



فرصت‌ها در کارآفرینی

مولفان:

دکتر حسنعلی آقاباجانی، دکتر محمود کیا کجوری،

شیوا مجدد، دکتر اسرافیل علاء و بیتا کیا کجوری



انتشارات مینوفر
Minufar.ir

مشهد مقدس - ۱۳۹۶

سرشناسه	: آقاجانی، حسنعلی، ۱۳۴۶ -
عنوان و نام پدیدآور	: فرصت‌ها در کارآفرینی/نویسندگان حسنعلی آقاجانی [و دیگران].
مشخصات نشر	: مشهد: مینوفر، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری	: ۳۹۳ ص.: مصور.
فروست	: علوم انسانی: ۲۱۲۱.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۴۷۴-۱۱۷-۰
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: حسنعلی آقاجانی، محمود کیاکجوری، شیوا مجدد، اسرافیل علاء و بیتا کیاکجوری.
یادداشت	: کتابنامه.
موضوع	: کارآفرینی
موضوع	: Entrepreneurship
موضوع	: خلاقیت در کسب و کار
موضوع	: Creative ability in business
ده بندی کنگره	: HB۶۱۵/۴ ۱۳۹۶
ده بندی دیویی	: ۰۴/۳۳۸
سما: کتابشناسی ملی	: ۵۰۰۹۳۷۸

عنوان کتاب: فرصت‌ها در کارآفرینی

نویسندگان: دکتر حسنعلی آقاجانی، دکتر محمود کیاکجوری، شیوا مجدد،

دکتر اسرافیل علاء و بیتا کیاکجوری

طراح جلد: مینوفر	شابک: آرا: اکرم ملک‌نژاد
نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۶	شماره: ۱۰۰ نسخه
قطع: وزیری	چاپ و تصحیح: دقت
قیمت: ۳۰۰۰۰ تومان	شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۴۷۴-۱۱۷-۰

تمام حقوق چاپ و نشر این اثر محفوظ است.

مشهد مقدس، بلوار جلال‌آل‌احمد ۶۹ پ ۱۱۶، ص. پ: ۹۱۸۹۵-۱۷۵۵

همراه: ۰۹۳۵۲۱۶۲۷۵۵ - تلفن و دورنگار: ۰۵۱-۳۸۳۳۵۵۳

سایت: www.minufar.ir - ایمیل: minufar@yahoo.com



فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱۵	پیش گفتار
۱۷	فصل اول: کلیات و ساختار کتاب
۱۹	۱-۱ مقدمه
۲۰	۲-۱ تعاریف
۲۱	۳-۱ هدف و نگارش کتاب
۲۱	۴-۱ الزامات پژوهی نگارش و مطالعه کتاب
۲۳	۵-۱ خلاصه فصل
۲۴	۶-۱ منابع و مأخذ
۲۵	فصل دوم: فرصت شناسی فرصت یابی (بسترهای خلق ارزش و ثروت)
۲۷	۱-۲ مقدمه
۲۷	۲-۲ فرصت
۳۰	۳-۲ فرصت بینی
۳۰	۴-۲ فرصت شناسی
۳۰	۵-۲ فرصت یابی
۳۱	۶-۲ فرصت سازی
۳۱	۷-۲ فرصت سوزی
۳۱	۸-۲ مدل ها، الگوها و چارچوب های تئوریک تبیین فرصت
۳۴	۹-۲ انواع فرصت ها
۴۱	۱۰-۲ عوامل مؤثر بر تشخیص فرصت
۴۵	۱۱-۲ ارزیابی فرصت ها
۴۷	۱۲-۲ خلاصه فصل
۴۹	۱۳-۱ منابع و مأخذ
۵۱	فصل سوم: ایده شناسی، ایده یابی، ایده پردازی (فرصت های برگزیده خلق ارزش و ثروت)
۵۳	۱-۳ مقدمه
۵۳	۲-۳ تعریف ایده
۵۵	۳-۳ ایده شناسی، ایده یابی، ایده پردازی
۵۵	۴-۳ انواع ایده ها
۵۶	۵-۳ تکنیک های ایده یابی

