

بررسی آمادگی کارآفرینی در افراد دارای انگیزه کارآفرینی

حسن مهرمنش^۱، ابوالفضل ولی پور^{۲*}

استادیار، گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

دانشجوی دکتری کارآفرینی گرایش بین الملل، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

* نویسنده مسئول: ابوالفضل ولی پور

valipour201@gmail.com

چکیده

هدف از این تحقیق بررسی آمادگی کارآفرینی در دانشجویان رشته های فنی و حرفه ایی دارای انگیزه کارآفرینی می باشد. جامعه آماری تحقیق ۲۵۰ دانشجوی دختر و پسر شرکت کننده در یک دوره آموزشی کارآفرینی در مشهد می باشد که از میان آنها به روش توزیع پرسشنامه جهت شناسایی افراد دارای انگیزه کارآفرینی اقدام و تعداد ۹۲ نفر دارای انگیزه کارآفرینی به عنوان نمونه مورد مطالعه مشخص گردید. تحقیق فوق قبل از شروع دوره آموزش کارآفرینی صورت پذیرفت. این تحقیق از نوع توصیفی - پیمایشی بوده و به روش میدانی انجام شده است. ابزار تحقیق شامل یک پرسشنامه اطلاعات فردی و یک پرسشنامه استاندارد شامل ۲۵ سؤال ۵ گزینه‌ای در رابطه با آمادگی کارآفرینی بود. یافته های تحقیق نشان داد بین آمادگی کارآفرینی دانشجویان با جنسیت آنها رابطه معنا داری مشاهده نشد. همچنین بین آمادگی کارآفرینی و وضعیت اشتغال نیز رابطه معنا داری مشاهده نگردید. لیکن با بررسی سه بعدی بین آمادگی کارآفرینی، جنسیت و وضعیت اشتغال رابطه معناداری مشاهده گردید.

کلمات کلیدی : کارآفرینی، آمادگی کارآفرینی، انگیزه کارآفرینی.

رشد و توسعه جوامع عمدتاً به عملکرد فعالان اقتصادی آن جوامع و تعامل آن‌ها با یکدیگر و توسعه کسب‌وکارها بستگی دارد. از این جهت اهمیت مطالعه و تحقیق پیرامون مباحث کارآفرینی روشن می‌گردد. براساس جدول شماره یک بخشی از موضوعات مرتبط با کارآفرینی که مورد مطالعه قرار گرفته است بیان می‌گردد.

جدول ۱- برخی موضوعات کارآفرینی مورد مطالعه محققان (۱۴)

سال	محقق	موضوع و یافته‌های تحقیق انجام شده
۱۷۳۰	ریچارد کانتیلون	معرفی ویژگی کارآفرین؛ کارآفرین خوداشتغال قبول کننده ریسک
۱۸۹۹	جان بیٹس کلارک	ارائه دهنده دکترین بهره‌وری
۱۹۲۸	شومپتر	درک و بهره‌برداری از فرصتهای جدید
۱۹۶۱	مک کله‌لند	معرفی کارآفرین به عنوان کنترل کننده تولید
۱۹۷۹	دوید بیرچ	تأکید بر اهمیت اثر اقتصادی کارآفرینی بر اقتصاد ملی
۱۹۹۳	باومول	معرفی ۲ طبقه از کارآفرینان: سازمان دهنده کسب و کار - نوآور

کارآفرینی به فرآیند خلق چیز جدید و دارای ارزش که با اختصاص زمان و تلاش لازم و در نظر گرفتن مخاطرات مالی، روانی و اجتماعی و با ارضای نیازهای فردی و مالی توأم با استقلال اطلاق می‌گردد (۳). در کشورهای توسعه یافته اهمیت کارآفرینی از جهت اختصاص سهم عمده فناوری و ثروت دنیا به وسیله فعالیت‌های اقتصادی کسب و کارهای کوچک می‌باشد (۳).

