

بسم الله الرحمن الرحيم

کار آفرینی

تألیف: مهدی گاه ها و آموزش کار آفرینی

تألیف:

دکتر فرهاد محبوب خواه

دکتری تخصصی مدیریت منابع انسانی

علی شمسی

کارشناسی ارشد مدیریت دولتی

فرناز محبوب خواه

کارشناسی ارشد مدیریت توسعه منابع انسانی

سرناسه	: محبوب خواه، فرهاد، ۱۳۳۹ -
عنوان و نام پدیدآور	: کارآفرینی: تعاریف، دیدگاه‌ها و آموزش کارآفرینی / تألیف فرهاد محبوب خواه، علی شمسی، فرناز محبوب خواه.
مشخصات نشر	: تبریز: انتشارات پژوهش‌های دانشگاه، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	: ۱۷۱ص: مصور، جدول، نمودار.
شابک	: ۲۳۰۰۰۰ ریال ۳-۲۰۸-۴۸۳-۶۰۰-۹۷۸:
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
موضوع	: کارآفرینی
موضوع	: Entrepreneurship
شناسه افزوده	: شمسی، علی، ۱۳۵۹ -
شناسه افزوده	: محبوب خواه، فرناز، ۱۳۷۲ -
شناسه افزوده	: انتشارات پژوهش‌های دانشگاه
شناسه افزوده	: University Press Publications
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۸ ۳/۴۲/۶۱۵ HB
رده بندی دیویی	: ۳۳۸/۰۴
شماره کاتالوگ	: ۵۶۶۰۸۱۳

عنوان کتاب: کارآفرینی (تعاریف، دیدگاه‌ها و آموزش کارآفرینی)

تألیف: فرهاد محبوب خواه - علی شمسی - فرناز محبوب خواه

ناشر: انتشارات پژوهش‌های دانشگاه

طراح روی جلد: نعیمه مناف زاده

صفحه آرای: نعیمه مناف زاده

چاپ و صمافی: مدیران

تیراژ: ۱۰۰۰ جلد

نوبت چاپ: اول / ۱۳۹۸

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۴۸۳-۲۰۸-۳

قیمت: ۲۳۰۰۰ تومان



انتشارات پژوهش‌های دانشگاه

عضو رسمی انجمن ناشران دانشگاهی



آدرس دفتر مرکزی: آذربایجان شرقی، تبریز، آبرسان، مجتمع تجاری بلور، روبروی کلانتری، داخل حیاط (ضلع شرقی)، پلاک ۳۹
تلفن‌های تماس بخش مدیریت: ۰۴۱۳۳۲۶۲۱۱۶ / ۰۴۱۳۳۲۶۲۱۱۶
بخش امور فنی: ۰۴۱۳۳۲۵۰۲۴۸

دفتر اهر: شهرستان اهر - میدان معلم - روبروی دارایی - انتشارات پژوهش‌های دانشگاه / دفتر اهر تلفن: ۰۹۳۰۸۱۴۸۴۸۶

www.Unpb.org / Info@unpb.org www.Pajohesh-daneshgah.ir/ Info@pajohesh-daneshgah.ir

طبق قانون حمایت از حقوق ناشران و مولفان هر شخص حقیقی و حقوقی که تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه ناشر و مؤلف، نشر یا عرضه یا تکثیر یا تجدید چاپ نماید مورد پیگیری جدی قانونی خواهد گرفت و مطابق با جرائم قوانین اسلامی برخورد خواهد شد.

فهرست مطالب

مقدمه	۱۱
-------	----

فصل اول:

بررسی مفهوم کارآفرینی

۱-۱- مقدمه	۱۳
۱-۲- مفهوم واژه کارآفرینی	۱۴
۱-۳- کارآفرینی از دیدگاه اقتصاددانان	۱۷
۱-۴- کارآفرینی از دیدگاه محققین علوم رفتاری	۲۳
۱-۵- کارآفرینی از دیدگاه دانشمندان مدیریت	۲۵
۱-۶- دیدگاه های مختلف به کارآفرینی	۳۲

فصل دوم:

کارآفرینی در نظریه های اقتصادی

۱-۲- مقدمه	۳۷
۲-۲- پیدایش کارآفرینی در اقتصاد	۳۸
۲-۳- مکتب سودگرایان، فیزیوکراتها، کلاسیک ها و مارکسیست ها	۴۰
۲-۳-۱- ریچارد کانتیلون	۴۲
۲-۳-۱- جان باتیست سی	۴۳
۲-۳-۳- کارل مارکس	۴۴

