند" (۱۹۶۱) ارتباط "توفیق طلبی" با کارآفرینی و بسط معنی آن با توسعه اقتصادی بود. "هنسمارک" (۲۰۰۳) مطالعات روانشناسی زیادی را برای شناسایی ویژگی‌های شخصیتی انجام داد. این ویژگی‌ها شامل درجه سازگاری و تکانش‌گری، استقلال طلبی، نیاز به پیشرفت و وسعت این باور که شخص تا چه حدی نتایج و اتفاقات را نتیجه کنترل فعال خود می‌داند تا نتیجه سرنوشت. مبحث رفتارهای ریسک‌پذیر را می‌توان از طریق رویکرد روانشناسی بهتر تبیین نمود، زیرا جنس رفتارها و ریسک‌پذیری در حیطه و قلمرو نیز روان‌شناسی قرار می‌گیرد.

تست؛

کدام مورد، بیانگر رویکرد غیرشناختی در رهیافت روانشناسی است؟

- (۱) توجه اندکی به پویایی‌های درون فرد دارد.
- (۲) تلاش می‌کند که رفتار افراد را از طریق شخصیت و پیشینه خانوادگی درک کند.
- (۳) برای مطالعه شخصیت و رفتارهای ریسک‌پذیر افراد بکار می‌رود.
- (۴) رفتار افراد را از طریق جامعه‌پذیری درک می‌کند.

گزینه ۱

تست؛

کدام مبحث در کارآفرینی را بهتر می‌توان به وسیله رویکرد روانشناسی تبیین نمود؟

- (۱) گرایش‌های کارآفرینانه
- (۲) رفتارهای ریسک‌پذیر
- (۳) نوآوری
- (۴) شناخت فرصت‌ها

گزینه ۲

تست؛

کدام یک از مؤلفه‌های تجربیات زندگی شخصی، منجر به ایجاد شخصیت کارآفرینانه شده است؟

- (۱) تجربیات کاری رضایت‌بخش
- (۲) تجربیات خانوادگی اقتدارگرایانه
- (۳) تجربیات آموزشی سازگار و استاندارد شده
- (۴) تجربیات گروه همکاران از خودراضی و محدودکننده

گزینه ۲

تست؛

رویکرد غیرشناختی در مقایسه با رویکرد شناختی در رهیافت روان‌شناسی به کارآفرینی، حایز کدام ویژگی است؟

- (۱) درک رفتار از طریق شخصیت
- (۲) توجه اندک به پویایی‌های درونی فرد
- (۳) مطالعه‌ی شخصیت ریسک‌پذیر افراد
- (۴) درک رفتار افراد از طریق تعلیم و تربیت و جامعه‌پذیری

تست؛ کدام یک از موارد زیر جزء عناصر و ویژگی‌های شخصیتی لازم از دیدگاه هنسمارک برای کارآفرینی محسوب نمی‌شود؛

۱. درجه سازگاری

۲. نیاز به قدرت

۳. نیاز به پیشرفت

۴. استقلال طلبی

نکته؛ دیدگاه جامعه‌شناختی؛ جامعه‌شناسی مطالعه زندگی اجتماعی دگرگونی اجتماعی و علل و دستاوردهای اجتماعی رفتار انسانی است. امیل دور کیم (۱۹۱۷-۱۸۵۸)، ماکس وبر (۱۸۶۴) و رینلدز (۱۹۹۱) هر کدام عدسی جامعه‌شناسی را بر روی فعالیت‌های انسانی متمرکز کردند. در این رویکرد، گروه و ساختارهای اجتماعی مورد آزمایش قرار گرفتند نه ویژگی‌های فردی، تا فعالیت‌های گروهی نظیر کارآفرینی را پیش بینی کنند. توسعه دادن کارآفرینی پویا بیشتر به عنوان کارکرد نیروی اجتماعی و ساختارها در نظر گرفته می‌شود تا اینکه نیازها و ویژگی‌های شخصیتی افراد. نظریه اکولوژی (تأکید بر پویایی‌های درون صنعت و جمعیت شرکت‌ها)، نظریه نهادی (تأکید بر بستر و زمینه‌ی پویایی)، باور مذهبی و الگوی سطح گروه جزء نظریات جامعه‌شناسی کارآفرینی است.

تست؛ عبارت زیر ناظر بر کدام رویکرد نسبت به کارآفرینی می‌باشد؛

"توسعه دادن کارآفرینی پویا بیشتر به عنوان کارکرد نیروی اجتماعی و ساختارها در نظر گرفته می‌شود تا اینکه نیازها و ویژگی‌های شخصیتی افراد".

(۱) دیدگاه اقتصادی

(۲) دیدگاه سیاسی

۳) دیدگاه جامعه‌شناختی
۴) دیدگاه روانشناختی

تست؛

- کدام نظریه‌ها، جزو نظریات جامعه‌شناسی کارآفرینی هستند؟
- ۱) نظریه عرضه کارآفرین، رفتار برنامه‌ریزی‌شده، شناخت اجتماعی، نهادی
 - ۲) نظریه اکولوژی، نهادی، باور مذهبی، الگوی سطح گروه
 - ۳) نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده - اکولوژی، نهادی، الگوی سطح گروه
 - ۴) نظریه اکولوژی، نهادی، باور مذهبی و شناخت اجتماعی

گزینه ۲

تست؛

- کدام نظریه، به ترتیب، بر پویایی‌های درون صنعت (جمعیت شرکت‌ها) و بستر و زمینه پویایی تأکید می‌کند؟
- ۱) انکوباتورها - نهادی
 - ۲) اکولوژی جمعیت - نهادی
 - ۳) تکامل - انکوباتورها
 - ۴) نهادی - اکولوژی جمعیت

گزینه ۲

نکته؛ در مورد رهیافت جامعه‌شناسی به کارآفرینی، می‌توان گفت که رهیافت جامعه‌شناسی به کارآفرینی به مطالعه روابط بین کارآفرینی و ساختارهای اجتماعی، فرهنگ و عوامل محیطی می‌پردازد. این رهیافت بر این ایده تمرکز دارد که کارآفرینی به عنوان یک فرایند اجتماعی، تحت تأثیر ساختارهای اجتماعی و فرهنگ جامعه و عوامل محیطی قرار می‌گیرد و در عین حال، می‌تواند تغییراتی را در ساختارهای اجتماعی و فرهنگ جامعه ایجاد کند. تحقیقات نشان می‌دهد که کارآفرینی می‌تواند به عنوان یک عامل مهم در تغییر ساختارهای اجتماعی و فرهنگ جامعه عمل کند. در برخی موارد، کارآفرینی ممکن است منجر به دگرگونی ساختارهای اجتماعی شود، در حالی که در برخی دیگر این تغییرات ممکن است به طور موقت باقی بمانند. به همین

منظور، رهیافت جامعه‌شناسی به کارآفرینی می‌تواند از دیدگاه‌های مختلفی، از جمله اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی و محیطی، برای بررسی و تحلیل کارآفرینی استفاده شود. با توجه به اینکه کارآفرینی به عنوان یک فرایند اجتماعی، تحت تأثیر عوامل مختلفی قرار می‌گیرد، پژوهش‌های جامعه‌شناسی می‌توانند به شناسایی این عوامل و تأثیر آنها بر کارآفرینی کمک کنند. همچنین، این رهیافت می‌تواند به شناسایی فرصت‌های کارآفرینی در جامعه، ارزیابی تأثیر کارآفرینی بر رشد اقتصادی و اجتماعی، و همچنین طراحی و پیاده‌سازی سیاست‌ها و برنامه‌های حمایتی از کارآفرینان کمک کند. بر اساس نظریه جامعه‌شناسی کارآفرینی تغییر اجتماعی با کنار گذاشتن جایگاه و مقام و ارزش‌های سنتی می‌توان زمینه فعالیت کارآفرینانه را فراهم کرد.

تست؛

در کدام نظریه جامعه‌شناسی کارآفرینی، «کنار گذاشتن جایگاه و مقام و ارزش‌های سنتی» زمینه فعالیت کارآفرینانه را فراهم می‌کند؟

(۱) تکاملی (۲) باور مذهبی (۳) تغییر اجتماعی (۴) اکولوژی یا جمعیت محیط

گزینه ۳

نکته؛ بر اساس دیدگاه ماکس وبر، روحیه سرمایه‌داری زمانی در جامعه رشد می‌کند که نگرش ذهنی در جامعه نسبت به سرمایه‌داری مساعد و مثبت باشد.

تست؛

به نظر ماکس وبر، روحیه سرمایه‌داری چه زمانی در جامعه رشد می‌کند؟

(۱) نیروی آزاد انگیزه وجود داشته باشد.

(۲) محرک سود برای سرمایه‌داری وجود داشته باشد.

(۳) نگرش ذهنی در جامعه نسبت به سرمایه‌داری مساعد باشد.

(۴) زمانی که نوعی شناخت در طبقات پایین جامعه بوجود آید.

گزینه ۳

نکته؛ انواع کارآفرینی؛ کارآفرینی را به دو دسته فردی (مستقل) و سازمانی تقسیم می کنند.

- کارآفرین مستقل به دنبال این است که بازار محصولات را در ید قدرت خویش بگیرد.
- کارآفرینی سازمانی؛ فرایندی است که در آن محصولات یا فرایندهای نوآوری شده از طریق ایجاد فرهنگ کارآفرینی در یک سازمان، به ظهور می رسند. کارآفرینی سازمانی از منابع و حمایت سازمان برخوردار است. نوآوری می تواند در زمینه محصولات جدید، فرایندهای سازمانی و روش های مدیریتی باشد. در سازمان کارآفرین همه کارآفرینند و مدیر کارآفرین در رأس قرار دارد.
- کارآفرین سازمانی علاوه بر بازار بر مسائل سازمانی نیز باید فایق آید. کارآفرینی سازمانی بر اساس نوآوری است. در سازمان کارآفرین منابع برای اجرای ایده ها راحت تر تخصیص می یابد. در سازمان کارآفرین، کیفیت در همه ابعاد نهادینه شده است. در این سازمان "خود انتخابی" وجود دارد و کارآفرینان منتظر دستورات از بالا نیستند، سرپرستان نیز منابع و زمان را در اختیارشان می گذارند. مثلاً در جنرال موتورز کارکنان اجازه دارند تا ۱۵٪ وقت خود را صرف پروژه های منتخب کنند. در واقع خودشان کار را شروع می کنند ولی کار واگذار نمی شود و فرد از ابتدا تا انتها در تیم پروژه باقی می ماند. در چنین سازمانی، انجام دهنده تصمیم می گیرد، چرا که وقتی لایه های سازمانی زیاد باشد، سرعت تصمیم گیری پایین می آید.
- کارآفرین سازمانی کسی است که تحت حمایت یک سازمان، محصولات، فعالیت ها و تکنولوژی جدید را کشف و به بهره داری می رساند.
- موانع محیطی کارآفرینی سازمانی در سازمان های غیردولتی (ngo) شامل کمبود رقابت، کمبود منابع مالی یا عدم دسترسی به آن، ضعف در آموزش عالی و دخالت دولت در اموری مانند تعیین دستمزدها، قیمت محصول و نرخ ارز می شود.

تست؛

کدام یک از موارد به عنوان موانع محیطی کارآفرینی سازمانی در سازمان های غیردولتی (NGOs) محسوب می شود؟
(۱) کمبود رقابت (۲) پیچیدگی اهداف (۳) فرهنگ غیر ریسک پذیر (۴) محدودیت اختیارات مدیریت

گزینه ۱

نکته؛ نگرش مثبت به کسب و کار نگرشی است که فرد با عشق و علاقه به کار می‌نگرد و کسب و کار را عامل موفقیت فردی و اجتماعی می‌داند و از انجام کار، احساس رضایت و شادمانی می‌کند. شاید نتوان از نظر فلسفی دقیقاً به این سوال پاسخ داد که انسان در حالت طبیعی و بر اساس فطرت و ذات خود، دوستار کار یا بیزار از آن است یا نسبت به آن بی تفاوت است؛ ولی می‌توان با قطعیت بیشتری اعلام کرد که دستاورد های عظیم بشریت ، مدیون کار و تلاش انسان هاست.

نوع نگرش مردم یک جامعه به کسب و کار، در کمیت، کیفیت انجام کار و توسعه‌ی جامعه نقش مؤثری دارد. یکی از عوامل مهم عدم توسعه اقتصادی کشورمان نیز ناشی از فقدان نگرش مثبت گروه‌های مختلف اجتماعی به کسب و کار است.

وجود نگرش سنتی و غیر صحیح در جامعه ایران که کار بیش از زندگی بخور و نمیر را نوعی حرص و طمع در جهت ثروت اندوزی تلقی می‌کند، عامل مهمی در تقویت نگرش منفی به کسب و کار است. این نگرش که کار و تلاش و انباشت ثروت ناشی از کار آفرینی ، نبوغ و خلاقیت و تلاش را مذموم می‌داند، باید تصحیح و به نگرش مثبت تبدیل گردد. از سوی دیگر این نگرش سنتی نیز که دولت را متصدی همه امور جامعه و به اصطلاح همه کاره و به تبع آن مسؤول همه امور می‌داند، باید تعدیل گردد تا گرایش به فعالیت‌های اقتصادی خصوصی به وجود آمده از میزان گرایش به مشاغل دولتی کاسته شود. ضرب المثل معروف " آب باریکه " گویای این گرایش سنتی ایرانیان به کار های دولتی است که هر چند کم، اما استمرار آن موجب نوعی اطمینان از آینده است. زمانی که در مناسبات اجتماعی، نظام حامی پروری مسلط می‌شود، شخصی کردن کار به عنوان یک مانع جدی در ایجاد نگرش مثبت به کسب و کار مطرح می‌شود.

تست؛

زمانی که در مناسبات اجتماعی، نظام حامی پروری مسلط می‌شود، کدام یک از موانع نگرش مثبت به کسب و کار در ایرانیان به وجود می‌آید؟

- (۱) شخصی کردن کار
- (۲) هویت نیافتن با کار
- (۳) فرهنگ صوفیانه و عارفانه
- (۴) قدرت و ثروت به مثابه ارزش

گزینه ۱

تست؛

واژه «رنسانس سازمان‌ها» که توسط پینکات بکار گرفته شده است، بیانگر کدام یک از مفاهیم کارآفرینی است؟

۱) کارآفرینی سازمانی ۲) کارآفرینی اقلیت‌ها ۳) فرهنگ کارآفرینانه ۴) کارآفرینی تقلیدی

گزینه ۱

ویژگی	مدیر سنتی	کارآفرین مستقل	کارآفرین سازمانی
نگرش به مخاطره	احتیاط	خواهان مخاطرات معتدل، سرمایه‌گذارهای سنگین است، اما انتظار موفقیت هم وجود دارد.	خواهان مخاطرات معتدل، از خطرات واهمه‌ای نداشته و از اینرو خطرات شخصی برایشان کوچک به نظر می‌رسد.
استفاده از تحقیقات بازار	مطالعات بازار به خاطر کشف نیازها و توسعه محصول	ایجاد نیاز، ایجاد محصولاتی که اغلب در تحقیقات بازار مورد آزمایش قرار نمی‌گیرد و مشتریان قبلاً آنها را درک نکرده‌اند. صحبت با مشتریان و عملی ساختن ایده‌ها.	همانند کارآفرین بررسی بازار و ارزیابی روشنی از آن به عمل می‌آید.
نگرش به مقام	توجه به جایگاه	در صورت انجام کار، داشتن یک موقعیت اجتماعی مناسب برای آنها مسرت بخش است.	سمتهای سنتی برای آنها مسخره است و سمبلهای آزادی را حفظ می‌کنند.

تست؛ نگرش به مخاطره در کارآفرینی مستقل چگونه است؟

۱) احتیاط

۲) مخاطرات زیاد

۳) مخاطرات کم

۴) مخاطرات معتدل و سرمایه‌گذاری سنگین

تست؛ نگرش به مقام و سمت‌های سنتی در کدام یک از سبک‌های کارآفرینی، مسخره است

و سمبل‌های آزادی حفظ می‌شود؟

(۱) کارآفرینی سازمانی

(۲) کارآفرینی مستقل

(۳) کارآفرینی فردی

(۴) مدیریت سنتی

نکته؛ مطابق با دیدگاه ویلیام و تس سازمان‌هایی که محیطشان پایدار است و فرهنگ سازمانی تابع – تدافعی دارند، استراتژی انفعالی بکار می‌برند. استفاده از استراتژی انفعالی به علت دوام‌پذیر نبودن در بلندمدت، در مطالعه‌ی سازمان‌های غیرکارآفرین نمی‌تواند مورد مطالعه قرار گیرد. سازمان‌هایی که محیطشان پویا است و فرهنگ زمانی سازنده دارند، از استراتژی آینده‌نگر استفاده نمایند. سازمان‌هایی که محیطشان پایدار است و فرهنگ سازمانی سازنده دارند، استراتژی تدافعی بایستی استفاده نمایند. در نهایت سازمان‌هایی که محیطشان پویا است و فرهنگ سازمانی تابع – تدافعی دارند، استراتژی تحلیل‌گر بکار ببرند.

تست؛

بر اساس دیدگاه ویلیام و تس کدام یک از رفتارهای استراتژیک به علت دوام‌پذیر نبودن در بلندمدت، در مطالعه‌ی سازمان‌های غیر کارآفرین نمی‌تواند مورد مطالعه قرار گیرد؟

(۱) استراتژی انفعالی (۲) استراتژی تدافعی (۳) استراتژی تحلیل‌گر (۴) استراتژی آینده‌نگر

گزینه ۱

نکته؛ موريسن و همکاران (۲۰۰۸) در مدل خود در راستای توصیف کارآفرینی استراتژیک

سازمانی سه دسته مخاطرات را معرفی می‌کند که شامل موارد زیر است؛

- مخاطره سازمانی درونی
- مخاطره سازمانی تعاونی
- مخاطره سازمانی بیرونی

تست؛

مخاطراتی که در مدل موريسن و همکاران (۲۰۰۸) در جهت توصیف استراتژی کارآفرینی سازمانی عنوان شده‌اند، علاوه بر «مخاطره سازمانی درونی» کدام است؟

- (۱) محیطی - بیرونی (۲) بیرونی - راهبردی (۳) تعاونی - بیرونی (۴) بیرونی - تأسیسی

گزینه ۳

تست؛

طبق مدل موريسون برای توصیف استراتژی کارآفرینی سازمانی، از چه معیارهایی برای شناخت سازمان استفاده می‌شود؟

- (۱) مخاطره سازمانی و کارآفرینی نهادی (۲) کارآفرینی استراتژیک و رفتارهای سازمان
(۳) صلاحیت‌های سازمان و مخاطره سازمانی (۴) مخاطره سازمانی و کارآفرینی استراتژیک

گزینه ۴

نکته؛ انواع کارآفرینی در یک طبقه‌بندی دیگر شامل کارآفرینی خرد و کارآفرینی کلان می‌شود. بر اساس دیدگاه پائولین مطالعات تجویزی و مطالعات کارکردی جزء کارآفرینی خرد محسوب می‌شود. همچنین محیط سیاسی، محیط اقتصادی، محیط فرهنگی جزء مؤلفه‌های کارآفرینی در سطح کلان می‌باشد. ویژگی‌های روان‌شناختی، کارآفرین در سطح شرکت، ارتباط با جامعه و نقش دولت در کارآفرین جزء روندهای تحقیقاتی پائولین در ارتباط با کارآفرینی می‌باشد.

تست؛

سه جز از روند تحقیقاتی پائولین در ارتباط با کارآفرینی بعد از «ویژگی‌های روان‌شناختی» به ترتیب کدامند؟

(۱) کارآفرین در سطح شرکت - نقش دولت - ارتباط با جامعه
(۲) ارتباط با جامعه - نقش دولت - کارآفرین در سطح شرکت
(۳) کارآفرین در سطح شرکت - ارتباط با جامعه - نقش دولت در کارآفرین
(۴) نقش دولت در کارآفرینی - کارآفرین در سطح شرکت - ارتباط با جامعه

گزینه ۳

تست؛

بر اساس طبقه‌بندی موضوعات کارآفرینی از دیدگاه پاتولین، مطالعات تجویزی و مطالعات کارکردی به ترتیب جزء کدامیک از موضوعات دسته‌بندی می‌شوند؟

- (۱) کارآفرینی خرد - کارآفرینی خرد
(۲) کارآفرینی خرد - کارآفرینی کلان
(۳) کارآفرینی کلان - عناوین مرتبط
(۴) عناوین مرتبط - کارآفرینی کلان

گزینه ۱

نکته؛ با توجه استراتژی‌های توسعه کارآفرینی بادن فولر و استاپ فورد، سه استراتژی زیر در نظر گرفته می‌شود؛

(۱) حضور کارآفرین در سازمان

(۲) بازسازی

(۳) شکستن چارچوب‌ها

بر اساس استراتژی‌های بادن فولر و استاپ فورد، در دو استراتژی بازسازی و تغییر مبتنی بر چارچوب شکنی، ویژگی توانایی یادگیری بسیار ضروری به حساب می‌آید. همچنین استراتژی سوم یا مرحله شکستن چارچوب‌ها به نوآوری شومپتتری معروف است.

