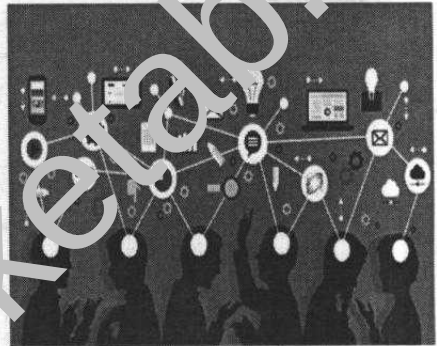


بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

دست نامه:

۸- آشنایی با الگوها و تکنیک‌های کاربردی خلاقیت و نوآوری در

کسب و کارها



مؤلفین:

سید احمد قاسمی؛ عضو هیئت علمی پژوهشکده فرهنگ و هنر و

معماری

مسلم خانی؛ استاد دانشگاه و مشاور کسب و کار و کارآفرینی

۱۳۹۸



سازمان اسناد و کتابخانه ملی
جمهوری اسلامی ایران

سرشناسه	: فاسمی، سیداحمد، ۱۳۳۷ -
عنوان و نام پدیدآور	: آشنایی با الگوها و تکنیکهای کاربردی خلاقیت و نوآوری در کسب و کار / مؤلفین سید احمد فاسمی، مسلم خانی.
مشخصات نشر	: سری: انتشارات کار و دانشگاه، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	: ۱۵۰ ص: ۱۴/۵ × ۲۱/۵ س.م.
فروست	: دستنامه: A.
شابک	: 978-622-6581-02-8: ۱۵۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرستایی	: فیا
یادداشت	: کتابنامه
موضوع	: کارآفرینی
موضوع	: Entrepreneurship
موضوع	: کارآفرینی - ایران
موضوع	: Entrepreneurship - Iran
شناسه افزوده	: - ۱۳۵۲، مسلم، ۱۳۹۸
رده بندی کنگره	: HF ۱۳۹۸
رده بندی دیویی	: ۱۶۰۴
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۶۴۰۵۱

ناشر: انتشارات کار و دانشگاه؛ حروف عینی ۱۰۰ صفحه آرای: حافظ روحی مله؛ شمارگان: ۱۰۰۰ جلد؛
نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۸؛ چاپ: بصیرت؛ قیمت: ۱۰۰ تومان؛ شابک:

انتشارات کار و دانشگاه

نشانی: تهران-بیمه-خیابان مسعود آزمون نیا (بیمه ۲)-پنجمین بکملاک ۱-طبقه چهارم-واحد
شرقی- کد پستی ۱۳۹۱۹۳۳۶۱۸ تلفن: ۰۱۱۱۵۲۳۰۸۷ - ۰۹۱۱۲۲۳۷۶ - سایت:

www.imc21.ir

Email: s_Aghaemy@yahoo.com



- مقدمه ۱۱
- مدل کارآفرینی سازمانی آنتونیک و هیسریچ ۱۱
- الف) کسب‌وکار جدید و ایجاد واحدهای مستقل ۱۱
- ب) نوآوری در محصولات و خدمات ۱۲
- پ) نوآوری در محصولات جدید ۱۲
- خ) تجدیدی ۱۳
- ث) ریسک‌پذیری ۱۳
- ج) پیشگامی ۱۴
- د) رقابت تهاجمی ۱۴
- ویژگی‌های افراد خلاق ۱۷
- الگوی کارآفرینان ۱۹
- کلید واژه: ۲۱
- کارآفرینی، یادگیری و محیط ۲۵
- تعریف نوآوری ۳۵
- طبقه‌بندی عمومی نوآوری ۳۹
- نوآوری تکنولوژیکی ۴۰
- نوآوری بازار ۴۰
- چند نکته برای موفقیت و کاهش هزینه کسب‌وکار: ۵۲
- نوشتن یک طرح شغلی مناسب ۶۲
- تصمیم به اقدام کارآفرینانه ۷۱
- اجرای ایده کارآفرینانه ۷۴
- مدل کارآفرینی سازمانی کوراتکو ۷۵

