

خلافتِ تاجدارِ آفرینی

در هزاره سوم

مؤلفین:

حسین فتحی

مهدی پاکدل



انتشارات فروزش



انتشارات فروزش

خلافت تا کارآفرینی در هزاره سوم

تألیف: حسین فتحی - مهدی پاکدل

ناشر: انتشارات فروزش

حروفچینی: واحد کامپیوتر انتشارات فروزش

تیراژ: ۱۰۰۰

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۳

صحافی: فروزش

قیمت: ۷۵۰۰۰ ریال

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۵۴۷-۴۷۶-۶ ISBN: 978-964-547-476-6

کد ۱۰۵۰

www.ketab.ir

سرشمانه	فتحی، حسین، ۱۳۵۱
عنوان و نام پدیدآور	خلافت تا کارآفرینی در هزاره سوم/مؤلفین حسین فتحی، مهدی پاکدل
مشخصات نشر	تبریز: فروزش، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری	۱۶۸ص؛ مصور، جدول.
شابک	978-964-547-476-6
وضعیت فهرست نویسی	فبا
بازداشت	کتابخانه:
موضوع	کارآفرینی
موضوع	خلافت
موضوع	نوآوری
موضوع	کارآفرینی جنبه‌های مذهبی اسلام
موضوع	کارآفرینی ایران
شناسه افزوده	پاکدل، مهدی، ۱۳۶۳
رده بندی کنگره	۱۳۹۳ HB۶۱۵/۲۳۰۱۴
رده بندی دیویی	۳۳۸/۰۴
شماره کتابشناسی ملی	۳۴۱۳۸۸۲

مراکز پخش و فروش

دفتر و فروشگاه مرکزی: تبریز - خیابان امام خمینی، نرسیده به چهارراه آبرسان

تلفن: ۳۳۶۹۵۲۵ (۰۴۱۱) فاکس: ۳۳۵۷۰۶۱ (۰۴۱۱)

دفتر پخش تهران: ۶۶۴۶۱۴۶ (۰۲۱)

مقدمه مؤلفین

در زمان حاضر که مدیران و رهبران سازمان‌ها با موقعیت جدید و تغییرات فزاینده‌ای در امور مواجه هستند، تنها سازمان‌هایی به توفیق دست خواهند یافت که بتوانند با بهره‌گیری از انگیزه کارکنانشان، به مواجهه سریع و خلاقانه با شرایط جدید بپردازند. همچنین اکثر کشورهای توسعه یافته در حال تبدیل از حالت بوروکراتیک و اداری به وضعیت کارآفرینی می‌باشند. همچنین موج گسترده فعالیت‌های اقتصادی و تکنولوژی همراه با تغییر فراگیر روش‌ها و نگرش‌ها طی دو دهه اخیر توجه بسیاری از سازمان‌ها را به آموزش عالی و همچنین جذب و بکارگیری کارآفرینان سوق داده است. از سوی دیگر تحقیقات اخیر بیانگر نقش کلیدی کارآفرینان بویژه در ایجاد واحدهای اقتصادی کوچک و متوسط که به اشتغال زایی منجر می‌گردد، می‌باشد. با توجه به اینکه در حال حاضر، یکی از چالش‌های اصلی جامعه‌ی ما ایجاد اشتغال برای جوانان است و ظرفیت‌های اقتصادی جامعه، پاسخگوی نیازهای اشتغال و رفاه اجتماعی نیست؛ برای ایجاد و توسعه‌ی این ظرفیت‌ها، ایجاد کسب و کارهای جدید و به کارگیری ظرفیت‌های اقتصادی موجود، حضور جدی کارآفرینان خلاق و نوآور، امری ضروری به نظر می‌رسد. شدت این نیاز، آن قدر است که نمی‌توان به انتظار ظهور تصادفی کارآفرینان بود، بلکه باید با پشتیبانی و حمایت از کارآفرینان مستعد و جوان از یک طرف، آنان را در فرآیند پیچیده‌ی تبدیل ایده به کالا یا خدمت، عملاً یاری رسانده و از طرف دیگر ریسک بالای فعالیت‌های کارآفرینانه را به یک ریسک قابل تحمل تبدیل نمود. تنها در چنین وضعیتی می‌توان به حل بخش عمده‌ای از معضل اشتغال با استفاده از فرآیند کارآفرینی امیدوار بود و کتاب حاضر نیز با این هدف تألیف شده است.