تست؛

در بازسازی و تغییر مبتنی بر چارچوب شکنی استراتژی‌های بادن فولر و استاپ فورد، کدام ویژگی ضروری است؟

- (۱) گروه‌گرایی
(۲) توانایی یادگیری
(۳) توانایی حل مشکلات
(۴) داشتن روحیه فراتر از توانایی بالفعل

گزینه ۲

تست؛

در استراتژی‌های توسعه کارآفرینی «بدن فولر و استاپ فورد»، کدام مرحله به نوآوری شومپیتری معروف است؟

(۱) اول یا حضور کارآفرین در سازمان

(۲) دوم یا بازسازی

(۳) سوم یا مرحله شکستن چارچوب‌ها

(۴) اول و دوم

گزینه ۳

نکته؛ از دیدگاه تیمونز نیروهای محرکه‌ی سرمایه‌گذاری جدید یا ایجاد کسب و کار جدید

شامل سه عامل بنیان‌گذار، منابع و فرصت می‌شود.

تست

نیروهای محرکه سرمایه‌گذاری جدید یا ایجاد کسب‌وکار جدید از دیدگاه تیمونز، کدام‌اند؟

(۱) بنیان‌گذار - منابع - فرهنگ کارآفرینانه

(۲) کارآفرین - فرصت - استراتژی

(۳) بنیان‌گذار - منابع - فرصت

(۴) منابع - فرصت - استراتژی

گزینه ۳

نکته؛ محققین بر اساس جنبه‌های رویکرد رفتاری و رویکرد ویژگی‌ها و تعاریف کارآفرینی

به دنبال ارائه مدل‌های کارآفرینی می‌باشند. انواع رهیافت‌های کارآفرینی؛ معمولاً در زمینه

کارآفرینی از دو رهیافت عمده استفاده می‌شود که عبارتند از:

نکته؛ مدل‌های محتوایی؛ کلیه مطالعات و تحقیقات انجام شده در رویکرد ویژگی‌ها که منجر

به شناسایی خصوصیات فردی و شخصی افراد می‌گردد، جزء این طبقه بندی محسوب می

گردد.

نکته؛ هدف از به کارگیری رهیافت محتوایی، متمایز ساختن کارآفرینان از غیر کارآفرینان و

تعیین ویژگی‌های آنان است. بر این اساس ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین عبارتند از نیاز به

توفیق طلبی، تمایل به قبول مخاطره، برخورداری از مرکز کنترل درونی، داشتن روحیه خلاق و

تحمل ابهام.

نکته؛ اینکه کارآفرینان تمایل دارند تا فکر کنند که خودشان راه و روش هر چیزی را می‌دانند و شانس و اقبال نقش و تأثیری در زندگی شخصی و کاری آنان ندارد، بیانگر مرکز کنترل درونی کارآفرینان است.

تست؛

کدام ویژگی روانشناختی کارآفرینان بیانگر موضوع زیر است:
«کارآفرینان تمایل دارند فکر کنند که خودشان راه و روش هر چیزی را می‌دانند و شانس و اقبال نقش و تأثیری در زندگی شخصی و کاری آنان ندارد.»

(۲) فرصت‌طلبی

(۱) استقلال

(۴) مرکز کنترل

(۳) تحمل ابهام

گزینه ۴

نکته؛ به دلیل محدودیت تحقیقات در پرداختن و اظهار نظر قطعی راجع به ویژگی‌های فردی، ارائه این مدل‌ها عقیم مانده است. براین اساس محققین به جای پرداختن به رویکرد ویژگی‌ها، به رویکرد رفتاری و مدل‌های فرآیندی روی آوردند.

نکته؛ اصلاحاتی همچون کارآفرینی نوپا، کارآفرینی نوظهور و کارآفرینی تأسیسی در مکتب کارآفرینی رفتاری مطرح می‌شوند.

تست؛

اصلاحاتی همچون کارآفرینی نوپا، کارآفرینی نوظهور و کارآفرینی تأسیسی، در کدام مکتب کارآفرینی مطرح می‌شوند؟

(۲) ویژگی‌های شخصی

(۱) رفتاری

(۴) کلاسیک

(۳) اثریش

گزینه ۱

نکته؛ فرآیند رویدادی؛ در این دیدگاه کارآفرینی فرآیندی است که در آن فرد کلیه فعالیت‌های کارآفرینانه را برنامه‌ریزی، اجرا و کنترل می‌نماید و محققین معتقدند که بروز برخی عوامل محیطی و تأثیر آن بر فرد، نقش بسیار تعیین‌کننده‌ای در تصمیم‌وی به کارآفرین شدن دارد.

مهمترین مدل های ارائه شده از این دسته عبارتند از: مدل رویدادی آلبرت شاپیرو در سال ۱۹۷۵، مدل رویدادی فرای در سال ۱۹۹۳، مدل رویدادی ویلیام بای گریو در سال ۱۹۹۴.

نکته؛ هدف از به کارگیری این رهیافت، تمرکز بر شناسایی فعالیت های کارآفرینان و بیان ماهیت کارآفرینی است. در قلمرو مطالعه این رهیافت، بررسی همه عوامل اثر گذار در تاسیس یک شرکت جدید، مانند محیط، فرد، فرآیند و سازمان مد نظر قرار می گیرد. برای مثال مواردی نظیر دسترسی به سرمایه، حضور کارآفرینان مجرب، وجود نیروی کار ماهر (از نظر فنی)، میزان دسترسی به عرضه کنندگان، مشتریان یا بازارهای جدید بررسی می شوند. افراد نیز از نظر نظر دارا بودن خصوصیات کارآفرینی مورد بررسی قرار می گیرند.

نکته؛ از نظر فرای سه مجموعه عبارتند از متغیرهای مقدم یا پیشینه، متغیرهای تسریع کننده یا حرکت دهنده، و متغیرهای توانبخشی. هر سه گروه از متغیرها به عنوان نیروهای انگیزشی در تصمیم گیری کارآفرین دخالت می کنند.

عامل مقدم؛ عامل مقدم با متغیرهای زمینه ساز در ارتباط است. این موفقیت ها یا ویژگی ها، عواملی هستند که باعث می شوند، فرد به طور نا خودآگاه یا خودآگاه امکانات کارآفرینی را مورد بررسی قرار دهد. بعضی از این متغیرها ماهیتا تاریخی یا محیطی می باشند. برای مثال، بسیاری از کارآفرینان در خانواده هایی کارآفرین دنیا می آیند. برای بسیاری از آنها نیز در اوایل زندگی شان حوادثی پیش آمده که شخصیت کارآفرین آنها را شکل داده است.

عامل تسریع کننده؛ در حالی که عامل مقدم در طول زمان باعث ایجاد شرکت نوپا می شود. عامل تسریع کننده، حادث یا موقعیتی است که بطور ویژه ای عمل کارآفرینی را سرعت می بخشد. اینها، حوادث برجسته زندگی می باشند و شامل تحولات شخصیتی، مالی یا حرفه ای در زندگی یک کارآفرین می باشند که در تصمیم گیری کارآفرین تاثیر گذار می باشند. برای مثال، اخراج شدن از یک کار می تواند یک عامل تسریع کننده باشد. آشنا شدن با یک کارآفرین دیگر که در پی یک شریک می باشد می تواند عامل ترک شغل جاری شخص و تبدیل شدن وی به یک کارآفرین باشد.

عوامل توانبخش؛ متغیرهای مقدم و تسریع کننده، انگیزه بالقوه کارآفرین برای تاسیس کارآفرینی را بوجود می‌آورند. اما، این مساله بدین مفهوم نیست که شرکت نوپا به طور واقعی تاسیس خواهد شد. برانگیخته شدن برای راه اندازی یک تشکیلات اقتصادی، بدین مفهوم نیست که شروع آن تشکیلات، عاقلانه یا امکان پذیر خواهد بود. فرد کارآفرین تنها یکی از اجزاء تشکیل دهنده شرکت‌های نوپای کارآفرینانه است. دو جزء فرصت و منابع، در تصمیم گیری برای تاسیس شرکت‌های نوپا حیاتی می باشند. که آنها را عامل توانبخش می‌نامیم. معادله کارآفرینی را می‌توان برای در بر گرفتن این دو متغیر مهم گسترش داد.

نکته؛ فرای بر این باور است که فرآیند کارآفرینی شامل کلیه فعالیت‌ها، وظایف و اقدامات مرتبط با درک فرصت‌ها و ایجاد سازمان‌ها برای تعقیب فرصت‌هاست. کارآفرینی فرآیندی است که از اجزا و عناصر مختلفی تشکیل شده است؛

عناصر	اقدام مورد نیاز
کارآفرین	یک فرد تصمیم آگاهانه‌ای می‌گیرد تا کسب و کار کارآفرینانه‌ای را به انجام برساند. این عنصر کلیدی‌ترین جزء فرآیند کارآفرینی است.
فرصت	فرصت‌های زیادی در جامعه برای کسب و کار وجود دارد. ولی کارآفرین فرصت‌های با ظرفیت بالا در بازار را شناسایی و مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌دهد.
ساختار	کارآفرین برای شروع کسب و کار به صورت مالکیت فردی یا شراکت با فرد دیگر و یا به صورت شرکت تصمیم می‌گیرد. کارآفرین قالب ساختاری (فردی، شراکتی، شرکتی) فعالیت خود را آغاز می‌کند.
منابع	منابع مالی و انسانی مورد نیاز مورد شناسایی قرار می‌گیرد و از تعهد سرمایه‌گذاران خاطر جمع می‌شود یعنی حمایت سرمایه‌گذاران جلب می‌شود.

اهداف کل، استراتژی‌ها و برنامه‌های عملیاتی تفصیلی کسب و کار تعیین می‌شوند.

استراتژی

تست؛

عناصر تشکیل دهنده فرایند کارآفرینی از نظر فرای کدام است؟

- (۱) کارآفرین - فرصت - ساختار - منابع - استراتژی
(۲) کارآفرین - منابع - نوآوری - فرصت - تیم کاری
(۳) کارآفرین - محیط - منابع - فرهنگ - استراتژی
(۴) کارآفرین - فرصت - فرهنگ - ساختار - مدیریت

گزینه ۱

تست؛

چگونگی و شیوه اقدام به کارآفرینی در کدام طبقه مطالعات کارآفرینی قرار می‌گیرد؟

- (۱) پژوهش‌های فرآیندی (۲) پژوهش‌های محتوایی (۳) پژوهش‌های پیامدی (۴) پژوهش‌های بنیادی

گزینه ۱

تست؛

کدام یک از موارد جزء پیش‌فرض‌های مکتب کارآفرینی در زمینه استراتژی محسوب نمی‌شود؟

- (۱) تدوین استراتژی فرآیندی جسورانه تلقی می‌شود.
(۲) استراتژی کارآفرینانه شکل موقعیت به خود می‌گیرد.
(۳) استراتژی به عنوان یک دورنما و خط مشی بلندمدت در ذهن رهبر نقش می‌بندد.
(۴) فرآیند تشکیل استراتژی در بهترین شکل خود فرآیندی نیمه‌آگاهانه است که ریشه در تجربه و شهود رهبر دارد.

گزینه ۱

تست؛

از دیدگاه فرای، در کدام مرحله از مدل کارآفرینی شرکتی، تعهد کامل از سوی مدیریت عالی لازم است؟

- (۱) تعیین مدل کارآفرینی شرکتی
(۲) پاداش به کارآفرینان سازمانی
(۳) شناسایی استعدادها کارآفرینانه
(۴) توسعه فرهنگ کارآفرینانه

گزینه ۴

نکته؛ مدل رویدادی آلبرت شاپیرو؛ آلبرت شاپیرو "استاد دانشگاه ایالت اوهایو پیشنهاد داد که ما باید بیش از آنکه بر فرد کارآفرین تمرکز نمائیم باید به رویداد کارآفرینی توجه کنیم. چرا که چنین دیدگاهی کلیه مشکلات مربوط به تعاریف کارآفرین را کنار می گذارد. در این زمینه او بیان می دارد که «رویداد کارآفرینی» در بر گیرنده موارد زیر است:

- ابتکار: یک فرد یا گروه، ابتکاری را انجام می دهد.
- مدیریت اجرایی: کسانی که ابتکار را در دست دارند و مدیریت سازمان را بر عهده می گیرند.
- استقلال نسبی: مبتکران، به آزادی نسبی برای تخصیص منابع نیاز دارند.
- مخاطره پذیری: مدیران و مبتکران در موفقیت یا عدم موفقیت سازمان سهیم هستند.

نکته؛ شاپیرو در مدل رویداد کارآفرینانه خود بیان می کند که عواملی همچون مطلوبیت درک شده، امکان پذیری درک شده و قصد فرد برای راه اندازی در انتخاب شخص برای شروع یک کسب و کار یا فعالیت اقتصادی جدید تأثیرگذار است.

در «مدل رویداد کارآفرینانه شاپیرو»، انتخاب شخص برای شروع یک کسب و کار یا فعالیت اقتصادی جدید به چه عواملی بستگی دارد؟

- (۱) مطلوبیت درک شده، امکان پذیری درک شده، قصد فرد برای راه اندازی
- (۲) نگرش به رفتار، مطلوبیت درک شده، امکان پذیری درک شده
- (۳) هنجارهای ذهنی، قصد رفتار، مطلوبیت درک شده
- (۴) هنجارهای ذهنی، نگرش به رفتار، قصد رفتار

نکته؛ الگوی تشخیص فرصت بر مبنای خلاقیت؛ لامپکین و همکارانش (۲۰۰۲) در الگوی فرآیند تشخیص فرصت های کارآفرینانه بر خلاقیت محوری تأکید می کردند. لامپکین و همکارانش این الگو را شامل ۵ مرحله مهم می داند؛

۱. آماده سازی

۲. پرورش

۳. دستیابی به بینش

۴. ارزیابی

۵. توجه به جزئیات

تست؛

الگوی فرآیند تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه، لامپکین و همکارانش (۲۰۰۲) بر اساس کدام الگو شکل گرفته است؟
(۱) فرآیند محور (۲) کشف فرصت (۳) نوآوری محور (۴) خلاقیت محور

گزینه ۴

نکته؛ مدل رویدادی ویلیام گریو؛ از نظر وی عوامل مهم در رخداد کارآفرینی عوامل شخصی، روانی و محیطی می باشند. اینها عواملی هستند که باعث تولد یک موسسه جدید می شوند، یک شخص، فکر نو برای ایجاد تشکیلات اقتصادی جدید را یا از طریق تحقیقات دقیق و یا بطور تصادفی بدست می آورد. تصمیم گیری یا عدم تصمیم گیری برای پیگیری آن فکر به عواملی همچون زمینه‌های شغلی، خانواده، دوستان، الگوی نقش، وضعیت اقتصاد و قابل دسترس بودن منابع بستگی دارد.

نکته؛ فرآیند چند بعدی؛ در این دیدگاه کارآفرینی یک چارچوب چند بعدی و پیچیده می باشد و کلیه عوامل شامل فرد کارآفرین و ویژگی‌های او، مهارت‌ها و سبک‌های مدیریتی او، فرهنگ، استراتژی، ساختار، نظام و سازمان را در بر می گیرد. برخی از مدل‌های ارائه شده توسط محققین در این زمینه عبارتند از:

- مدل فرآیندی جفری تیمونز و دیگران
- مدل چند بعدی ویلیام گارتنر
- مدل فرآیندی "چل" و "هاورس"
- مدل فرآیندی استیونسون و دیگران
- مدل یکپارچه کارآفرینی "نیوالی" و "فوگل".

نکته؛ مدل فرایندی جفری تیمونز و دیگران؛ وی در مدل خود، محیط، ویژگی‌های شخصیتی، انگیزه‌ها، رفتار، اهداف و نتایج را در نظر می‌گیرد و بر توانایی سرمایه‌گذاری بر فرصت‌ها تکیه می‌نماید. بنابراین این نظریه فرصت محور است و زیربنای آن پایداری است. همچنین کارآفرین را فردی می‌پندارد که دارای مهارت‌های چندگانه است.

کدام مورد درباره مدل فرایندی جفری تیمونز درست است؟

- (۱) منبع محور است و زیربنای آن پایداری است. (۲) فرصت محور است و زیربنای آن پایداری است.
(۳) فرصت محور است و زیربنای آن منابع کافی است. (۴) منبع محور است و زیربنای آن فرصت است.

نکته؛ رویکرد منبع محور در کارآفرینی نشان می‌دهد که منابع بنگاه به طور همزمان با ارزش، کمیاب، غیرقابل تقلید و جایگزین ناپذیر می‌باشند. نقطه تمرکز این دیدگاه از محیط رقابتی به منابع موردنیاز بنگاه‌ها برای رقابت تغییر یافته است. منابع، قلب تپنده دیدگاه مبتنی بر منابع می‌باشند که شامل دارائی‌های فیزیکی ویژه برای مثال تجهیزات ویژه، موقعیت‌های جغرافیائی دارائی‌های انسانی و دارائی‌های سازمانی بوده که می‌توانند برای پیاده‌سازی استراتژی‌هایی که ارزش‌آفرین هستند، به کار روند. بر اساس نظریه بنگاه منبع محور، سازماندهی منابع بنگاه با توجه به توانایی خلق ارزش و توانایی انعطاف‌پذیری و پویایی صورت می‌گیرد.

تست؛

- در کدام نظریه بنگاه، سازماندهی منابع بنگاه براساس توان خلق ارزش و توان انعطاف و پویایی است؟
(۱) منبع محور (۲) قابلیت پویا
(۳) بنگاه کارآفرینانه (۴) وابستگی به منبع

نکته؛ هدف اصلی نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده در کارآفرینی پیش‌بینی فعالیت و شناخت دلایل رفتار است. بر اساس نظریه‌ی رفتار برنامه‌ریزی شده، عوامل شکل‌دهنده‌ی نیت و قصد شامل نگرش فرد نسبت به رفتار، هنجارهای ذهنی و کنترل رفتار ادراک شده می‌باشد.

تست؛

طبق نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده، عوامل شکل‌دهنده نیت (قصد) کدام‌اند؟

(۱) نگرش فرد نسبت به رفتار، هنجارهای ذهنی، کنترل رفتار ادراک‌شده

(۲) باورهای رفتاری، نگرش نسبت به رفتار، گرایش به عمل

(۳) هنجارهای ذهنی، کفایت نفس، باورهای ذهنی

(۴) باورهای رفتاری، کنترل رفتار ادراک‌شده، گرایش به عمل

گزینه ۱

تست؛

هدف اصلی کدام یک از نظریه‌های کارآفرینی، پیش‌بینی فعالیت و شناخت دلایل رفتار است؟
(۱) مطلوبیت (۲) استعداد شخصی (۳) کنش معقول (۴) رفتار برنامه‌ریزی شده

گزینه ۴

نکته؛ اگر کسب و کارها را بتوان موجوداتی زنده تصور کرد، نظریه تکامل را هم می‌تواند برای آنها وارد دانست. نظریه تکامل دارای یک ایده اصلی است که نشان می‌دهد سازمان‌هایی که به طور معمول در محیط‌های ثابت فعالیت می‌کنند، وظایف خودنگهدارندگی را بهتر انجام می‌دهند تا سازمان‌هایی که در محیط‌های در حال تغییر فعالیت می‌نمایند.

تست؛

«سازمان‌هایی که به طور معمول در محیط‌های ثابت فعالیت می‌کنند، وظایف خود نگهدارندگی را بهتر انجام می‌دهند تا سازمان‌هایی که در محیط‌های در حال تغییر فعالیت می‌نمایند،» ایده اصلی کدام نظریه است؟
(۱) شبکه (۲) تکامل (۳) نهادی (۴) حاشیه‌ای شدن

گزینه ۲

نکته؛ تئوری پردازان مکتب هزینه‌ی مبادله - کارگزاری از طریق ادغام عمودی بعضی هزینه‌های داد و ستد را در اعطای نمایندگی کاهش می‌دهند. استفاده از نظریه هزینه داد و ستد برای هماهنگی فعالیت‌ها، بخش اعظم نیاز به سلسله مراتب عمودی سازمان‌های سنتی را حذف می‌کند و این امر هزینه‌های سربار اداری را کاهش می‌دهد.

