

Critical Studies in Texts & Programs of Human Sciences,
Institute for Humanities and Cultural Studies (IHCS)
Monthly Journal, Vol. 21, No. 3, Spring 2021, 401-422
Doi: 10.30465/crtls.2020.20017.1340

A Critical Review on the Book “A New Look at the Entrepreneurial Beliefs and Corporate Management”

Mohammad Javad Naeiji*
Seyyed Mostafa Alemnajafi**

Abstract

The content of "A New Look at the Entrepreneurial Beliefs and Corporate Management" book comprises three sectors and 13 chapters with the centrality of entrepreneurship and corporate management. Also, an attempt has been made to provide a redefinition of entrepreneurship and related beliefs; although this effort has been futile with the lack of use of new and novel resources. The book mostly relies on reports of the previous decade and has been deprived from domestic reports. Although this book has been able to provide comprehensive knowledge of entrepreneurship and business management in firms by imitating resources from previous decades, it hasn't been able to explain the relationship between business and entrepreneurship and mainly asks the reader for their judgment on the subject. Also by using phrases such as: the statistics indicate that, or some scientists have said that; tries to confirm its content. Therefore, contrary to the opinion of the writers of the book, it's not a complete source particularly about the use of internal experience in the area under discussion .

Keywords: Critique of the Book, Entrepreneurship, Entrepreneurial Beliefs, Business Management

* Assistant Professor in Business Management, Faculty Member, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran (Corresponding Author), M_naeiji@sbu.ac.ir

** MA in Entrepreneurship, Shahid Beheshti University, Tehran, Iran, mostafa.alemnajafi@gmail.com

Date received: 2020-12-14, Date of acceptance: 2021-04-25

Copyright © 2010, IHCS (Institute for Humanities and Cultural Studies). This is an Open Access article. This work is licensed under the Creative Commons Attribution 4.0 International License. To view a copy of this license, visit <http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/> or send a letter to Creative Commons, PO Box 1866, Mountain View, CA 94042, USA.



پروہشگاہ علوم انسانی و مطالعات فرہنگی
پرتال جامع علوم انسانی

نقدی بر کتاب نگاهی نو به باورهای کارآفرینی و مدیریت بنگاه‌ها

محمد جواد نائیجی *

سید مصطفی عالم نجفی **

چکیده

محتوای کتاب «نگاهی نو به باورهای کارآفرینی و مدیریت بنگاه‌ها» شامل سه بخش و ۱۳ فصل با محوریت کارآفرینی و مدیریت بنگاه‌ها است. با توجه به اهمیت باورها در کارآفرینی، موضوع کلی کتاب جذاب و سودمند است و به‌ویژه به مخاطبان غیر تخصصی دیدگاه مناسبی ارائه می‌کند. در این اثر تلاش شده است بازتعریفی از کارآفرینی و باورهای مرتبط با آن ارائه شود که این تلاش تا حد زیادی با عدم بکارگیری منابع به‌روز و جدید بی‌ثمر مانده است. البته ساختار کتاب، خبری است و بیشتر به گزارش‌های دهه قبل میلادی اتکا نموده و از گزارش‌های داخلی بی‌بهره بوده است. این اثر اگرچه توانسته است اطلاعات جامعی از کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکار ارائه نماید، اما به علت استفاده از آمارهای یک دهه قبل، در تحلیل روابط کسب‌وکار و کارآفرینی چندان موفق نبوده است و بیشتر قضاوت خواننده را در مورد مطلب جویا شده است. همچنین در موارد متعددی با عبارات‌های بدون استناد، استدلال‌هایی ارائه شده است که استفاده از کتاب را به عنوان یک مرجع کامل به خصوص در زمینه ارائه الگوی بومی کارآفرینی زیر سوال می‌برد. در مجموع، کتاب از نظر موضوعی افق جدیدی به مباحث کارآفرینی می‌گشاید، هر چند از نظر محتوایی ضعف‌های آشکاری دارد.

کلیدواژه‌ها: نقد کتاب، کارآفرینی، باورهای کارآفرینانه، مدیریت کسب‌وکار.