- ۷۶..... آیا کارآفرینی برای شما مناسب است؟
- ۷۹..... چند نکته
- ۸۱..... یک عامل دیگر درباره شکست کسب‌وکار
- ۸۱..... یافتن یک راهنما
- ۸۱..... تهیه یک طرح کسب‌وکار
- ۸۲..... اجزای یک طرح کسب‌وکار
- ۸۳..... طرح کسب‌وکار نشانگر چیست؟
- ۸۵..... اهمیت روند برنامه‌ریزی
- ۸۷..... به نکات اساسی زیر برای شروع یک کسب‌وکار توجه کنید:
- ۹۴..... عمده مشکلات کارآفرینان
- ۹۵..... گام‌های برنامه‌ریزی در کسب‌وکار
- ۹۶..... ۱- پیدا کرده یک ایده مناسب
- ۹۷..... ۲- شکل‌دهی یک گروه مشاوره‌ای
- ۹۸..... ۳- تحقیق و بررسی در مورد بازار (قاسمی، weblog)
- ۹۹..... ۴- تعریف بازار هدف
- ۱۰۰..... ۵- مبانی اولیه قیمت‌گذاری
- ۱۰۱..... ۶- برنامه‌ریزی برای موفقیت در آینده
- ۱۰۴..... ساختار کارآفرینانه
- ۱۰۵..... فرآیند کارآفرینی سازمانی
- ۱۰۶..... محدودیت‌های کارآفرینی سازمانی (قاسمی، weblog)
- ۱۰۷..... الف) ماهیت سازمان‌های بزرگ

۱۰۹. (ب) نیاز به سودهای کوتاه‌مدت
۱۱۰. (ج) فقدان استعدادها و کارآفرینان
۱۱۱. (د) شیوه‌های نادرست پاداش
۱۱۳. موانع رشد و توسعه کارآفرینی سازمانی
۱۱۵. موانع بیرونی و درونی توسعه کارآفرینی سازمانی در ایران (قاسمی، weblog)
۱۱۷. ۱. بون کار
۱۱۸. ۲. قانون تأمین جتمع
۱۱۸. ۳. بالا بودن نرخ بیکاری
۱۱۹. ۴. قانون مالیات‌ها و عوارض
۱۲۰. ۵. قانون صادرات و واردات
۱۲۱. ۶. قوانین و مقررات پولی و بانکی
۱۲۲. ۷. شوراهای کارگری
۱۲۳. ۸. سرمایه‌گذاری
۱۲۳. الف. سرمایه‌گذاری داخلی
۱۲۵. ب. سرمایه‌گذاری خارجی
۱۲۶. موانع کارآفرینی سازمانی در سازمانهای غیرانتفاعی
۱۲۶. الف - موانع داخلی
۱۲۷. ۱- الف: تصمیمات نامناسب مدیران عالی در انتصاب و به‌کارگیری مدیران زیردست
۱۲۸. ۲- الف: عدم تفویض اختیار کافی
۱۲۹. ۳- الف: پیچیدگی و تعدد اهداف

- ب- موانع محیطی ۱۳۰
- ۱- ب: فقدان رقابت ۱۳۰
- ۲- ب: وجود گروه‌های ذی‌نفع متعدد ۱۳۱
- ۳- ب: نداشتن اختیار سیاست‌گذاری و تعیین مأموریت توسط مدیران ۱۳۱
- ۴- ب: پاسخگو بودن به عموم مردم ۱۳۲
- ج- ۱- نوع میانجی ۱۳۲
- ۱- ج: فرهنگ سازمانی ناسازگار ۱۳۲
- ۲- ج: تعریف نادرستی موفقیت ۱۳۳
- ۳- ج: امکان اداه فعالیت سازمان با وجود کارآمد نبودن ۱۳۴
- ۴- ج: تغییرات مکرر مدیریت در دوره‌های زمانی کوتاه ۱۳۵
- آموزش کارآفرینی ۱۳۵
- کارآفرینی در ایران ۱۳۶

مقدمه

مدل کارآفرینی سازمانی آنتونیک و هیسریچ

آنتونیک و هیسریچ^۱ هفت بُعد را برای کارآفرینی سازمانی برشمردند. آن‌ها بر این اعتقادند که کارآفرینی سازمانی می‌بایست به‌عنوان مفهوم چندبعدی (با هفت بعد) متناظر و در عین حال مرتبط نگریسته شود (جعفریان، ۱۳۸۷).