تست؛

به چه طریقی تئوری پردازان مکتب هزینه مبادله - کارگزاری در اعطای نمایندگی، بعضی هزینه های داد و ستد را کاهش می دهند؟

(۱) ادغام افقی (۲) رهبری هزینه (۳) ادغام عمودی (۴) هم پیمانی استراتژیک

گزینه ۳

نکته؛ ویژگی های شخصیتی کارآفرین به طور کلی شامل موارد زیر می شود؛

تعهد، قاطعیت، پایداری، پشتکار، عزم، یکپارچگی، اعتماد

• عناصر شناختی

حل مشکل، هدف گیری، بصیرت، قدرت درک، هوشمندی، فراست شغلی

• قدرت انگیزش

در انجام کار کاملاً رقابتی، توفیق طلب

• انتظار موفقیت

اعتماد به نفس، متکی به خود، خودآگاه

• مهارت ها

تشکیل تیم، توانایی انگیزش، یادگیری از اشتباهات، سرمایه گذاری در فرصت ها

نکته؛ مدل چند بعدی ویلیام گارتنر؛ وی چهار عنصر فرد، محیط، سازمان و فرایند را در ایجاد یک شرکت نوپا دخیل دانست و آنها را با یکدیگر مرتبط دانست.

تست؛

مدل چند بعدی ویلیام گارتنر (۱۹۸۵) شامل کدام یک از عناصر می باشد؟
(۱) افراد، محیط، فرآیند، سازمان
(۲) ورودی، محیط، زمینه، فرآیند
(۳) زمینه، محیط، سازمان، نتایج
(۴) ورودی، زمینه، فرآیند، خروجی

گزینه ۱

نکته: اندیشمندی به نام ویلیام بای گریو معتقد بود کارآفرین کسی است که یک فرصت را در می یابد و برای پیگیری آن فرصت، یک سازمان را راه اندازی می کند.

جمله «کارآفرین کسی است که یک فرصت را در می یابد و برای پیگیری آن فرصت، یک سازمان را راه اندازی می کند» متعلق به کدام یک از اندیشمندان حوزه مدیریت می باشد؟
(۱) ویلیام بای گریو
(۲) جفری تیمونز
(۳) پیتر دراگر
(۴) پینکات

نکته: مدل فرایندی «چل» و «هاورس»؛ «چل» و «هاورس» یکی از جامع ترین مدل های کارآفرینی را در سال ۱۹۸۸ ارائه نمودند. این مدل شامل ویژگی های شخصیتی و عناصر شناختی می باشد و همچنین بر قدرت سرمایه گذاری در فرصت ها که مخالف تجهیز منابع می باشد، تاکید دارد. در این مدل کارآفرین موفق فردی شمرده می شود که مهارت های مختلفی همچون تشکیل تیم های کاری و انجام کار با کمک دیگران را داشته باشد.

نکته: وظایف اساسی که «کی یر لوف» برای کارآفرینان موفق تعیین کرده است، شامل نوآوری، سرمایه گذاری و مدیریت می شود.

تست:

وظایف اساسی که «کی یر لوف» برای کارآفرینان موفق تعیین کرده است، کدامند؟
(۱) سرمایه گذاری - فرصت شناسی - مدیریت
(۲) نوآوری - سرمایه گذاری - مدیریت
(۳) نوآوری - سرمایه گذاری - فرصت شناسی
(۴) نوآوری - فرصت شناسی - توانایی تحمل ابهام

گزینه ۱

نکته؛ مدل یکپارچه کارآفرینی “نیاوالی” و “فوگل”؛ این دو محقق ضمن مطالعات خود چهار عنصر اصلی را معرفی نمودند که بطور تقویت‌کننده یا تضعیف‌کننده تاثیر زیادی بر فرایند ایجاد شرکت‌های نوپا دارد. چهار عامل عبارتند از:

(۱) رویکردها و سیاست‌های دولت

(۲) شرایط اجتماعی و اقتصادی

(۳) مهارت‌های شغلی و کارآفرینی

(۴) حمایت‌های مالی و غیر مالی

کلیه این عوامل رابطه مستقیم با ایجاد شرکت‌های جدید دارند. فرآیند با کارآفرین شروع می‌شود، که تصمیم آگاهانه می‌گیرد تا یک فعالیت اقتصادی را شروع کند. پس از آن فرصت برای تعیین حجم برگشت از سرمایه قابل انتظار مورد تجزیه و تحلیل قرار می‌گیرد. سپس ساختار باید تعیین شود، مانند شکل مالکیت و رابطه با امتیاز دهندگان یا شرکت‌های دیگر، پس از آن تمام منابع مهم باید فراهم شوند. سپس هنگامی که مرحله شروع پایدار به نظر می‌رسد، استراتژی معینی باید ایجاد گردد.

نکته؛ نظریه عمومی کارآفرینی شین، تجزیه و تحلیل کارآفرینی را با ارائه یک چارچوب مفهومی به شیوه‌ای منسجم شرح می‌دهد. این چارچوب تجزیه و تحلیل بخش‌های مختلف فرایند کارآفرینی، مهارت‌ها و استراتژی‌های مورد استفاده برای سازماندهی و بهره‌برداری از فرصت‌ها و شرایط محیطی مناسب برای آنها را شامل می‌شود. فرضیه بنیادین و رویکرد نظریه عمومی کارآفرینی شین به عنوان یک رویکرد بین رشته‌ای، پیوند افراد جسور و فرصت‌های ارزشمند است.

تست؛

فرضیه بنیادین و رویکرد نظریه عمومی کارآفرینی «شین» کدام است؟

(۱) پیوند افراد جسور و فرصت‌های ارزشمند - رویکرد بین‌رشته‌ای

(۲) در بطن کارآفرینی ریسک وجود دارد - رویکرد بین‌رشته‌ای

(۳) کارآفرینی یک اقدام جمعی است - رویکرد اقتصادی

(۴) پیوند افراد جسور و فرصت‌های ارزشمند - رویکرد اجتماعی

گزینه ۱

نکته؛ تیم‌های کارآفرین زمینه‌ای را فراهم می‌کنند که در آن منابع مختلف با هم ترکیب می‌شوند. بدون مشاهده مستقیم منابع جمع‌آوری شده، درک نحوه کارکرد منابع و مکمل‌های تأسیس تیم کار دشوار و خطرناکی است. ترکیبات اعضای تیم کارآفرینانه منجر به ایجاد درصد متفاوتی از منابع مختلف شده و این موضوع نیز ناظر بر تنوع در تیم‌ها است. در تیم‌های کارآفرینانه آشیانه‌ای، یک کارآفرین در یک دوره زمانی، چشم‌اندازی کلی برای تعقیب فرصت‌ها ارائه می‌دهند و سپس خود به عنوان کارآفرین زبردست در زمان بعدی عمل می‌کند.

نکته؛ یک تیم کارآفرینانه به مراتب نتایج بهتر و سریع‌تری را نسبت به کارآفرین انفرادی و تنها ایجاد خواهند کرد و همین تیم در صورت ناکارآمد بودن می‌توانند به ضررهای مکرر و در نهایت از بین رفتن کسب و کار منتج شوند. بنابراین امروزه موضوع تیم‌های کارآفرینی، عملکرد تیم‌ها، چینش و ترکیبات تیم، عناصر مؤثر بر ساختار تیم و همچنین تأثیر تیم بر عملکرد کلی سازمان در راستای رسیدن به اهداف، موضوعی داغ و در حال رشد و بررسی است.

تست؛

در کدام نوع تیم‌های کارآفرینانه، یک کارآفرین در یک دوره زمانی، چشم‌اندازی کلی برای تعقیب فرصت‌ها ارائه می‌دهد و سپس خود به عنوان کارآفرین زبردست در زمان بعدی عمل می‌کند؟

(۱) کارآفرینانه انفرادی (۲) کارآفرینانه نوظهور

(۳) کارآفرینانه آشیانه‌ای (۴) کارآفرینانه صرفه‌جوی مختلط

نکته؛ رهبری کارآفرینانه شیوه‌ای برای اعمال نفوذ و هدایت کسب‌وکارهای کارآفرینی است که به ایده‌های نو و نوآوری سازمانی منجر می‌شود. در کسب‌وکارهای مبتنی بر کارآفرینی، استراتژی رهبری کاملاً جدیدی موردنیاز است که آن را رهبری کارآفرینانه می‌نامند. استراتژی‌های رهبری کارآفرینانه شامل کاوشگری، جستجوگری، شتاب‌گری و تلفیق‌گری می‌شود.

نکته؛ رهبری کارآفرینانه را توانایی برقراری ارتباط میان دیدگاه‌های مختلف برای درگیر شدن تیم‌ها در شناسایی، توسعه و استفاده از فرصت‌ها، ایجاد ارزش برای سازمان، تأثیرگذاری و هدایت عملکرد گروهی برای دستیابی به اهداف سازمانی از طریق شناخت و کشف فرصت‌ها تعریف می‌کنند. به عبارت دیگر، نوعی از رهبری است که سطوح بالایی از اعتماد و تعامل در سازمان‌ها را در ارتباط با مسئولیت‌های مدیریتی و خلاقیت افزایش می‌دهد. همچنین موجب تقویت و گسترش اصلاحات اداری و شیوه‌های مدیریت در سیستم جدید می‌شود.

نکته؛ ویژگی‌های رهبری کارآفرینانه؛ اندیشمندان و پژوهشگران ویژگی‌های متعددی را برای رهبری کارآفرینانه برشمرده‌اند. بر اساس نظر کوراتکو، ویژگی‌های رهبری کارآفرینانه عبارت‌اند از؛

- الهام بخشی
- انگیزش سریع یک گروه صاحب ایده‌های جدی
- هدایت افراد در تبدیل این دیدگاه مشترک به واقعیت

تست؛ کدام یک از موارد زیر جزء استراتژی‌های رهبری کارآفرینانه محسوب نمی‌شود؟

- (۱) جستجوگری
- (۲) تلفیق‌گری
- (۳) پویاگری

۴) شتاب‌گری

تست؛

استراتژی‌های رهبری کارآفرینانه کدام‌اند؟

- (۱) تحول‌آفرین - تفویضی - فرصت‌گرایی - کاوشگری
(۲) کاوشگری - جستجوگری - شتاب‌گری - تلفیق‌گری
(۳) کاوشگری - جستجوگری - فرصت‌گرایی - تحول‌آفرین
(۴) تفویضی - کاوشگری - فرصت‌گرایی - جستجوگری

گزینه ۲

تست؛

در کدام نوع از استراتژی رهبری کارآفرینانه، کارکنان و مدیران سازمان توانایی کارآفرینانه دارند، اما به دلایلی از جمله مشکلات انگیزشی، به کارآفرینی و اجرای فعالیت‌های کارآفرینانه در شرکت تمایل ندارند؟

- (۱) راهبرد شتابگری
(۲) راهبرد کاوشگری
(۳) راهبرد تلفیق‌گری
(۴) راهبرد جست‌وجوگری

گزینه ۴

نکته؛ نظریه سرهم‌بندی خلاق تلاش دارد تا کارآفرینی را در شرایط محدودیت منابع توضیح دهد. مفهوم بریکلاژ **bricolage** به این معنی است که تحول و ابداعات به ندرت شکل‌های گزینی به خود می‌گیرند، بلکه همه آنها باز ترکیب و باز ترتیبی از الگوهای گذشته به شمار می‌روند. بنابراین، ساخت ایده اغلب نه بر روی خرابه‌ها بلکه با خرابه‌های قدیمی و همچنین منابع در دسترس که برای پاسخ به مسائل سیاستی دوباره به کار گرفته شده‌اند، تحقق می‌یابد. استراوس در کتاب ذهن وحشی خود برای اولین بار مفهوم سرهم‌بندی را برای توصیف حالت خاصی که در آن کنشگران انسانی به محیط‌شان مرتبط می‌شوند، معرفی کرد. در واقع استراوس سرهم‌بندی را به عنوان نظریه‌ای درباره اینکه چگونه معناها به ابژه‌ها و قواعد

نهادی اختصاص می‌یابند و چه ترکیباتی می‌تواند در جامعه به کار رود، مطرح ساخت. استراوس فعل سرهم بند را برای تأکید بر یک حرکت پیش‌بینی ناپذیر به کار گرفت که در آن انتخاب تنها به وسیله عناصر موجود یا در دسترس محدود می‌شود.

این مفهوم در طول دو دهه گذشته در علوم اجتماعی رواج گسترده‌ای یافت و به انسان‌شناسی، علوم شناخت، فناوری اطلاعات، کارآفرینی، نظریه سازمانی و... نیز سرایت کرد.

کدام نظریه، کارآفرینی را در شرایط محدودیت منابع توضیح می‌دهد؟

- | | |
|-------------|--------------------|
| (۱) کرزنر | (۲) شومپتر |
| (۳) اثرسازی | (۴) سرهم‌بندی خلاق |

گزینه ۴

نکته؛ رویکرد خلق فرصت و رویکرد کشف فرصت؛

اگر کارآفرینی را به عنوان فرآیند کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها معرفی کنیم که با توجه به منابع موجود به دنبال ایجاد ارزش جدید می‌باشد، فرصت از جایگاه خاصی در این فرآیند برخوردار است، که از یک طرف برای کارآفرینان یک عامل توانمندساز محسوب می‌شود. چنین می‌توان گفت که عاملی که در خصوص بهره‌برداری از فرصت بر تصور فرد از ارزش ناشی از آن اثر دارد، ماهیت فرصت است. از طرفی برای خود کارآفرینی ایجاد یک حوزه جدید از سایر علوم کرده که به آن استقلال و مشروعیت می‌بخشد. لذا اگر فرصت‌های کارآفرینانه را مهمترین عنصر کلیدی در ساختار فرآیندی کارآفرینی بدانیم در زمینه ایجاد و منشاء شکل‌گیری آن دو جریان نظری شاخص وجود دارد. رویکرد خلق و رویکرد کشف فرصت. در دیدگاه خلق مدیریت عدم اطمینان از طریق اثرسازی و عرضه و تقاضا ناشناخته است. پیش فرض دیدگاه کشف فرصت این است که فرصت‌ها در اثر نقایص بازار یا در نتیجه تغییرات تکنولوژی، ترجیحات مصرف‌کننده یا دیگر ویژگی‌های صنعت یا بازار مورد نظر به وجود می‌آیند. همچنین در رویکرد کشف فرصت باید توجه داشت که منظور از فرصت، فرصت‌های عینی می‌باشد.

تست؛

عاملی که در خصوص بهره‌برداری از فرصت بر تصور فرد از ارزش ناشی از آن اثر دارد، کدام است؟

(۱) تفاوت‌های فردی
(۲) خودکارآمدی شخصی
(۳) ماهیت فرصت
(۴) ضریب کارآفرینی

گزینه ۳

تست؛

در کدام دیدگاه فرصت کارآفرینانه، مدیریت عدم اطمینان از طریق اثرسازی و عرضه و تقاضا ناشناخته است؟

(۱) کشف
(۲) تشخیص
(۳) خلق
(۴) تشخیص و کشف

گزینه ۳

تست؛

در کدام رویکرد به فرصت‌های کارآفرینانه، فرصت‌ها عینی هستند؟

(۱) ساخت
(۲) منبع‌محور
(۳) خلق فرصت
(۴) کشف فرصت

گزینه ۴

تست؛

کدام مورد، فصل مشترک مکتب اقتصادی و مکتب اجتماعی - سیاسی به‌عنوان مکاتب فکری فرصت‌های کارآفرینانه است؟

(۱) تأکید بر فرآیندهای سیاسی
(۲) تأکید بر ویژگی‌های عینی فرصت
(۳) فرصت‌های کارآفرینانه به‌عنوان پدیده‌های ذهنی
(۴) تفاوت در توزیع دانش به‌عنوان منبع اصلی فرصت‌های کارآفرینانه

گزینه ۲

نکته؛ اثرسازی یک اصل است که توسط ساراسواتی در سال ۲۰۰۱ معرفی شده است. از سال ۱۹۹۷، ساراسواتی تحقیقاتی را بین ۴۵ کارآفرین کارآزمایی انجام داد. ساراسواتی با کارآفرینان مصاحبه کرد و به آنها اجازه داد تا موارد را حل کنند تا ببینند که چگونه فکر می‌کنند و از کجا شروع می‌شوند. به نظر می‌رسد که ۸۹ درصد کارآفرینان متخصص، اغلب از اثربخشی و عواقب آن استفاده می‌کنند.

نکته؛ ساراسواتی برای تفکر کارآفرینانه به دو منطق اشاره کرد؛ منطق اثرسازی که اغلب در شرایط بی اطمینانی مطرح است و فرایند حل مسئله در شرایطی صورت می‌گیرد که آینده قابل پیش بینی نیست و تصمیم گیرندگان با توجه به ابزارهای در اختیار، به شکل دهی یا کنترل خروجی اقدام می‌کنند. در مقابل منطق علی است که اغلب برای تصمیم‌گیری در شرایطی استفاده می‌شود که بی اطمینانی وجود ندارد یا پایین است. در مواردی که اثرسازی در موقعیت‌های نااطمینانی استفاده می‌شود، زمانی که آینده قابل پیش‌بینی است، استدلال علی وجود دارد. با استدلال علی، کارآفرینان اهدافی را برای دستیابی و جستجو برای منابع تعیین می‌کنند. در مقابل کارآیی، کارآفرینان اهداف را با توجه به منابع موجود در اختیار خود قرار می‌دهند. منطق اثرسازی مانند دنده ۱ و ۲ است شما به آنها نیاز دارید تا کسب و کار خود را آغاز کنید، اما در نهایت، شما از منطق فعلی دور می‌شوید. اثرسازی را می‌توان دسته‌ای از فعالیت‌ها دانست که شامل:

- یک چارچوب تفکر
- مجموعه‌ای از اکتشافات
- انجام کارهای قابل انجام
- فکر به این که چگونه محصولات و خدمات قابل فروش را ایجاد کنید.

اما اثرسازی را نباید با موارد زیر اشتباه گرفت؛

- یک سیستم که به شما بگوید چه کاری باید انجام دهد.
- یک الگوریتم
- برنامه ریزی نکردن
- یک راه برای راه اندازی یک کسب و کار کلی

نکته؛ اصول اثرسازی از دیدگاه ساراسواتی

کارآفرینان راه‌های سختی را طی کرده اند که باعث شده جالب ترین فعالیت ها را حداقل یک بار برای شکل دهی آینده در محیط کسب و کاریشان تجربه کنند که در آن آینده نه تنها غیر قابل پیش بینی بلکه ناشناخته بوده است. هنوز هم، کارآفرینان این آینده غیر قابل پیش بینی را شکل می دهند. آنها از تکنیک‌هایی استفاده می کنند که ریسک پیش بینی را به حداقل می-رساند و به آنها امکان می دهد، آینده را شکل دهند. این پنج اصل، که در زیر آورده شده اند، منطق کلی اثرسازی را تشکیل می دهند؛

(۱) اصل پرنده در دست : (Bird-in-hand Principle)

کارآفرینان با آنچه که دارند آغاز می کنند. آنها به این که چه کسی هستند و چه می دانند و چه کسانی را می شناسند نگاه می کنند. سطح تحصیلات ، طعم و تجربه زندگی آنها نمونه هایی از عوامل است که در این مرحله مهم هستند. علاوه بر این نمونه ها، کارآفرینان به ۳ F's خود نگاه می کنند، که بهتر است به عنوان دوستان، خانواده و احمق‌های دور و بری (Family, Friends, Fools) شناخته شوند. در این اصل ، آنها به توانایی های خود نگاه خواهند کرد. بنابراین یک کارآفرین با هدف مشخصی شروع نمی کند، بلکه با ابزارهایی که دارد در نظر می گیرد که چیزهایی در خود و اطراف خود می بیند و عموماً استدلال عقلانی به طور معکوس با جمع آوری معانی پس از تعیین هدف کار می کند.

تست؛ بر اساس عبارت زیر کدام اصل اثرسازی از دیدگاه ساراسواتی به ذهن متبادر می شود؛

" یک کارآفرین با هدف مشخصی شروع نمی کند، بلکه با ابزارهایی که دارد، چیزهایی که در خود و اطراف خود می بیند، فضای کارآفرینی را در نظر می گیرد".