* استادیار مدیریت بازرگانی، عضو هیئت علمی دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)،

M_naeiji@sbu.ac.ir

** کارشناس ارشد کارآفرینی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران، mostafa.alemnajafi@gmail.com

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۰۹/۲۴، تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۰۲/۰۵

۱. مقدمه

تغییر نگرش یا باورها یکی از مقوله‌هایی است که در کارآفرینی نقش مهمی دارد (گوتافسن و خان (Gustafsson & Khan، 2017)). تغییر و تحولات دنیای پر شتاب کنونی در عرصه‌های علمی و فنی و چالش‌های پی در پی نظام اقتصادی - اجتماعی، کاهش ذخایر زیرزمینی و افزایش فقر و بیکاری موجبات توجه بیشتر سیاست‌گذاران و اندیشمندان را به مفهوم کارآفرینی فراهم ساخته است تا آنجا که آخرین الگوی توسعه، توسعه مبتنی بر کارآفرینی قلمداد شده است (محسنی و همکاران، ۱۳۹۲). مهارت‌های کارآفرینی هم شامل مهارت‌های عمومی است و هم مهارت‌های تخصصی است (بوشر (Buscher، 2018)). لازم به ذکر است که کارآفرینی، منحصر به یک طبقه خاص اجتماعی و یا یک جنسیت خاص نمی‌شود (دنيسا و همکاران (Denisa et al، 2017)). همچنین بنا بر ادبیات کارآفرینی، قصد کارآفرینی نقش تاثیرگذاری در رفتار کارآفرینی دارد. بدین جهت شناسایی عوامل موثر بر آن دارای اهمیت بسیاری است (غیائی، ۱۳۹۵). در این راستا، مقاله حاضر به بررسی یکی از کتب منتشر شده تحت عنوان نگاهی نو به باورهای کارآفرینی و مدیریت بنگاه‌ها، می‌پردازد. این مقاله در پنج بخش تنظیم شده است. بعد از این مقدمه، کتاب به اختصار معرفی می‌شود. سپس، ابعاد شکلی مورد توجه قرار می‌گیرد. ابعاد محتوایی اثر در بخش چهارم تحلیل می‌شود. موارد مرتبط با کارآفرینی و مدیریت بنگاه‌ها در بخش پنجم ارائه شده است. در بخش پایانی، جمع‌بندی و نتیجه‌گیری نهایی صورت می‌گیرد.

۲. معرفی کتاب

کتاب «نگاهی نو به باورهای کارآفرینی و مدیریت بنگاه‌ها» نوشته کامبیز طالبی با همکاری آرين عسگری روانکوه توسط انتشارات دانشگاه تهران در ۵۰۰ نسخه و با قیمت ۱۲۰۰۰۰ ریال برای نخستین بار در سال ۱۳۹۴ منتشر شده است. این کتاب در سال ۹۶ با شمارگان ۵۰۰ نسخه به چاپ دوم رسیده است. بین چاپ‌های اول و دوم کتاب از نظر ظاهری و محتوایی تفاوتی مشاهده نمی‌شود.



شماره مسلسل ۹۰۷۴

شماره انتشار ۳۶۳۸

انتشارات دانشگاه تهران

سرشناسه	: مطالبه، کامبیز، ۱۳۳۷-
عنوان و نام پدیدآور	: نگاهی نو به باورهای کارآفرینی و مدیریت بنگاه‌ها.
مشخصات نشر	: تهران: دانشگاه تهران، مؤسسه انتشارات، ۱۳۹۴.
مشخصات ظاهری	: ۱۸۸ ص، جدول- نمودار.
فرهنگ	: انتشارات دانشگاه تهران، شماره انتشار ۳۶۳۸.
شابک	: 978-964-03-6772-8
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیبای مختصر
یادداشت	: فهرست‌نویسی کامل این اثر در نشانی: http://opac.nliai.ir قابل یادداشت
یادداشت	: دسترسی است.
یادداشت	: چاپ دوم
یادداشت	: کتابنامه.
شماره افزوده	: عسگری رانکوه، آریین، با همکاری
شماره افزوده	: دانشگاه تهران، مؤسسه انتشارات
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۸۵۲۶۲۵

این کتاب مشمول قانون حمایت از حقوق مؤلفان و مصنفان است. تکثیر کتاب به هر روش اعم از فتوکپی، ریسوگرافی، تهیه فایل‌های pdf، لوح فشرده، بازنویسی در وبلاگ‌ها، سایت‌ها، مجله‌ها و کتاب، بدون اجازه کتبی ناشر مجاز نیست و موجب پیگرد قانونی می‌شود و تمامی حقوق برای ناشر محفوظ است.