ساختار توسعه هر جامعه در قالب کسب و کارهای متعدد موجود در آن جامعه می‌باشد و رونق آن کسب و کارها علاوه بر بهره‌مند نمودن صاحبان آنها باعث افزایش رفاه و اشتغال در جامعه می‌باشد. از این جهت دولت‌ها برای رونق کسب و کارها به حمایت کارآفرینان همت می‌گمارند. حمایت‌های مورد نیاز کارآفرینان شامل حمایت مالی، اطلاعاتی، فناوری، قانونی، حقوقی، بازاری، تأمین، اجتماعی، امنیتی و حمایت سیاسی می‌باشد (۱).

یکی از راه‌های توسعه اقتصادی در کشور، توسعه کارآفرینی در روستاها می‌باشد. این امر با کاهش پدیده مهاجرت به شهرها از طریق کشف و بهره‌برداری از فرصتهای جدید در روستاها با ایجاد کسب و کارهای کوچک امکان پذیر می‌باشد (۱).

با معرفی کارآفرینان به عنوان نیروی محرکه توسعه اقتصادی توسط ژوزف شومپتر که از طریق ارائه کالای جدید، ارائه روش جدید در فرآیند تولید، ایجاد بازاری جدید، یافتن منابع جدید و ایجاد هرگونه سازمان جدید در صنعت این امر صورت می‌پذیرد (۱). پیتر دراگر معتقد است کارآفرینان با بهره‌گیری از فرصتهای خلق ارزش می‌نمایند؛ آنها بدنبال تغییراند و تغییرات را فرصت می‌دانند (۱). در زندگی بشر کشف و بهره‌گیری از فرصتهای جدید کسب و کار برای دستیابی سود اقتصادی دارای اهمیت

بوده است (۱۲). در لغت نامه زبان انگلیسی از سال ۱۷۵۵ برای واژه کارآفرینی این تعریف بکار برده شده است: ماجراجویی جستجوگر فرصت که با ریسک مواجه می شود و خود را به دست تقدیر می سپارد (۱۲).

فرآیند کارآفرینی توسط کارآفرینان از ۵ ساختار تشکیل می شود که عبارتند از مدیریت ریسک، خلق فرصت، کشف فرصت، هماهنگی منابع محدود و سرمایه گذاری (۱۲). ویژگی های مشخص کارآفرینان عبارتند از: توفیق طلبی، ریسک پذیری، مرکز کنترل، دارای خوش بینی بالا و استقلال طلبی (۱۲). کارآفرینی به فرآیندی اطلاق می شود که در محیط ها و مجموعه های مختلفی اتفاق می افتد و طی آن تغییرات در سیستم اقتصادی از طریق نوآوری ها باعث ایجاد ارزش فردی و اجتماعی می شود (۱۵).

پیش از انقلاب صنعتی، خرید و فروش رایج ترین شکل کارآفرینی بود و کارآفرینان؛ بازرگان و تاجر خوانده می شدند. در آن دوران افرادی در امر خرید و فروش موفق عمل می کردند که درباره دو بازار متفاوت دارای اطلاعات بوده یا با بازارهای مختلف تماس داشتند از جمله مهاجران که درباره بازارهای وطن جدید و وطن قبلی شان آگاهی داشتند (۱۱).

بیشتر فرصت های کسب و کار در یک صنعت توسط کسانی که در آن صنعت فعال می باشند، مورد بهره برداری قرار می گیرد (۱۱).