(۱) اصل پرنده در دست

(۲) اصل لیمونا

(۳) اصل از دست دادن مقرون به صرفه

(۴) اصل دمپایی دیوانه

(۲) اصل از دست دادن مقرون به صرفه (Affordable Loss Principle)

یک کارآفرین بر سود احتمالی تمرکز نمی‌کند، بلکه از زیان‌های احتمالی جلوگیری می‌کند و به چگونگی به حداقل رساندن این ضررها فکر می‌کند. کارآفرینان حرفه‌ای با محدود کردن ریسک بواسطه درک آنچه که می‌توانند در هر مرحله از دست بدهند، به جای جستجوی فرصت‌های بزرگ یا پوچ که ممکن است چیزی نصیب آنها نکند، دست به انتخاب می‌زنند. آنها اهداف و اقداماتی را انتخاب می‌کنند که حتی اگر سیر نزولی اتفاق افتاد، باعث پیشروی آن‌ها بشود. استدلال عقلانی برای اولین بار هدف قرار دادن بازگشت سرمایه و سپس برای به حداقل رساندن خطر مرتبط است. به این اصل زیان قابل قبول (جبران) نیز گفته می‌شود.

a. اصل دمپایی دیوانه (The Crazy Quilt Principle)

کارآفرینان با گروه‌ها و افرادی که می‌توانند به آن‌ها اعتماد کنند، همکاری می‌کنند. این گروه‌ها می‌توانند از دست دادن مقرون به صرفه (Affordable Loss) را با دادن تعهدات محدود کنند. کارآفرینان مشارکت با ذینفعان خودشان انتخاب می‌کنند و با اخذ پیش شرط‌هایی برای کار با شرکا در اوایل این سرمایه‌گذاری، کارآفرینان شرایط عدم اطمینان را کاهش می‌دهند و بازار جدید را با مشارکت کنندگان علاقه‌مند خود ایجاد می‌کنند. باید توجه داشت که ابزارها و اهداف جدید در این نظریه بر اساس کسب تعهد ذی نفعان شکل می‌گیرد.

b. اصل لیموناد: (The Lemonade Principle)

کارآفرینان در مورد چگونگی استفاده از احتمالات نگاه خواهند کرد. کارآفرینان به جای اینکه سناریوهای "چه چیزی" را برای مقابله با بدترین حالت‌ها به کار گیرند، خبرهای "بد" و سورپرایزها را به عنوان سرنخ‌های بالقوه برای ایجاد بازارهای جدید تفسیر می‌کنند. استدلال عقلانی برای به حداقل رساندن احتمال نتایج غیرمنتظره کار می‌کند. به این اصل اهرم‌بندی احتمالات نیز گفته می‌شود.

تست؛

کدام مورد جزو اصول منطق اثرسازی است؟

- (۱) اهرم‌بندی احتمالات - تحلیل رقابتی
- (۲) بازده مورد انتظار - تحلیل شرکا به جای تحلیل رقابتی
- (۳) زیان قابل قبول (جبران) - اهرم‌بندی احتمالات
- (۴) تحلیل رقابتی - زیان قابل قبول (جبران)

گزینه ۳

c. اصل خلبان در هواپیما؛ (The Pilot in The Plane)

در این مرحله، تمام اصول قبلی با یکدیگر ترکیب می‌شوند. آینده را نمی‌توان پیش بینی کرد، اما کارآفرینان می‌توانند برخی از عوامل پیش‌بینی، آینده را کنترل کنند. کارآفرینان متخصص با تمرکز بر کنترل فعالیت‌های خود می‌دانند که اقدامات آنها به نتایج مطلوب منجر می‌شود. در حقیقت دنیای اثربخشی بر این باور است که آینده آشکارا و پیش‌بینی نشده است، ولی با توجه به توانایی‌های شما قابل ساختن است.

در نظریه اثرسازی ساراسواتی، ابزارها و اهداف جدید چگونه شکل می‌گیرند؟

- (۱) تعامل به ذی‌نفعان
- (۲) کسب تعهد ذی‌نفعان
- (۳) زیان قابل قبول
- (۴) شرایط محدود کننده

گزینه ۲

تست: عبارت زیر بیانگر کدام اصل در اثرسازی ساراسواتی است؟

" کارآفرینان باید اهداف و اقداماتی را انتخاب کنند که حتی اگر سیر نزولی اتفاق افتاد، باعث پیشروی آنها بشود."

(۱) اصل خلبان در هواپیما

اصل لیمونا

اصل از دست دادن مقرون به صرفه (عقلانیت اقتصادی)

اصل دمپایی دیوانه

نکته؛ در ادبیات کارآفرینی دو تعبیر عمده وجود دارد. دیدگاه شومپیتری که بر ایده و نوآوری و خلاقیت تأکید می‌کند و دیدگاه کرزنری که بر کشف فرصت کارآفرینانه در فرایند بازار تمرکز دارد. هیچ کدام از این دیدگاه‌ها به جای دیگری قابل استفاده نیست؛ یعنی هر کدام می‌توانند فقط شرایط ویژه‌ای از اقتصاد و بازار را تحلیل کنند. منبع فرصت‌های شومپیتری تغییرات تکنولوژیکی، سیاسی - قانونی و اجتماعی است و منبع فرصت‌های کرزنری خطا در تصمیم‌گیری می‌باشد.

تست؛

- منبع فرصت‌های شومپیتری و فرصت‌های کرزنری، به ترتیب، کدام‌اند؟
- (۱) خطا در تصمیم‌گیری - تغییرات تکنولوژیکی، سیاسی - قانونی و اجتماعی
 - (۲) نیروهای تعادل - تغییرات تکنولوژیکی، سیاسی - قانونی و اجتماعی
 - (۳) نیروهای برهم‌زننده تعادل - تغییرات تکنولوژیکی، سیاسی، قانونی و اجتماعی
 - (۴) تغییرات تکنولوژیکی، سیاسی - قانونی و اجتماعی - خطا در تصمیم‌گیری

گزینه ۴

نکته؛ نظریه "کرزنر"؛ در نظریه کارآفرینی "کرزنر"، فرض اساسی این است که اغلب بازارها در اغلب اوقات ناکارایی دارند و در حالت تعادل نیستند. این مسئله فرصت‌هایی را برای افراد کارآفرین ایجاد می‌کند تا با بهره‌برداری از این ناکارایی‌ها، منابع را با کارایی بیشتری تخصیص داده و خلق ثروت کنند. فرصت‌هایی که کرزنر معرفی می‌کند، باعث تقویت روش‌های از قبل انجام شده برای انجام امور می‌شود. بنابراین کرزنر معتقد است ارائه گونه شناسی از فرصت‌های کارآفرینی بر اساس منشاء و فرآیند شکل‌گیری آنها، بازار همیشه در حالت تعادل نیست و نقش کارآفرین را بردن بازار به سمت حالت تعادل می‌داند و نه بر هم زدن تعادل. فرصت‌های کارآفرینی که کرزنر از آنها صحبت می‌کند لزوماً نتیجه نوآوری نیستند،

بلکه از جنس فرصت‌هایی هستند که ناکارایی در بازار آنها را به وجود می‌آورد. برای مثال، در ساده‌ترین شکل فرصت‌های کرزنری، خرید چیزی در یک مکان و فروش آن به قیمت بالاتر در مکان دیگر است. یا در حالت پیچیده‌تر خرید مواد اولیه، ترکیب آنها با یک فرآیند تولید جدید و فروش محصولی جدید همراه با کسب سود مثال دیگری از فرصت‌های کارآفرینی از دیدگاه کرزنر است. از دیدگاه کرزنر فرصت‌ها زمانی به وجود می‌آیند که تصمیم‌گیرندگان قبلی اشتباهاتی را انجام داده باشند که منجر به ایجاد مازاد و کسری در بازار شود. ابر اساس نظریه اصلاح قیمت کرزنر، کارآفرینی به معنای هوشیاری نسبت به فرصت‌های جدید است.

تست؛

کدام گزینه با نظر کرزنر مطابقت دارد؟

- (۱) فرصت‌های کرزنری نتیجه نیروهای تعادل است، کمیاب هستند و راه‌های تثبیت‌شده انجام امور را تقویت می‌کنند.
- (۲) فرصت‌های کرزنری نتیجه نیروهای تعادل است، فراوان هستند، و بسیار نواورانه هستند.
- (۳) فرصت‌ها زمانی به وجود می‌آیند که تصمیم‌گیرندگان قبلی اشتباهاتی را انجام داده باشند که منجر به ایجاد مازاد و کسری در بازار شود.
- (۴) فرصت‌ها در نتیجه تغییرات تکنولوژیکی، سیاسی، قانونی و اجتماعی - فرهنگی ایجاد می‌شوند.

گزینه ۳

تست؛

کدام نوع فرصت‌ها، باعث تقویت روش‌های از قبل انجام شده برای انجام امور می‌شود؟

- (۱) لاجمعی (۲) شومپتری (۳) کرزنری (۴) کمیاب‌تر و ارزشمندتر

گزینه ۳

تست؛

در کدام نظریه، کارآفرینی به معنای هوشیاری نسبت به فرصت‌های جدید است؟

- (۱) کارآفرینی شومپیتر
(۲) سود نایت
(۳) اصلاح قیمت کرزنر
(۴) کارآفرینی شولتز

گزینه ۳

نکته؛ نظریه "شومپیتر"؛ شومپیتر برخلاف دیدگاه تعادل بازار در اقتصاد، کارآفرینی را به عنوان پدیده‌های در حالت عدم تعادل می‌بیند. در این مدل فرصت‌ها به صورت دوره ای و خارج از یک محدوده اقتصادی در اثر عواملی از جمله ارائه منابع جدید، پیشرفت‌های تکنولوژیک، و توسعه بازارها به وجود می‌آیند. شومپیتر معتقد است که تغییرات در تکنولوژی، نیروهای سیاسی، قوانین، عوامل اقتصاد کلان و روندهای اجتماعی اطلاعات جدیدی را خلق میکند که کارآفرینان میتوانند با استفاده از آنها منابع را به روش جدیدی ترکیب کنند و ترکیبات ارزشمندتری را از آنها خلق کنند.

نکته؛ در مدل شومپیتری کارآفرین، نوآوری دارد و نقش آن تعادل شکنی است که هم باعث تولید ثروت و هم باعث توزیع ثروت می‌شود. در مدل کرزنری کارآفرین، نوآوری ندارد و نقش آن تعادل سازی است که فقط باعث تولید ثروت می‌شود. کارآفرینی کرزنری یا شومپیتری به عنوان مصلح و منجی جامع سرمایه‌داری هستند. به این دلیل که چون جامعه سرمایه داری (کاپیتالیسم) در درون خودش مشکلاتی دارد که یکی از آنها انحصار ثروت در دست عده‌ای معدود است که باعث شکل‌گیری و به وجود آمدن اختلاف طبقاتی می‌شود. از این رو است که کارآفرین باید وارد میدان شود و این شکاف طبقاتی را از بین ببرد و یا آن را کاهش دهد.

تست؛ در مدل کارآفرین، نوآوری دارد و نقش آن تعادل شکنی است که هم باعث تولید ثروت و هم باعث توزیع ثروت می‌شود و در مدل کارآفرین، نوآوری ندارد و نقش آن تعادل سازی است که فقط باعث تولید ثروت می‌شود.

(۱) دراکر - لاجمن

(۲) کرزنر - شومپیتر

۳) شومپیتر - کرزنر

۴) لاچمن - دراگر

تست:

فرق بین عدم تعادل شومپیتر و رویکرد تعادلی اتریش نسبت به کارآفرینی را می‌توان با استفاده از صفت چگونه و مقایسه‌ی نقش‌های کارآفرینان به ترتیب برای کدام کارآفرینان حل و فصل کرد؟
(۱) نوآور - اکتسابی (۲) نوآور - تقلیدی (۳) مستقل - سازمانی (۴) معامله‌گر - تقلیدی

گزینه ۲

نکته: نظریه "لاچمن"؛ از آنجایی که لاچمن به ذهن‌گرایی رادیکال اعتقاد دارد، دیدگاه او را می‌توان جز مکتب اقتصاد اتریشی طبقه‌بندی کرد. نگاه شومپیتر و کرزنر به کارآفرینی، اگر چه در ظاهر متضاد به نظر می‌آید، اما در واقع مکمل یکدیگر است. هر دو این اقتصاددانان، حالت تعادل را به عنوان نقطه مرجع نهایی خود می‌بینند. بنابراین آنقدر هم از پارادایم تعادل بازار فاصله نمی‌گیرند. بعد از اینکه کارآفرین شومپیتری تعادل فعلی بازار را بر هم می‌زند و عدم تعادل ایجاد می‌کند، کارآفرین کرزنری ناکارایی‌های موجود در بازار را اصلاح می‌کند و بازار را به سمت تعادل جدید می‌برد. اما لاچمن فرض تمایل بازار به سمت تعادل را به کلی کنار می‌گذارد و معتقد است که اغلب بازارها نه تنها به حالت تعادل نمی‌رسند، بلکه به سمت تعادل نیز تمایل ندارند. از این لحاظ لاچمن بر خلاف کرزنر و شومپیتر پارادایم تعادل بازار را به طور کامل نقض می‌کند و بینش جدیدی را درباره منشأ خلق فرصت‌های کارآفرینی ارائه می‌دهد. لاچمن معتقد است فرصت‌ها با تصورات خالق کارآفرین، درباره آنچه از آینده در ذهن خود تجسم می‌کند، خلق می‌شوند و با استفاده از ترکیب و بازآرایی پیوسته منابع به بهره‌برداری می‌رسند.

تست؛ کدام یک از اندیشمندان زیر فرض تمایل بازار به سمت تعادل را به کلی کنار می‌گذارد و معتقد است که اغلب بازارها نه تنها به حالت تعادل نمی‌رسند، بلکه به سمت تعادل نیز تمایل ندارند؟

۵) لاچمن

۶) شومپیتر

(۷) کرزنر

(۸) دراگر

نکته؛ از آنجایی که افراد بر اساس ذهنیت خود گذشته را تفسیر می‌کنند و آینده را می‌سازند، دانش آنها و انتظارات آنها درباره آینده با یکدیگر متفاوت است. این تفاوت‌ها باعث می‌شود که افراد برنامه‌های متفاوتی برای آینده داشته باشند. این برنامه‌ها در فرایندی پیوسته در طول زمان در تعامل با یکدیگر هستند و نتیجه تعامل بین آنها از قبل قابل تعیین نیست. در اثر این تعامل، برنامه‌های برخی از کارآفرینان موفق می‌شود و بسیاری نیز با شکست مواجه میشوند. این فرایند بازار، در طی زمان اطلاعات جدیدی را به صورت درون‌زا تولید می‌کند. که منجر به بازنگری پیوسته در برنامه‌ها و خلق دانش و انتظارات جدید از آینده می‌شود. بنابراین لاچمن اقدامات خلاقانه افراد کارآفرین را منشاء فرصت‌های کارآفرینی می‌داند.

مقایسه دیدگاه‌های کرزنر، شومپتر و لاچمن درباره فرصت‌های کارآفرینی								
ریسک	دستیابی به اطلاعات	رویکرد نسبت به نوآوری	رویکرد نسبت به بازار	ماهیت فرصت	منشاء فرصت		رویکرد اقتصادی مبنا	انواع فرصت
ریسک	عدم نیاز به تولید اطلاعات جدید	نوآوری تدریجی - جدید بودن برای فرد یا سازمان	حرکت بازار به سمت تعادل	عینی	عدم تقارن اطلاعات - نواقص بازار	بازار	اقتصاد اثربشی	کرزنر
عدم قطعیت	بر اساس تولید اطلاعات جدید در بازار	نوآوری رادیکال - جدید بودن برای بازار	عدم تعادل‌های دوره‌ای در بازار	عینی	شوک‌های برون‌زا	بازار	اقتصاد اثربشی	شومپتر
عدم قطعیت حقیقی	بر اساس انتظارات فرد نسبت به آینده - اطلاعات جدید نیز وابسته به شخص و درون‌زا هستند.	نوآوری رادیکال - جدید بودن برای بازار	حرکت بازار به سمت عدم تعادل	ذهنی	تجسم خلاق کارآفرین	ذهن کارآفرین	ذهن‌گرایی رادیکال در اقتصاد اثربشی	لاچمن

تست؛ ماهیت فرصت و رویکرد نسبت به نوآوری بر اساس دیدگاه کرزنر به ترتیب و می‌باشد.

- ۱) عینی - نوآوری رادیکال
- ۲) ذهنی - نوآوری تدریجی
- ۳) عینی - نوآوری تدریجی
- ۴) ذهنی - نوآوری رادیکال

نکته؛ بر اساس مکتب اتریش، ایجاد کسب و کار جدید و پایداری آن مهم‌ترین توانایی یک کارآفرین موفق است. در عرصه جهانی، افراد خلاق، نوآور و مبتکر یا به عبارت دیگر کارآفرینان با فراگرد کارآفرینی پایدار، چرخ‌های توسعه اقتصادی را به حرکت در می‌آورند، لذا دروازه شروع چرخه کارآفرینی پایدار، شناسایی فرصت‌های مناسب می‌باشد. بنابراین در مکتب اتریش بر مبنای نظریات لاجمن، دیدگاه روش‌شناختی، ذهنیت‌گرایی و عنصر پویایی کنش انسان است.

تست؛

دیدگاه روش‌شناختی و عنصر پویایی، به ترتیب، در مکتب اتریش کدام‌اند؟
(۱) ذهنیت‌گرایی - کنش انسان
(۲) عینیت‌گرایی - کارآفرین
(۳) عینیت‌گرایی - کنش انسان
(۴) ذهنیت‌گرایی - سود

گزینه ۱

نکته؛ نوآوری باز به فرآیندی گفته می‌شود که طی آن ایده‌های ارزشمند بتوانند از داخل یا خارج شرکت بیایند و از داخل یا خارج شرکت نیز به بازار بروند.

تست؛

فرآیندی که طی آن ایده‌های ارزشمند بتوانند از داخل یا خارج شرکت بیایند و از داخل یا خارج شرکت نیز به بازار بروند، چه نامیده می‌شود؟

(۱) نوآوری تدریجی
(۲) نوآوری باز
(۳) کارآفرینی شرکتی
(۴) نوآوری رادیکال

گزینه ۲

تست؛ بر اساس دیدگاه لاجمن و شومپیتر منشأ فرصت به ترتیب در کدام گزینه به صورت صحیح ذکر شده است؟

(۹) شوک‌های برون‌زا - تجسم خلاق

- (۱۰) ذهن کارآفرین - بازار
- (۱۱) عدم تقارن اطلاعات - شوک‌های درون‌زا
- (۱۲) نواقص بازار - تجسم خلاق

نکته؛ اشتیاق کارآفرینانه را احساسات مثبت شدیدی می‌دانند که آگاهانه دست یافتنی هستند و از طریق مشارکت در فعالیت‌های کارآفرینانه تجربه می‌شوند که مرتبط با هویت شخصی کارآفرینان می‌باشند. بر اساس نقش‌های گوناگون کارآفرینان در فرآیند کارآفرینی، سه نوع اشتیاق شناسایی شده است. اشتیاق ابداعی، اشتیاق تأسیسی و اشتیاق توسعه‌ای

نکته؛ اشتیاق ابداعی به فعالیت‌های مرتبط با پویای محیط و شناسایی فرصت‌های جدید بازار، توسعه محصولات و خدمات جدید و کار با نمونه‌های جدید گفته می‌شود. بعضی از کارآفرینان بیشتر و عمیق‌تر از دیگران ایده‌های نوآورانه را جستجو می‌کنند و به ارائه پاسخ‌های جدید با توجه به نیاز بازار علاقه نشان می‌دهند؛ بنابراین، افرادی که اشتیاق ابداعی قویتری دارند، فعالانه در جستجوی فرصت‌های جدید هستند، از یافتن ایده محصولات یا خدمات جدید لذت می‌برند و به ابداع راه‌حل‌های جدید برای نیازها و مسائل، ذوق و رغبت ویژه‌ای دارند. اشتیاق ابداعی، اشتیاق به انجام فعالیت‌های مربوط به شناسایی، خلق و کشف فرصت‌های جدید کسب و کار است

نکته؛ اشتیاق تأسیسی به فعالیت‌های مربوط به فراهم نمودن منابع مالی، انسانی و اجتماعی موردنیاز برای خلق کسب و کار مخاطره‌ای جدید است. تمایل به خلق سازمانی جدید، انگیزه‌های مهم و هویت نقش بنیانگذار از خودانگاره‌های مرکزی و پیچیده کارآفرینان است. در بنیان‌گذاری کسب و کار جدید، نیاز کارآفرینان به موفقیت نشان دهنده هویت کارآفرینانه است. کارآفرینانی که اشتیاق تأسیسی را تجربه می‌کنند در درجه اول از فرایند بنیان‌گذاری کسب و کار لذت می‌برند.

نکته؛ اشتیاق توسعه‌ای به رشد و توسعه کسب و کار پس از تأسیس و سرمایه‌گذاری مربوط می‌شود. بسیاری از کارآفرینان نه از بنیانگذاری یک سازمان بلکه با انگیزه‌های آگاهانه از رشد و گسترش آن لذت می‌برند. این افراد معمولاً راهبردهای متفاوتی را نسبت به دیگران برای مدیریت سازمان به کار می‌گیرند. کارآفرینانی که اشتیاق توسعه‌ای را تجربه می‌کنند از

فعالیت‌هایی مانند فروش، استخدام کارکنان جدید یا جذب سرمایه‌گذاران بیرونی برای توسعه کسب و کار لذت می‌برند.