عنوان: نگاهی نو به باورهای کارآفرینی و مدیریت بنگاه‌ها
تألیف: دکتر کامبیز طالبی
با همکاری: آریین عسگری رانکوه
نویسندگان: آریین عسگری رانکوه
تاریخ انتشار: ۱۳۹۴
شمارگان: ۵۰۰ نسخه
ناشر: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران
چاپ و صحافی: مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

«مسئولیت سخت مطالب کتاب با مؤلفان است»
بها: ۱۲۰۰۰۰ ریال

خیابان کارگر شمالی - خیابان شهید فرش مقدم - مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران
پست الکترونیک: press@ut.ac.ir - تارنما: <http://press.ut.ac.ir>
بخش و فروش: تلفکس ۸۸۳۳۸۷۱۲

اطلاعات اولیه کتاب

نویسندگان هدف از تألیف کتاب را بررسی ارتباط بین مباحث کارآفرینی و مدیریت بنگاه‌ها دانسته‌اند. کارآفرینی، نزد افراد مختلف تعاریف متفاوتی دارد و محققان و صاحب‌نظران حوزه کارآفرینی تعاریف مختلفی از این مفهوم ارائه کرده‌اند. با این حال، بسیاری از باورهای عامه مردم از کارآفرینی اشتباه است. تمرکز این کتاب بر باورهای نادرستی است که پیرامون پدیده کارآفرینی شکل گرفته و منجر به تصمیم‌گیری اشتباه از

سوی کارآفرینان، سرمایه‌گذاران و حتی سیاست‌گذاران حوزه کارآفرینی می‌شود. برداشت‌هایی که افراد نسبت به هر پدیده دارند، موجب شکل‌گیری باورها و رفتارشان در ارتباط با آن پدیده می‌شود. این امر در رابطه با کارآفرینی نیز صادق است. کارآفرینان، سیاست‌گذاران و دولت‌مردان، با تکیه بر باورهایی که در جامعه وجود دارد، تصمیمات خود را اتخاذ می‌کنند و این امر در حالی صورت می‌پذیرد که بسیاری از باورهای عامه، نادرست است. (انگیزه نویسنده از نوشتن کتاب و توضیحات عنوان کتاب). این کتاب از سه بخش اصلی تشکیل شده است. بخش اول که مقدمه‌ای بر کارآفرینی است، به تبیین کلیات و نظریه کارآفرینی می‌پردازد. در این بخش، کارآفرینی تعریف شده، نقش فرصت در آن و محیط مناسب برای راه‌اندازی کسب و کار، به صورت خلاصه تبیین می‌شود. بخش دوم که اصلی‌ترین قسمت کتاب را تشکیل می‌دهد، به بررسی باورهای نادرستی اختصاص دارد که در میان عامه مردم و حتی صاحب‌نظران کارآفرینی، در رابطه با جنبه‌های مختلف کارآفرینی وجود دارد. در این بخش، با بررسی آمارهای معتبر تحقیقات صورت گرفته، سعی شده است این باورهای نادرست شناسایی و اصلاح شود. در بخش سوم، سه مبحث مهمی که باید در راه‌اندازی و مدیریت یک کسب و کار موفق مورد توجه قرار گیرند بررسی شده‌اند. بر اساس منطقی این کتاب، روش‌های قانونی راه‌اندازی کسب و کار، بازاریابی و تحقیقات بازار و تدوین طرح کسب و کار به بهبود عملکرد و افزایش نرخ موفقیت

کسب و کارهای تازه تأسیس منجر خواهد شد. این اثر شامل یک مقدمه و ۱۲ فصل است. بخش اول کتاب با عنوان کلیات کارآفرینی شامل فصل اول (مفاهیم کارآفرینی) است. بخش دوم کتاب با عنوان باورهای نادرست کارآفرینی شامل فصول دوم (قرن بیست و یکم)، سوم (صنایع متداول برای کارآفرینی)، چهارم (چه کسانی کارآفرین می‌شوند؟)، پنجم (تمام کسب‌وکارهای جدید، منحصر به فرد نیستند)، ششم (تأمین مالی کسب‌وکارهای جدید)، هفتم (عملکرد کارآفرینان)، هشتم (چرا برخی از کارآفرینان موفق‌ترند؟)، نهم (کارآفرینی زنان)، و دهم (ارزش کسب‌وکارهای جدید) می‌باشد. بخش سوم با عنوان مدیریت یک کسب‌وکار موفق شامل فصول یازدهم (اشکال قانونی راه‌اندازی)، دوازدهم (بازاریابی و تحقیقات بازار) و سیزدهم (تدوین طرح کسب‌وکار) می‌باشد. (بررسی پیشگفتار و فهرست مطالب)