۶۵	۳-۶ تکنیک 5W+1H
۶۵	۳-۷ پیشران ها و بازدارنده های ایده
۶۶	۳-۸ رابطه ایده و اجرا
۶۷	۳-۹ قیف ایده
۶۸	۳-۱۰ غربال ایده
۷۰	۳-۱۱ روش های تولید و جذب ایده ها
۷۱	۳-۱۲ ایده پردازی در نظام ملی نوآوری
۷۲	۳-۱۳ خلاصه فصل
۷۳	۳-۱۴ منابع و مأخذ
۷۵	فصل چهارم: خلاقیت
۷۷	۴-۱ مقدمه
۷۷	۴-۲ تعریف خلاقیت
۷۸	۴-۳ خلاق در نگاه سازمانی
۷۹	۴-۴ فرایند خلاقیت
۷۹	۴-۵ عوامل و روند خلاقیت
۸۱	۴-۶ اهمیت خلاقیت
۸۱	۴-۷ تکنیک های خلاقیت
۸۲	۴-۸ شرایط ایجاد خلاقیت
۸۳	۴-۹ عوامل تشدیدکننده خلاقیت
۸۴	۴-۱۰ عوامل بازدارنده خلاقیت
۸۴	۴-۱۱ ویژگی های افراد خلاق
۸۵	۴-۱۲ خصوصیات مدیران خلاق
۸۵	۴-۱۳ ویژگی های سازمان خلاق
۸۵	۴-۱۴ محیط سازمان های خلاق
۸۶	۴-۱۵ چالش ها و راهکارهای خلاقیت در سازمان ها
۸۸	۴-۱۶ رهیافت های نظری و مراحل خلاقیت
۸۹	۴-۱۷ خلاصه فصل
۹۱	۳-۱۸ منابع و مأخذ
۹۳	فصل پنجم: نوآوری فناورانه تبدیل ایده ها به ارزش و ثروت (کالا یا خدمت)
۹۵	۵-۱ مقدمه
۹۵	۵-۲ تبدیل ایده ها به ارزش و ثروت
۹۸	۵-۳ نوآوری
۱۰۰	۵-۴ انواع نوآوری
۱۰۲	۵-۵ نظریه های خلاقیت و نوآوری سازمانی و فناورانه

۱۰۵	۵-۶ نوآوری سازمانی
۱۰۹	۵-۷ انواع نوآوری سازمانی
۱۰۹	۵-۸ نوآوری فناورانه
۱۱۰	۵-۹ فرآیند نوآوری فناورانه
۱۱۲	۵-۱۰ عوامل مؤثر بر نوآوری فناورانه
۱۱۳	۵-۱۱ انواع نوآوری فناورانه
۱۱۶	۵-۱۲ مدل / چهارچوب / الگوهای نوآوری فناورانه
۱۱۷	۵-۱۳ الگوهای نوآوری فناورانه در کشورهای در حال توسعه
۱۱۸	۵-۱۴ موانع خلاقیت و نوآوری سازمانی و فناورانه
۱۱۸	۵-۱۵ مشکلات شرکت های کوچک و متوسط در نوآوری های فناورانه
۱۲۰	۵-۱۶ منابع و مأخذ
۱۲۱	فصل ششم: کارآفرینی (خلق سازمان های دانش بنیان، ایجاد اشتغال مولد و نوآوری فن آورانه).....
۱۲۳	۶-۱ مقدمه
۱۲۴	۶-۲ کارآفرینی و کارآفرین
۱۲۷	۶-۳ ضرورت و اهمیت کارآفرینی
۱۳۰	۶-۴ سیر تاریخی تحول کارآفرینی
۱۳۲	۶-۵ رهیافت ها، راهبردها و سبوح کارآفرینی
۱۳۴	۶-۶ دیدگاه ها و رویکردهای کارآفرینی
۱۳۹	۶-۷ فرآیند کارآفرینی
۱۴۰	۶-۸ انواع کارآفرینی
۱۴۳	۶-۹ موانع و پیش ران های کارآفرینی
۱۴۶	۶-۱۰ خلاصه فصل
۱۴۸	۶-۱۱ منابع و مأخذ
۱۴۹	فصل هفتم: مدل ها، چهارچوب ها و الگوهای تشخیص فرصت.....
۱۵۱	۷-۱ مقدمه
۱۵۱	۷-۲ مدل
۱۵۲	۷-۳ چهارچوب
۱۵۲	۷-۴ الگو
۱۵۳	۷-۵ واژه شناسی مدل، چهارچوب و الگو
۱۵۴	۷-۶ مدل / چهارچوب / الگوی مفهومی
۱۵۶	۷-۷ مدل های تشخیص فرصت
۱۵۹	۷-۸ الگوهای تشخیص فرصت
۱۶۲	۷-۹ خلاصه فصل
۱۶۴	۷-۱۰ منابع و مأخذ