این ابعاد عبارتند از:

الف) کسب‌وکار جدید، ایجاد واحدهای مستقل

واحدهای جدید، ویژگی برجسته کارآفرینی سازمانی هستند که می‌توانند منتج به ایجاد کسب‌وکارهای جدید در درون سازمان‌ها شوند. در شرکت‌های بزرگ و کوچک واحدهای تأسیس یافته جدید می‌تواند شامل واحدهای خیلی رسمی مستقل یا نیمه‌مستقل باشند که به کارآفرینی پرورنده^۱ معروف است. این نهادهای مستقل می‌توانند در درون یا بیرون از حوزه سازمان قرار گیرند. پیگیری و ورود به کسب‌وکارهای جدید از طریق تعریف مجدد تولیدات شرکت و یا توسعه بازارهای جدید به‌عنوان عناصر مهم کارآفرینی سازمانی مدنظر قرار گرفته است. با وجود این ورود به کسب‌وکارهای جدید را می‌توان به فعالیت-

^۱-Antonic & Histrich

های اصلی سازمان نزدیک‌تر دید تا ایجاد واحدها یا شرکت‌های جدید. ورود به کسب‌وکارهای جدید یک تلاشی در درون ساختار فعلی سازمان پدیدار می‌کند، درحالی‌که در مورد تشکیل واحدهای جدید، یک عنصر سازمانی جدید متولد می‌شود که نمایانگر تغییر در ساختار سازمانی است (قاسمی، ۱۳۷۵: ۲۵)

ب) نوآوری در محصولات و خدمات

برعکس بعد قبلی، آن بعد از کارآفرینی سازمانی مربوط به نوآوری خدمات یا محصولات با تأکید بر توسعه نوآوری در تکنولوژی است. کارآفرینی سازمانی شامل ایجاد محصول جدید، بهبود آن و به‌کارگیری رویه‌ها و روش‌های نو تولیدی است. نایت (۱۹۹۷)، توسعه اضافی محصولات، خدمات و همچنین فنون و تکنولوژی‌ها در تولید را به‌عنوان بخشی از نوآوری سازمانی قرار داده و شاکر (۱۹۹۳) نوآوری محصول و کارآفرینی تکنولوژی را به‌عنوان نمود نوآوری شرکت‌های تولیدی در نظر می‌گیرد (جعفریان، ۱۳۸۷).

پ) نوآوری در محصولات جدید

نوآوری در معرفی محصولات جدید را می‌توان از معرفی عناصر جدید به فرایند تولید سازمان متمایز کرد. طبق این تمایز و برخلاف تحقیقات قبلی در مورد

کارآفرینی سازمانی، بعد نوآوری محصولات و خدمات از بعد نوآوری در فرایند، متمایز شده است.

ت) خودتجدیدی^۱

تغییر شکل سازمان‌ها از طریق تجدید ایده‌های کلیدی است که بر مبنای آن‌ها سازمان بنا شده است. این بعد به معنای تغییر سازمان و استراتژی است و شامل تعریف مجدد مفهیم کسب‌وکار، سازمان‌دهی مجدد و ارائه تغییرات گسترده سیستمی جهت نوآوری است. وزیکا و همکارانش به التزام سازمانی در تجدید مستمر کسب‌وکار، انطباق‌پذیری، انعطاف‌پذیری به‌عنوان ویژگی‌های مهم کارآفرینی اعتقاد دارند (جعفریان، ۱۳۸۷).

ث) ریسک‌پذیری

ریسک‌پذیری^۲ یکی از ابعاد بسیار مهم کارآفرینی سازمانی و ویژگی ذاتی نوآوری است. ریسک را می‌توان به پیگیری فرصت‌ها، کاربرد سریع منابع و اقدامات جسورانه ربط داد. جسور بودن در پیگیری فرصت‌ها و استفاده از آن‌ها به‌عنوان ویژگی سازمان کارآفرین مطرح است.

^۱-Self-renewal

^۲-Risk-taking