۳. معرفی نویسنده کتاب (اطلاعات نویسنده)

دکتر کامبیز طالبی عضو هیئت علمی و استاد تمام دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران است. ایشان مدرک دکترای خود را از دانشگاه پونای هند در رشته مدیریت صنعتی دریافت کرده و در پایگاه استنادی گوگل اسکالر (Google scholar) دارای ۴۳۹ مورد استناد و اچ‌این‌دکس (h-index) 11 است. نویسنده در سال‌های اخیر تالیفات متعددی در خصوص کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکارهای کوچک مانند راهبرد نقش بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی در توسعه ملی (طالبی، ۱۳۸۶)، رقابت از طریق نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط (طالبی، ۱۳۸۹) و نقش راهبردی بنگاه‌های صنعتی کوچک و متوسط در توسعه ملی (طالبی، ۱۳۹۶) داشته است. کتاب نگاهی نو به باورهای کارآفرینی و مدیریت بنگاه‌ها، در ادامه این مسیر تلفیقی از کتاب‌های قبلی نویسنده به همراه مطالب جدیدی است که یک دستورالعمل کاربردی برای کارآفرینی ارائه می‌کند. در کتاب‌های پیشین، این نویسنده به تفصیل آمارهای مربوط به کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در کشورهای توسعه‌یافته به‌ویژه آمریکا ارائه کرده است که نشان‌دهنده تلاش وی برای بررسی تطبیقی موضوع کارآفرینی در فضای بین‌المللی و یافتن الگویی برای توسعه کارآفرینی در ایران است. ردپای این دغدغه در کتاب حاضر نیز به چشم می‌خورد و نویسنده با ارائه شواهد آماری بر لزوم ارائه یک ساختار ملی در کارآفرینی تاکید می‌کند. در این راستا در کتاب بر بیان و اصلاح باورهای غلطی که می‌تواند بر ذهنیت کارآفرینان تاثیر بگذارد تمرکز شده است. برای مثال، نویسندگان با ارائه برخی آمارها می‌خواهند نشان دهند که میانگین کارآفرینی در آمریکا که نماد کارآفرینی دانسته می‌شود پایین‌تر از متوسط است و یا باورهای غلطی در مورد کارآفرینی زنان وجود دارد.

۴. بررسی شکلی کتاب

به طور کلی، هر نقد علمی باید ابعاد شکلی اثر را از نظر میزان جامعیت صوری، کیفیت چاپ و نشر، رعایت اصول نگارش و التزام به قواعد ویرایش تخصصی و میزان روان و رسا بودن، مورد بررسی و نقد قرار دهد (هید (Heyd, 2017)). به همین دلیل، در این بخش، به بررسی نقاط قوت و ضعف ابعاد شکلی کتاب پرداخته می‌شود.

۱.۴ نگرش کلی به کتاب

اثر مورد بررسی، دارای پیشگفتار است و با مقدمه مولف شروع می‌شود. در مقدمه، به اهداف کتاب اشاره نشده است و تنها به تشریح فهرست کتاب پرداخته شده است. فهرست مطالب به صورت تفصیلی تنظیم شده است و جداول، نمودارها و اشکال، فاقد فهرست جداگانه هستند. به علاوه، اکثر جداول، نمودارها و اشکال، منبع ندارند. موارد فوق موجب می‌شود که درک و فهم مطالب با سختی بیشتری صورت پذیرد. لازم به ذکر است که اثر، به منظور استفاده به عنوان منبع درسی تالیف نشده است. به همین دلیل در قالب یک درسنامه و یا کتاب درسی قرار نگرفته است. بنابراین، کاربرد آن در برنامه آموزشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، ضعیف است. اما می‌تواند یک نگرش کلی در خصوص کارآفرینی، به دانشجویان و علاقه‌مندان بدهد. از نظر روند بیان مطالب در هر فصل، کتاب، شامل مقدمه و نتیجه‌گیری جداگانه است (فقط فصل اول نتیجه‌گیری ندارد). ضمن اینکه جمع بندی در پایان کتاب بسیار مختصر و ناکافی است و از متن، برگرفته نشده است. به علاوه، منابع برای کسب اطلاعات بیشتر یا پیشنهاد پژوهشی برای تکمیل این تحقیق، در پایان فصول ارائه شده است. در مجموع، نمایه‌ای برای اعلام، موضوعات، منابع و اصطلاحات به کار رفته در اثر تنظیم شده است. لازم به یادآوری است، منابع به ترتیب حروف الفبا است و به یک شکل معین قرار گرفته‌اند.

