



خلاقیت و نوآوری لازمه کارآفرینی

سهیلا براتی^{۱*}، بهمن خسروی پور^۲

۱- دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان

Soheila.barati76@gmail.com

۲- استاد گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی خوزستان

B,khosravipour@gmail.com, khosravipour@asnrukh.ac.ir

چکیده

کارآفرینی یکی از عوامل اصلی رشد و توسعه اقتصادی کشورهاست. در دنیای امروز افراد، سازمان‌ها و کشورهای موفق‌تر هستند که قادر به کارآفرینی و نوآوری باشند. سازمان‌ها و شرکت‌های امروزی در محیطی پیچیده و در عین حال پویا با یکدیگر تعامل دارند. کارآفرینی با مفاهیمی مانند خلاقیت و نوآوری که از نشانه‌های جهانی کارآفرینان است در ارتباط است و کشورهای پیشرفته با تکیه بر کارآفرینی با حداقل منبع در دسترس از فرصت‌های به وجود آمده استفاده کرده و تولید، رشد و توسعه را در کشورهای خود عملیاتی نموده‌اند در واقع، خلاقیت و نوآوری اجزای اصلی کارآفرینی محسوب می‌شوند. این مقاله که به روش مروری و با استفاده از منابع کتابخانه‌ای، و اینترنتی تهیه شده ضمن بیان مفاهیم و اهمیت موضوع، عوامل کلیدی را در مورد ارتباط خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی بررسی و راه کارهایی ارائه نماید.

کلمات کلیدی: خلاقیت، نوآوری، کارآفرینی، توسعه کارآفرینی



مقایسه روند رشد کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه و بررسی مشکلات این کشورها مانند بیکاری، تورم و غیره نشان می‌دهد که یکی از عوامل تأثیرگذار بر پیشرفت و توسعه کشورها می‌تواند توجه به بحث کارآفرینی باشد. تکیه بر کارآفرینی از طریق خلاقیت و نوآوری است که کشورهای پیشرفته با حداقل منابع در دسترس از فرصت‌های به وجود آمده نهایت استفاده را نموده و چرخ‌های تولید، رشد و توسعه این کشورها به حرکت در می‌آید (خسروی پور و خسروی پور، ۱۳۹۴). امروزه توجه خاصی به کار آفرینی و کارآفرینان می‌شود و تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن، از ابزار پیشرفت اقتصادی کشورها و به ویژه کشورهای در حال توسعه شمرده می‌شود (هزارجریبی، ۱۳۸۲). بدون شک یکی از مهمترین بسترها برای توسعه کارآفرینی، کسب و به کارگیری دانش است و افراد به دنبال آن دسته از دانش، مهارت‌ها، عادات و استراتژی‌هایی باشند که آنان را در آینده موفق خواهد نمود (موسی پورگرچی و طالقانی، ۱۳۹۸). در واقع، کارآفرینی یک اتفاق چند مرحله‌ای است که با ترکیبی از خلاقیت انسانی، امکانات مالی، و برابری تکنولوژیک آغاز می‌شود، راه‌های جدیدی برای کشف و سازماندهی فرآیندهای تولید را تقویت می‌کند که در نتیجه باعث رشد سرمایه‌گذاری جدید می‌شود (سالم و بدوک^۱، ۲۰۲۱). به طور کلی اقتصاددانان کارآفرینی را از منظر سودمحوری، سرمایه‌گذاری، حمایت ریسک و دیدگاهی از گسترش اقتصاد مورد توجه قرار داده اند از این رو در یک جامعه مدرن نقش کارآفرینی فراتر از بعد اقتصادی است (یعقوبی و قاسمی، ۱۳۸۸). اقتصاد کشور ایران نیز گرفتار نارسایی‌ها، کمبود و سوء مدیریت‌هایی است که به وضعیت نابهنجار بیکاری، کمبود تولید ناخالص داخلی، کاهش قدرت سرمایه‌گذاری دولت، ضعف در صادرات غیرنفتی و مواردی از این قبیل منجر شده است و نبود ابتکار، خلاقیت و نوآوری، اشتغال پایدار را ایجاد نخواهد کرد و هر میزان که شغل و حرفه‌ای از نوآوری فاصله گیرد، به همان اندازه در فضای رقابتی منطقه و جهان از توسعه باز خواهند ماند و نابود خواهد شد (دریان آستانه و همکاران، ۱۳۹۸). در این راستا، کارآفرینی در پی کشف روابط تعادلی بین روح و فکر و جسم است و در مجموع یک فرآیند خلق ابتکارها و نوآوری‌ها و ایجاد کسب و کار جدید در شرایط خطر خیز از طریق کشف فرصت‌ها و بهره‌گیری از منابع می‌باشد (خسروی پور و همکاران، ۱۳۹۲). کارآفرینان مجموعه‌ای از منابع از جمله منابع مالی و فراست اقتصادی را تجمیع نموده و در تلاش اند تا نوآوری‌ها را به کالای اقتصادی تبدیل نمایند (جمشیدی فر و همکاران، ۱۳۸۹). بدین سبب، تأسیس شرکت‌ها و مؤسسات را نه فقط به دلایل اقتصادی، بلکه اغلب به خاطر علت نوآوری و خلاقیتی که در مشاغل وجود دارد دنبال می‌کنند (فرید، ۱۳۸۸). بدون تردید آیندگان، تاریخ را چیزی به جز سیر بروز خلاقیت‌ها و نوآوری‌های بشری نخواهند دانست (طالقانی و همکاران، ۱۳۹۴). بر این اساس پژوهش حاضر تلاش دارد به این سوال پاسخ دهد: که چه ارتباطی بین خلاقیت، نوآوری، و توسعه‌ی کارآفرینی است؟ و با بررسی مفاهیم مربوط ارتباط آن‌ها را تحلیل نماید.