۱۶۵	فصل هشتم: منابع تشخیص فرصت‌ها
۱۶۷	۱-۸ مقدمه
۱۶۷	۲-۸ بررسی روندهای اجتماعی و دموگرافیک
۱۶۸	۳-۸ یادگیری و توسعه مهارت‌ها
۱۶۸	۴-۸ محیط کسب‌وکار
۱۷۰	۵-۸ تقاضای محیطی
۱۷۲	۶-۸ صنایع مرتبط و حمایت‌کننده
۱۷۳	۷-۸ نیروی عوامل تولید
۱۷۴	۸-۸ سیاست‌های دولتی
۱۷۴	۹-۸ شرایط رقابتی
۱۷۵	۱۰-۸ تغییرات/شیفت در بازار
۱۷۸	۱۱-۸ تغییر در فناوری
۱۷۸	۱۲-۸ فعالیت‌های کارآفرینان
۱۸۰	۱۳-۸ فرآیند آغازین تغییر
۱۸۰	۱۴-۸ پیشنهادات مدیران
۱۸۰	۱۵-۸ توسعه شبکه اجتماعی
۱۸۱	۱۶-۸ حضور در نمایشگاه‌ها و گردها
۱۸۱	۱۷-۸ شانس
۱۸۱	۱۸-۸ تقلید و شبیه‌سازی
۱۸۱	۱۹-۸ اصلاح و بهبود محصولات
۱۸۲	۲۰-۸ کمبود و نقصان در محصولات فعلی
۱۸۳	۲۱-۸ ارزیابی مجدد منطق طراحی
۱۸۳	۲۲-۸ تلفیق صنعت و فناوری
۱۸۳	۲۳-۸ ایده‌های قدیمی
۱۸۴	۲۴-۸ بررسی شرکت‌های موفق در زمینه‌های مورد علاقه
۱۸۴	۲۵-۸ خلاصه فصل
۱۸۵	۲۶-۸ منابع و مأخذ
	فصل نهم: ویژگی‌های فردی مؤثر بر فرصت‌ها عوامل فردی (روانشناختی، جمعیت‌شناختی، مهارتی، مدیریتی)
۱۸۷	۱-۹ مقدمه
۱۸۹	۲-۹ مروری بر ادبیات عوامل فردی
۱۹۱	۳-۹ عوامل جمعیت‌شناختی
۱۹۳	۴-۹ ویژگی‌های روانشناختی
۱۹۵	۵-۹ ویژگی‌های رفتار کاری

۱۹۶	۶-۹ شایستگی های اساسی
۲۰۱	۷-۹ فرآیند کشف فرصت
۲۰۲	۸-۹ ضرورت و اهمیت ویژگی های فردی کارآفرینان
۲۰۳	۹-۹ خلاصه فصل
۲۰۴	۱۰-۹ منابع و مأخذ
۲۰۵	فصل دهم: عوامل سازمانی مؤثر بر فرصت های کارآفرینی
۲۰۷	۱-۱۰ مقدمه
۲۰۷	۲-۱۰ مفهوم عوامل سازمانی و پیشینه ی تحقیق
۲۰۹	۳-۱۰ فرم سازمان
۲۰۹	۴-۱۰ ساختار سازمانی
۲۱۲	۵-۱۰ نقش منابع سرمایه ای
۲۱۵	۶-۱۰ نقش نیروی مدیریت
۲۱۵	۷-۱۰ خلاصه فصل
۲۱۷	۸-۱۰ منابع و مأخذ
	فصل یازدهم: عوامل اجتماعی مؤثر بر فرصت ها (اقتصاد کلان، مدیریت دولتی، ارزش ها و الگوهای اجتماعی، زیرساخت ها)
۲۱۹	۱-۱۱ مقدمه
۲۲۱	۲-۱۱ اقتصاد کلان
۲۲۷	۳-۱۱ کیفیت مدیریت عمومی
۲۳۴	۴-۱۱ ارزش ها و رویکردهای فرهنگی- اجتماعی
۲۳۷	۵-۱۱ زیرساخت ها
۲۴۰	۶-۱۱ خلاصه فصل
۲۴۲	۷-۱۱ منابع و مأخذ
۲۴۳	فصل دوازدهم: نقش فشار علم و کشش بازار بر فرصت ها
۲۴۵	۱-۱۲ مقدمه
۲۴۵	۲-۱۲ تعریف مفهوم کشش بازار و فشار علم
۲۴۶	۳-۱۲ اقتصاد و کارآفرینی
۲۴۷	۴-۱۲ عوامل تغییر در بازار در کارآفرینی
۲۴۸	۵-۱۲ مدل های نوآوری
۲۵۰	۶-۱۲ یکپارچه کردن فشار فناوری و کشش بازار برای تحریک نوآوری
۲۵۱	۷-۱۲ تحلیل محتوای موانع فرصت ها و راهکارهای توسعه ارتباط صنعت و دانشگاه
۲۵۱	۸-۱۲ تعریف فرصت
۲۵۲	۹-۱۲ خلاصه فصل
۲۵۳	۱۰-۱۲ منابع و مأخذ