علی رقم وجود محدودیتهای مضاعف برای زنان از جمله تبعیض جنسیتی در اکثر کشورها، نقش فزاینده کارآفرینان زن و موفقیتها آنها در کسب و کارهای کوچک قابل توجه می باشد (۶). کارآفرینی فرآیندی پویا و تدریجی است که به خلق ارزش منجر می شود (۷). در کارآفرینان ۲ ویژگی بیشتر از سایر ویژگی ها نمایان می باشد: داشتن ذهن جستجوگر که به بررسی محیط پرداخته و فرصت نفوذ در بازار را دنبال می کند و هوشیاری بالا که به بررسی استراتژی تجاری جهت نیل به اهداف را رهنمود می سازد (۱۶). در عصر حاضر انقلاب کارآفرینی در حال وقوع می باشد که به اندازه انقلاب صنعتی که در آغاز قرن ۲۰ روی داده است دارای اهمیت می باشد (۱۰). نظریه های کارآفرینی امروزه در کنار مستند سازی پدیده کارآفرینی به تشریح رفتار، پیش بینی شرایط و ارائه رهنمود های مؤثر در یک شرایط معین نیز می پردازد. مطالعه کارآفرینی از سه رویکرد؛ اقتصادی، روان شناختی و فرهنگی - اجتماعی مورد توجه قرار می گیرد (۱۰). در محیط های کارآفرینانه؛ اگر شخصی یک ایده جدید مطرح نماید، این ایده مورد توجه دیگران قرار گرفته و با نظرات آنها ترکیب می شود و منبع با ارزش از بی شمار ایده نوین حاصل می گردد (۲).

کارآفرینی بر پایه خلاقیت و نوآوری و همراه با ایجاد ثروت برای گسترش کسب و کارها و روحیه تعاون دارای اهمیت می باشد (۱۷).

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

آمدگی کارآفرینی به عوامل متعددی بستگی دارد که براساس تحقیقات صورت گرفته قبلی می توان به مواردی همچون رشته تحصیلی، طبقه اجتماعی افراد، تأثیر اعضای خانواده و دوستان و میزان تحصیلات اشاره نمود (۴). کارآفرینی مجموعه ایی تشکیل شده از صفات متدثر از عوامل فردی و محیطی است که در بهبود بهره وری و رشد اقتصادی نقش بسیار مهمی ایفا می کند.

برنامه ریزی رشد فردی^۱ یکی از ابزارهای مهم در جهت افزایش مهارتهای اساسی مورد نیاز برای اشتغال در دانشجویان می باشد (۹). بیشتر دانشجویان به لحاظ عوامل روانی در سطوح پایین آمدگی کارآفرینی قرار دارند و آنها شانس، ارتباطات و دولت را مسئول موفقیت خود می دانند و نه خویشان را (۱۳). کارآفرینی می تواند برای اشتغالزایی دانشجویان به عنوان یک فرآیند مؤثر عمل نماید (۱۸). فقدان مهارتها و توانمندیهای مورد نیاز یک کارآفرین دلیل اصلی بیکاری بسیاری از افراد یک جامعه است (۸).

کشور ایران به دنبال دستیابی به رشد متوسط سالانه ۸ درصد و کنترل بیکاری در سطح ۱۰،۲ درصد در برنامه ششم توسعه می باشد. این هدف بدون توجه به توسعه کارآفرینی میسر نمی باشد (۵). مفهوم آمدگی کارآفرینی از چهار عنصر مهارتهای افراد، ترس از شکست، ارتباطات اجتماعی و درک فرصتها نشأت می گیرد. عواملی همچون دسترسی به منابع، فرهنگ حاکم بر جامعه و هنجارهای اجتماعی و نگرش فردی از عوامل تأثیر گذار برآمدگی کارآفرینی افراد در یک اجتماع محسوب می شود (۲۱).

توانایی درک فرصت و داشتن شبکه اجتماعی شخصی قدرتمند که امکان بهره برداری از فرصتهای درک شده را فراهم می سازد به عنوان ۲ مؤلفه افزایش دهنده آمدگی کارآفرینی می توان نام برد (۲۱).