¹ Salem & Beduk



۲- مبانی نظری

۲-۱- مفهوم خلاقیت

خلاقیت به شیوه‌های مختلف و متعددی تعریف شده است. خلاقیت یک ویژگی ذاتی و ارثی می‌باشد که فقط برخی از افراد خوش شانس با آن متولد می‌شوند. امروزه ثابت شده که این توانایی در بین نوع بشر رایج است و همه در بدو تولد دارای این استعداد به درجات مختلف هستند (فدایی و الزهره^۱، ۲۰۱۴). به عبارت دیگر، خلاقیت فرآیندی مستمر است که در آن از شخص خواسته می‌شود تا سخت کار کند و ایده‌ها و راه‌حل‌ها را به طور مستمر بهبود بخشد (مظله و همکاران^۲، ۲۰۱۹). در کتاب فرهنگ توصیفی روانشناسی خلاقیت به عنوان توانایی پیدا کردن راه‌حل‌های نامتعارف و با کیفیت بالا برای مسائل، و همچنین خلاقیت به منزله ظرفیت و استعداد برخی از افراد در پدید آوردن ترکیبات و آثار جدید در زمینه‌های هنری، مکانیکی و نظایر آن است که قبلاً شناخته بودند، تعریف می‌شود (زارع و همکاران، ۱۳۹۱). از این رو، خلاقیت فرآیندی مشتمل بر حساسیت به مسائل، کمبودها، تنگناها و هماهنگی‌ها تعریف می‌شود. حساسیت در پی مشکل یا مشکلاتی به وجود می‌آید و به دنبال آن جستجو برای یافتن راه‌حلی جهت رفع آن مشکلات و طرح فرضیه‌هایی برای این منظور آغاز می‌گردد (محبوبی و همکاران، ۱۳۹۱).

برای توسعه خلاقیت، چهار دسته از مهارت‌ها ضروری است:

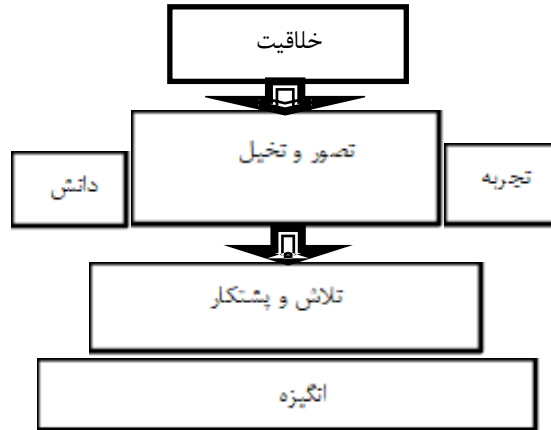
- توانایی تفکر واگرا که راه‌حل‌های بسیار متفاوتی را برای طیف وسیعی از ابعاد و زوایای ایجاد می‌کند، که می‌تواند به عنوان یک مشکل در نظر گرفته شود.
- داشتن دانش گسترده و تجربه مفید در زمینه خلاقیت.
- توانایی برقراری ارتباط با دیگران به منظور تبادل تجربیات و اطلاعات.
- ظرفیت فردی برای تحلیل انتقادی، زیرا فرد در طول شکل‌گیری خلاقیت به راه‌حل‌های مختلفی می‌رسد که برای انتخاب راه‌حل مناسب و حذف راه‌حل‌های دیگر و داشتن قضاوت و انتقاد دقیق ضروری است (فدایی و الزهره، ۲۰۱۴).

¹ Fadaee et al

² Mazla et al

۲-۲- مؤلفه های خلاقیت

سام خانیان (۱۳۸۱) در کتاب خود مؤلفه‌ها و عوامل اساسی خلاقیت را در شکل ۱ نشان داده است.



شکل (۱): مؤلفه‌ها و عوامل خلاقیت (سام خانیان، ۱۳۸۱)

همانطور که در شکل ۱ مشاهده می‌شود خلاقیت انسان ریشه در دانش و تجربه او دارد و در بستری از تخیل و تصور نهان می‌شود پایه اصلی خلاقیت انسان تلاش و کوشش او برای دستیابی به راه‌حل‌ها و نتایج بدیع و نوآورانه است. رابطه بین عوامل مطرح شده را می‌توان در معادله زیر نشان داد (سام خانیان، ۱۳۸۱).

$$\text{تجربه و علم} + \text{تصور} \times \text{تلاش} \times \text{انگیزه} = \text{قدرت خلاقیت}$$

۲-۳- اجزای اصلی خلاقیت

اجزای اصلی خلاقیت را می‌توان در شکل زیر نشان داد (عین علی ورنوس فاردانی و پاینده نجف آبادی، ۱۴۰۰).



شکل (۲): اجزای اصلی خلاقیت (عین علی ورنوس فاردانی و پاینده نجف آبادی، ۱۴۰۰).