۲.۴ کیفیت ظاهری و فنی

منظور از بررسی کیفیت ظاهری و فنی اثر این است که مولفه‌هایی مانند طرح روی جلد، حروف‌نگاری، صفحه‌آرایی، چاپ و صحافی مورد بررسی قرار گیرد و نمونه خوانی اثر از نظر وجود غلط‌های املائی و چاپی مورد بررسی قرار گیرد (گالوان و گالوان (Galvan & Galvan, 2017)). در جهت بررسی این بعد از نقد کتاب، ابتدا طرح روی جلد از نظر ارتباط آن با موضوع بررسی می‌شود. سپس نحوه‌ی حروف‌نگاری و صفحه‌آرایی به عنوان یکی از مولفه‌های مهم کیفیت ظاهری کتاب مورد بررسی قرار می‌گیرد و بعد از آن مبحث کیفیت چاپ، صحافی و قطع اثر مورد بررسی قرار گرفت. همچنین در ادامه نمونه‌خوانی و غلط‌های چاپی، اصول عمومی نگارش و قواعد ویرایش تخصصی و در آخر میزان روان و رسا بودن متن بررسی شدند.

۱.۲.۴ طرح جلد کتاب

طرح روی جلد، نماد و نشان مشخصی از کارآفرینی ندارد و بیشتر نشان دهنده مدیریت بنگاه‌ها می‌باشد. پشت جلد نیز، ترجمه انگلیسی متن روی جلد می‌باشد.

۲.۲.۴ حروف‌نگاری و صفحه‌آرایی

در این بخش موارد ذیل، قابل تامل است:

- اندازه حروف انگلیسی، همانند حروف فارسی درج شده است؛ این در حالی است که معمولاً، حروف انگلیسی به اندازه دو فونت کوچکتر از حروف فارسی نوشته می‌شوند تا به زیبایی متن افزوده شود.
- جا افتادگی‌های زیادی در کتاب وجود دارد که مطالعه را برای خواننده دشوار می‌کند.
- در خصوص فاصله بین کلمات دقت لازم به عمل نیامده است.
- برخی از جداول به صورت عکس در کتاب مورد استفاده قرار گرفته‌اند. این امر موجب شده است ارقام به آسانی قابل خواندن نباشد.
- فاصله بین تصاویر و خط بعدی بسیار زیاد است.
- فونت شماره جدول مشابه فونت متن است که بهتر است دو سایز کوچکتر باشد.
- آدرس منابع به لاتین ذکر شده است که بایستی متن به طور کامل فارسی باشد و نام‌های لاتین در پانویس و یا آخر کتاب ذکر شود.
- علامت سؤال در تیتراها موجب آشفتگی فکری خواننده می‌شود.

۳.۲.۴ کیفیت چاپ، صحافی و قطع اثر

از مشخصات چاپ مطلوب در حالت سیاه و سفید، می‌توان به درجه وضوح چاپ، ثبات رنگ و ترکیب بهینه رنگ‌های سفید و سیاه برای ساخت طیفی از رنگهای میان سیاه و سفید با پرده‌های گوناگون خاکستری (رنگ‌های ختشی) برای استفاده در جداول و نمودارها اشاره کرد (استینز (Stevens, 2015)). کتاب مورد بررسی، از نظر درجه وضوح چاپ حروف و ثبات رنگ، مطلوب است. علی‌رغم فراهم بودن امکان استفاده از طیف بیشتر رنگ‌های خاکستری در نمودارها و جداول، برای زیبایی و به منظور تفهیم بهتر، تنها از رنگ