تست؛

کدام بُعد از اشتیاق کارآفرینانه، «برپوش محیط برای دستیابی به فرصت‌های جدید بازار، توسعه خدمات و محصولات جدید و کار با نمونه‌های جدید» تأکید دارد؟

- (۱) مقلدانه
(۲) توسعه‌ای
(۳) تأسیسی
(۴) ابداعی

گزینه ۴

تست؛

کدام بُعد اشتیاق کارآفرینانه، به‌ترتیب، به فعالیت‌های پوش محیط برای کسب فرصت‌های جدید بازار و رشد گسترش سرمایه‌گذاری پس از بنیانگذاری مربوط می‌شود؟

- (۱) تأسیسی - توسعه‌ای
(۲) ابداعی - تأسیسی
(۳) ابداعی - توسعه‌ای
(۴) تأسیسی - ابداعی

گزینه ۳

تست؛

چنانچه درجه کارآفرینی (حدی که رویدادها نوآورانه، مخاطره‌آمیز و پیش‌نگرانه هستند) زیاد باشد و میزان کارآفرینی (تعداد رویدادها) نیز زیاد باشد، کدام یک از انواع هیجان‌های کارآفرینانه به وجود می‌آید؟

- (۱) پویا
(۲) انقلابی
(۳) متناوب - تدریجی
(۴) متناوب - غیرمستمر

گزینه ۲

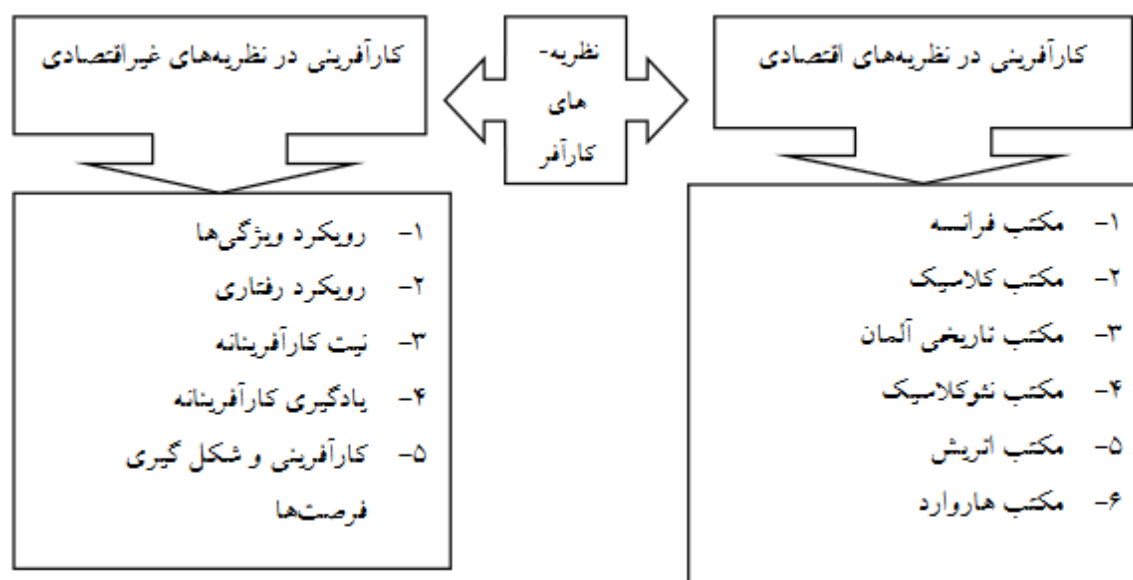
میزان کارآفرینی زیاد - درجه کارآفرینی زیاد ---- انقلابی

میزان کارآفرینی زیاد - درجه کارآفرینی کم ---- پویا

میزان کارآفرینی کم - درجه کارآفرینی زیاد ---- متناوب - تدریجی

میزان کارآفرینی کم - درجه کارآفرینی کم ---- متناوب - غیرمستمر

نکته؛ به طور کلی نظریات کارآفرینی در دو قالب نظریات اقتصادی و غیراقتصادی قرار می-گیرد (۸۵)؛



کارآفرینی در نظریه های اقتصاددانان در شکل های دیگری مطرح شده است؛

نکته؛ سوداگرایان؛ مرکانتی لیست ها یا اصحاب مکتب سوادگری اعتقاد داشتند هر جامعه ای که در جمع آوری و اندوختن طلا و نقره موفق تر عمل نماید جامعه ثروتمندتری تلقی می گردد و از آن جا که تجارت خارجی را اصولی ترین و مؤثرترین حرفه در جمع آوری طلا و نقره می دانستند، لذا این گونه فعالیت های اقتصادی را موجب ثروت در جامعه دانسته و برای آن ارزش ویژه ای قائل بودند. به اعتقاد سوداگرایان مقررات تجارت خارجی باید باعث شود صادرات بر واردات مزاد داشته باشد تا بدین وسیله جریان دائمی ورود طلا و نقره به کشور حفظ گردد.

نکته؛ سوداگری یا مرکانتیلیسم (Mercantilisme) نوعی سیاست یا رویکرد یا مکتب اقتصادی است برای به حداکثر رساندن صادرات و به حداقل رساندن واردات. این هدف مستلزم "اقتصاد طراحی شده" است. در چنین اقتصادی، دولت تعرفه کالاها و خدمات وارداتی و یارانه کالاها و خدمات صادراتی را در حوزه بازرگانی افزایش می دهد. واژه "سوداگری" یعنی

تجارت یا بازرگانی. اما سوداگری در واقع "شکل و شیوه خاصی از بازرگانی" است و بیانگر اهمیت بالای تولید در نظام اقتصادی است. همچنین دولت می‌بایست برای حمایت از تولید مواد خام در داخل بکوشد و از ورود کالاهای لوکس به کشور جلوگیری نماید. از طرف دیگر بازرگانی یا تجارت آزاد می‌تواند سمت و سوی غیرسوداگرانه هم داشته باشد. اگر چه نه کاملاً، ولی این امر نسبتاً قابل تحقق است.

تست؛

کدام مورد دربارهٔ نظریهٔ سوداگری (مرکانتیلیسم) نادرست است؟

- (۱) فلزات گران‌بها به‌عنوان «ثروت ملی» تلقی می‌شد.
- (۲) تولید در نظام سوداگری از اهمیت شایانی برخوردار است.
- (۳) دولت باید برای حمایت از تولید مواد خام در داخل بکوشد و از ورود کالاهای لوکس به کشور جلوگیری کند.
- (۴) سوداگران بر ممنوعیت صدور کالای ساخته شده، ورود مواد خام و فراهم کردن زمینهٔ جذب متخصصان تأکید داشتند.

گزینه ۴

نکته؛ فیزیوکرات‌ها (طبیعیون)؛ فیزیوکرات‌ها منشأ ایجاد ثروت را زمین می‌دانستند و هر نوع فعالیت دیگر اقتصادی را تبدیل آن چه که از زمین استخراج و یا استحصال می‌شد، تلقی می‌کردند. بنابراین آن‌ها فعالیت کشاورزی را ارجح شمرده و عامل اصلی ایجاد ثروت در جامعه را کشاورزی می‌دانستند.

نکته؛ کلاسیک‌ها؛ پس از فیزیوکرات‌ها و به موازات رشد فعالیت‌های صنعتی در اروپا، برخی از اندیشمندان اقتصادی ضمن نقد اندیشه فیزیوکرات‌ها به این باور بودند که فعالیت صنعتی عامل اصلی ایجاد ثروت در جامعه می‌باشد. «آدام اسمیت» به عنوان بنیان‌گذار مکتب کلاسیک در کتاب معروف خود «ثروت ملل» اعلام کرد که سرچشمه حقیقی ثروت هر ملتی کار سالانه اوست. در واقع او سرمایه‌دار را به عنوان یک مدیر مالک که منابع اولیه (زمین، کار، سرمایه) را در یک مجموعه صنعتی ترکیب می‌نماید، می‌نگریست. به نظر او سرمایه‌داران عناصر اصلی رشد و توزیع ثروت در جامعه هستند. در اثر اشاعه افکار مکتب کلاسیک، سرمایه‌داری آزاد به

عنوان یک نظام اقتصادی به جهان ارائه شد. در این نظام فرد در هسته مرکزی فعالیت‌های اقتصادی قرار داشته و هدف اصلی او به حداکثر رساندن منافع و رضایت خویش است.

نکته: بر اساس کدام مکتب اقتصادی کارآفرینی سرمایه‌داران عناصر اصلی رشد و توزیع ثروت در جامعه هستند و در اثر اشاعه افکار این مکتب، سرمایه‌داری آزاد به عنوان یک نظام اقتصادی به جهان ارائه شد؟

(۱) مرکانتلیست‌ها

(۲) سوداگران

(۳) طبیعیون

(۴) کلاسیک‌ها

نکته: مارکسیست‌ها؛ نظام سرمایه‌داری علی‌رغم نظریه «اسمیت» به سوی انحصار و رقابت انحصاری گرایش پیدا کرد، از سوی دیگر اجرای سیاست کلاسیک‌ها درباره آزادی کامل تجارت همراه با ظهور سرمایه‌داری انحصاری سبب شد تا تمرکز سرمایه به وجود آید و کارفرمایان از آن برای بهره‌داری از شیوه‌های فنی جدید استفاده کنند و مقدار تولید را افزایش دهند. این مسئله منجر به نتایج نامطلوبی مانند افزایش ساعات کارگران و به کار گماردن خردسالان شد. مارکس به مبارزات سیاسی علیه نظام سرمایه‌داری کلاسیک پرداخته و فرقه کمونیست‌ها را تأسیس نمود. او بر این باور بود که کارگران با پدیدآوردن انقلاب پرولتاریا می‌توانند به سلطه سرمایه‌داری پایان دهند.

نکته: نئوکلاسیک‌ها؛ نظریه نئوکلاسیک سعی بر این دارد تا اثبات نماید که سرمایه‌داری از طریق عملیات پیچیده بازاریایی که نوسانات تقاضا و عرضه را به وسیله تغییرات قیمت‌ها تعدیل می‌کند، ثروت را به طور مساوی در میان خریداران و فروشندگان توزیع خواهد کرد. البته فرآیند ایجاد و توزیع ثروت، جزء اصلی این نظریه اقتصادی است. چنان‌چه عرضه‌کنندگان به منظور تأمین تقاضای جدید و به دست آوردن سود بیش‌تر تولید را افزایش دهند، افزایش تقاضا به افزایش عملیات تولید محصول منجر می‌شود. چنان‌چه میزان درآمد و سود

عرضه‌کنندگان افزایش یابد، آن‌ها کارگران بیش‌تری را به کار می‌گیرند که به موجب آن سطح اشتغال عمومی و میزان کلی دستمزد پرداختی افزایش می‌یابد. باید توجه داشت که نظریه‌های تعادل در کارآفرینی زیرمجموعه اقتصاد نئوکلاسیک است.

تست؛

نظریه‌های تعادل کارآفرینی، زیرمجموعه کدام مکتب اقتصادی است؟

(۱) اتریش (۲) آلمان (۳) نئوکلاسیک (۴) کلاسیک

نکته؛ نهائیون؛ منگر در سال ۱۸۷۱ میلادی کتاب خود تحت عنوان «اصول اقتصاد» را به چاپ رساند و انقلاب نهائیون را تشریح کرد. وی ۳ مسئولیت اساسی برای کارآفرینان در نظر می‌گیرد؛

۲. کسب اطلاعات اقتصاد

۳. تحریک فرآیند تولید

۴. کنترل تمامی این فرآیندها در شرایط اقتصادی عالی

از این جهت می‌توان دریافت که وی کارآفرین را اساساً با محاسبه‌گر، سازمان‌دهنده یا کنترل‌کننده برابر می‌داند، یعنی همان چیزی که مدیریت نامیده می‌شود. لئون والراس اقتصاددان فرانسوی نقش کارکردی کارآفرین را مانند عوامل تولیدی در فرآیند تولید نمی‌دانست بلکه نقش وی را هم‌چون عامل سرمایه‌دار، مدیریتی و اداره‌کننده تلقی می‌نمود.

تست؛ بر اساس مکتب نهائیون منگر معتقد است که همه‌ی موارد زیر جزء مسئولیت‌های اساسی برای کارآفرینان محسوب می‌شود، بجز؟

(۱) کسب اطلاعات اقتصاد

(۲) تحریک نتایج سرمایه‌گذاری

(۳) کنترل فرآیندها در شرایط مطلوب اقتصادی

(۴) تحریک فرآیند تولید

نکته؛ آنچه به نام مکتب اقتصاد اتریشی می‌شناسیم، در ۱۸۷۱ آغاز شد؛ زمانی که کارل منگر کتابی کم حجم را با نام اصول علم اقتصاد منتشر کرد. تا پایان دهه ۱۸۷۰ چیزی با عنوان «مکتب اتریش» وجود نداشت. مکتب اتریشی از نظر روش و نظریه بنیادین خود، اقتصاد منگری بوده و همواره خواهد ماند. نظریه منگر در باب نظریه ارزش، نظریه قیمت و بکارگیری روش رفتارشناسانه بهترین نظریه‌ای است که تاکنون داشته‌ایم. جایگاه منگر به عنوان پدید آورنده آموزه‌های بنیادین اقتصاد اتریشی را همه صاحب نظران برجسته تاریخ این مکتب اقتصادی پذیرفته‌اند. جوزف شومپیتر بعد از مرگ منگر در سال ۱۹۲۱ تصدیق کرد که «منگر شاگرد هیچ کس نیست و آنچه آفریده، پا بر جا می‌ماند..»

نکته؛ مکتب اتریش که به مکتب وین نیز مشهور است یکی از مکتب‌های اندیشه‌ی اقتصادی خارج از جریان اصلی است که بر سازمان‌یابی خود به خودی بر اساس ساز و کار قیمت‌ها تأکید دارد. فردگرایی روش‌شناختی و خنثی نبودن پول از دیگر مشخصه‌های فکری آن است. در مکتب کارآفرینی اتریش نقش کارآفرین به عنوان کنشگر و عامل اصلی تغییر تبیین شده است. از طرف دیگر می‌توان گفت ریشه مفهوم فرصت‌های کارآفرینانه در مکتب اتریش دیده می‌شود.

نکته؛ مکتب شیکاگو نقش کوچکی برای کارآفرینان در وضعیت تعادل در نظر می‌گیرد و کارآفرینان را به عنوان افرادی به حساب می‌آورد که عدم اطمینان ناشی از قیمت‌های آینده را بر اساس یک ارزیابی عقلایی از درآمد مورد انتظار تحمل می‌کنند. در مکتب شیکاگو، عامل اصلی و مورد تأکید موضوع عدم قطعیت می‌باشد.

تست؛ ریشه مفهوم فرصت‌های کارآفرینانه در مکتب یافت می‌شود.

- (۵) شیکاگو
- (۶) کلاسیک
- (۷) اتریش
- (۸) نئوکلاسیک

تست؛

کدام یک از مکاتب نقش کوچکی برای کارآفرینان در وضعیت تعادل در نظر گرفته است و کارآفرینان را به عنوان افرادی به حساب می‌آورد که عدم اطمینان ناشی از قیمت‌های آینده را بر اساس یک ارزیابی عقلایی از درآمد مورد انتظار، تحمل می‌کنند؟
(۱) آلمان (۲) اتریش (۳) شیکاگو (۴) کلاسیک

گزینه ۳

تست؛

در مکتب شیکاگو، عامل اصلی و مورد تأکید کدام یک از موارد ذیل است؟
(۱) سود (۲) عدم قطعیت
(۳) نوآوری (۴) افزایش تقاضای جدید

گزینه ۲

تست؛

کارل منگر، به چه علت شایسته لقب بنیانگذاری مکتب اتریش است؟
(۱) ارائه نظریه ارزش، نظریه دستمزدها، به کارگیری روش‌های ریاضی
(۲) ارائه نظریه تغییر اجتماعی، نظریه ارزش، به کارگیری روش تجربی
(۳) ارائه نظریه ارزش، نظریه قیمت، به کارگیری روش رفتارشناسانه
(۴) ارائه نظریه پول و اعتبار، ارائه نظریه دستمزدها، به کارگیری روش‌های رفتارشناسانه

گزینه ۳

نکته؛ مکتب تاریخی آلمان؛ مشارکت دو اقتصاددان به نام‌های «تانن» و «شومپتر» بیش از همه در این مکتب به چشم می‌خورد. شومپتر در خصوص سازوکارهای توزیع ثروت، با نظریه نئوکلاسیک اختلاف نظر داشت. او استدلال می‌کرد که بازارهای کامل نئوکلاسیک با خریداران و فروشندگان متعدد، وجود خارجی ندارند. همه بازارها به جز تعداد اندکی، تحت تسلط چند فروشنده هستند که اغلب تبانی می‌کنند تا کنترل عملکرد بازار را در دست بگیرند. به طور کلی

می توان گفت اصول مکتب تاریخی آلمان شامل تکاملی بودن، دخالت دولت در اقتصاد و تأکید بر ملیت و فرهنگ می باشد.

تست؛

اصول مکتب تاریخی آلمان کارآفرینی کدام اند؟

- (۱) تکاملی بودن - دخالت دولت در اقتصاد - تأکید بر ملیت و فرهنگ
- (۲) تکاملی بودن - عدم دخالت دولت در اقتصاد - دفاع از انگیزه و سود
- (۳) آزادی کسب و کار - تأکید بر اقتصاد خرد - تأکید بر ملیت و فرهنگ
- (۴) رفتار اقتصادی عقلایی - عدم دخالت دولت در اقتصاد - تأکید بر مطلوبیت ذهنی

نکته؛ قابلیت های پویا که یکی از نظریات اساسی در گستره مدیریت استراتژیک و مدیریت نوآوری است که به دنبال پاسخ به این سؤال اساسی است که چرا برخی از بنگاه ها در شرایط رقابت نسبت به سایر بنگاه ها از عملکرد نوآورانه بهتری برخوردارند. به طور کلی قابلیت های پویا عبارت است از توانایی بنگاه برای یکپارچه سازی، ایجاد و بازیگر بندی شایستگی های درونی و بیرونی بنگاه برای پاسخ به محیط به سرعت در حال تغییر تعریف می کنند. در نظریه قابلیت های پویا به عنوان یکی از نظریات پیرامون بنگاه، سازماندهی منابع بنگاه بر اساس توان خلق ارزش و توان انعطاف و پویایی انجام می گیرد.

نکته؛ در یک سازمان کوچک کارآفرینانه معمولاً برنامه ریزی استراتژیک توسط افراد کارآفرین صورت می گیرد.

تست؛

برنامه ریزی استراتژیک در یک سازمان کوچک کارآفرینانه معمولاً به وسیله ی چه مرجعی انجام می شود؟
(۱) کارآفرین (۲) مشاورین (۳) مشارکت کارکنان (۴) مالکین کسب و کار

گزینه ۱

نکته؛ انواع کارآفرینی شامل موارد زیر است؛ نوظهور (در آغاز یک کسب و کار قرار دارد و در این حالت همه اعضای تیم برابرند و هیچ کس رهبر و زیردست نیست)، مبتدی (سابقه کسب و کار قبلی ندارد)، کهنه کار (سابقه فعالیت در کسب و کار دارد)، ترتیبی یا زنجیره‌ای (دائماً در حال تغییر کسب و کار است) و مجموعه‌ای (کسب و کار اصلی را حفظ می‌کند و کسب و کارهای دیگری (اضافی) را آغاز می‌کند.