۲۵۵	فصل سیزدهم: ارزیابی و انتخاب فرصت‌ها
۲۵۷	۱-۱۳ مقدمه
۲۵۷	۲-۱۳ تعریف فرصت
۲۵۸	۳-۱۳ ارزیابی فرصت
۲۵۹	۴-۱۳ انتخاب فرصت
۲۶۰	۵-۱۳ معیارهای ارزیابی فرصت‌ها
۲۶۱	۶-۱۳ معیارهای انتخاب فرصت‌ها
۲۶۳	۷-۱۳ خلاصه فصل
۲۶۴	۸-۱۳ منابع و مأخذ
۲۶۵	فصل چهاردهم: بهره‌برداری از فرصت‌ها (راه اندازی کسب‌وکارها و بهبود کسب‌وکارهای موجود)
۲۶۷	۱۰-۱۴ مقدمه
۲۶۷	۱۴ . بسترهای فرهنگی کارآفرینی و ایجاد اشتغال
۲۶۹	۳-۱۴ معرفی SSKB
۲۷۰	۴-۱۴ الگوی KB
۲۷۱	۵-۱۴ ویژگی‌های فیزیکی
۲۷۴	۶-۱۴ ویژگی‌های حیضی
۲۷۵	۷-۱۴ ویژگی‌های سازمانی
۲۷۷	۸-۱۴ ایده پردازی، خلاقیت و نوآوری
۲۷۹	۹-۱۴ طراحی کسب‌وکارها
۲۸۳	۱۰-۱۴ حمایت‌های مالی و غیر مالی
۲۸۵	۱۱-۱۴ مجریان کسب‌وکارهای کارآفرینانه و اشتغالزای
۲۸۸	۱۲-۱۴ خلاصه فصل
۲۸۹	۱۳-۱۴ منابع و مأخذ
۲۹۱	فصل پانزدهم: فرصت‌ها و سیکل حیات محصول
۲۹۳	۱-۱۵ مقدمه
۲۹۳	۲-۱۵ فرصت
۲۹۴	۳-۱۵ محصول
۲۹۸	۴-۱۵ سیکل حیات محصول
۲۹۸	۵-۱۵ فرصت‌ها و مرحله معرفی
۳۰۰	۶-۱۵ فرصت‌ها و مرحله رشد
۳۰۱	۷-۱۵ فرصت‌ها و مرحله بلوغ
۳۰۲	۸-۱۵ فرصت‌ها و مرحله زوال
۳۰۳	۹-۱۵ استراتژی مرحله ورود به بازار
۳۰۴	۱۰-۱۵ استراتژی مرحله رشد