۴-۲- مفهوم نوآوری

نوآوری ویژگی ذهنی است که به فرد اجازه می‌دهد خارج از چارچوب فکر کند، که منجر به رویکردهای نوآورانه یا متفاوت برای یک کار خاص می‌شود (آدنیکه^۱، ۲۰۱۷). نوآوری به زبانی ساده، تبدیل ایده‌ی خلاقانه به محصولی است که مردم به عنوان مشتری حاضر باشند آن را بخرند و استفاده کنند. بنابراین نوآوری نه فقط به عنوان ابزاری برای حفظ بقای سازمان، بلکه برای این که در رقابت سازمان‌ها برتری یابد، می‌باشد. بنابراین نوآوری را می‌توان به عنوان یک پیشرفت در ارتباط با ایده‌های جدید تفسیر کرد (زونا و آدرین^۲، ۲۰۱۹). بنابراین، نوآور کسی است که محصولی جدید یا روش تولیدی و یا حتی نحوه‌ی کسب و کار جدیدی را به بازار عرضه می‌کند (پیرایش و همکاران، ۱۳۹۴).

۲-۵- شرایط لازم برای ایجاد خلاقیت و نوآوری

برخی از کارشناسان نیز بر این باورند که برای تحقق بروز خلاقیت و نوآوری در سازمان باید شرایط و زمینه‌های متفاوتی ایجاد شود که این شرایط و زمینه‌ها عبارتند از:

- فضای خلاق: بدین معنی که مدیریت باید به طور پیوسته آماده شنیدن ایده‌های نو در سازمان باشد.
- دادن فرصت برای خلاقیت: بدین معنی که سازمان‌ها یا موسسات دفاتر خصوصی رابه کارکنانی که شایستگی لازم را دارند، اختصاص می‌دهند.
- برقراری نظام پیشنهادها: بدین معنی که روشی را برای ارائه پیشنهادها فراهم شود.
- ایجاد واحد مخصوص خلاقیت: گروه خاصی از کارکنان برای نوآوری و خلاقیت استخدام می‌شوند و در بعضی از سازمان‌ها این گروه را واحد تحقیق و توسعه می‌نامند (نبی پورافروزی و درویش متولی، ۱۳۹۲).

۲-۶- رابطه خلاقیت و نوآوری

خلاقیت، لازمه نوآوری است تحقق نوجویی وابسته به خلاقیت است. خلاقیت پیدایی و تولید یک اندیشه و فکر نو است در حالی که نوآوری عملی ساختن آن اندیشه و فکر است. از خلاقیت تا نوآوری غالباً راهی طولانی در پیش است و تا اندیشه‌ای نو به صورت محصولی یا خدمتی جدید درآید زمانی طولانی می‌گذارد و تلاش‌ها و کوشش‌های بسیار به عمل می‌آید (طاهری، ۱۳۸۷). خلاقیت خلق ایده‌هایی است که مفید و دارای ارزش جدید توسط یک فرد یا یک گروه کوچک متشکل از افرادی است که با هم کار می‌کنند در حالی که نوآوری با موفقیت در به کارگیری ایده‌های خلاقانه در یک سازمان تعیین می‌شود (محمود زاده و همکاران، ۱۴۰۱). به فرآیند خلق، توسعه و اجرای یک ایده نوین، نوآوری خلاقیت گفته می‌شود نوآوری در مبنای خلاقیت یعنی توانایی تولید آثار تازه، به کار بردن رفتارهای تازه و پیدا کردن راه‌حل تازه برای یک مسأله می‌باشد. نوآوری را می‌توان به دو صورت تعریف کرد الف) نوآوری به معنی خلاقیت عینیت یافته تولید ایده و نوآوری را تحقق

¹ Adenike

² Zona & Adrian



بخشیدن به آن ایده می‌دانند، در این حالت منظور از خلاقیت، خلاقیت ذهنی و منظور از نوآوری خلاقیت عینی می‌باشد. ب) نوآوری به معنی فرآورده خلاق، یا محصول خلاق است که در سازمان تولید می‌شود (سام خانیان، ۱۳۸۱).

۲-۷- مفهوم کار آفرینی

امروزه شرایط اجتماعی و اقتصادی کشورهای درحال توسعه به نحوی است که حل مشکلات و مسائل، روش‌ها و راهکارهای جدید و متفاوتی را می‌طلبد و کارآفرینی به عنوان موتور رشد و توسعه کشورها و نقش کلیدی کارآفرینان در این حوزه اثبات شده است. بنابراین کارآفرینی، نیروی محرک توسعه است و با کمک خلاقیت و نوآوری دستیابی به رشد و توسعه پایدار را میسر می‌سازد (محمود زاده و همکاران، ۱۴۰۱). کارآفرینی عبارت است از فرآیند خلق چیزی با ارزش و متفاوت، از طریق اختصاص زمان و تلاش کافی، همراه با ریسک مالی، روانی و اجتماعی، همچنین دریافت پاداش‌های مالی در رضایت شخص از نتایج حاصله می‌باشد (هیسریچ و پیترز^۱، ۲۰۱۹). کارآفرینی فرآیندی است پویا که به وسیله‌ی فردی کارآفرین که برای بهره برداری از نوآوری اقتصادی جهت خلق ارزش جدید در بازار تلاش می‌کند ایجاد و مدیریت می‌شود، می‌توان گفت کارآفرین شخصی است که ذهن کارآفرینانه‌ای همراه با نیاز قوی به موفقیت دارد (فروهی و همکاران، ۱۳۸۶). کارآفرینی در محیط‌ها و مجموعه‌های مختلفی اتفاق می‌افتد و طی آن تغییرات در سیستم اقتصادی از طریق نوآوری افرادی رخ می‌دهد که به فرصت‌های اقتصادی واکنش نشان می‌دهند و این باعث ایجاد ارزش فردی و اجتماعی خواهد شد (فاضلی ویسری و محمدی ملاحاجیلو، ۱۴۰۱). کارآفرینی در یک تعامل چند سویه یعنی هم در مفهوم ایجاد اشتغال، ایجاد تحول از راه نوآوری‌ها و هم بهبود فرآیندها به عنوان عامل کلیدی در رشد و توسعه اقتصادی، به شدت مورد نیاز است در واقع کارآفرین کسی است که دارای قدرت درک بالا و توانایی یافتن فرصت‌هاست و می‌تواند از طریق پرورش اندیشه و ایده‌ی خود و تبدیل آن به محصول یا خدمتی جدید، اقدام به کارآفرینی از هیچ نماید (دارابی و همکاران، ۱۴۰۱). مک کلند^۲ (۱۹۶۱) کارآفرین را فردی توصیف می‌کند که با فشار نیازها و رغبت شدید جهت پیشرفت و ساختن برانگیخته می‌شود. وی افراد کارآفرین را به چهار گروه دسته بندی کرده است الف) بازسازی کننده ب) نوآور ج) مثبت اندیش و ترویج کننده مثبت اندیشی د) سازنده و ترمیم کننده سازمان (محبوبی و همکاران، ۱۴۰۱). کارآفرین کسی است که در مواجهه با مخاطرات و عدم اطمینان، کسب و کاری را به منظور سودآوری با رشد، شناخت فرصت‌ها و ترکیب منابع ضروری برای بهره‌برداری از فرصت‌ها دایر می‌کند (زیمپرو و کارباروک^۳، ۲۰۰۴).