خاکستری سیر استفاده شده است. اما این امر، خلل محسوسی ایجاد نکرده است. بنابراین، کیفیت چاپ کتاب، خوب ارزیابی می‌شود. اکنون رایج‌ترین اندازه و قطع کتاب وزیری است (اشلی (Ashley, 2007) که قطع این اثر نیز وزیری می‌باشد. با توجه به تعداد صفحات کتاب، قطع انتخاب شده، مناسب است. ضمن اینکه به نظر می‌رسد، شیرازه کتاب در برابر تعدد دفعات استفاده از آن مقاوم باشد. لذا کیفیت صحافی اثر، مناسب ارزیابی می‌شود. در مجموع و با توجه به مطالب ذکر شده، کیفیت چاپ، صحافی و قطع اثر، مطلوب است.

۴.۲.۴ نمونه خوانی و غلط‌های چاپی

نمونه خوانی مطلوب موجب می‌شود متن حروف‌نگاری شده از نظر مطابقت با رسم‌الخط، یکپارچگی متن و تصحیح غلط‌های چاپی و املائی، به صورت مناسبی تهیه شده باشد (هارت (Hart, 2018). بررسی متن کتاب نشان می‌دهد که نمونه خوانی از نظر تصحیح غلط‌های املائی و چاپی، ضعیف است. غلط‌های چاپی زیادی در کتاب وجود دارد که می‌توان آن‌ها را در گروه‌های ذیل، تقسیم نمود:

- کلماتی که روی هم نوشته شده است و می‌تواند جداگانه تحریر شود.
- غلط‌های املائی به وفور در متن یافت می‌شوند. نکته مهم این است که اینگونه اشتباهات املائی در تمامی کتاب وجود دارد و منحصر به فصل و یا بخش خاصی نمی‌شود. نمونه‌هایی از این اشتباهات عبارتند از:
- ارجاع در متن براساس دستورالعمل APA صورت نگرفته است.

۵.۲.۴ اصول عمومی نگارش و قواعد ویرایش تخصصی

یکی از عوامل موثر در پذیرش و اقبال به آثار علمی، رعایت اصول نگارش و قواعد ویرایش است. در این بخش، اثر حاضر از نظر رعایت قواعد نگارشی نظیر جدانویسی واژه‌ها، پیشوندها و پسوندها مورد ارزیابی قرار می‌گیرد (گری، ۲۰۱۲). در این خصوص، موارد زیر می‌تواند در کتاب، مورد توجه قرار گیرد:

- در برخی از موارد از علامت کاما استفاده نشده و این امر، درک مطلب را دشوار می‌کند.

- عدم رعایت فاصله یکسان بین کلمات، خلل دیگری است که در موارد بسیاری به چشم می‌آورد.
- گاهی مواقع، یک کلمه یا جمله دو بار تکرار شده است.
- گاهی اوقات در متن، بعد از نقطه، از حرف ربط «و» استفاده شده است.
- در برخی از موارد، از درج نام انگلیسی اسامی در متن غفلت شده است.
- در مواردی، کلمه به صورت انگلیسی در متن ذکر شده است. در حالی که نگارش صحیح ایجاب می‌کند که عبارت به زبان فارسی در متن نوشته شود و در پانویس به صورت انگلیسی درج شود.
- لذا می‌توان گفت که کتاب، به ویرایش مجدد نیاز دارد.

۶.۲.۴ میزان روان و رسا بودن متن

- منظور از رسا بودن متن این است که محتوای آن، برای مخاطبان مشخص و قابل فهم باشد. لازمه رسا بودن این است که متن با انشایی درخور مباحث علمی و با استفاده از اصطلاحات و تعبیرهای خاص آن علم تهیه شده باشد. روان بودن متن نیز به این معناست که نثر کتاب ابهام نداشته و از انسجام معنایی، برخوردار باشد (گالوان و گالوان، ۲۰۱۷). این امر مستلزم آن است که ابتدا، اجزای سخن در جای خود نشانده شود. سپس، بین جملات یک پاراگراف و نیز میان پاراگراف‌های یک قسمت، پیوند و ارتباط برقرار شود. مصادیق این امر را می‌توان در یکسان بودن ساختار جملات، اجتناب از گزارش مکرر ارقام جداول و نمودارها و عدم استفاده از جملات طولانی دانست (هید، ۲۰۱۷).
- برخی از جملات نیز بسیار سنگین نوشته شده‌اند.
 - متن حالت آبشاری و از بالا به پایین نداشته و به صورت متلاطم مطالب تکرار می‌شوند.
 - متن کتاب حالت گزارش خبری به خود گرفته است.
 - برخی از تیترها با حالت سئوالی شروع می‌شوند.