تست؛

در کدام یک از انواع تیم‌های کارآفرینانه، اعضای تیم با هم برابرند و هیچ کس رهبر و زیردست نیست؟

- (۱) انفرادی
 (۲) آشیانه‌ای
 (۳) نوظهور
 (۴) رابینسونی

سیر تکاملی کارآفرینی در نظریه های اقتصادی					
نام مکتب	نام نظریه پرداز اصلی	کشور مربوطه	سال	نوع فعالیت	عامل اصلی مورد تأیید
سوداگرایان	توماس مان	فرانسه	قرن 15 تا اواسط 18	تجارت	طلا و نقره
طبیعیون	فرانسوا کنه ریچارد کانتیلون	فرانسه ایرلند	1758 1755	کشاورزی	زمین مالک زمین
کلاسیک ها	آدام اسمیت ژان باتیست سی جی.اس.میل	فرانسه فرانسه انگلیس	1775 1803 1848	صنعت	نیروی کار، سرمایه، مواد اولیه و کارآفرین
نہائیون	والراس منگر	فرانسه اتریش	1870 1871	تولید	سود
ننو کلاسیک ها	آلفرد مارشال فرانسیس ایچ ورث	انگلیس انگلیس	1870 1930	تولید بر مبنای ساز و کارهای بازار کامل	افزایش تقاضای جدید

نکته؛ در یک دسته‌بندی انواع کارآفرینی بر حسب هدف، فرآیند و فاعل انجام‌دهنده به صورت زیر تفکیک می‌شود؛

کارآفرینی		
فاعل	فرآیند	هدف
کارآفرینی تأسیسی	کارآفرینی راهبردی	کارآفرینی اقتصادی
کارآفرینی سازمانی (درون سازمانی)	کارآفرینی پاسخگو	کارآفرینی محیطی یا اکولوژیکی
کارآفرینی دولتی	کارآفرینی توزیع شده	کارآفرینی اجتماعی
		کارآفرینی پایدار
		کارآفرینی خیریه‌ای

تست؛

با توجه به نگرش هستی‌شناسانه به کارآفرینی، انواع کارآفرینی از نظر فاعل (عامل تغییر) کدام‌اند؟
 (۱) راهبردی - تأسیسی - پایدار
 (۲) تأسیسی - سازمانی - دولتی
 (۳) تأسیسی - اقتصادی - اجتماعی
 (۴) راهبردی - سازمانی - دولتی

نکته؛ در گروه اول (فاعل) برداشت تئوریک از اقدامات کارآفرینانه است که این برداشت به جای خود اقدام حول ماهیت فاعل (افراد اقدام‌کننده) است. در گروه دوم (فرآیند) مجموعه اقدامات به جای هدف از انجام اقدامات مورد تحلیل قرار می‌گیرند و در گروه سوم (هدف) تأکید بر هدف اصلی اقدامات است.

تست؛

در رویکرد هستی‌شناسانه به کارآفرینی، کدام دسته از مفروضات با عنوان «فاعل» مطرح می‌شوند؟
 (۱) معیارهای موفقیت
 (۲) ماهیت افراد
 (۳) ماهیت اهداف انسانی
 (۴) ماهیت تصمیم‌گیری افراد

تست؛ کدام یک از انواع کارآفرینی حول محور ماهیت فاعل یا اقدام کننده می باشد؟

- (۱) کارآفرینی راهبردی
- (۲) کارآفرینی اجتماعی
- (۳) کارآفرینی تأسیسی
- (۴) کارآفرینی پاسخگویی

تست؛ کدام یک از انواع کارآفرینی بر هدف اصلی اقدامات تأکید دارد؟

- (۱) کارآفرینی سازمانی
- (۲) کارآفرینی دولتی
- (۳) کارآفرینی توزیع شده
- (۴) کارآفرینی خیریه‌ای

تست؛ تأکید بر فرآیندها و مجموعه اقدامات به جای هدف از انجام اقدامات، در کدام یک از

انواع کارآفرینی مطرح است؟

- (۱) کارآفرینی پاسخگو
- (۲) کارآفرینی محیطی
- (۳) کارآفرینی تأسیسی
- (۴) کارآفرینی اقتصادی

نکته؛ کارآفرینی تأسیسی: کارآفرینی تأسیسی زائیده‌ی تئوری نهادی است و به مجموعه فعالیت افرادی اطلاق می شود که در تاسیس کسب و کاری ذی نفع بوده و منابع را برای خلق نهادی جدید و یا تغییر شکل مؤسسه‌ای موجود به کار می گیرند. در حقیقت این نوع کارآفرینی پاسخی به چگونگی تولد مؤسسات جدید است.

تست؛ به مجموعه فعالیت افرادی که در تأسیس کسب و کار ذینفع بوده و منابع را برای خلق یا تغییر شکل نهادی به کار می گیرند چه گفته می شود؟

الف) کارآفرینی راهبردی ب) کارآفرینی پاسخگو ج) کارآفرینی تأسیسی د) کارآفرینی سازمانی

نکته؛ کارآفرینی سازمانی یا درون سازمانی زایش کسب و کارهای جدید از طریق به کارگیری نوآوری های درونی ادغام سازمانی و نوسازی راهبردی در درون سازمانی که دارای قدمت است. کارآفرینی سازمانی بیانگر نوسازی و نوآوری استراتژیک در درون سازمانی است که قبلاً تأسیس شده است.

تست؛ زایش کسب و کارهای جدید از طریق به کار گیری نوآوری های درونی ادغام سازمانی و نوسازی راهبردی در سازمانی که دارای قدمت است، بیانگر کدام نوع کارآفرینی است؟

الف) کارآفرینی درون سازمانی ب) کارآفرینی راهبردی ج) کارآفرینی تأسیسی د) کارآفرینی پاسخگو

تست؛

نوسازی و نوآوری استراتژیک در درون سازمانی که قبلاً تأسیس شده است، چه نام دارد؟
۱) کارآفرینی راهبردی ۲) کارآفرینی تأسیسی ۳) کارآفرینی سازمانی ۴) کارآفرینی اقتصادی

گزینه ۳

نکته؛ کارآفرینی دولتی عبارت است از فرآیند خلق ارزش برای شهروندان از طریق گرد هم آوردن ترکیباتی از منابع دولتی یا خصوصی برای بهره برداری از فرصت های اجتماعی. تمرکز کارآفرینی دولتی بر خدمات رسانی کارا تر به شهروندان است. کارآفرین دولتی کسی است که فعالیت ثمر بخشی را آغاز می کند تا یک یا چند سازمان دولتی را حفظ و بهبود بخشد. کارآفرین دولتی نیازمند این است که اقتدار سیاسی را به طور جدی اعمال کند و از اصول دموکراتیک برای طراحی و اجرای سیاست ها پیروی نماید. باید توجه داشت که ناهمگونی هدف در سازمان های دولتی باعث ارتقاء کارآفرینی می شود.

تست؛ تمرکز کدام یک از انواع کارآفرینی بر خدمات‌رسانی کارآتر به شهروندان است؟

الف) کارآفرینی پاسخگو (ب) کارآفرینی دولتی (ج) کارآفرینی راهبردی (د) کارآفرینی توزیع شده

تست؛

کدام یک از عبارات زیر در خصوص کارآفرینی در سازمان‌های دولتی مصداق دارد؟

- ۱) ناهمگونی هدف در سازمان‌های دولتی باعث ارتقاء کارآفرینی می‌شود.
- ۲) عوامل تحریک‌کننده کارآفرینی سازمانی در بخش دولتی همیشه مشابه بخش خصوصی هستند.
- ۳) فقدان شرکت‌های بزرگ در دولت‌های سوسیالیست را «بلای سیاه سوسیالیست» می‌نامند.
- ۴) در کشورهای سوسیالیستی و اقتصاد مختلط، نقش کارآفرینی به بوروکراسی دولتی محدود نبوده است.

گزینه ۱

نکته؛ کارآفرینی راهبردی؛ کارآفرینی راهبردی به عنوان یک مفهومی کلیدی در پارادایم کارآفرینی مطرح شده و به پیگیری عملکرد برتر توسط شرکت‌ها از طریق فعالیت‌های کارآفرینانه (فرصت جویی) و فعالیت‌های استراتژیک مزیت‌جویی به صورت توأمان اشاره دارد. این نوع کارآفرینی در پاسخ به ناکارآمدی پارادایم سنتی و مدیریت استراتژیک در تبیین و پیش‌بینی رفتار شرکت در محیط‌های مبهم و متلاطم ایجاد شده است. جایی که انتظارات ذینفعان نوآوری بیشتری را طلب می‌کند. با توجه به اینکه هدف کارآفرینی خلق مزیت‌های رقابتی به طور مستمر است که منجر به تولید ثروت حداکثری می‌شود، بنابراین کارآفرینی راهبردی شیوه‌ای است که بین هویت بخشی فرصت‌ها و بهره‌برداری از مزیت‌های رقابتی پایدار از طریق رفتارهای مزیت‌جو تعادل برقرار می‌کند.

تست؛ کدام یک از انواع کارآفرینی شیوه‌ای است که بین هویت بخشی فرصت‌ها و بهره-

برداری از مزیت‌های رقابتی پایدار از طریق رفتارهای مزیت‌جو تعادل برقرار می‌کند؟

الف) کارآفرینی دولتی (ب) کارآفرینی توزیع شده (ج) کارآفرینی تأسیسی (د) کارآفرینی راهبردی

تست؛

کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های موازی برای خلق مزیت رقابتی جهت جامع‌الاطراف شدن شرکت، غایت و هدف کدام یک از انواع کارآفرینی است؟

(۴) راهبردی

(۳) اقتصادی

(۲) دولتی

(۱) پایدار

گزینه ۴

نکته؛ کارآفرینی پاسخگو؛ این نوع کارآفرینی مفهوم و فرآیندی است که طی آن شرکت‌های کارآفرینانه ی توجهات محیطی و اجتماعی در عملیات کسب و کار خود را با هم می‌آمیزند و با ذینفعان مختلف تعامل برقرار می‌کنند. کارآفرینی پاسخگو برای ایجاد اطمینان از موفقیت اقتصادی سازمانی در فعالیتهای استراتژیک و عملیاتی خود جنبه‌های محیطی و اجتماعی مرتبط با کارکرد مؤسسه را مد نظر قرار می‌دهد. بر این اساس می‌توان گفت که کارآفرینی پاسخگو نقش ترکیب‌کنندگی کارآفرینی اجتماعی و محیطی را ایفا می‌کند. به عبارت دیگر کارآفرینی پاسخگو به دنبال ارضای نیازها و مطالبات مشتریان است در حالی که انتظارات سایر ذینفعان سازمان را هم بر آورده می‌کند.

نکته؛ در حقیقت کارآفرینی پاسخگو نقش ترکیب‌کنندگی کارآفرینی اجتماعی و کارآفرین محیطی را دارد. این کارآفرینی بدنبال ارضای نیاز مشتریان است در حالی که انتظارات سایر ذی نفعان را هم برآورده می‌کند. حصول اطمینان از موفقیت شرکت وقتی ذی نفع متعددی وجود دارد بیانگر کارآفرینی پاسخگو است.

تست؛ در چه نوع کارآفرینی، شرکت‌های کارآفرینانه توجهات محیطی و اجتماعی در عملیات کسب و کار خود را با هم می‌آمیزند و با ذینفعان مختلف تعامل برقرار می‌کنند؟

الف) کارآفرینی اجتماعی (ب) کارآفرینی خیریه‌ای (ج) کارآفرینی پاسخگو (د) کارآفرینی تأسیسی

نکته؛ کارآفرینی توزیع شده فرآیندی جمعی است که اتکاء آن به تجمع قابلیت‌ها و شایستگی‌های پراکنده شده در سرتاسر سازمان و تعداد زیادی از کارگزاری‌ها است. کارکرد کارآفرینانه در این تجلی‌گاه کارآفرینی یافتن افراد متعدد در اماکن مختلف است که در بین انبوه‌های از

جمعیت و مؤسسات پراکنده هستند. در این حالت کارآفرین یک عامل تنها نیست، بلکه بخشی از شبکه وسیع تر است که برای موفقیت در اقدامات کارآفرینانه تعامل آن با سایرین الزامی است. در حقیقت مرکز نوآوری از یک سازمان به شبکه‌ها منتقل شده است. توانایی کارآفرین در تأسیس شبکه‌ها با گرد هم آمدن فعالان و ذی‌نفعان متجانس و همگون در کنار یکدیگر جنبه‌ی حیاتی کارآفرینی توزیع شده را تشکیل می‌دهد.

نکته؛ گسترش اثرات سودمند اقدامات کارآفرینانه از طریق شبکه‌ها در سرتاسر سازمان را چه می‌نامند؟

الف) کارآفرینی پاسخگو ب) کارآفرینی محیطی ج) کارآفرینی توزیع شده د) کارآفرینی اقتصادی

نکته؛ کارآفرینی اقتصادی شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های امیدبخش کسب و کار در محیط بیرونی و انجام ترکیبات جدید منابع سازمانی جهت ایجاد محصولی جدید خدمتی جدید، روش جدید تولیدی و انواع جدید تشکیلات سازمانی برای دستیابی به سودآوری را کارآفرینی اقتصادی می‌گویند.

نکته؛ کارآفرینی محیطی مورد توجه قرار دادن مسائل اساسی در پایداری زیست محیطی از طریق شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌هایی که کارآفرینی و محیط زیست را به هم پیوند می‌دهد. در این نوع کارآفرینی کسب و کار سود محور در جستجوی راهکارهایی برای حل مشکلات زیست محیطی است. این نوع کارآفرینی با عنوان دیگری همچون کارآفرینی زیست محیطی نام‌گذاری شده است که می‌تواند به عنوان رفتار نوآورانه‌ی عاملین مستقل یا سازمان‌ها مفهوم‌سازی شود که مسائل زیست محیطی را به عنوان هدف محوری و مزیت رقابتی مورد توجه قرار می‌دهند. کارآفرینان محیطی ظرفیت بالقوه منابع و فرصت‌هایی که از منظر تعهد محیطی مورد پالایش قرار گرفته‌اند را مورد ارزیابی قرار می‌دهند. این ملاحظات نکته‌ی اساسی در تمایز کارآفرینی محیطی با کارآفرینی سنتی یا اقتصادی است.

تست؛ در کدام نوع کارآفرینی، دارایی‌های اقتصادی، انسجام و همبستگی اجتماعی و هم چنین حفاظت محیط‌زیست حاصل می‌شود؟

الف) کارآفرینی محیطی ب) کارآفرینی سیاسی ج) کارآفرینی پایدار د) کارآفرینی توزیع شده

نکته؛ کارآفرینی اجتماعی عبارتست از کاربرد رفتار کارآفرینانه برای مقاصد اجتماعی بجای اهداف انتفاعی. به عبارت دیگر به نوآوری‌ها و ابتکارات توسعه‌ای و اجرایی که نتایج قابل ملاحظه‌ای را در قالب دستاوردهای اجتماعی و تعاملات اجتماعی متحول شده برای جامعه به ارمغان می‌آورد، کارآفرینی اجتماعی گفته می‌شود. کارآفرین اجتماعی کسی است که کسب و کار غیرانتفاعی را برای ایجاد درآمد جهت هزینه کردن برای خدمات اجتماعی متقبل می‌شود.

نکته؛ کارآفرین اجتماعی شور و شوق یک رسالت اجتماعی را با بینش تجاری و بازرگانی ترکیب می‌کند. موفقیت در کسب و کارهای اجتماعی به جای آن که رشد سودآوری را مورد ملاحظه قرار دهد، از طریق میزان سرمایه‌ی توزیع شده و طیفی از افراد و جامعه که از عملکرد اقتصادی آنها بهره‌مند می‌شوند، مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. هدف کارآفرینی اجتماعی اداره امور کسب و کار جهت کشف راه‌های جدید برای دستیابی به تغییر اجتماعی مثبت و سازنده است.

تست؛

در کدام نوع کارآفرینی، به جای رشد سودآوری، میزان موفقیت از طریق میزان سرمایه‌ی توزیع شده و طیفی از افراد و جامعه که از عملکرد اقتصادی آنها بهره‌مند می‌شوند، مورد ارزیابی قرار می‌گیرد؟

(۲) اقتصادی

(۱) محیطی

(۴) توزیع شده

(۳) اجتماعی

گزینه ۳

تست؛ کدام دسته از کار آفرینان شور و شوق یک رسالت اجتماعی را با بینش تجاری و بازرگانی ترکیب می کنند؟

الف کارآفرینان محیطی ب) کارآفرینان اجتماعی ج) کارآفرینان پاسخگو د) کارآفرینان درون سازمانی

تست؛

هدف کدام یک از انواع سازمان های کارآفرینانه اجتماعی، ابتکار در فعالیتهای اقتصادی در میان افراد محروم با معرفی نوآوری های سازمانی و تکنولوژیکی توأم با تجربه عملی قابل ملاحظه است؟
(۱) توسعه ای
(۲) خیریه
(۳) اقدام اجتماعی
(۴) بخش خصوصی

گزینه ۱

گفته؛ کارآفرینی پایدار دستیابی به توسعه پایدار از طریق کشف، ارزیابی و بهره برداری از فرصت ها و خلق ارزش هایی که دارایی های اقتصادی انسجام و همبستگی اجتماعی و همچنین حفاظت زیست محیطی را به بار می آورند. این نوع کارآفرینی، موضوعات زیست محیطی و اقتصاد را با یکدیگر تلفیق می کند و چگونگی کشف و بهره برداری از فرصت ها در قالب محصولات و خدمات آتی را مورد بررسی قرار می دهد؛ به گونه ای که پیامدهای اقتصادی روان شناختی اجتماعی و زیست محیطی به صورت توأمان لحاظ شده باشد. به عبارت دیگر سه بعد فعالیت کارآفرینانه (ابعاد اجتماعی، اقتصادی و محیطی) به عنوان زیر مجموعه های مفهومی وسیع تر با عنوان کارآفرینی پایدار قرار می گیرند.

تست؛ پیامدهای اقتصادی روان شناختی اجتماعی و زیست محیطی به صورت توأمان در کدام نوع کارآفرینی لحاظ می شود؟

الف) کارآفرینی پایدار ب) کارآفرینی خیریه ای ج) کارآفرینی محیطی د) کارآفرینی اقتصادی

تست؛

کدام نوع کارآفرینی، موضوعات زیست محیطی و اقتصاد را با یکدیگر تلفیق می‌کند، هم‌چنین سه بعد فعالیت کارآفرینانه (اجتماعی، اقتصادی و محیطی) به عنوان زیر مجموعه‌های آن می‌باشد؟
(۱) محیطی (۲) پایدار (۳) توزیع شده (۴) پاسخگو

گزینه ۲

تست؛

کدام مدل برای «برقراری ارتباط بین محیط‌گرایی و کارآفرینی در عرصه‌های اقتصادی و اجتماعی حوزه‌ی فعالیت سازمان‌های غیردولتی»، مورد بررسی قرار می‌گیرد؟
(۱) مدیریت توسعه (۲) توسعه‌ی پایدار (۳) یادگیری کارآفرینانه (۴) تضادهای کارآفرینانه

گزینه ۲

نکته؛ کارآفرینی خیریه‌ای تلاش‌های سازنده‌ی یک فرد گروه یا سازمان که الگوهای متحول شده‌ای را به کار می‌گیرند که بر اساس آن منابع شخصی و متعلق به خود را بسیج می‌کنند تا از آنها برای اثرگذاری بر تغییر اجتماعی استفاده نمایند. کارآفرینان خیر ساز و کارهای لازم برای بازخور مثبت جهت رشد اقتصادی فراهم می‌سازند و دارای انگیزه‌های فراوانی برای ارتقای سطح توسعه‌ی اقتصادی هستند. آنها منابع مختلفی همچون پول، زمان، سرمایه‌ی اجتماعی و تخصص را برای بهبود جهانی که در آن زندگی می‌کنیم، مورد استفاده قرار می‌دهند. چنین کارکردهایی معمولاً در مجموعه‌ی غیرانتفاعی است، اما لزوماً کارآفرینی خیریه‌ای منحصر به چنین سازمان‌هایی نیست و می‌تواند در سازمان‌های انتفاعی نیز به وقوع پیوندد.

تست؛

کدام نوع کارآفرینی، مفهوم و فرایندی است که طی آن، شرکت‌های کارآفرینانه، توجهات محیطی و اجتماعی در عملیات کسب‌وکار خود را با هم درمی‌آمیزند و با ذی‌نفعان مختلف، تعامل برقرار می‌کنند؟

(۲) پاسخ‌گو

(۱) اجتماعی

(۴) نهادی

(۳) محیطی

گزینه ۲

نکته؛ رویکرد هستی‌شناسانه به کارآفرینی به صورت خلاصه در جدول زیر ارائه شده است؛

انواع کارآفرینی	غایت و هدف
کارآفرینی اقتصادی	خلق سود تحت شرایط ریسک و عدم اطمینان
کارآفرینی محیطی یا اکولوژیکی	خلق ارزش در قلمرو محیطی
کارآفرینی اجتماعی	خلق سرمایه اجتماعی و ارزش‌های اجتماعی
کارآفرینی پایدار	خلق ارزش‌های اقتصادی، اجتماعی و محیطی به صورت توأمان
کارآفرینی خیریه‌ای	بازتوزیع ثروت برای بهبود جامعه
کارآفرینی راهبردی	کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های موازی برای خلق مزیت رقابتی جهت جامع‌الاطراف شدن شرکت
کارآفرینی پاسخگو	توجه به پیامدهای محیطی و اجتماعی و همچنین اطمینان حاصل نمودن از موفقیت شرکت به صورت توأمان در شرایطی که ذی-نفعان متعددی وجود دارد.
کارآفرینی توزیع شده	گسترش اثرات سودمند اقدامات کارآفرینانه از طریق شبکه‌ها در سرتاسر سازمان
کارآفرینی تأسیسی	تغییر وضع موجود با استفاده از فرصت‌های آینده در قالب یک مؤسسه یا سازمان
کارآفرینی سازمانی (درون سازمانی)	نوسازی و نوآوری استراتژیک در درون سازمانی که قبلاً تأسیس شده است.