مردان و زنان در برخی از جنبه های تولید ایده برای ایجاد فرصت کسب و کار که متأثر از تفکر و نوع ادراک آنها می باشد با یکدیگر تفاوت دارند (۱۹). اقدامات دولتها در زمینه ترویج کارآفرینی برای ریشه کنی فقر و توسعه اقتصادی کشورها می باشد که افزایش کیفیت زندگی افراد جامعه را به همراه دارد. اقدامات کشور مالزی در توسعه کارآفرینی روستایی که با افزایش آمدگی کارآفرینی در این کشور همراه بوده است می تواند نمونه خوبی از تأثیر تصمیمات و سیاستهای مناسب درخصوص افزایش کارآفرینی و تسهیل رشد کسب و کارهای کوچک برشمرد (۱۹).

فعالیت اصلی کارآفرینان ایجاد کسب و کار می باشد که در دو سطح فردی و محیطی قابل بررسی می باشد. از بعد فردی ویژگیهای روانشناختی و اجتماعی از قبیل نیاز به کنترل و قدرت، تحمل ابهام، تمایل به پذیرش ریسک، تجربه گذشته، آموزش،

^۱ Personal development planning (PDP)

زمینه خانوادگی و داشتن شبکه اجتماعی قوی مورد توجه قرار می‌گیرد و از بعد محیطی متغیرهای شرایط اقتصادی، ابعاد بازار، در دسترس بودن منابع مالی، قوانین مالیاتی، میزان اهمیت تحقیق و توسعه در جامعه، زمینه های اجتماعی فرهنگی جامعه دارای اهمیت می‌باشد (۲۰). آمادگی کارآفرینی؛ به عنوان ترکیبی از مجموعه صفات و ویژگیهای افراد که آنها را برای مشاهده و تجزیه و تحلیل محیط خود قادر می‌سازد و توانایی جرات بالفعل نمودن پتانسیل بالقوه خلاقیت آنها را فراهم می‌آورد (۲۰).

روش تحقیق

جامعه آماری تحقیق تعداد ۲۵۰ دانشجوی دختر و پسر شرکت کننده در یک دوره آموزشی کارآفرینی در مشهد می‌باشد که از میان آنها به روش توزیع پرسشنامه جهت شناسایی افراد دارای انگیزه کارآفرینی اقدام و تعداد ۹۲ نفر دارای انگیزه کارآفرینی به عنوان نمونه مورد مطالعه مشخص گردید.

ابزار اندازه گیری

در این پژوهش جهت گردآوری داده ها از پرسشنامه انگیزه کارآفرینی و پرسشنامه آمادگی کارآفرینی که برگرفته از کتاب مدیریت استراتژیک و کارآفرینی تألیف سید محمد مقیمی و مجید رمضان (۱۳۹۴) از سری کتابهای پژوهشنامه مدیریت استفاده گردید.

جدول ۲- توزیع فراوانی پاسخگویان به تفکیک جنسیت

جنسیت	فراوانی	درصد فراوانی
مرد	۳۴	۳۷
زن	۵۸	۶۳
کل	۹۲	۱۰۰

از بین پاسخگویان ۳۷ درصد مرد و ۶۳ درصد زن می‌باشند.

جدول ۳- توزیع فراوانی پاسخگویان به تفکیک وضعیت شغلی

شغل	فراوانی	درصد فراوانی
-----	---------	--------------

شاغل	۳۱	۳۴
بیکار	۶۱	۶۶
کل	۹۲	۱۰۰

از بین پاسخگویان ۳۴ درصد شاغل و ۶۶ درصد بیکار می باشند .