۲-۸- ویژگی‌های افراد کارآفرین

- ریسک پذیری: فرد برای انجام کاری که احتمال شکست در آن وجود دارد، اعلام آمادگی می‌کند.
- تحمل ابهام: پذیرفتن عدم قطعیت به عنوان بخشی از زندگی.
- خلاقیت: فرآیندهای ذهنی که منجر به یافتن راه حل و ایده و غیره.

¹ Hisrich & peters

² McClelland

³ Zimmet & Carborrogh



- انگیزش پیشرفت یا توفیق طلبی: تمایل به انجام کار در استانداردهای عالی جهت موفقیت در موقعیت های رقابتی.
- کانون کنترل درونی: شخص رویداد خاصی را ناشی از رفتار یا ویژگی های نسبتا پایدار خود می داند (صفران و خسروانی زنگنه، ۱۳۹۴).

هریک از زمینه های ذیل کار آفرینی محسوب می شود:

- ارائه کالای جدید
- یافتن منافع جدید
- ارائه روش جدید در فرایند تولید
- گشایش بازاری جدید
- ایجاد هر گونه تشکیلات جدید در صنعت (عبدالله زاده سلماسی و همکاران، ۱۳۹۴).

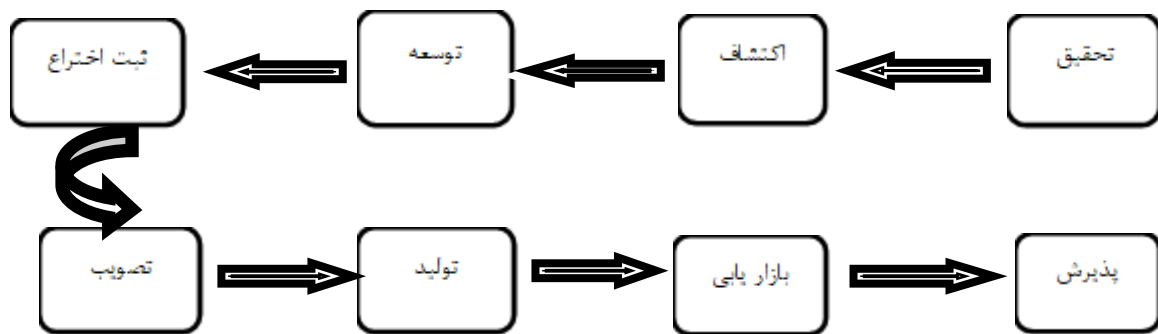
۲-۹- اهمیت کارآفرینی

کارآفرینی از محورهای اصلی رشد و توسعه است و از نظر برنامه ریزی توسعه اقتصادی و توسعه پایدار به دلایل زیر دارای اهمیت است:

- موجب ایجاد اشتغال می شود.
- باعث افزایش سود و سرمایه سرمایه گذاران می شود.
- عوامل و شرایط لازم را برای تولید کالاها، محصولات و بازاریابی آنها فراهم می سازد.
- کارآفرینی به هنگام بحران و ناتوانی بخش خصوصی در ایجاد اشتغال می تواند باعث جلوگیری از پس روی اقتصاد شود.
- باعث تأمین رفاه اجتماعی می شود.
- موجب رقابت صنایع به ویژه صنایع مشابه داخلی با یکدیگر و سرانجام موجب بهبود و بالارفتن کیفیت کالاها می شود.
- باعث تقویت و تکامل صنایع داخلی می شود و بدین ترتیب زمینه رقابت صنایع داخلی و خارجی فراهم می آید و سرانجام به افزایش صادرات و دریافت ارز برای کشور می انجامد.
- کارآفرینی موجب به وجود آمدن خدمات، محصولات، سیاستها، افکار و روشها، راهکارهای نو برای حل مشکلات جامعه می شود (همان منبع)