در خاتمه وظیفه‌ی خود می‌دانیم از تمامی اساتید، محققان و صاحب‌نظرانی که به صورت کتبی و شفاهی و با ارایه نظرات عالمانه ما را در انجام این کتاب یاری نمودند و همچنین دانشجویانی که با طرح پرسش موجب بارورتر شدن آن شدند تقدیر و تشکر نماییم. امید است اساتید و صاحب‌نظران گرانقدر کاستی‌های این نوشتار را بزرگوارانه بر ما بخشیده و همانند گذشته ما را در جهت بازنگری این مجموعه از راهنمایی‌های ارزنده خود محروم نسازند.

حسین فتحی

مهدی پاکدل

استاد دانشگاه

دانشگاه آزاد اسلامی، واحد تبریز، باشگاه پژوهشگران

جوان و تخبگان، تبریز، ایران

فهرست مطالب

فصل اول: خلاقیت

۱۱	 مقدمه
۱۲	 مفهوم خلاقیت
۱۴	 خلاقیت
۱۶	 نظر فروید درباره خلاقیت
۱۶	 خلاقیت و فعالیت های ادراکی
۱۷	 تعریف خلاقیت از دید مکتب روانکاری و روانکاری جدید
۱۷	 تعریف خلاقیت از دید مکتب گشتالت و شناخت گرایی
۱۷	 تعریف خلاقیت از دید مکتب انسان گرایی
۱۸	 TRIZ چیست
۱۹	 فرآیند خلاقیت
۲۱	 انواع خلاقیت
۲۲	 سطوح خلاقیت
۲۵	 عوامل خلاقیت
۲۶	 تکنیک های خلاقیت
۳۲	 ویژگی های افراد خلاق
۳۴	 عناصر خلاقیت
۳۵	 اصول بنیادین خلاقیت
۳۶	 خلاقیت فردی
۳۷	 خلاقیت گروهی
۳۸	 سازمان های خلاق
۳۹	 ویژگی های سازمان های خلاق
۳۹	 خلاقیت و فرهنگ
۴۰	 موانع خلاقیت
۴۱	 رهبری سازمان های خلاق

فصل دوم: نوآوری

۴۵	 مفهوم نوآوری
۴۶	 فرآیند نوآوری
۴۸	 رابطه خلاقیت و نوآوری
۴۹	 تفاوت خلاقیت، نوآوری، ابتکار، ابداع، اختراع و تازگی

۵۰		انواع نوآوری
۵۲		مدل های نوآوری سازمانی
۵۳		دلایل نیاز به نوآوری
۵۴		ویژگی های نوآوری
۵۵		منابع نوآوری
۵۵		اصول نوآوری
۵۶		سازمان های خلاق و نوآور
۵۷		عوامل موثر در نوآوری های سازمانی
۵۸		عوامل کلیدی موثر بر موفقیت نوآوری
۵۹		نوآوری و فرهنگ
۶۰		انواع فرهنگ نوآوری
۶۰		تئوری نوآوری راجرز
۶۳		بسترهای عملی برای ایجاد نوآوری
۶۳		موانع نوآوری
۶۴		عوامل شکست و ناکامی نوآوری
۶۵		نوآوری استراتژیک
۶۶		نتایج نوآوری استراتژیک
۶۶		فرآیند نوآوری استراتژیک
۶۷		عناصر کلیدی نوآوری استراتژیک