جدول ۴- جدول توافقی بین آمادگی کارآفرینی و جنسیت

کل	جنس		آمادگی کارآفرینی	
	زن	مرد		
۵	۳	۲	فراوانی	
۱۰۰٪/۰۰	۶۰٪/۰۰	۴۰٪/۰۰	درصد در سطر	مناسب نیست
۵٪/۴	۵٪/۲	۵٪/۹	درصد در ستون	
۵۸	۳۲	۲۶	فراوانی	
۱۰۰٪/۰	۵۵٪/۲	۴۴٪/۸	درصد در سطر	تردید آمیز است
۶۳٪/۰	۵۵٪/۲	۷۶٪/۵	درصد در ستون	
۲۹	۲۳	۶	فراوانی	
۱۰۰٪/۰۰	۷۹٪/۳	۲۰٪/۷	درصد در سطر	طیف انتقالی
۳۱٪/۵	۳۹٪/۷	۱۷٪/۶	درصد در ستون	
۹۲	۵۸	۳۴	فراوانی	
۱۰۰٪/۰۰	۶۳٪/۰۰	۳۷٪/۰	درصد در سطر	کل
۱۰۰٪/۰۰	۱۰۰٪/۰۰	۱۰۰٪/۰۰	درصد در ستون	

جدول ۵- آزمون مربع کای بین آمادگی کارآفرینی و جنسیت

سطح معناداری	درجه آزادی	آماره مربع کای
۰/۰۸۸	۲	۴/۸۵۶

از آنجا که سطح معنی داری در آزمون مربع کای برابر است با ۰/۰۸۸ و از ۰/۰۵ بزرگتر است، با اطمینان ۹۵ درصد بین

آمادگی کارآفرینی و جنسیت افراد رابطه معناداری وجود ندارد.

جدول شماره ۶- جدول توافقی بین آمادگی کارآفرینی و اشتغال

کل	شغل		آمادگی کارآفرینی	
	بیکار	شاغل		
5	3	2	فراوانی	
۱۰۰٪/۰۰	۶۰٪/۰۰	۴۰٪/۰۰	درصد در سطر	مناسب نیست
۵٪/۴	۴٪/۹	۶٪/۵	درصد در ستون	
۵۸	۳۴	۲۴	فراوانی	
۱۰۰٪/۰۰	۵۸٪/۶	۴۱٪/۴	درصد در سطر	تردید آمیز است
۶۳٪/۰۰	۵۵٪/۷	۷۷٪/۴	درصد در ستون	
۲۹	۲۴	۵	فراوانی	
۱۰۰٪/۰۰	۸۲٪/۸	۱۷٪/۲	درصد در سطر	طیف انتقالی
۳۱٪/۵	۳۹٪/۳	۱۶٪/۱	درصد در ستون	
۹۲	۶۱	۳۱	فراوانی	
۱۰۰٪/۰۰	۶۶٪/۳	۳۳٪/۷	درصد در سطر	کل
۱۰۰٪/۰۰	۱۰۰٪/۰۰	۱۰۰٪/۰۰	درصد در ستون	

- ✓ از بین مردها ۱۷/۶ درصد در طیف انتقالی و از بین زن ها ۳۹/۷ درصد در طیف انتقالی قرار دارند.
- ✓ از بین افرادی که در طیف انتقالی قرار دارند ۲۰/۷ درصد مرد و ۷۹/۳ درصد زن می باشند.
- ✓ از بین شاغل ها ۱۶/۱ درصد در طیف انتقالی و از بین بیکار ها ۳۹/۳ درصد در طیف انتقالی قرار دارند.
- ✓ از بین افرادی که در طیف انتقالی قرار دارند ۱۷/۲ درصد شاغل و ۸۲/۸ درصد بیکار می باشند.