۴۵	۴-۲- مکتب نئوکلاسیک ها و نهادیون
۴۵	۴-۲-۱- فرانسیساجورث
۴۶	۴-۲-۲- آلفرد مارشال
۴۶	۴-۲-۵- مکتب سنتی اتریش - آلمان
۴۷	۴-۲-۱-۵- جوان و ان تانن
۴۷	۴-۲-۵-۲- ژوزف شومپتر
۵۰	۴-۲-۶- مکتب شیکاگو
۵۰	۴-۲-۱-۶- فردریک هاولی
۵۰	۴-۲-۶-۲- جان بنت کلاרק
۵۱	۴-۲-۶-۳- اروینگ فیش
۵۱	۴-۲-۶-۴- فرانک زت
۵۲	۴-۲-۶-۵- تئودور شولتز
۵۳	۴-۲-۷- نهادیون
۵۴	۴-۲-۷-۱- رونالد کواس
۵۴	۴-۲-۷-۱- الیور ویلیامسون
۵۵	۴-۲-۸- مکتب نوین اتریش
۵۵	۴-۲-۸-۱- مایسز
۵۶	۴-۲-۸-۲- ایزرائیل کرایزیز
۵۷	۴-۲-۹- جمع بندی مطالب

فصل سوم:

کارآفرینی در دیدگاه های غیراقتصادی

۶۱	۳-۱- مقدمه
۶۳	۳-۲- رویکرد ویژگی ها
۶۸	۳-۲-۱- نیاز به توفیق یا توفیق طلبی
۷۱	۳-۲-۲- مرکز کنترل
۷۲	۳-۲-۳- تمایل به مخاطره پذیری
۷۵	۳-۲-۴- نیاز به استقلال

۷۶	 ۵-۲-۳ خلاقیت
۷۷	 ۶-۲-۳ تحمل ابهام
۷۹	 ۷-۲-۳ تأملی بر رویکرد ویژگی ها
۸۱	 ۳-۳ رویکرد رفتاری
۸۲	 ۱-۳-۳ خصایص جمعیت شناختی
۸۲	 الف) ویژگی های تجربی
۸۳	 ناراضیاتی از شغل قبلی
۸۵	 ب) ویژگی های مرتبط با سابقه و پیشینه فرد
۸۸	 قرار نگرفتن فرد در پایگاه اجتماعی
۸۸	 ۴-۳ انواع مدل های کارآفرینی
۸۸	 ۱-۴-۳ مدل های فرآیندی
۸۸	 الف) فرآیند رویدادی
۸۹	 ۱-مدل رویدادی آلبرت پیرو
۹۱	 ۲-مدل رویدادی فری (۱۹۹۳)
۹۲	 ۳-مدل رویدادی ویلیام بای گریو (۱۹۹۴)
۹۳	 ب) فرآیند چند بعدی
۹۴	 ۱-مدل فرآیندی جفری تیمونز و همکاران
۹۵	 ۲-مدل چند بعدی ویلیام گارتنر
۹۶	 ۳-مدل فرآیندی چل و هاورس
۹۷	 ۴-مدل فرآیندی استیونسون و همکاران
۹۹	 ۵-مدل یکپارچه کارآفرینی نیاوالی و فوگل
۱۰۰	 ۵-۳ خلاصه و جمع بندی

فصل چهارم:

کارآفرینی در سازمان

۱۰۳	 ۱-۴ مقدمه
۱۰۴	 ۲-۴ ضرورت کارآفرینی در سازمان
۱۰۶	 ۳-۴ سیر تطور کارآفرینی در سازمان