۲-۱۰- فرآیند نوآوری در کارآفرینی

شومپیتر که از بزرگترین اقتصاددانان نظریه پرداز کارآفرینی است خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی لازم و ملزوم یکدیگر می‌داند و استفاده از نوآوری تکنولوژیکی، محصولات و خدمات جدید و همچنین راه‌های جدید ایجاد آن‌ها به کارآفرینان برتری استراتژیک می‌بخشد و بنابراین کارآفرینی را تقویت می‌نماید. کارآفرینان این فرآیند نوآورانه را تقلید می‌کنند که منجر به نوآوری‌های جدید می‌شود چیزی که شومپیتر از آن به عنوان "نابودی خلاقانه" نام می‌برد که شامل جستجوی دائمی برای ایجاد چیزی جدید و نابودی قوانین قبلی است (قاسم زاده و سلاطین، ۱۳۹۸). بر اساس بسیاری از تحقیقات انجام گرفته، نوآوری باید با واقعیتی در بازار دنبال شود. کارآفرینان باید در مورد تقاضای کنونی موجود در بازار و نیز آرمان‌ها و خواسته‌های مشتریان که تعیین کننده تقاضای آینده است اطلاعات کاملی داشته باشند بنابراین فرآیند نوآوری در کارآفرینی در شکل ۳ خلاصه شده است (ملک زاده و راهنما، ۱۳۹۵).



شکل ۳ فرآیند نوآوری در کارآفرینی (ملک زاده و همکاران، ۱۳۹۵).

۳- روش تحقیق

این مقاله به روش مروری و با استفاده از منابع کتابخانه‌ای، اسناد و سایت‌های معتبر اینترنتی و بانک‌های اطلاعاتی، تهیه شده است.

۴- پیشینه تحقیق

جدول ۱ خلاصه نتایج حاصل از پیشینه تحقیق

ردیف	محقق	سال	محوریت اصلی تحقیق	یافته‌ها
۱	سالم و بدوک	۲۰۲۱	تأثیر خلاقیت و نوآوری بر کارآفرینی دانشجویان خارجی در دانشگاه‌های ترکیه در قونیه	رابطه بین خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی یک رابطه دوجانبه سودمند است. هر کدام به دیگری نیاز دارند. نوآوری بیشتر بر کارآفرینی تأثیر می‌گذارد تا خلاقیت.
۲	فوزی و سوهاری ^۱	۲۰۲۰	تأثیر نگرش‌های کارآفرینانه، نوآوری و خلاقیت بر موفقیت	کارآفرینی، نوآوری و خلاقیت تأثیر مثبت و معناداری بر موفقیت کسب‌وکار دارد.