۳۰۷	۱۱-۱۵ استراتژی مرحله بلوغ
۳۰۸	۱۲-۱۵ استراتژی مرحله افول
۳۱۱	۱۳-۱۵ خلاصه فصل
۳۱۳	۱۴-۱۵ منابع و مأخذ
۳۱۵	فصل شانزدهم: فرصت‌ها و اقتصاد دانش‌بنیان
۳۱۷	۱-۱۶ مقدمه
۳۱۷	۲-۱۶ اقتصاد دانش‌بنیان چیست؟
۳۱۸	۳-۱۶ ابعاد اقتصاد دانش‌بنیان
۳۱۹	۴-۱۶ مؤلفه‌های اصلی اقتصاد دانش‌بنیان
۳۱۹	۵-۱۶ اقتصاد دانش‌بنیان در ایران
۳۲۰	۶-۱۶ ضرورت اقتصاد دانش‌بنیان
۳۲۰	۷-۱۶ رصا فصل
۳۲۲	۸-۱۶ منابع و مأخذ
۳۲۳	فصل هفدهم: بحران‌ها و فرصت‌ها
۳۲۵	۱-۱۷ مقدمه
۳۲۶	۲-۱۷ بحران‌ها
۳۲۷	۳-۱۷ انواع بحران
۳۲۷	۴-۱۷ ویژگی‌های بحران
۳۲۸	۵-۱۷ رویکردها به بحران
۳۲۹	۶-۱۷ طبقه‌بندی‌های مختلف بحران
۳۳۰	۷-۱۷ روانشناسی برخورد با بحران
۳۳۰	۸-۱۷ حجم بحران
۳۳۰	۹-۱۷ پارادایم در بحران
۳۳۰	۱۰-۱۷ واکنش‌های روانی در بحران
۳۳۱	۱۱-۱۷ مدیریت بحران
۳۳۵	۱۲-۱۷ کنترل برنامه‌ریزی شده بحران
۳۳۵	۱۳-۱۷ تصمیم‌گیری در بحران
۳۳۶	۱۴-۱۷ بحران به مثابه فرصت
۳۳۹	۱۵-۱۷ خلاصه فصل
۳۴۲	۱۶-۱۷ منابع و مأخذ
۳۴۳	فصل هجدهم: تجارب موفق در تشخیص فرصت‌ها
۳۴۵	۱-۱۸ مقدمه
۳۴۵	۲-۱۸ فرصت
۳۴۸	۳-۱۸ چرا تشخیص فرصت‌ها و ایده‌های کارآفرینی مهم است؟

۳۵۰	 ۴-۱۸ تجارب موفق در ایجاد کسب‌وکار در ایران
۳۶۱	 ۵-۱۸ تجارب موفق تشخیص فرصت در دنیا
۳۷۲	 ۶-۱۸ خلاصه فصل
۳۷۴	 ۷-۱۸ منابع و مأخذ
۳۷۵	فصل نوزدهم: فرصت‌ها و جهانی‌سازی
۳۷۷	 ۱-۱۹ مقدمه
۳۷۷	 ۲-۱۹ تعریف جهانی شدن
۳۷۹	 ۳-۱۹ تعریف مختلف جهانی سازی از دیدگاه نظریه پردازان
۳۸۱	 ۴-۱۹ ویژگی‌های جهانی سازی
۳۸۳	 ۵-۱۹ ابعاد جهانی شدن
۳۸۴	 ۶-۱۹ آثار جهانی شدن
۳۸۹	 ۷-۱۹ جهانی‌شدن، فرصت یا تهدید
۳۹۱	 ۸-۱۹ خلاصه فصل
۳۹۲	 ۹-۱۹ منابع و مأخذ

پیش‌گفتار

کارآفرینی شامل فعالیت‌ها و اقدامات مرتبط با درک و فهم فرصت‌ها و تأسیس سازمانی برای بهره‌برداری از این فرصت‌ها است. بنابراین تشخیص و بهره‌برداری از فرصت‌ها موضوع اصلی و جوهره علم کارآفرینی دانسته شده است. در واقع بدون مطالعه مکانیزم‌ها و عوامل مؤثر بر زایش و بالندگی فرصت‌های کارآفرینانه نمی‌توان به فهم دقیق از کلیت کارآفرینی دست یافت.

تشخیص فرصت یکی از مؤلفه‌های کلیدی فرآیند کارآفرینی و یکی از اصلی‌ترین عوامل بقا و موفقیت سازمان‌ها به شمار می‌رود. علی‌رغم نقش بنیادی شناسایی فرصت، در ادبیات کارآفرینی مطالب چندانی در مورد چگونگی و چرایی شناسایی فرصت‌ها یافت نمی‌شود.

کتاب حاضر از نوزده فصل تشکیل شده است. فصل اول به بیان کلیات و هدف و منظور از نگارش کتاب اختصاص یافته، و به تعاریفی از فرصت و ... اشاره کرده است. نگاه کلی فصول دوم تا نوزدهم به دانش‌های مرتبط با کارآفرینی، فرصت‌های کارآفرینانه و ... اشاره شده است.

در پایان، مؤلفان بر خود فرض می‌دانند تا از همه عزیزان، دوستان، آشنایان، همکاران و دیگرانی که به نحوی از انحاء در حمایت از نگارش این کتاب آن‌ها را یاری کرده‌اند صمیمانه سپاس‌گزاری نمایند.