- ۴-۴- مقایسه ویژگی‌های شخصیتی و جمعیت شناختی کارآفرینان مستقل با کارآفرینان سازمانی ۱۱۰
- الف) ویژگی‌های شخصیتی ۱۱۰
- ب) ویژگی‌های شخصی و جمعیت شناختی ۱۱۱
- عدم قرار گرفتن در پایگاه اجتماعی ۱۱۲
- ۴-۵- تفاوت‌های کارکردی درخصوص دو نوع کارآفرینی ۱۱۲
- ۴-۶- موانع و محدودیت‌ها برای کارآفرینی سازمانی ۱۱۴
- ۴-۶-۱- ماهیت سازمان‌های بزرگ ۱۱۴
- ۴-۶-۲- راز به سودهای کوتاه مدت ۱۱۴
- ۴-۶-۳- عدم وجود استعدادها برای کارآفرینانه ۱۱۴
- ۴-۶-۴- شبیه‌های درست‌باداش ۱۱۵
- ۴-۷- استراتژی‌های کارآفرینی در سازمان ۱۱۷
- ۴-۷-۱- استراتژی‌ها از دیدگاه مدل‌های تحول‌یافته ۱۱۸
- ۱- کارآفرینی اداری ۱۱۸
- ۲- کارآفرینی فرصت‌گرایانه ۱۱۸
- ۳- کارآفرینی تقلیدی ۱۱۸
- ۴- کارآفرینی اکتسابی ۱۱۹
- ۵- کارآفرین همراه با ایجاد بخش‌های جدید ۱۱۹
- ۴-۷-۲- استراتژی از دیدگاه جیننگز ۱۱۹
- ۱- نوآوری سازمانی ۱۱۹
- ۲- تأسیس واحدهای فرعی ۱۲۰
- ۳- کارآفرینی سازمانی ۱۲۰
- ۴-۷-۳- استراتژی‌ها از دیدگاه بادن فولر و استاپ‌فورد ۱۲۱
- ۴-۸- مدل‌های ارائه شده برای ایجاد کارآفرینی در سازمان ۱۲۳
- ۴-۸-۱- مدل کارآفرین سازمانی ۱۲۳
- ۱- ویژگی‌های سازمانی ۱۲۳
- ۲- ویژگی‌های فردی ۱۲۳
- ۳- حادثه ناگهانی - تغییر محیطی ۱۲۳

۱۲۴	۴-تصمیم به انجام فعالیت کارآفرینانه سازمانی.....
۱۲۴	۵-برنامه‌ریزی کاری-امکان‌سنجی.....
۱۲۴	۶-قابلیت دسترسی منابع.....
۱۲۴	۷-غلبه بر موانع.....
۱۲۴	۸-اجرای تفکر.....
۱۲۵	۲-۸-۴-مدل‌های کارآفرینی شرکتی.....
۱۲۵	الف) مدل ترغیب کارآفرینی شرکتی کورانکو و هاجتس.....
۱۲۶	توسعه بیشتر و چشم‌انداز.....
۱۲۶	تشویق نیروی.....
۱۲۷	ایجاد جو کارآفرینانه-ایمان.....
۱۲۷	توسعه تیم‌های کارآفرین.....
۱۲۷	ب) مدل کارآفرینی شرکتی در نگاه فری.....
۱۲۷	متعهد نمودن سازمان.....
۱۲۸	تعیین مدل کارآفرینی شرکتی.....
۱۲۹	توسعه فرهنگ کارآفرینانه.....
۱۲۹	شناسایی استعدادهای کارآفرینانه.....
۱۲۹	پاداش به کارآفرینان سازمانی.....
۱۲۹	۴-۹-جمع‌بندی مطالب.....

فصل پنجم:

آموزش کارآفرینی

۱۳۳	۵-۱-مقدمه.....
۱۳۵	۵-۲-سابقه آموزش کارآفرینی.....
۱۳۶	۵-۲-۱-جایگاه آموزش در سال ۱۹۸۰.....
۱۳۷	دوره‌های آموزشی.....
۱۴۰	۵-۲-۲-جایگاه آموزش در سال ۱۹۸۵.....
۱۴۱	وضعیت آموزش.....
۱۴۸	۵-۲-۳-جایگاه آموزش در سال ۱۹۹۰.....

- ۵-۳-تحقیق در آموزش کارآفرینی.....۱۵۳
- ۵-۳-۱-افراد تحت پوشش آموزش کارآفرینی.....۱۵۵
- ۵-۳-۲-اهداف آموزش کارآفرینی.....۱۵۷
- ۵-۳-۳-معیارهای ارزیابی.....۱۵۹
- ۵-۴-خلاصه و جمع بندی.....۱۶۱
- منابع.....۱۶۳

روند تحول زندگی از دوران غارنشینی تاکنون به شیوه‌های متفاوتی توصیف شده است. اما آنچه که در تمامی تحلیل‌ها مورد توجه قرار گرفته است، همانا نقش «عامل تغییر» می‌باشد در واقع همان نیرویی که پیشرفت مادی را سبب شده و به انجام رسانده است. امروزه متوجه شده‌ایم که این عامل تغییر از ابتدا تاکنون وجود داشته و به احتمال زیاد در آینده نیز توسط افراد کارآفرین این تغییر ها صورت خواهد گرفت. تا دهه ۱۹۸۰ سه موج وسیع، موضوع کارآفرینی را به جلو رانده است.