۵. بررسی ابعاد محتوایی اثر

برای بررسی ابعاد محتوایی اثر باید قدرت تحلیل علمی مساله یا مسائل موردنظر، کیفیت تحلیل، شیوه نقد، بی‌طرفی علمی و نوآوری، ارزیابی شود. ضمن اینکه محتوای کتاب از نظر ساختار درونی (بنایی) و ساختار برونی (مبنایی)، مورد نقد قرار گیرد (اشلی، ۲۰۰۷).

۱.۵ توان و کیفیت تحلیل علمی

هدف کتاب، تحلیل ابعاد کارآفرینی جهت مدیریت بنگاه‌ها است. لذا، انتظار می‌رود محورهای مرتبط با بخش کارآفرینی و مدیریت بنگاه استخراج شود و از جنبه‌های گوناگون مورد بررسی قرار گیرد. عنوان فصل اول که تنها فصل بخش اول کتاب می‌باشد، مفاهیم کارآفرینی است. در این فصل سرفصل‌های تعریف کارآفرینی، الگویی برای فرآیند کارآفرینی، اهمیت فرصت در کارآفرینی، انواع فرصت‌ها، اهمیت خلاقیت در کارآفرینی، خلاقیت چیست؟، نوآوری چیست؟، بستر محیطی کارآفرینی، نقش برنامه‌ریزی در کارآفرینی، تصمیم بهره‌برداری از فرصت و هزینه - فرصت مطرح شده‌اند. با توجه به عنوان انتخابی این فصل، انتظار می‌رفت نویسنده به تشریح مفهوم کارآفرینی می‌پرداخت و تعاریف، ابعاد، ضرورت‌ها، اهداف، مزایا و چالش‌های کارآفرینی را تشریح می‌کرد. این در حالی است که بخش عمده‌ای از این فصل، با عبور از تعریف کارآفرینی به مباحث محیط کارآفرینانه پرداخته است و گزارش‌هایی ارائه کرده است که جدیدترین منبع آن‌ها، سال ۲۰۰۶ می‌باشد. صرفنظر از به روز نبودن گزارش‌ها، عدم توجه به گزارش‌های داخلی و تمرکز صرف بر گزارش‌های قدیمی خارجی، منجر به کاهش تاثیر نوشته در ذهن مخاطب شده است. همچنین این فصل از کتاب بیشتر جنبه کپی‌برداری از سایر مقالات و متون را دارد، بدون آنکه منبع متن ذکر شود که این نقص از همان پاراگراف اول فصل اول نمایان است (مراجعه شود به صفحه ۸). در بخش دوم کتاب در مورد باورهای نادرست کارآفرینی از فصل دوم تا فصل دهم پرداخته شده است. در این بخش، مجدداً به برخی دیگر از تعاریف کارآفرینی و ریشه‌های باور کارآفرینانه اشاره شده است که مولف می‌توانست این بخش را در قسمت‌هایی از فصل یک بیان نماید؛ زیرا مجزا کردن باورها از تعریف اصلی کارآفرینی خواننده را سردرگم می‌کند و تکرار بیهوده مطالب گذشته است.