فصل سوم: کارآفرینی در هزاره سوم

۷۳		تعریف کارآفرینی
۷۸		کارآفرینی در اسلام
۸۱		تجزیه و تحلیل حروف کارآفرینی
۸۱		ویژگی های کارآفرینان
۸۳		ویژگی های کارآفرینان از دیدگاه اسلام
۸۵		انواع کارآفرینی و کارآفرینان
۸۷		کارآفرینی سازمانی
۸۸		انواع کارآفرینی سازمانی
۹۲		ویژگی سازمان های کارآفرین
۹۷		رابطه پیچیدگی، رسمیت، تمرکز با کارآفرینی سازمانی
۱۰۱		موانع کارآفرینی سازمانی

۱۰۱	 منافع اجتماعی کارآفرینی
۱۰۲	 هفده روش برای مدیریت کارآفرینی
۱۰۶	 بهبود شرایط ویژه کارآفرینی
۱۰۸	 نقش دولت ها در نهادینه کردن کارآفرینی
۱۱۰	 ضرورت آموزش کارآفرینی
۱۱۲	 سیر تاریخی آموزش کارآفرینی
۱۱۷	 نقش آموزش کارآفرینی در بهبود کسب و کارهای کوچک و متوسط
۱۲۳	 موانع کارآفرینی در آموزش عالی کشور
۱۲۴	 مشاوره کارآفرینی
۱۲۷	 تفاوت مشاور مدیر با مدیر
۱۲۷	 مزایای بهره‌گیری از خدمات مشاوره مدیریت کارآفرینی
۱۲۸	 نقش‌های مشاور مدیر

فصل چهارم: کسب و کارهای کوچک و متوسط

۱۳۱	 کسب و کارهای کوچک و متوسط
۱۳۳	 الگوی لوندروستوم و استیونسن
۱۳۳	 توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط
۱۳۴	 تمرکز بر گروه‌های خاص
۱۳۴	 خط مشی کل گرا
۱۳۵	 بررسی عمیق تر شرکت های کوچک و متوسط
۱۳۹	 مشخصات SME ها
۱۴۱	 ابعاد حمایت از کسب و کارهای کوچک و متوسط
۱۴۳	 سیاست‌های کلی و راهکارهای ایجاد و توسعه صنایع کوچک و متوسط در کشور
۱۴۴	 محیط ملی برای کارآفرینی و ایجاد کسب و کار
۱۴۶	 موانع ایجاد کسب و کارهای کوچک و متوسط
۱۴۶	 چرخه حیات SME ها
۱۴۸	 برنامه ریزی کسب و کار
۱۴۹	 تأمین منابع مالی
۱۴۹	 مقابله با انتقال چالش های فن‌آوری
۱۵۲	 موانع و مشکلات واحدهای کوچک و متوسط تولیدی در ایران
۱۵۳	 راه اندازی کسب و کار
۱۶۱	 منابع و مآخذ

فهرست جداول

جدول ۱-۱: اجزای خلاقیت و عوامل موثر بر آن.....	۳۵
جدول ۱-۲: تعاریف ارائه شده پیرامون نوآوری.....	۴۶
جدول ۲-۲: دسته بندی انواع نوآوری.....	۵۲
جدول ۱-۳: تعاریف کارآفرینی.....	۷۹
جدول ۲-۳: مقایسه ویژگی های شخصیتی کارآفرین مستقل و سازمانی منبع.....	۸۹
جدول ۳-۳: ویژگی های ساختاری سازمان های کارآفرین.....	۱۰۰
جدول ۱-۴: تعریف بنگاههای کوچک و متوسط در برخی کشورهای آسیایی و اروپایی.....	۱۳۸
جدول ۲-۴: برنامه ها و سیاست های حمایتی کشورهای منتخب اروپایی از SME ها.....	۱۴۰

فهرست اشکال

شکل ۱-۱: عناصر خلاقیت.....	۳۴
شکل ۱-۴: مراحل ایجاد و توسعه کسب و کارهای کوچک.....	۱۴۸
شکل ۲-۴: چالش های انتقال فن اوری و جایگاه کسب و کارهای کوچک و متوسط.....	۱۵۱