تست؛ کدام یک از انواع کارآفرینی‌های زیاده‌ی تئوری نهادی است؟

الف) کارآفرینی تأسیسی (ب) کارآفرینی توزیع شده (ج) کارآفرینی اقتصادی (د) کارآفرینی پایدار

تست؛ نوسازی و نوآوری استراتژیک در درون سازمانی که قبلاً تأسیس شده است را چه می‌نامند؟

الف) کارآفرینی اقتصادی (ب) کارآفرینی تأسیسی (ج) کارآفرینی سازمانی (د) کارآفرینی راهبردی

تست؛ کدام یک از انواع کارآفرینان نیازمند این هستند که اقتدار سیاسی را به طور جدی اعمال کنند و از اصول دموکراتیک برای طراحی و اجرای سیاست‌ها پیروی کنند؟

الف) کارآفرینان دولتی (ب) کارآفرینان اجتماعی (ج) کارآفرینان سازمانی (د) کارآفرینان اقتصادی

تست؛ در کدام یک از انواع کارآفرینی‌ها به فعالیت‌های مزیت‌جویی و فرصت‌جویی به صورت توأمان توجه می‌شود؟

الف) کارآفرینی سازمانی (ب) کارآفرینی دولتی (ج) کارآفرینی راهبردی (د) کارآفرینی اجتماعی

تست؛ کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های موازی برای خلق مزیت رقابتی جهت جامع‌الاطراف شدن شرکت را اصطلاحاً چه می‌نامند؟

الف) کارآفرینی پاسخگو (ب) کارآفرینی راهبردی (ج) کارآفرینی محیطی (د) کارآفرینی پایدار

تست؛ در کدام یک از انواع کارآفرینی‌ها توزیع ثروت برای بهبود جامعه صورت گیرد؟

الف) کارآفرینی توزیع شده (ب) کارآفرینی خیریه‌ای (ج) کارآفرینی محیطی (د) کارآفرینی پایدار

تست؛ کدام یک از انواع کارآفرینی‌ها نقش ترکیب‌کنندگی کارآفرینی اجتماعی و محیطی را ایفا می‌کند؟

الف) کارآفرینی پایدار (ب) کارآفرینی پاسخگو (ج) کارآفرینی خیریه‌ای (د) کارآفرینی تأسیسی

تست؛ کدام یک از انواع کارآفرینی به دنبال ارضای نیازها و مطالبات مشتریان است، در حالی که انتظارات سایر ذینفعان سازمان را هم برآورده می‌کند؟
الف) کارآفرینی توزیع شده (ب) کارآفرینی محیطی (ج) کارآفرینی پاسخگو (د) کارآفرینی پایدار

تست؛ در کدام یک از انواع کارآفرینی مرکز نوآوری از یک سازمان به شبکه‌ها منتقل شده است؟
الف) کارآفرینی محیطی (ب) کارآفرینی پاسخگو (ج) کارآفرینی توزیع شده (د) کارآفرینی خیریه‌ای

تست؛ توانایی کارآفرین در تأسیس شبکه‌ها با گرد هم آوردن فعالان و ذینفعان متجانس و همگون در کنار یکدیگر، جنبه حیاتی کدام یک از انواع کارآفرینی است؟
الف) کارآفرینی محیطی (ب) کارآفرینی پاسخگو (ج) کارآفرینی درون سازمانی (د) کارآفرینی توزیع شده

تست؛ خلق سود تحت شرایط ریسک و عدم اطمینان در چه نوع کارآفرینی رخ می‌دهد؟
الف) کارآفرینی محیطی (ب) کارآفرینی اقتصادی (ج) کارآفرینی راهبردی (د) کارآفرینی دولتی

تست؛ موضوع حفاظت از محیط‌زیست در کدام یک از انواع کارآفرینی مورد توجه قرار نمی‌گیرد؟

الف) کارآفرینی پایدار (ب) کارآفرینی زیست‌محیطی (ج) کارآفرینی خیریه‌ای (د) کارآفرینی محیطی

تست؛ در کدام یک از انواع کارآفرینی کسب و کار سود محور در جست‌وجوی راهکارهایی برای حل مشکلات زیست‌محیطی است؟
الف) کارآفرینی محیطی (ب) کارآفرینی اجتماعی (ج) کارآفرینی خیریه‌ای (د) کارآفرینی تأسیسی

تست؛ هدف کدام یک از انواع کارآفرینی اداره امور کسب و کار جهت کشف راه‌های جدید برای دستیابی به تغییر اجتماعی مثبت و سازنده است؟

الف) کارآفرینی پایدار (ب) کارآفرینی خیریه‌ای (ج) کارآفرینی اجتماعی (د) کارآفرینی پاسخگو

نکته؛ انواع کار آفرینی با توجه به مالکیت کسب و کار شامل سه مورد می شود؛

۱. کارآفرین دولتی؛

زمانی که تأمین کنندگان و سرمایه گذار ما یک سازمان دولتی می باشد، کار آفرینی ما دولتی قلمداد خواهد شد.

۲. کار آفرین مشترک؛

زمانی که یک سرمایه گذار با یک سازمان دولتی یک کسب و کار را با هدف کارآفرینی راه اندازی می کنند، کار آفرینی اشتراکی رخ دادن است.

۳. کار آفرینی دولتی

زمانی که یک سازمان یا نهاد دولتی اقدام به کارآفرینی می کند، کار آفرینی دولتی گفته می شود.

نکته؛ انواع کار آفرینی بر اساس نوع کسب و کار؛ مدل های مختلف کار آفرینی بر اساس نوع کسب و کار شامل؛

۱. کارآفرینی اجتماعی؛

در این مدل از کارآفرینی با بهره گیری از تمامی کار آفرینان به همراه دانش استارت آپها راهکارهایی را پیاده سازی می کنند تا مشکلات اجتماعی و فرهنگی در محیط های مختلف را پوشش دهند. در کارآفرینی اجتماعی هدف اصلی و نهایی درآمد و پول نیست، بلکه به درآمد نیاز دارند تا اهدافی را که دارند عملی سازند. مثلاً کار آفرینی که برای افراد بیکار فعالیت دارد و دوست دارد که آنها را سرو سامان دهد، شاید این کار آفرین فروشگاه نیز داشته باشد اما هدف اصلی او درآمدزایی از طریق فروشگاه و خرج کردن این درآمد برای افراد بیکار و

بی‌خانمان است. در اکثر کار آفرینی‌ها هدف اصلی رسید به پول و پولسازی می‌باشد اما در کار آفرینی اجتماعی هدف اصلی پول نیست.

۲. کار آفرینی تولیدی؛

کارآفرینی تولیدی به کارآفرینی گفته می‌شود که اقدام به تولید محصولی می‌کند، با توجه به خواسته‌ها و نیازهای که بازار دارد، بستری را فراهم می‌کنند و با فراهم کردن منابع مورد نظر اعم از منابع مالی و منابع انسانی اقدام به تولید کردن محصول مورد نظر می‌کنند.

۳. کارآفرین تجاری

این نوع از کارآفرینی هدف کارهای تجاری می‌باشد و به دنبال فعالیت‌های هستند که در آن یک محصول را از تولید کننده یا کشاورز می‌گیرند و به دست مصرف‌کننده و خریدار می‌رسانند، این نوع از کار آفرینی حکم واسطه را دارد و ما بین تولید کننده و خریدار قرار خواهد گرفت.

نکته؛ اصطلاح "کارآفرینی اجتماعی" به فرآیندی اطلاق می‌شود که با استفاده از اصول و روش‌های کارآفرینی، به حل مشکلات اجتماعی می‌پردازند. این کارآفرینی به جای تمرکز صرف بر سود مالی، اهداف اجتماعی و محیطی را نیز مد نظر دارند. هدف اصلی کارآفرینان اجتماعی ایجاد تغییرات مثبت و پایدار در جامعه است. در الگوی کارآفرینی اجتماعی اندرولیوایز (۲۰۰۳) بر موضوعاتی همچون تأکید می‌کند؛

- اصول اساسی کارآفرینی اجتماعی
- فرهنگ سازمانی کارآفرینانه
- برنامه‌های کارآفرینانه

تست؛

- کدام بعد در الگوی کارآفرینی اجتماعی «اندرولیوایز» (۲۰۰۳) مطرح نیست؟
- (۱) اصول اساسی کارآفرینی اجتماعی
(۲) فرهنگ سازمانی کارآفرینانه
(۳) برنامه‌های کارآفرینانه
(۴) رفتار پیش‌نگرانه

گزینه ۴

نکته؛ با توجه به رقابت روزافزون در فضای کنونی کسب و کار، ایجاد محیط کارآفرینانه در سازمان، به نیاز اساسی بسیاری از سازمان‌ها تبدیل شده است. از آنجا که فرهنگ سازمانی بر روی تمامی فرآیندهای سازمانی اثرگذار است، سازمان‌ها به منظور تسهیل در بروز رفتار کارآفرینانه، به بسترسازی فرهنگی متوسل می‌شوند. تنها در صورتی می‌توان به بروز رفتار کارآفرینانه در سازمان امیدوار بود که آن دسته از شاخص‌های فرهنگ سازمانی که در بروز رفتار کارآفرینانه اهمیت نسبی بیشتری دارند، شناسایی و برای بهبود آنها برنامه‌ریزی شود. یکی از شاخص‌های مهم رهایی از تحریم‌ها می‌باشد که بر اساس آن تیم‌های رسمی حول پروژه‌ها شکل می‌گیرند که این تیم‌ها را نیز "فوق ممتاز" می‌نامند.

تست؛

- براساس کدام یک از شاخص‌های فرهنگ کارآفرینی سازمانی، تیم‌های رسمی حول پروژه‌ها شکل می‌گیرند که این تیم‌ها را «فوق ممتاز» می‌نامند؟
- (۱) قاعده تسلیم‌ناپذیری (۲) رهایی از حریم‌ها (۳) انتخاب‌های چندگانه (۴) تیم‌های میان‌وظیفه‌ای

گزینه ۲

نکته؛ فرهنگ سازمانی کارآفرینانه به وسیله "لورش" برای ممیزی فرهنگ سازمانی کارآفرینانه ارائه نموده است که در قالب چهار گروه اصلی طراحی شده است و ۱۷ سوال است. سوالات بر اساس طیف لیکرت نمره‌گذاری شده است. بر اساس الگوی ممیزی فرهنگ سازمانی کارآفرینانه لورش، عواملی همچون اهداف سازمانی، صلاحیت‌های متمایز، باورهای مرتبط با محصول/ خدمت و بازار، و کارکنان بااهمیت تلقی می‌گردد.

تست؛

- کدام گزینه، مطابق با الگوی ممیزی فرهنگ سازمانی کارآفرینانه «لورش» است؟
- (۱) اهداف سازمانی - صلاحیت‌های متمایز - باورهای مرتبط با محصول، خدمت و بازار - کارکنان
 - (۲) صلاحیت‌های متمایز - کارکنان - فرهنگ - سیستم‌های مدیریت منابع انسانی
 - (۳) اهداف سازمانی - صلاحیت‌های متمایز - فرهنگ - سیستم‌های مدیریت منابع انسانی
 - (۴) صلاحیت‌های متمایز - باورهای مرتبط با محصول، خدمت و بازار - کارکنان - فرهنگ

گزینه ۱

تست؛

اینکه در یک فرهنگ غیرکارآفرینانه، تضارب و برخورد ارزش‌های بین گروهی، می‌تواند کسانی که پتانسیل خوداشتغالی دارند را به یک کارآفرین بالفعل تبدیل نماید، در کدام رویکرد فرهنگ سازمانی فریتج و تورینگ مطرح می‌شود؟

- (۱) فلسفه پاداش
- (۲) عدم رضایت
- (۳) انباشت ویژگی‌های روانشناختی
- (۴) مشروعیت اجتماعی

گزینه ۲

نکته؛ انواع کارآفرینی بر اساس بزرگی کسب و کار؛ با توجه به یک سری پارامتر که در نظر گرفته می‌شود کارآفرینی نیز بر اساس بزرگی و کوچکی کسب و کار در هر کشوری با یکدیگر متفاوت است، نسبت به اندازه استارت‌آپی که شما قصد دارید آن را راه‌اندازی کنید کارآفرینی شما نیز دسته‌بندی می‌شود. یک سری شاخصه وجود دارد که می‌توان توسط آن مشخص کرد که یک کارآفرین در چه جایگاه قرار گرفته و دسته‌بندی می‌شود، مثلاً ظرفیت تولید، حجم سرمایه، تعداد کارکنان و کل دارایی‌های استارت‌آپ. ولی مهم‌ترین و بهترین عاملی که توسط آن می‌توان از بزرگی و یا کوچکی یک استارت‌آپ کارآفرین مطلع شد تعداد نیروهای آن استارت‌آپ است، مثلاً وقتی که اسم دیجی کالا می‌آید برای همگان واضح است که یک شرکت

بزرگ است با تعداد زیادی نیرو. در یک شرکت و کسب و کار کوچک، کارآفرینان با میزان رشد پایین، پیشرفت می‌کنند. بر اساس آماری که مرکز آمار ایران ارائه داده است تمامی کسب و کارها به چهار گروه تقسیم می‌شوند؛

۱. کسب و کارهایی که بین ۱ تا ۹ نفر پرسنل دارند، این نوع از کسب و کارها جزو کارهای کوچک محسوب می‌شوند.

۲. کسب و کارهایی که بین ۱۰ تا ۴۹ نفر نیرو دارند، این نوع از کسب و کارها جزء کارهای متوسط محسوب می‌شوند.

۳. کسب و کارهای که بین ۵۰ تا ۹۹ نفر پرسنل دارند، این نوع از کسب و کارها جزء کارهای متوسط محسوب می‌شوند.

۴. کسب و کارهایی که تعداد نیروهای آنها بیشتر از ۱۰۰ نفر می‌باشد، این نوع از تجارت جزو کسب و کارهای بزرگ محسوب می‌شوند.

تست؛

کدام یک درخصوص کارآفرین یک شرکت کوچک مصداق دارد؟

- (۱) روحیه‌ی جمع‌گرایی
(۲) ورود به حوزه‌ی تکنولوژی سطح بالا
(۳) کارآفرینان با رشد پایین
(۴) تجربه‌ی کار قبلی همکاری با اتحادیه‌ها

گزینه ۳

نکته؛ انواع کارآفرینی از دیدگاه کلارنس دانهوف؛ با توجه به دیدگاه آقای کلارنس دانهوف کار آفرینی با توجه به ایده اشخاص به ۴ گروه تقسیم می‌شوند، این دسته بندی را کلارنس دانهوف در سال ۱۹۴۹ زمانی که مشغول مطالعاتش در حوزه‌ی کشاورزی بود، انجام داد. این دانشمند که ساکن آمریکا بود، اعتقاد داشت که کار آفرینان در اوایل رشد اقتصادی خود پشتکار و انگیزه کمتری دارند اما با رشد بیشتر و پیشرفت‌های زیادتر انرژی و انگیزه آنان بالاتر خواهد

رفت و اشتیاق بیشتری خواهند داشت، دسته‌بندی کارآفرینان از دیدگاه آقای کلارنس دایهوف به این صورت می‌باشد؛

۱. کار آفرینان خلاق و نوآور؛

این کار آفرینان با خلاقیت و نوآوری که در تولید کالا ارائه می‌دهند باعث می‌شوند که کالاهای جدیدی وارد بازار شود و روشی نوین را برای تولید آن ارائه خواهند داد و بازارهای جدیدی را شناسایی خواهند کرد. این نوع از کار آفرینی زمانی باید انجام شود که به رشد قابل توجهی رسیده باشیم و با ورود به جامعه رنگ تغییر و بهبودی ببخشد.

کارآفرین نوآور، کارآفرینی است که موفق می‌شود ایده‌های نوآورانه را به محصولات، خدمات یا فناوری‌های پر تقاضا و قابل عرضه در بازار تبدیل کند. بنابراین، نوآوری‌ها به‌عنوان ابزاری در کسب درآمدهای نوآورانه، نقش خاصی را برای آن‌ها ایفا می‌کنند. این کارآفرینان فرصت‌ها را برای معرفی ایده‌های جدید، فناوری جدید، تولید، گشایش بازار جدید یا ایجاد سازمان جدید درک می‌کنند.

تست؛

کدام دسته از کارآفرینان، فرصت‌ها را برای معرفی ایده‌های جدید، فناوری جدید، تولید، گشایش بازار جدید یا ایجاد سازمان جدید، درک می‌کنند؟

(۱) مبارزه جویان (۲) شرکای فعال (۳) کارآفرینان نسل اول (۴) کارآفرینان نوآور

۲. کارآفرینان منفعل؛ این دسته از کار آفرینان حاضر نیستند، تغییراتی در کارشان حاصل کنند، حتی اگر شرایط فوق به ضررشان باشد، استفاده نکردن از فرصت‌های موجود در بازار از خصوصیات این کار آفرینان می‌باشد و آمادگی ندارند که روش‌های کاریشان را تغییر دهند.

۳. کار آفرین مقلد (تقلیدی)؛

این نوع از کارآفرینان بیشتر از ایده و ابداعاتی که توسط کار آفرینان دیگر داده می‌شود استفاده می‌کنند و در واقع خود این افراد هیچ گونه نوآوری انجام نمی‌دهند و از روش‌های دیگران بهره می‌برند، کشورهای که توسعه یافته نیستند و از لحاظ تکنولوژی ضعیف محسوب

می‌شوند مناسب برای کار آفرینان مقلد هستند تا با کمک این کارآفرینان به رشد لازم برای صنعتی شدن برسند.

۴. کار آفرین محتاط؛

این دسته از کارآفرینان فقط زمانی حاضر هستند از دیگران تقلید کنند که بدانند دیگر جایگاهی در بازار نخواهند داشت و شرایطشان به خطر بیفتد، کار آفرینان محتاط دارای بدبینی و احتیاط زیادی در انجام دادن کارهایشان هستند.

تست؛ عبارت زیر ناظر بر کدام دسته از کارآفرینان است؟

این کارآفرینان حاضر نیستند، تغییراتی در کارشان حاصل کنند، حتی اگر شرایط فوق به ضررشان باشد، استفاده نکردن از فرصت‌های موجود در بازار از خصوصیات این کارآفرینان می‌باشد و آمادگی ندارند که روش‌های کاریشان را تغییر دهند.

۱. مقلد

۲. منفعل

۳. محتاط

۴. خلاق

نکته؛ انواع کار آفرینی بر اساس اصول روانشناسی شامل موارد زیر می‌شود؛

۱. کار آفرینی تکرو

انواع کار آفرینی بر اساس روانشناسی همونطور که از اسمش پیداست به صورت انفرادی و تنهایی کار می‌کنند و فقط در صورت نیاز چند نیرو را به خدمت می‌گیرند.

۲. شرکای فعال

این دسته از کار آفرین نگاه شراکتی به کاری که انجام می‌دهند دارند و به صورت جدی و فعال در فعالیتهای کاری که می‌خواهند انجام دهند مشارکت می‌کنند.

۳. خریداران

این دسته از اشخاص کار آفرین عادت ندارند که ریسک کنند و ایده‌ای را به عنوان استارت‌آپ‌ها ارائه دهند. این افراد بیشتر تمایل دارند که استارت‌آپ‌هایی را که آینده خوبی را خبر می‌دهند خریداری کنند.

۴. چالشگران

این دسته از کارآفرینان به چالش‌های کارآفرینی علاقه زیادی دارند و به محض به پایان رسیدن یک چالش به سراغ چالش بعدی می‌روند.

۵. کارآفرینان همیشگی

این دسته از کارآفرینان، با کار آفرینی زندگی می‌کنند. در واقع کار آفرینی پازلی از زندگی آنهاست و باید ساعاتی مشخص را به کار آفرینی بگذرانند.

نکته؛ انواع کارآفرینی بر اساس جنسیت شامل دو مورد می‌شود؛ وقتی که حرف از کار آفرینی به میان می‌آید، شاید جنسیت معنی نداشته باشد و بازگو کردن آن خوشایند نباشد، اما این مسئله واقعیت است و برخی از کشورهای در حال توسعه مکرر مورد استفاده قرار می‌گیرد، این نوع از کار آفرینی به ۲ بخش تقسیم می‌شود؛

۱. کار آفرینی زنانه

در این نوع کار آفرینی کسب و کاری که مشغول به فعالیت است توسط زنان اداره و مدیریت می‌شود و غالباً سرمایه‌گذاران آن زنان می‌باشند و اکثر کارکنان آن را زنان تشکیل می‌دهند.

۲. کار آفرینی مردانه

در این نوع کار آفرینی مدیریت کنترل و مالکیت صد درصدی کسب کار را آقایان بر عهده دارند.