¹ Fauzi & Soehari

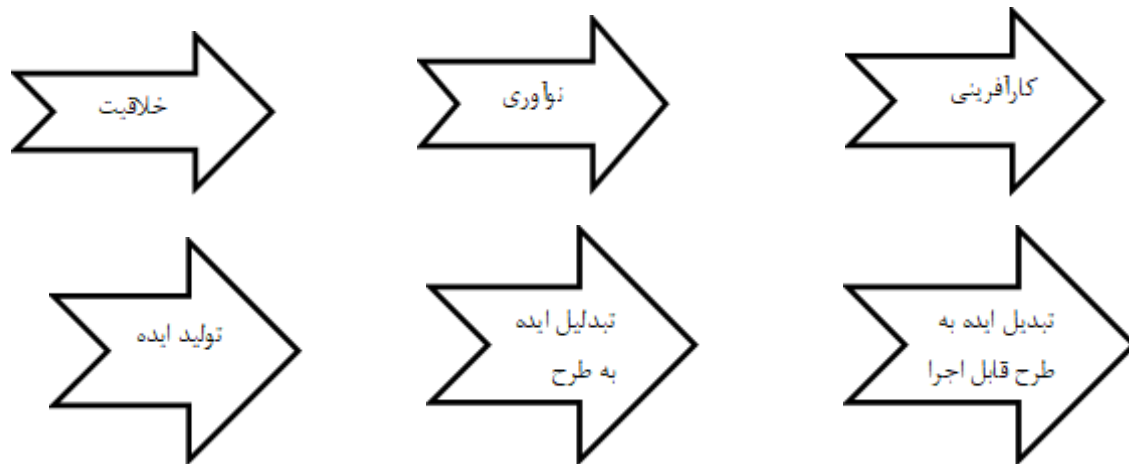


	کسب و کار در صنعت پوشاک			
۳	زونا و آدرین	۲۰۱۹	نوآوری و خلاقیت کارکنان در صنعت هتل داری در سوماترای غربی	خلاقیت کارکنان تأثیر مثبت و معناداری بر نوآوری در صنعت مهمان‌نوازی دارند نتایج تأثیرات، خلاقیت را بر نوآوری سازمانی برجسته می‌کند.
۴	القداح ^۱	۲۰۱۸	تأثیر ابتکارات کارآفرینی در افزایش خلاقیت و نوآوری در اردن	ابتکارات کارآفرینی بر خلاقیت و نوآوری در سازمان‌ها تأثیر مثبت دارد. تأثیرگذارترین متغیرها به ترتیب (فرهنگ، پشتیبانی مدیریت، فناوری، استراتژی‌ها و منابع) بودند.
۵	محمود زاده و همکاران	۱۴۰۱	بررسی اثربخشی نوآوری بر کارآفرینی راهبردی (مورد مطالعه: سازمان نقشه برداری کشور)	ارتباط مثبت و معنادار بین نوآوری با کارآفرینی راهبردی است. عوامل ساختاری، بعد عوامل رفتاری، و بعد عوامل زمینه‌ای به ترتیب از بار عاملی لازم برخوردارند و اثر بخشی لازم را بر کارآفرینی راهبردی دارد.
۶	موسی پور گرجی و طالقانی	۱۳۹۸	رابطه بین مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی در منطقه ویژه اقتصادی بندر امیرآباد	مدیریت دانش با کارآفرینی سازمانی رابطه معنی دار دارد. و کلیه ابعاد مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی دارای ارتباط معنی داری با یکدیگر می‌باشند، نتایج نشان داد که در سازمان مورد پژوهش وضعیت مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی در حد متوسط می‌باشد
۷	دریان آستانه و همکاران	۱۳۹۸	عوامل ساختاری مؤثر در نوآوری در کارآفرینی روستایی (نمونه مورد مطالعه: شهرستان فاروج)	ویژگی‌های خانوادگی، ویژگی‌های فردی بالاترین اولویت را در نوآوری روستایی دارند. و از نظر اساتید عوامل فراملی و خارجی، به عقیده کارشناسان عوامل فراملی و خارجی و از نظر نوآوران عوامل فردی مهمترین عامل‌ها هستند.
۸	پیرایش و همکاران	۱۳۹۴	شناسایی عوامل مؤثر در ارائه مدلی در راستای توسعه و خلاقیت و کارآفرینی در مراکز دانشگاهی	کارآفرینان اعم از فردی، سازمانی و دانشگاهی در استفاده از تلفیق ایده‌ها در جهت نوآوری، گردآوری دانش، ارزیابی ایده‌ها، بهره‌گیری از استراتژی انتقال تکنولوژی و استفاده از سرمایه فکری نهایت استفاده را می‌کنند.

۵- خلاقیت و نوآوری و تأثیر آن در کارآفرینی

¹ Al Qudah

خلاقیت پیدایی و تولید یک اندیشه و فکر نو است و نوآوری عملی ساختن آن اندیشه و فکر است. در واقع یعنی اندیشه های خلاق تحقق یافته است. که محصول فرآیند و خدمات جدید به بازار می باشد (خسروی پور و همکاران، ۱۳۹۳). فرآیند شکل ۳ بیانگر مراحل مختلف این روند است:



شکل (۳): فرآیند خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی (خسروی پور و همکاران، ۱۳۹۳).

هم نوآوری و هم خلاقیت از اجزای لاینفک کارآفرینی هستند. صرف داشتن خلاقیت به تنهایی منجر به بروز کارآفرینی نخواهد شد، مگر آن که با توانمندی ها و کارکردهای مدیریتی تلفیق گردد. خلاقیت را می توان هم از طریق فراگیری فنون و هم از طریق افزایش خلاقیت فردی و گروهی ارتقا بخشید اگر این امور در فرهنگ مناسب سازمانی روی دهند، حاصل آن نوآوری خواهد بود. در شکل ۳ فرآیند و ارتباط خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی نشان داده شده است (خسروی پور و همکاران، ۱۳۹۵).

۶- نتیجه گیری

عصر ما عصر شتاب، دگرگونی و تغییر است. این موج تغییر به صورت برنامه ریزی شده یا برنامه ریزی نشده بر تمام زندگی ما تأثیر می گذارد. از این رو، جامعه ای پیشتاز رقابت جهانی است که دارای کارآفرینان ماهر و خلاق است. خلاقیت از قابلیت های اساسی بشر به حساب می آید. با این حال، در یک جامعه مدرن و متمدن، ایده ها و نظرات را نمی توان به اجبار از افراد دریافت کرد، بلکه افراد باید به شکل داوطلبانه ای ابراز نظر نمایند. در حال حاضر یکی از عوامل موثر در تغییر چهره اقتصادی، اجتماعی و صنعتی یک کشور، فعالیت کارآفرینی است. بنابراین در عرصه جدید، جامعه ای در یک جامعه رقابتی پیشرو است که فارغ التحصیلان آن باید بتوانند با خلاقیت و پویایی و نوآوری منابع را بسیج و هماهنگ نموده و تلاش کنند تا به کسب و کار خلاق پرداخته و کارآفرین باشند و بدین صورت نقش خود را در حرکت جامعه به سمت توسعه ملی ایفا نمایند.

۷- پیشنهادها

با توجه به نتایج به دست آمده از این مقاله پیشنهاد می شود:

- برگزاری دوره هایی در زمینه آموزش و یادگیری مبانی کارآفرینی، و شناسایی راهکارهای کاربردی مؤثر، برای ارتقای مهارت های کارآفرینی در میان دانشجویان و دانش آموختگان جهت تسهیل در راه اندازی کسب و کار شخصی توسط آنها برگزار شود.



- به روزرسانی و پیاده سازی و مدیریت پویا و فعال دانش برای افزایش نوآوری و عملکرد سازمانی در دانشگاه ها.
- بازدید علمی از مراکز تحقیقاتی و صنعتی بیرون از دانشگاه می تواند توان و روحیه کارآفرینی میان دانشجویان را تقویت کند .
- با شرکت دادن دانشجویان در امور دانشکده و دانشگاه، می توان مسئولیت پذیری، اعتماد به نفس و استقلال طلبی را در آن ها رشد و گسترش داد.
- دانشجویان و کارکنان سازمان ها دارای ایده های نو و افکار خلاقانه شناسایی و مورد حمایت و تشویق قرار گیرند .
- به مدیران سازمان ها، دانشگاه ها و مراکز تحقیقاتی توصیه می شود با استفاده از مدیریت کارآمد تلاش کنند مسیر فرآیند فعالیت های کارآفرینانه و راه اندازی کسب و کارها بهره گیری از تکنیک های نوآوری خلاقانه نسبت به استفاده از منابع در توسعه کارآفرینی اقدام نمایند.
- تا حد امکان بهبود سر فصل ها و دروس دانشگاهی و تلفیق مباحث کارآفرینی در دروس تخصصی رشته های مختلف.

