1. یکی از مهمترین عواملی که منجر به شناسایی فرصت ها توسط کارآفرینان می شود عبارت است از:ص 134
2. برخورداری از دانش و تجربه در حوزه های متعدد
3. هوشیاری نسبت به محیط
4. برخورداری از دانش به روز
5. دسترسی کامل به منابع اطلاعاتی

2-بهترین راه جهت شناسایی عوامل موفقیت یک کارآفرین موفق عبارت است از: ص 101

1. شناسایی ویژگی های شخصیتی وی
2. شناسایی رفتار وی در مواجه با فرصت
3. شناسایی مهارت ها و انگیزه های وی
4. شناسایی روندهای محیطی موجود در زمان فعالیت وی

3-به اعتقاد مایکل پورتر یکی از مهمترین عوامل بروز فرصت در محیط عبارت است از: ص 104

1. اینکه فردی مستعد با تکیه بر درایت خود ایده ای خلاقانه را به مرحله عملیاتی برساند
2. مساعد بودن محیط برای تجاری سازی ایدهها
3. بروز تغییر در شرایط محیطی
4. عدم توجه سایر افراد به فرصت ها

4-مایکل پورتر مشخصه های محیطی که منجر به برور فرصت ها می گردد را کدام عوامل نام برده است؟ص 104

1. برخورداری از صنایع مرتبط- فناوری-اصلاح و بهبود محصولات فعلی
2. ارزیابی مجدد منطق طراحی-فرایند ایده یابی-نیروی عوامل تولید
3. شرایط رقابتی-صنایع مرتبط و حمایت کننده-شرایط تقاضا
4. سیاست های دولتی-پیشنهادات سایرین-فرایند ایده یابی

5-دو مورد از عواملی که منجر به ظهور فرصت جدید در بازار می شوند عبارتند از: ص 105

1. افزایش درآمد مشتریان – افزایش تقاضا برای محصولات خانگی
2. رشد سریع تقاضا و نیازهای مشتریان در بازار- انگیزه کارآفرینان برای سرمایه گذاری در طرح های جدید
3. قرار داشتن در کلان شهرها- دسترسی به منابع کافی
4. عدم وجود رقبا در بازار-قرار داشتن در صنعتی با زیرساخت هاس غنی

6-یکی از دلایل اینکه کارآفرینان تمایل دارند در محل سکونت خود دست به کارآفرینی بزنند عبارت است از:

1. برخورداری از حمایت خانواده
2. دسترسی به جریان اطلاعات مبادله شده میان شرکت ها
3. بهره گیری از شبکه های اجتماعی
4. مورد ب و ج

7-به اعتقاد نیاولی و فوگل (1994)، کارآفرینان در دوره ابتدایی از راه اندازی کسب و کار بیشتر به چه فعالیتی مشغول می باشند:ص 108

1. دستیابی به منابع
2. تامین سرمایه
3. برقراری ارتباط با سایرین و ایجاد شبکه های اجتماعی
4. شناسایی بازار و مشتریان هدف

8-توانایی یک کارآفرین در شناسایی و بهره برداری از فرصت ها به چه عواملی بستگی دارد؟

1. شرایط اجتماعی
2. دسترسی به سرمایه
3. کیفیت زیرساخت های تجاری و ارتباطی در محیط
4. مورد ب و ج

9-رایج ترین منبع برای ظهور فرصت های کارآفرینانه عبارت است از:

1. نیازهای مشتریان
2. فعالیت های کارآفرینانه ای که توسط افراد به طور متوالی دنبال می شود
3. شرایط مساعد رقابتی در بازار
4. سیاست های دولتی

10-به اعتقاد پورتر نقش دولت ها در ظهور فرصت ها به کدام صورت ذیل می باشد:

1. فراهم نمودن منابع برای کارآفرینان
2. غنی تر نمودن زیرساخت های ارتباطی
3. کاهش موانع ورود به صنایع مختلف
4. نفوذ در بازار و کنترل روندهای تجاری

11-به اعتقاد پورتر افزایش سطح رقابت در صنایع منجر می شود که:

1. موانعی بر سر راه نفوذ تازه واردین قرار داده شود
2. کارآفرینان تازه وارد با ورود به صنایع رقابتی با شکست مواجه شوند
3. شرکت ها خود را ملزم به بهبود فرایندها نمایند و فرصت ورود به رقابت های بین المللی برا آنها فراهم شود
4. عمر فرصت ها کوتاه شود

12-یکی از مواقعی که یک کارآفرین به ایده یا فرصت بهبود در یک محصول دست می بابد زمانی است که:

1. فرد به منبعی جدید دست یابد
2. متوجه کمبود یا نقصانی در وسیله مورد استفاده خود شود
3. دانش خود را در زمینه تخصصی اش افزایش بخشد
4. به پیشنهادات سایرین در خصوص آن محصول توجه نماید

13-یکی از راهکارهای شناسایی تغییرات بازارها عبارت است از:

1. دسترسی به منابع اطلاعاتی
2. گفت و شنود با مشتریان و توجه به نیازهایی که مطرح می کنند
3. ارتباط داشتن با شبکه های اجتماعی
4. قرار گرفتن در صنعتی با شرایط رقابتی شدید

14-مهمترین اصلی که محققان در خلال تحقیقات گسترده کارآفرینی به آن دست یافتند آن است که:

1. فناوری هموراه منبعی برای ظهورفرصت های تجاری به شمار می رود
2. بیشترین فرصت ها از متن بازار سرچشمه می گیرند
3. شناسایی فرصت یک فرایند یادگیری چند مرحله ای است
4. بسیاری از فرصت ها به واسطه به کارگیری راهکار تولیدی یک صنعت در صنعت دیگر شکل گرفته اند

15-مهمترین منابع ایده های تجاری عبارتند از:

1. توجه به طرح کسب و کاری که در جای دیگری پیاده سازی شده است
2. اینکه فرد دانش و تجربه خود را به طور همزمان به کار گیرد
3. عوامل محیطی همچون تغییرات بازار، تغییر در فناوری، تغییر در نیازهای مشتریان
4. توجه به پیشنهادات سایرین در خصوص رفع مشکلی که افراد زیادی با آن رو به رو شده اند

16-قرار گرفتن در مکان مناسب در زمان بروز فرصت ها به چه عواملی بستگی دارد؟

1. به شرایط محیطی و نحوه انطباق فرد با آن شرایط
2. به اینکه فرد به تمامی جنبه هاب صنعت یا بازار خود اشراف داشته باشد
3. قضاوت های حسی و شهودی خود را در ارزیابی بازار به کار گیرد
4. همه موارد

17- از دیدگاه اقتصاددانان مكتب اتريشي تغییرات محیطی چه چیز منجر به ظهور فرصت‌هاي بيشتري براي كارآفرينان می شود:

1. تغييرات قانوني
2. تغییر در تقاضای مشتریان
3. يك تغيير آني زماني كه بازار در حالت تعادل قرار دارد
4. تغییر در انواج سیاسی

18- کدام دسته از افرادي در مواجه با فرصت ها از مزیت بیشتری نسبت به سایری برخوردارند؟

1. افرادی که كه راجع به اين تغييرات دانش و آگاهي دارند
2. افرادي كه تغييرات را پيش از به وقوع پيوستن آنها پيش‌بيني مي‌كنند
3. افرادی که فعاليت‌هاي خود را در راستاي تغییرات بازار تنظيم مي‌كنند
4. افرادی که بیشتر در جستجوي اطلاعات هستند.

19-یکی از جنبه ها كليدي ظهور فرصت كارآفرينانه

1. دانش و فناوری
2. تغييرات در تقاضا
3. تغييرات در صنايع
4. حالت عدم تعادل در بازار

20-عوامل مهمی که منجر به تغییر در تقاضای بازار می شود عبارتند از:

1. افزایش درآمد
2. رشد جمعيت و تغييرات جمعيت شناختي
3. تغييري در الگوهاي مصرف كنندگان
4. موارد ب و ج

21-یکی از مواردی که منجر به ورود کارآفرینان در صنعتي می شود که رو به رشد نیست عبارت از:

1. سهولت ورود
2. عدم وجود رقبا
3. تغييرات در تقاضاي مشتریان
4. افزایش جمعیت

22-مهمترین عاملی که بر افزایش تقاضا در یک بازار اثرگذار است عبارتند از:

1. پويايي‌هاي موجود در گوشه‌هاي بازار
2. انتظارات مصرف كنندگان بخصوص براي كالاهاي سوداگرانه و ريسكي
3. افزایش ثروت
4. تغییر در قیمت ها

23- يكي از مشخصه‌هاي تقاضا كه مي‌تواند تأثيري چشمگير بر موفقيت يك كسب‌وكار داشته باشد عبارت است از:

1. افزایش ثروت در جامعه
2. تغییر در ثروت
3. تغييرات چرخه‌اي در تقاضا
4. افزایش جمعیت

24-یکی از عواملی که منجر می شود کارآفرینان برروي فرصت‌هاي كسب‌وكار جديد سرمايه‌گذاري كرده و از مزاياي بازار در حال رشد بهره‌مند شوند. عبارت است از:

1. افزایش درآمد در جامعه
2. كارآفرينان فكر كنند كه اقتصاد در حال رشد و شكوفايي است
3. دولت ميزان گردش پول در اقتصاد را افزایش دهد
4. پيشرفت‌هاي فناوری

25- یکی از مشخصات صنعتی که در آنها فرصتي مناسب و بكري پيش روي کارآفرینان است عبارت است از:

1. هزينه عرضه يا تأمين مواد اوليه رو به كاهش باشد
2. از فناوری پیشرفته ای برخوردار باشد
3. میزان تعداد رقبا در آن کم باشد
4. مشتريان حساس به قيمتها نباشند

26-یکی از عواملیکه بر تأمين و عرضه كالا در بازار تأثير گذارند عبارت است از

1. تعداد مشتریان در یازار
2. تعداد منابع و تأمين كنندگاني است كه از آنها استفاده مي‌كنند
3. هزينه عرضه يا تأمين مواد اوليه
4. فناوری غالب بر بازار

27- مهمترين عاملي كه بر فرصت های نشأت گرفته بر عرضه تأثير مي‌گذاردعبارت است از

1. ميزان انتظارات در بازار
2. قيمتِ يك منبع
3. فناوری
4. دسترسی به تامین کنندگان مواد اولیه

28- دولت چگونه مي‌تواند فرصت‌هاي كارآفرينانه‌اي در بازار بوجودآورد:

1. می تواند زیرساخت های مناسبی برای رشد اقتصادی بازار فراهم آورد
2. مي‌تواند قوانيني را براي طريقه عملكرد بازارها وضع نمايد
3. می تواند موانع ورود به صنایع مختلف را تعدیل کند
4. می تواند قیمت کالا و خدمات عرضه شده در بازار را کاهش یا افزایش دهد

29-تغییر در سیاست های دولتی زمانی منجر به بروز فرصت های چشمگير در بازار مي‌شوند که:

1. دولتها قوانيني را براي توليد و مصرف وضع مي‌كنند
2. دولت ها در هزینه ها و مخارج خود تغییر ایجاد نمایند
3. راهي را كه از آن طريق منابع خود را مديريت مي‌كردند، تغيير دهند.
4. بر قیمت های بازار نظارت کنند

30-یکی از مهمترین مواردی که از اقدام پيش از موعد کارآفرینان برای بهره برداری از فرصت ها جلوگیری می کند

1. برخورداری از دانش و تجربه کافی برای بهره بردرای از فرصت ها است
2. دسترسی به منابع کافی است
3. توجه به آستانه های محیطی است
4. توجه به روند سیاست های دولتی است

31- . اغلب مهمترين آستانه برای بهره بردرای از فرصت ها در محيط كسب‌وكار زمانی است که

1. تقاضاي مشتريان به سطحي برسد كه مصرف كننده كافي براي حمايت از يك كسب‌وكار وجود داشته باشد.
2. زمانی که کارآفرینان از دانش کافی برای بهره برداری از فرصت بهره مند باشند
3. زمانی که منابع لازم برای بهره برداری از فرصت ها فراهم باشد
4. زمانی که کارآفرین به بازاری با رقبای کم وارد شده باشد

32- نوآوري‌هاي ارتقاء دهنده شايستگي‌ها آن دسته از نوآوری هایی هستند که:

1. بر پايه دانش موجود در نزد كسب‌و‌كارها شكل مي‌گيرند
2. ماهيتاً با آنچه در حال حاضر وجود دارد، تفاوت دارند
3. شركت‌ها به راحتي نمي‌توانند خود را با آن همگام نمايند
4. با بهره‌گيري از قابليت‌هاي فني و توان تجاريِ فعلي‌ قابل پياده سازي نیستند

33- گیبونس و جانستون با بررسي 30 نوآوري بنيادين منابع اطلاعاتي را به سه دسته مجزا به صورت ذیل تقسیم نمودند :

1. منابع داخل سازمان، مشتریان و فناوری
2. منابع شخصي، منابع داخل سازمان و منابع موجود در یک صنعت
3. منابع گستره خارج از سازمان، مشتریان بازار و شبکه های اجتماعی
4. منابع شخصي، منابع گستره خارج از سازمان و منابع داخل سازمان

34- دو منبع عمده اطلاعاتي در حوزه محصولات فناورانه عبارتند از:

1. منابع شخصي و منابع گستره خارج از سازمان
2. متون علمي و ارتباطات شخصي افراد با محققان و دانشمندان
3. متون علمي و منابع گستره خارج از سازمان
4. شبکه های اجتماعی و ارتباطات شخصي افراد با محققان و دانشمندان

35-دو نوع از منابع اطلاعاتيشخصي در خصوص محصولات جديد عبارتند از:

1. تجارب تجاري و جلسات منعقد شده با نهادها
2. تحقيقات و خدمات كتابخانه‌اي
3. آزمون‌هاي رشته‌اي و امتيازنامه‌هاي تجاري
4. گزارشات دوره‌اي شركت و تجارب شركت

36- اهميت نقش دانشمنداندر به واقعيت رساندن ايده‌هادر بردارنده کدام یک از موارد ذیل نمی باشد:

1. اشاره مستقيم به اطلاعات
2. اشاره به روش‌هايي جهت غلبه بر مشكلات
3. فراهم نمودن تجهيزات مورد نياز جهت توليد محصول
4. توليد ايده اوليه براي ارتقاء محصولات

37-کدام دسته از افراد در مقایسه با سایرین در موقعیت‌های بهتری جهت توسعه محصولات جدید یا افزودن ارزش به نمونه‌های فعلی برخوردارند:

1. دانشمندان به واسطه علمشان امکانات جدیدی برای کارآفرینان فراهم می‌آورند
2. افرادی که دارای تجارب فنی هستند
3. افرادی که به عنوان اولین نفرات امکانات را شناسایی و از آنها بهره‌برداری می‌کنند
4. افرادی که به منشاء دانش مورد نظر دسترسی دارند

38- اسکات شین توانایی یک کارآفرین در تشخیص پتانسیل بالقوه یک فناوری را به چه عاملی وابسته می داند؟

1. دانش پیشین فرد
2. به تجارب پیشین فرد در رفع نیازهای مشتریان در بازارهای مربوط به همان فناوری
3. به دسترسی فرد به منابع اطلاعات
4. به خلاقیت و هوشیاری فرد

39-به اعتقاد هیلزو شرادر اغلب ایده‌های موفق از کجا سرچشمه می گیرند؟

1. از خلاقیت فرد
2. از دانش پیشین فرد
3. از تجارب پیشین کارآفرین در رابطه با مشتریان و بازار
4. از سطح دسترسی فرد به منابع اجتماعی اطلاعات

40- در فرایند پیشگامی در در عرصه ارائه محصولات و خدمات مشکلات زمانی ظهور می‌کنند که

1. کارآفرین به سرمایه لازم دسترسی نداشته باشد
2. شرایط بازار برای ورود فراهم نباشد
3. مدل کسب‌وکاری با نمونه‌های موجود بسیار متفاوت باشد
4. فرد از تجربه کافی در زمینه مربوطه برخوردار نباشد

41-کدام یک از عوامل زیر بر نرخ پاسخگویی مشتریان به محصولات جدید تأثیرگذاراست:

1. اینکه مشتريان خود را با محصولات نامرغوب وفق نداده باشند
2. اینکه شرکت‌ها هنگام معرفی محصولات جدید خود به مشتریان تفاوت در نحوه ادراکات آنها را مدنظر قرار داده باشد
3. در دوران اولیه از ظهور محصول، شرکت اطلاعات لازم در زمینه نحوه استفاده از محصول را در اختیار مشتریان قرار داده باشد
4. مزایای تطبیقی ادراک شده از یک محصول جدید در مقایسه با سایر جایگزین‌ها بیشتر باشد

42-یکی از فاکتورهایی که گولدر و تليس جهت ماندگاري دراز مدت رهبران و پيشگامان در محيط بازار معرفی نمودند عبارت است از:

1. موفقيت در توليد اوليه يك محصول
2. کاهش هزينه‌هاي کسب و کار،
3. دریافت درآمدي قابل توجه
4. افزایش موانع ورود تازه واردین به بازار

43- کدام دوره از چرخه عمر محصول است که نیازمند به داشتن مهارت‌های فنی می‌باشد:

1. مرحله معرفی محصول
2. مرحله رشد محصول
3. مرحله بلوغ محصول
4. مرحله افول محصول

44- كارآفريناني كه قصد دارند در مرحله رشد یک محصول وارد بازار شوند باید کدامیک از موارد ذیل را بیش از همه رعایت نمایند:

1. سرمايه‌گذران مخاطره پذير را جذب کسب و کار خود نمایند
2. عمده تلاش خود را بر دنبال كردن رويه‌هاي ديگر بنگاه‌ها متمركز نمايند
3. با سایر رقبا متحد شده و به گونه‌اي هماهنگ و كنترل شده رفتار نمايد
4. بیش از پیش بر خلاقیت خود تکیه کنند

45-کارآفرینانی که در دوره رشد یک محصول وارد عرصه بازار می شوند عمدتاً از کدامیک از خصوصیات ذیل برخوردار نیستند:

1. اين دسته از كارآفرينان از روحيه ريسك پذيري بالاي برخوردارند
2. تمايل دارند كسب‌وكاري را راه‌اندازي نموده و از آن درآمد كسب نمايند
3. از اطلاعات و تجربه کافی جهت توسعه محصول برخوردار هستند
4. مرتباً محيط بازار را جهت دستيابي به ايده‌هاي مناسب جستجو مي‌كنند

46-یکی از راه هایی که کارآفرین به واسطه آن می تواند پيش از اينكه يك بازار گوشه‌اي به رشد لازم برسد کسب و کاری رادر آن راه‌اندازي نمايد عبارت است از اینکه:

1. اعتماد مشتريان را به محصول خود جلب نماید
2. بتواند با هوشیاری و زمان بندی لازم مرحله صعود بازار را شناسایی کند
3. هزینه های خود را کاهش دهد
4. تلاش کند تا خود را با رشد تقاضا در بازار همگام نماید

47- توانايي یک کارآفرین در بهره‌برداري از يك بازار گوشه‌اي به کدام عامل وابسته نیست؟

1. تقاضا بازار
2. تعداد رقبای موجود در بازار
3. صرفه جویی های ناشی از مقیاس
4. فناوری‌هاي توليدي در بازار

48- كارآفرينان تازه وارد در کدام دوره از عمر بازار (محصول)، با سطح بالايي از رقابت مواجه مي‌شوند؟

1. مرحله معرفی محصول
2. مرحله رشد محصول
3. مرحله بلوغ محصول
4. مرحله افول محصول

49-پیش نیاز لازم جهت جلوگیری از شكست كسب‌وكارهاي جديد در دوره بلوغ محصول (بازار) عبارت است از:

1. توليد انبوه مبتنی بر صرفه‌جويي ناشي از مقياس
2. دنبال كردن رويه‌هاي ديگر بنگاه‌ها
3. اشراف كامل به صنعت،
4. شناسایی پتانسيل بازار

50- استفاده از تجهيزات يكسان در تركيب با هم به منظور توليد محصولات متعدد با قيمت ارزانتر به کدام اصطلاح ذیل تعبیر می شود:

1. مشروعيت رقابت.
2. صرفه‌جويي ناشی از مقياس
3. قسمت بندي منابع
4. صرفه‌جويي ناشی از وسعت