موج اول انفجار عمومی مطالعه و تحقیق در قالب انتشار کتاب‌هایی درخصوص «زندگی کارآفرینان» تاریخ شرکت‌های آنها»، «چگونگی ایجاد کسب کار شخصی» و «شیوه‌های سریع پولدار شدن» می‌باشد. **موج دوم** که به تدریج ایجاد گردیده، ارائه رشته‌های آموزشی کارآفرینی در مقاطع تحصیلی در حوزه‌های مهندسی و بازرگانی است. این دوره از اواخر دهه ۶۰ میلادی در چند دانشکده آغاز شد. تاکنون در بیش از ۵۰۰ دانشکده در ایالات متحده و کانادا تدریس گردیده است. **موج سوم** افزایش علاقه‌مندی دولت‌ها به تحقیقات در زمینه بنگاه‌های کوچک با هدف تشویق رشد شرکت‌های کوچک، همچنین تحقیق در خصوص نوآوری‌های صنعتی است. ابتدا لازم است تا چندین بعد در زمینه تعیین زمین سازیم. اول آنکه هر محقق با توجه به زمینه تخصصی خود با این مقوله برخورد نموده است. برای روشن شدن مطلب لازم است اشاره شود که **اقتصاددانان** بیشتر به ارائه تعاریف کارکردی و ابعاد رشد اقتصادی و سودآوری توجه دارند، **روانشناسان** سعی می‌کنند تا خصوصیت فردی و روانشناختی کارآفرینی را مورد مطالعه قرار دهند، جامعه‌شناسان، نیز با اعتقاد به اینکه انگیزه‌درونی کارآفرین، نیروی محرکه اوست که در کودکی و در نتیجه پیرامون فرد تقویت می‌گردد، ابعاد و تبعات اجتماعی کارآفرینی را بررسی می‌نمایند. بعد دیگری که باید مورد توجه قرار گیرد تا از هر گونه ابهام در هنگام مطالعه منابع کارآفرینی، جلوگیری شود، تفاوت بین نقش^۱ و پایگاه است. در واقع نقش کارآفرین وجود همان ویژگی‌ها و خصوصیات کارآفرینی در فرد است و **پایگاه** همان توجه به کارکرد کارآفرین است. بنابراین، در شناسایی کارآفرینان باید توجه داشت که ممکن است فرد دارای نقش کارآفرین باشد ولی هرگز در پایگاه کارآفرینی قرار نگیرد، همچنین هر فردی که در پایگاه کارآفرینی قرار می‌گیرد، الزاماً

دارای نقش کارآفرینی نیست. به عبارتی دیگر، پایگاه اجتماعی به جایگاه اجتماعی اطلاق می‌شود و نقش، رفتاری است که در آن پایگاه لازم می‌باشد. البته نباید از نظر دور داشت که ریشه‌های روانشناختی کارآفرینی به درجات مختلف در هر فردی وجود دارد. بنابراین باید توجه داشت که کارآفرین از نظر مفهومی از رفتار کارآفرین جداست. با توجه به مطالب فوق الذکر کارکنان سازمان‌ها می‌توانند نقش کارآفرین در سازمان خود داشته باشند و با توجه به ادبیات و پیشینه تحقیق منابع قدرت مدیران در تقویت و بروز این نقش (ویژگی‌های کارآفرینی) می‌تواند اثرگذار باشد. در این کتاب مقوله کارآفرینی در پنج فصل بررسی می‌گردد، در **فصل اول** به تعاریف، در **فصل دوم** به نظریات افته‌ادی، در **فصل سوم** به نظریات غیراقتصادی، در **فصل چهارم** به کارآفرینی در سازمان و در **فصل پنجم** به آموزش کارآفرینی پرداخته می‌شود. در اینجا بر خود لازم می‌دانیم از زحمات دوستانمان صمیمانه تقدیر و تشکر نماییم و همچنین از استادان و صاحب‌نظران ارجمند تقاضا می‌نمایم با همکاری راه‌آیی‌های خود ما را در اصلاح و بهبود این اثر یاری نمایند.

فرهاد محبوب خواه

Mahbobkhah_farhad@yahoo. Com