۸- منابع

۱. پیرایش، رضا، کمالی، نقی، مطلبی، محمدقادر، تبیین مدلی در راستای توسعه خلاقیت و کارآفرینی در مراکز دانشگاهی، شماره ۲، صص، ۱۴۳-۱۳۰، ۱۳۹۴.
۲. جمشیدی فر، مصطفی، خرمی، شهروز، راحلی، حسین، بررسی عوامل مؤثر بر روحیه کارآفرینی دانشجویان دانشکده کشاورزی تبریز، مجله پژوهش های ترویج و آموزش کشاورزی، سال ۳، شماره ۳، صص، ۶۴-۵۴، ۱۳۸۹.
۳. خسروی پور، بهمن، مهرباب قوچانی، امید، بوعدار، منتهی، زنان روستایی و کارآفرینی: ضرورت، چالش ها و راهکارها. ماهنامه اجتماعی، اقتصادی، علمی و فرهنگی کار و جامعه، شماره ۱۶۵، صص، ۶۳-۵۶، ۱۳۹۲.
۴. خسروی پور، بهمن، خسروی پور، الهام، خلاقیت و نوآوری استلزامات آموزش عالی کارآفرین، کنفرانس ملی مدیریت، فرهنگ و توسعه اقتصادی، خراسان رضوی، ۱۳۹۴.
۵. خسروی پور، بهمن، برادران، مسعود، عابدی، بهاره، آموزش کارآفرینانه در توسعه روستایی، انتشارات تحقیقات آموزش کشاورزی، چاپ اول، تهران، ۱۳۹۵.
۶. فروهی، مهشید، صالحی، علی و دانائی فرد، حسین، ارتقاء کارآفرینی در ایران: تحلیلی بر نقش دولت، فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی، دوره، ۴۲، صص ۲۶۲-۲۲۱، ۱۳۸۶.
۷. دریان آستانه، محمد رضا، شایان، حمید، عنابستانی، علی اکبر، بررسی عوامل ساختاری مؤثر در نوآوری در کارآفرینی روستایی (نمونه مورد مطالعه: شهرستان فاروج)، مجله جغرافیا و توسعه ناحیه ای، سال هفدهم، دوره، ۱۷، شماره ۲، شماره پیاپی ۳۳، صص، ۱۰۰-۶۷، ۱۳۹۸.
۸. دارابی، سلمان، عزیزی، نعمت الله، سلیمی، جمال، واکاوی تمایلات انتقادی در ارزیابی تضمین کیفیت کارآفرینی دانشجویان، فصلنامه مدیریت دانشگاهی، سال ۱، شماره ۳، صص ۲۷-۴۷، ۱۴۰۱.



۹. زارع، حسین، کریم زادگان، داود، محبوبی، طاهر، باقر پور، معصومه، بررسی تأثیر فناوری و اطلاعات و ارتباطات (ICT) خلاقیت و کارآفرینی دانشجویان دانشگاه پیام نور استان آذر بایجان غربی، فصلنامه اندیشه های تازه در علوم تربیتی، سال ۷، شماره ۳، مسلسل ۲۷، ۱۳۹۰.
۱۰. سام خانیان، محمدربیع، کتاب خلاقیت و نوآوری در سازمان آموزشی (مفاهیم، نظریه ها، تکنیک ها و سنجش ها)، انتشارات رسانه تخصصی، چاپ ۱، ۱۳۸۱.
۱۱. عبدالله زاده سلماسی، علی، انوری، مسعود، انوری، نادر و شریفی، سبحان، نقش مراکز آموزش عالی در اشتغال و کارآفرینی. مهارت آموزی، صص، ۲۰-۸، ۱۳۹۴.
۱۲. عین علی ورنوس سفدرانی، دنیا و پاینده نجف آبادی، ابراهیم، بررسی اهمیت مدیریت خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی، نخستین کنفرانس بین المللی و چهارمین کنفرانس ملی الگوهای نوین مدیریت و کسب و کارها، تهران، ۱۴۰۰.
۱۳. صفاران، الیاس و خسروانی زنگنه، مریم، تأثیر آموزش هنر در رشد خلاقیت، نوآوری و ارتقای سطح مهارت های کارآفرینی کودکان پیش دبستانی (نمونه موردی کودکان مقطع پیش دبستانی دخترانه و پسرانه مبتکر نوین آموزش و پرورش منطقه ۵ تهران ۹، فصلنامه تحقیقات بازاریابی نوین علمی - پژوهشی ویژه نامه چهارمین همایش ملی مدیریت و کارآفرینی دانشگاه پیام نور مرکز خوانسار، ۱۶ و ۱۷ اردیبهشت ماه، صص، ۹۲-۸۰، ۱۳۹۴.
۱۴. طاهری، مجیدرضا، خلاقیت و نوآوری در افراد و سازمان ها، فصلنامه علوم و فنون نظامی دانشکده فرماندهی و ستاد آجا، شماره ۱۲، صص، ۱۱۴-۱۰۲، ۱۳۸۷.
۱۵. طالقانی، غلامرضا، محمدی، مصطفی، دلجوان نیکویی، تکنیک های خلاقیت و نوآوری در نظام پیشنهاد ها، دوازدهمین همایش و ششمین جشنواره ملی نظام پیشنهادها، ۱۳۹۴.
۱۶. فاضلی ویسری، الهام و محمدی ملاحجیلو، مونا، مروری سیستماتیک بر عوامل موثر بر کارآفرینی فناورانه. فصلنامه علمی نگرش های نوین بازرگانی، ۳ (۴)، صص، ۹۹-۸۸، ۱۴۰۱.
۱۷. فرید، داریوش، بررسی رابطه بین خلاقیت و کارآفرینی در بین مردان و زنان ورزشکار و غیرورزشکار (مطالعه موردی: یزد دانشجویان دانشگاه یزد)، نشریه مدیریت ورزشی، شماره ۲، صص، ۱۰۸-۹۶، ۱۳۸۸.
۱۸. قاسم زاده، مریم و سلاطین، پروانه، تأثیر فناوری اطلاعات و ارتباطات بر کارآفرینی، اقتصاد و تجارت نوین، پژوهشگاه علوم انسانی و مطالعات فرهنگی، سال ۱۴، شماره ۱، صص ۱۰۷-۱۲۸، ۱۳۹۸.
۱۹. محمود زاده، ابراهیم، یکتائی، مهدی، رحیمی پور، علی، شایسته معین، علی، بررسی اثربخشی نوآوری بر کارآفرینی راهبردی (مورد مطالعه: سازمان نقشهبرداری کشور)، فصلنامه علمی مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی، سال ۶، شماره ۲۴، صص ۲۵۵-۲۸۴، ۱۴۰۱.
۲۰. موسی پور گرجی، محمد علی و طالقانی، غلام رضا، رابطه بین مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی در منطقه ویژه اقتصادی بندرامیرآباد، نشریه صنعت حمل و نقل دریایی، ۱۳۹۸.
۲۱. ملک زاده، غلامرضا و راهنما، نرگس، کارآفرینی و ارتباط آن با نوآوری، دومین کنفرانس بین المللی مدیریت و فناوری اطلاعات و ارتباطات، ۱۳۹۵.