+ می توان گفت که برای کارآفرینان زن و مرد نقطه‌ی شروع به حرکت به عنوان یک عامل مشابه و مشترک شناخته می‌شود.

تست؛

کدام مورد، میان کارآفرینان زن و مرد مشابه است؟

- (۱) تجربه حرفه‌ای
(۲) انگیزه
(۳) نقطه شروع به حرکت
(۴) تأمین مالی کارآفرینانه

گزینه ۳

نکته؛ انواع کارآفرینی بر اساس کاربرد و تکیه بر فناوری شامل موارد زیر می‌شود؛

۱. کارآفرینی غیر فنی

در این نوع از کارآفرینان از علم و فناوری استفاده نمی‌شود و از روش‌های سنتی برای کسب و کارشان در بازار رقابتی استفاده می‌کنند، این نوع از کارآفرینان را غیر فنی می‌نامند.

۲. کارآفرینی فنی

به آن دسته از کارآفرینانی که کسب کارشان را بر اساس تکنولوژی و صنعت بنا می‌کنند و در کارهای که انجام می‌دهند از فناوری و علم استفاده می‌کنند، کارآفرین فنی می‌گویند. روش‌های جدید و نوآورانه جزو اولویت‌های کارآفرینان فنی می‌باشد.

تست؛ با کارآفرینی زندگی می‌کنند و در واقع کارآفرینی پازلی از زندگی آنهاست و باید ساعاتی مشخص را به کارآفرینی بگذرانند.

(۱) چالشگران

(۲) کارآفرینی فنی

۳) کارآفرینان همیشگی

۴) کارآفرینی تکرر

نکته؛ کارآفرینان ناب آن دسته از کارآفرینانی هستند که به دنبال کمال در کسب و کار خود می‌باشند و مهارت تجاری خود را برای کسب سود بیشتر به کار می‌گیرند.

تست؛

کدام دسته از کارآفرینان به دنبال کمال در کسب و کار خود هستند و مهارت تجاری خود را برای کسب سود بیشتر به کار می‌گیرند؟

۲) کارآفرینان نهادی

۴) کارآفرینان ناب

۱) کارآفرینان نسل اول

۳) کارآفرینان مدرن و جدید

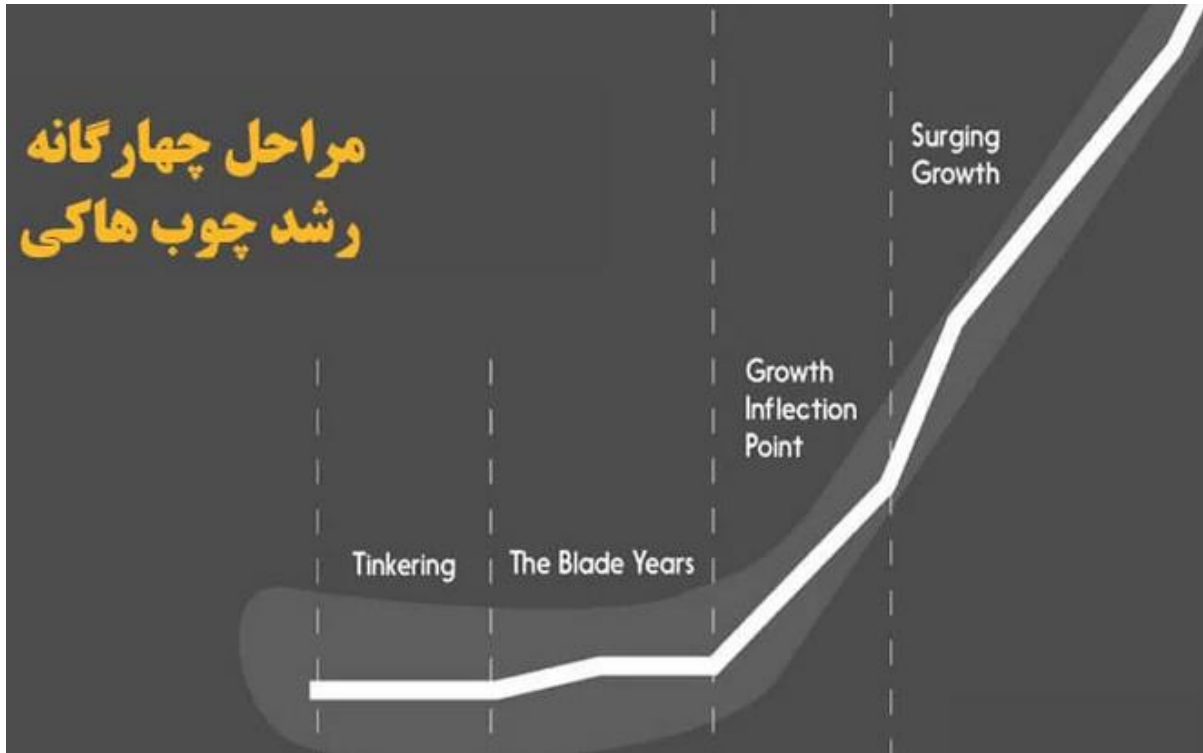
گزینه ۴

نکته؛ نمودار چوب‌هاکی یک نمودار خط‌قیمت است که در آن افزایش شدید ناگهانی پس از یک دوره کوتاه سکون یا ثبات نسبی رخ می‌دهد. بنابراین، خطی که نقاط داده را به هم متصل می‌کند، شبیه چوب‌هاکی است. نمودار چوب‌هاکی در دنیای تجارت، اقتصاد و سیاست به عنوان وسیله‌ای بصری برای نشان دادن تغییرات چشمگیر یا رشد انفجاری، مانند درآمد شرکت‌ها، دمای جهانی و آمار فقر، مورد اشاره قرار گرفته است. نمودار چوب‌هاکی نموداری است که با افزایش شدید پس از یک دوره نسبتاً صاف و آرام مشخص می‌شود. به طور کلی در تحقیقات علمی اندازه‌گیری نتایج پزشکی یا مطالعات زیست‌محیطی مشاهده می‌شود. در موارد فروش تجاری، نمودار چوب‌هاکی با افزایش ناگهانی و چشمگیر فروش نشان داده می‌شود. تجزیه و تحلیل اینکه آیا افزایش ناگهانی یک وضعیت دائمی است یا یک انحراف مهم است.

نکته؛ نمودار رشد چوب‌هاکی را می‌توان به چهار بخش مختلف تقسیم کرد. یعنی این الگو در چهار فاز شکل می‌گیرد. در تصویر زیر می‌توانید این فازها را مشاهده کنید.

• ایده‌پردازی

- سال‌های ابتدایی کسب‌وکار با رشدی ثابت
- ایجاد نقطه عطف
- رشد تصاعدی



- مرحله اول ایده پردازی
- نخستین کاری که باید انجام شود ایده‌پردازی است. در واقع این مرحله بستر تشکیل نمودار چوب‌هاکی را فراهم می‌کند. در این فاز کارآفرینان هر چه در چنته دارند رو می‌کنند تا بتوانند به شکلی جدی‌تر به ایده‌های خود بپردازند. آن‌ها در این مرحله به بررسی ممکن بودن و قابلیت اجرای ایده‌های خود می‌پردازند. همچنین تطابق راه‌حل و مسئله نیز امر مهم دیگری است که در این مرحله باید به آن توجه شود. در نهایت زمانی که ایده به مرحله اجرایی شدن می‌رسد می‌توان گفت پایان مرحله ایده پردازی نیز فرا می‌رسد. اما نباید چنین تصور کرد که بنیان‌گذاران یک استارت‌آپ در این مرحله کارشان تمام می‌شود.

- مرحله دوم سال‌های ابتدایی کسب و کار با رشدی ثابت
- در این مرحله حرکت‌های ثابتی در روند کسب‌وکار اتفاق می‌افتد. همین حرکات ثابت موجب تشکیل تیغه نمودار چوب‌هاکی می‌شود. در این زمان است که معمولاً یک نسخه بتا از محصول روانه بازار می‌شود. این کار منجر به اعتبارسنجی محصول می‌شود و به نهایی شدن آن کمک شایانی می‌کند. این فاز بسیار نیازمند توجه و تلاش کارآفرین است. چرا که توسعه محصول در همین برهه از زمان اتفاق می‌افتد. زمانی که یک استارت‌آپ کلید می‌خورد، معمولاً حدود سه تا چهار سال در این شرایط ثابت باقی می‌ماند. در این سال‌ها نباید چندان انتظار کسب درآمد داشت. کارآفرین در این سال‌ها معمولاً برای تأمین هزینه‌های کار، خود دست به کار می‌شود و به صورت مستقل فعالیت می‌کند. اما با چند اشتباه ممکن است ورق برگردد و استارت‌آپ شکست بخورد.

- مرحله سوم ایجاد نقطه عطف
- نقطه عطف نمودار در این مرحله اتفاق می‌افتد. اگر همه چیز خوب پیش رفته باشد و مدل تجاری حرفه‌ای باشد، این نقطه عطف می‌تواند به یک‌باره کسب‌وکار را متحول کند. درست در همین نقطه است که می‌توان همان رشد تصاعدی را در نمودار دید. حرکتی که برگ برنده یک کارآفرین است و او می‌تواند از آن برای جذب سرمایه‌گذارانی که به دنبال موقعیت‌های ریسکی هستند، استفاده کند. اما برخی مشکلات و تهدیدها در این مرحله هم دست از سر کسب و کار برنمی‌دارد. سرعت افزایش کسب‌وکار بسیار بالاست. برخی از استارت‌آپ‌ها این توانایی را ندارند که این شتاب را حفظ کنند. از این رو بعد از مدتی سقوط می‌کنند. کارآفرینان که به دنبال نهایت استفاده از این فرصت فوق‌العاده هستند، به فکر ایجاد تغییراتی می‌افتند که بتواند آن‌ها را بیشتر جلو بیندازد؛ تغییرات در مدلی که امتحان خود را پس داده و نتایج درخشانی با خود به همراه داشته است، کار آسانی نیست. تمرکز اصلی باید صرف هم‌گام‌سازی کسب‌وکار و تغییرات با رشد درآمد باشد.

- مرحله چهارم رشد تهاجمی

- بعد از این همه تلاش، منطقی است که یک رشد تصاعدی در روند کسب و کار مشاهده شود. اگر استارت‌آپ بتواند پتانسیل رشد خود را به همگان ثابت کند، از یک رشد خطی به یک رشد نمایی می‌رسد. مهم است این رشد حفظ شود و این حرکت تصاعدی در نطفه خفه نشود. امری که می‌تواند مشتریان بیشتری را برای کسب‌وکار دست و پا کند. در این مرحله کارآفرین پیچیدگی‌ها و چم‌وخم‌های بازار را می‌بیند و باید از پس آن‌ها بر بیاید. کارآفرین باید بتواند کسب و کارش را به خوبی مدیریت کند. این مرحله‌ی حساس با پیشنهادهایی و سوسه‌انگیز همراه است. کارآفرین می‌تواند کسب‌وکارش را در اوج بفروشد و به دیگری واگذار کند یا می‌تواند خود به عنوان مدیرعامل باقی بماند. حتی ممکن است یک مدیر استخدام کند تا زیر نظر او کسب‌وکار را هدایت کند. البته که در جریان این انتخاب باید شایسته‌سالاری را مدنظر قرار دهد تا کسب‌وکارش حفظ شود.

نکته؛ در خصوص ارتباط مذهب با کارآفرینی می‌توان گفت ارزش‌های مذهبی در درک فعالیت‌های کارآفرینانه مؤثر است. مطالعه قرآن و احادیث در خصوص مباحث اقتصادی و کارآفرینی، نشانه‌های زیادی وجود دارد که نشان دهنده تمایل و گرایش زیاد اسلام نسبت به کارآفرینی می‌باشد.

تست؛

در مطالعات صاحب‌نظران مختلف در خصوص ارتباط مذهب با کارآفرینی، ارتباط کدام یک از متغیرها مورد تأیید قرار گرفته است؟

- (۱) ایمان به خدا موجب کاهش مشارکت کارآفرین می‌شود.
- (۲) ارتباط منفی رشد اقتصادی با باورهای مذهبی
- (۳) تأثیر مثبت ارزش‌های مذهبی در درک فعالیت‌های کارآفرینانه
- (۴) عدم وجود رابطه‌ی معنادار بین ایمان به خدا و کارآفرین‌تر شدن

گزینه ۳

نکته؛ شبکه‌های اجتماعی و تأثیر آن بر فرآیند کارآفرینی

در دهه‌های اخیر، شبکه‌های اجتماعی و ارتباطات به عنوان ابزارهای اساسی در توسعه کارآفرینی و بهبود بازار کار نقش بسزایی ایفا کرده‌اند. این شبکه‌ها، به واسطه قابلیت‌های

بی نظیر ارتباطی و تبلیغاتی که ارائه می دهند، فرصت های بی شماری را برای کارآفرینان، شرکت ها، و فردیت ها فراهم آورده اند. شبکه های اجتماعی امکان برقراری ارتباطات سریع و جهانی را فراهم می سازند که این امر به کارآفرینان این اجازه را می دهد تا به راحتی از منابع مختلفی مانند اطلاعات بازار، تحلیل رقبا، و ارتباط مستقیم با مشتریان و همکاران بهره مند شوند. از طرف دیگر، تبلیغات و بازاریابی از طریق این شبکه ها به کسب و کارها کمک می کند تا با هزینه کمتر و به گستردگی بیشتر به مخاطبین خود دسترسی پیدا کنند و برندهای خود را تقویت کنند. با توجه به این تحولات، می توان گفت که شبکه های اجتماعی به عنوان یک ابزار بسیار قدرتمند، نه تنها در بهبود ارتباطات و افزایش دسترسی به منابع مختلف، بلکه در توسعه کارآفرینی و تقویت بازار کار نیز نقش بسزایی دارند. در رابطه با شبکه های اجتماعی می توان گفت روابط ضعیف (weak ties) در دسترسی به اطلاعات متنوع و بسیار گسترده و روابط قوی (strong ties) در دسترسی به اطلاعات محدود ولی مؤثق، مؤثر هستند.

تست؛

- در مورد شبکه های اجتماعی و تأثیر آنها در فرآیند کارآفرینی کامل ترین جمله کدام است؟
- ۱) شبکه های اجتماعی در تشخیص فرصت نقشی نداشته ولی در مرحله بهره برداری از فرصت، بسیار مؤثر هستند.
 - ۲) روابط قوی (strong ties) باعث دسترسی به اطلاعات متنوع شده و در تشخیص فرصت های کارآفرینی بسیار مؤثر هستند.
 - ۳) روابط ضعیف (weak ties) نمی توانند تأثیر زیادی بر فرآیند کارآفرینی بگذارند، لذا باید بر روابط قوی (Strong ties) تمرکز داشت.
 - ۴) روابط ضعیف (weak ties) در دسترسی به اطلاعات متنوع و بسیار گسترده و روابط قوی (strong ties) در دسترسی به اطلاعات محدود ولی مؤثق مؤثر هستند.

گزینه ۴

نکته؛ استفاده از نسبت های مالی برای بررسی بنیادی شرکت ها ضروری است. اهرم های مالی از جمله اهرم عملیاتی از همین دسته هستند. اهرم عملیاتی از جمله اهرم هایی است که با داده های ترازنامه قابل محاسبه بوده و می تواند میزان وابستگی سود شرکت به فعالیت های عملیاتی را نشان دهد. اهرم عملیاتی با سنجش نسبت میان هزینه های ثابت و متغیر به شما می گوید که سود هر شرکت تا چه میزان نسبت به تولید یا خدمات شرکت وابستگی دارد. اهرم

عملیاتی به عنوان یک عنصر مهم در مدل کسب و کار بر صرفه‌جویی ناشی از مقیاس تأکید دارد.

تست؛

اهرم عملیاتی به عنوان عنصر مدل کسب و کار بر چه چیزی تأکید دارد؟
(۱) میزان تولید (۲) مدل درآمدی (۳) حاشیه سود (۴) صرفه‌جویی ناشی از مقیاس

گزینه ۴

نکته؛ چرخه عمر یا چرخه زندگی کسب و کار به مجموعه مراحل گفته می‌شود که یک کسب و کار از آغاز تا نابودی می‌پیماید. کسب‌وکار در هر مرحله از زندگی با شرایط و چالش‌های متفاوتی روبه‌رو می‌شود که کنترل و حل آن‌ها به ملاحظات خاص نیاز دارد. مراحل چرخه حیات کسب و کارهای کارآفرینانه شامل ۴ مرحله به شرح زیر است؛

• شروع کسب و کار

مرحله شروع کسب و کار، اولین مرحله از چرخه عمر محصول است و به محض اینکه محصول برای فروش موجود باشد، رخ می‌دهد. در طول این مرحله، سودها کم یا غیرموجود هستند، زیرا شرکت باید برای ایجاد آگاهی از این محصول هزینه کند. کمپین‌های بازاریابی ممکن است گران باشد. همچنین ممکن است نیاز باشد این شرکت برای انتشار محصول، مبلغی را به توزیع‌کنندگان و خرده‌فروشان بپردازد. در مرحله راه‌اندازی استراتژی تیم‌سازی اهمیت زیادی پیدا می‌کند.

• رشد

مرحله‌ی رشد به زمانی گفته می‌شود که یک محصول از مرحله‌ی عرضه گذر کند و در بازار با استقبال روبه‌رو شود. در این مرحله، شرکت می‌تواند تصمیم بگیرد که آیا می‌خواهد سهم بازار و سودآوری را افزایش دهد یا خیر. در مرحله رشد نیاز به تغییرات مهمی در استراتژی کارآفرینانه احساس می‌شود. همچنین در این مرحله، محصول پیشرفتی سریع خواهد داشت

و افزایش تولید، به کاهش قیمت واحد منجر می‌شود. در این مرحله رقبا وارد میدان می‌شوند، بنابراین وظیفه‌ی بخش بازاریابی این است که با افزایش سهم بازار و تبلیغات گسترده، در صدر رقبا قرار بگیرد. اگر محصول با کیفیت و قابل قبول باشد، همچنان که کمپین‌های تبلیغاتی مخاطبان رسانه‌های اجتماعی را به جای بازارهای تخصصی هدف قرار می‌دهند، فروش نیز به سرعت زیاد خواهد شد.

• تثبیت یا توسعه

در مرحله رشد سریع، فروش‌ها برای همیشه نخواهد ماند، بنابراین محصولات به مرحله سوم منتقل میشوند: تثبیت. در مرحله تثبیت از چرخه عمر محصول، سرعت فروش کاهش می‌یابد زیرا فروش محصولات به یک نقطه اوج رسیده است. در این مرحله از کسب و کار، استراتژی معرفی خواهد شد که تلاش می‌کند فروش‌ها را مانند کاهش قیمت‌ها و کمپین‌های تبلیغاتی اضافی افزایش دهد. چنین استراتژی گران است و احتمالاً منجر به یک کاهش در سودها برای پوشش هزینه‌های ارتقاء می‌شود. در مرحله توسعه درآمدها از نرخ اجاره و خدمات فراهم شده به وسیله انکوباتور، هزینه‌های عملیاتی را پوشش می‌دهد. همچنین در این مرحله تعریف مجدد مفهوم کسب و کار ضرورت پیدا می‌کند.

• افول

این مرحله، مرحله نهایی از چرخه عمر محصول است. همانگونه که نام آن نشان می‌دهد در مرحله افول، فروش و سوددهی شروع به کاهش یافتن می‌کند. در طول مرحله افول، تولیدکننده محصول ممکن است تلاش کند برای تحریک رشد، استراتژی قیمت گذاری خود را تغییر دهد، با این حال در اکثر موارد، این تصمیم نیاز به تغییر یا جایگزینی محصول دارد.

تست؛

در کدام مرحله‌ی چرخه حیات کسب و کارهای کارآفرینانه نیاز به تغییرات مهمی در استراتژی کارآفرینانه است؟

(۱) مرحله‌ی تثبیت	(۲) مرحله‌ی رشد
(۳) مرحله‌ی شروع کسب و کار	(۴) مرحله‌ی ایجاد کسب و کار

گزینه ۲

تست؛

در کدام یک از مراحل چرخه‌ی حیات انکوباتور یا پرورشگاه کارآفرینی، درآمدها از نرخ اجاره و خدمات فراهم شده به وسیله انکوباتور، هزینه‌های عملیاتی را پوشش می‌دهد؟

- (۱) حمایتی (۲) بلوغ (۳) توسعه (۴) راه‌اندازی

گزینه ۳

تست؛

دو عنصر تیم‌سازی و تعریف مجدد مفهوم کسب‌وکار، به ترتیب در کدام مرحله‌ی شکل‌گیری مؤسسه مطرح می‌شوند؟

- (۱) راه‌اندازی - تثبیت (۲) تثبیت - راه‌اندازی
(۳) راه‌اندازی - راه‌اندازی (۴) تثبیت - تثبیت

گزینه ۱