جدول ۷- آزمون مربع کای بین آمادگی کارآفرینی و اشتغال

کل	آمادگی کارآفرینی	جنس
----	------------------	-----

		مناسب نیست		تردید آمیز است		طیف انتقالی	
	فراوانی	۲	۱۹	۵	۲۶		
شاغل	درصد در سطر	۷٪.۷	۱٪.۷۳	۱۹٪.۲	۱۰۰٪.۰۰		
	درصد در ستون	۱۰۰٪.۰۰	۷۳٪.۱	۸۳٪.۳	۷۶٪.۵		
	فراوانی	۰	۷	۱	۸		
مرد	بیکار	درصد در سطر	۰٪.۰۰	۸۷٪.۵	۱۲٪.۵		
	درصد در ستون	۰٪.۰۰	۲۶٪.۹	۱۶٪.۷	۲۳٪.۵		
	فراوانی	۲	۲۶	۶	۳۴		
کل	درصد در سطر	۵٪.۹	۷۶٪.۵	۱۷٪.۶	۱۰۰٪.۰۰		
	درصد در ستون	۱۰۰٪.۰۰	۱۰۰٪.۰۰	۱۰۰٪.۰۰	۱۰۰٪.۰۰		
	فراوانی	۰	۵	۰	۵		
شاغل	درصد در سطر	۰٪.۰۰	۱۰۰٪.۰۰	۰٪.۰۰	۱۰۰٪.۰۰		
	درصد در ستون	۰٪.۰۰	۱۵٪.۶	۰٪.۰۰	۸٪.۶		
	فراوانی	۳	۲۷	۲۳	۵۳		
زن	بیکار	درصد در سطر	۵٪.۷	۵۰٪.۹	۴۳٪.۴		
	درصد در ستون	۱۰۰٪.۰۰	۸۴٪.۴	۱۰۰٪.۰۰	۹۱٪.۴		
	فراوانی	۳	۳۲	۲۳	۵۸		
کل	درصد در سطر	۵٪.۲	۵۵٪.۲	۳۹٪.۷	۱۰۰٪.۰۰		
	درصد در ستون	۱۰۰٪.۰۰	۱۰۰٪.۰۰	۱۰۰٪.۰۰	۱۰۰٪.۰۰		

از آنجا که سطح معناداری در آزمون مربع کای برابر است با $۰/۰۷۷$ و از $۰/۰۵$ بزرگتر است، با اطمینان ۹۵ درصد بین

آمادگی کارآفرینی و اشتغال افراد رابطه معناداری وجود ندارد.

جدول ۸- جدول توافقی بین جنسیت، اشتغال و آمادگی کارآفرینی

سطح معناداری	درجه آزادی	آماره مربع کای
۰/۰۷۷	۲	۵/۱۳۶

نتیجه‌گیری

با توجه به عدم وجود رابطه معنا دار بین آمادگی کارآفرینی و جنسیت و همچنین عدم وجود رابطه معنا دار بین آمادگی

کارآفرینی و وضعیت اشتغال که براساس یافته‌های این پژوهش بدست آمده است، می‌توان به اهمیت آموزش در حوزه کارآفرینی

و به ویژه آمادگی کارآفرینی پی برد. بدین منظور توصیه می گردد در پژوهش های آتی نقش آموزش در انتقال عناصر آمادگی کارآفرینی که در متن مقاله حاضر به آنها اشاره گردیده است مورد سنجش قرار گیرد و همچنین یافتن شیوه های موثر آموزش مفاهیم و ایجاد بستر کارآفرینی برای نسل جوان کشور بسیار حائز اهمیت می باشد. نکات مورد اشاره با توجه به نتایج این پژوهش که نشان می دهد درصد بالایی از دختران و پسران این مرز و بوم دارای آمادگی پایینی در کارآفرینی می باشند بسیار ضروری می باشد.