۲۲. محبوبی، کمال، بنی سی، پری ناز، شیرزاد کبریا، بهارک، بررسی رابطه عزت نفس و خلاقیت با کارآفرینی دانشجویان دانشگاه پیام نور مرکز بوکان در سال تحصیلی ۸۹-۱۳۸۸، فصلنامه نوآوری های مدیریت آموزشی، سال ۸، شماره ۱، مسلسل ۲۹، صص، ۱۱۷-۱۰۴، ۱۳۹۱.
۲۳. نبی پور افروزی، مهدی و درویش متولی، مرجان، بررسی راهبرد برای بهبود نیروی انسانی سازمان ها با استفاده از خلاقیت و نوآوری، تهران، فصلنامه مدیریت، سال دهم، شماره ۳۲، ۱۳۹۲.
۲۴. هزارجریبی، جعفر، توسعه کارآفرینی و دانش آموختگان، فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی، شماره ۳۰، صص، ۱۷۳-۱۶۰، ۱۳۸۲.
۲۵. یعقوبی، جعفر و قاسمی، جواد، بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت کارآفرینان بخش کشاورزی و راهکارهای حمایت از آنها مطالعه موردی استان زنجان، تعاون، سال ۲۰، شماره ۲۰۲ و ۲۰۳، صص، ۹۷-۸۶، ۱۳۸۸.
26. Adenike Dorcas, O. (2017). Entrepreneurial Creativity and Innovation: A Tool for Solving Economic Crisis in Nigeria. *Covenant Journal of Entrepreneurship (CJoE)*. 1 (2), PP.20-31.
27. Al Qudah , M. A. (2018). The Impact of Entrepreneurship Initiatives in Enhancing Creativity and Innovation , *International Journal of Business and Management*. 3 (7), PP. 157-168.
28. Fadaee , A & Abd Alzahrh , H. (2014). Explaining the Relationship between Creativity, Innovation and Entrepreneurship , *International Journal of Economy, Management and Social Sciences, Int. j. econ. manag. soc. Sci*, 3 (12), PP. 1-4.
29. Fauzi, M & Soehari, T. (2020). THE EFFECT OF ENTREPRENEURIAL ATTITUDES, INNOVATION AND CREATIVITY ON BUSINESS SUCCESS IN THE GARMENT INDUSTRY (CV. CELBYM AND YEIKO). *DINASTI INTENATIONAL JOURNAL OF MANAGEMENT SCIENCE*, 1 (6), PP. 125-131.
30. Mazla, M. I. Jabor, M., Tufail, K., Yakim, A. F & Zainal, H. (2019). Proceedings of the International Conference on Student and Disable Student Development, Faculty of Social Sciences and Humanities, Universiti Teknologi Malaysia, Johor Bahru , *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 470, PP. 213-217.
31. Salem, S. & Beduk, A. (2021). The Effect of Creativity and Innovation on Entrepreneurship. *International Journal of Academic Management Science Research*, 5 (8), PP. 1-11.
32. Zona, M. A. & Adrian, A. (2019). Innovation and Employee Creativity in Hospitality Industry in West Sumatra, *Advances in Economics, Business and Management Research*, 124, PP.767-773.
33. Zimmet, T. W. & Carborrogh, N. M. (2004). *Essential Of Entrepreneurship and Small Business Management*. Hall publishing Company.
34. Hisrich, R & peters, M .(2005). *Entrepreneur ship*. Newyork: Mc Grow Hill.