منابع

۱. احمدپور داریانی، م و ملکی، ع. ۱۳۹۰. کارآفرینی پیشرفته، انتشارات راه دان، تهران.
۲. بوتلر، س.، کری، د و لوراتو، ن. ۱۳۹۵. اکوسیستم های کارآفرینانه، ترجمه سهرابی، شهلا و ولی پور، ابوالفضل، انتشارات مینوفر، مشهد.
۳. حکمت اندیش، ع. ۱۳۹۳. مبانی کارآفرینی، انتشارات هشت کتاب، قم.
۴. حیدری نژاد، ص و میر حسینی، فس. ۱۳۸۷. بررسی عوامل موثر بر آمادگی کارآفرینی دانشجویان دانشکده تربیت بدنی و مقایسه آن با دانشجویان دانشکده های علوم انسانی دانشگاه شهید چمران، اولین همایش ملی تخصصی مدیریت ورزشی، دانشگاه شمال، آمل.
۵. داوری، ع.، منوچهری راد، ر.، رحمانی، س و قوامی، ع. ۱۳۹۵. بررسی تطبیقی حوزه های خط مشی آموزش کارآفرینی، فصلنامه پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی. دوره ۲۲، شماره ۴، صص ۱-۲۴.
۶. رایت، ری و اعتماد، ح. ۱۳۸۸. جهانی شدن و کارآفرینی، ترجمه شاه حسینی، علی، انتشارات آبیژ، تهران.
۷. رضوانی، م و موسوی نژاد، س.م. ۱۳۹۶. کارآفرینی بین المللی، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
۸. سلیمی، ق.، مهرورز، م و پذیرش، ر. نقش سرمایه اجتماعی در ارتقای آمادگی کارآفرینی دانشجویان مهندسی دانشگاه شیراز، فصلنامه آموزش مهندسی ایران. شماره ۷۳، صص ۱-۲۴.
۹. طالب پور، م.، معرفتی، ا و غلامیان، ج. ۱۳۸۸. ارائه مدل رگرسیونی جو سازمانی و کارآفرینی سازمانی دانشکده های تربیت بدنی ایران، مجله پژوهش در علوم ورزشی. شماره ۲۲، بهار ۱۳۸۸، صفحات ۹۷-۱۱۶.
۱۰. کرد نائیج، ا.، زالی، م.، هومن، ح و شمس، ش. ۱۳۸۶. ابزار سنجش ویژگی های شخصیتی کارآفرینان ایرانی، انتشارات دانشگاه تربیت مدرس، تهران.

۱۱. گلایدزدیل، گ. ۱۳۹۰. فرصت های کارآفرینی؛ زمان مناسب، مکان مناسب، ترجمه مرادی، محمود، انتشارات سازمان مدیریت صنعتی، تهران.
۱۲. لندستروم، ه. ۱۳۸۷. پیشگامان تحقیقات کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک، ترجمه آراستی، زهرا، انتشارات سایه بان، تهران.
۱۳. مذبوحی، س.، شرقی، م و مقدم، م. ۱۳۹۰. برنامه درسی آموزش کارآفرینی: روش تدریس و شیوه، محتوا، هدف ارزشیابی، مجله ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی. شماره ۳، پاییز و زمستان ۱۳۹۰، صص ۹۸-۱۳۰.
۱۴. مقیمی، س.م.، وکیلی، ی و اکبری، م. ۱۳۹۵. نظریه های کارآفرینی، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
۱۵. مقیمی، س.م. ۱۳۸۳. کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی، انتشارات دانشگاه تهران، تهران.
۱۶. ناندان، اچ. ۱۳۸۶. مبانی کارآفرینی، ترجمه شجاع صفت، اعظم و واثقی، عاطفه، انتشارات جهان فردا، مشهد.
۱۷. نظری، م. ۱۳۹۰. کسب و کار در نظام اقتصاد اسلامی، نشر مولف، مشهد.
18. Achchuthan, S and Nimalathasan, B. 2012. Entrepreneurial motivation and selfemployment intention: Case study on management undergraduates of University of Jaffna. In C.N. Wickramasinghe and W. M. Madururupperuma (Eds), Serious in Management Business (Economics and Entrepreneurship), University of Kell. 8: 6.
19. Dahalana, N., Jaafarb., Asma, S and Rosdi, M. 2013. Local community readiness in entrepreneurship: Do gender differ in searching business opportunity, Procedia - Social and Behavioral Sciences. 91: 403-410
20. Ruiz, J., Ribeiro Soriano, D and Coduras, A. 2016. Challenges in measuring readiness for entrepreneurship, Management Decision. 54(5):1022-1046
21. Schillo, RS., Persaud, A and Jin, M. 2016. Entrepreneurial readiness in the context of national systems of entrepreneurship, Small Bus Econ. 46: 619-637