در فصل دوم با عنوان «قرن بیست و یکم»، مطالب در قالب چند سرفصل شامل کاهش تعداد کارآفرینان، نرخ کارآفرینی، تفاوت در نرخ تأسیس شرکت، محدودیت‌های ساختار صنعتی و در دسترس بودن سرمایه ارائه شده‌اند. نویسنده در این فصل، به وضع موجود کارآفرینی پرداخته است که به دلیل ارائه گزارش‌هایی از سایر کشورها و مقایسه نکردن آن با وضعیت کارآفرینی در ایران، از ارتباط مخاطب با این بخش می‌کاهد. برای مثال، با ارائه گزارشی که از سوی بانک مرکزی آمریکا ارائه شده است بیان می‌شود که: «درصد افرادی که در آمریکا صاحب کسب‌وکار بوده‌اند از ۱۴ درصد در سال ۱۹۸۳ به ۱۱ درصد در سال ۲۰۰۴ کاهش یافته‌اند». مولف در این گزارش، بر اساس برداشتی یکطرفه از وضعیت دهه پیشین آمریکا و ارتباط دادن بخشی از گزارش به مفهوم کارآفرینی، به تحلیل پرداخته است؛ در حالی که طی دهه گذشته جهان در یک رکود اقتصادی بی‌سابقه قرار گرفته بود که اکثر شاخص‌های اقتصادی سیر نزولی را نشان می‌دادند. از سوگیری‌های دیگری که در این فصل به شدت به آن اشاره شده است و بار علمی کتاب را کاهش می‌دهد، ارتباط دادن آمارهای اقتصادی با کارآفرینی در کشور آمریکا می‌باشد که مولف اصرار دارد ایالات متحده در زمینه کارآفرینی کشور موفق نبوده است و در این راستا بیان می‌کند: «به راحتی می‌توان نادرستی این چنین باورهایی را اثبات کرد. مردم آمریکا از لحاظ تمایل برای تأسیس کسب و کار در میان کشورهای جهان، نه تنها در رده بالایی قرار ندارند، بلکه بسیار با آن فاصله دارند». این نتیجه‌گیری از گزارش‌های دهه قبل و بیان قاطع آن، بیشتر مبتنی بر باورهای نویسنده است تا یک پژوهش یا حداقل استدلال علمی. همچنین این نتیجه‌گیری در مورد نرخ اشتغال و کارآفرینی، بر پایه گزارش‌هایی است که نهایتاً تا سال ۲۰۰۲ ارائه شده‌اند و خواننده با آمار امروز حداقل ۱۷ سال فاصله دارد. در سایر بخش‌ها، مولف بر این امر تأکید دارد که وضع موجود کارآفرینی بیشتر به سمت تأسیس شرکت‌های خدماتی پیش می‌رود تا شرکت‌های تولیدی و صنعتی که برای این ادعا، هیچ منبع معتبر و به روزی گزارش نکرده است. همچنین در این فصل نویسنده شاخص کارآفرینی را به تعداد تأسیس شرکت گره زده است و بیان می‌کند که شرط اصلی کارآفرینی، در اختیار داشتن سرمایه نیست؛ بلکه میزان حضور کارآفرینان در منطقه و در دسترس بودن آن‌ها می‌باشد. همچنین در مناطق کشاورزی میزان کارآفرینی بالاتر از بخش صنعتی است. همچنین در مناطقی که افراد بیکار فراوانی وجود دارد، میزان تأسیس

کسب‌وکار بیشتر است و در این میان باورهایی از قبیل دسترسی به منابع و امکانات، توان فنی موجود در منطقه، زیرساخت‌ها و قوانین حمایتی را مدنظر قرار نداده است.

عنوان فصل سوم «صنایع متداول برای کارآفرینی» است. در این فصل سرفصل‌های صنعت انتخابی کارآفرین و دلایل انتخاب صنعت خاص مطرح شده‌اند.

عنوان فصل چهارم «چه کسانی کارآفرین می‌شوند؟» است. در این فصل سرفصل‌های ذهن کارآفرین، دلیل راه‌اندازی کسب‌وکار، آیا کارآفرینان انسان‌های برتر هستند؟، آیا کارآفرینی مختص افراد جوان است؟، تاثیر تحصیل بر کارآفرینی، تاثیر آموزش بر کارآفرینی، اهمیت تجربه و تاثیر شبکه اجتماعی بر کارآفرینی مطرح شده‌اند.

عنوان فصل پنجم «تمام کسب‌وکارهای جدید، منحصربه‌فرد نیستند» است. در این فصل سرفصل‌های نوآوری کسب‌وکارهای جدید، اندازه کسب‌وکارهای جدید، رشد کسب‌وکارهای جدید، مزیت رقابتی کسب‌وکارهای جدید، شناسایی فرصت، ارزیابی ایده، تأسیس یک کسب‌وکار جدید، نرخ شکست در شرکت‌های تازه تأسیس، و کارآفرینی فعالیتی گروهی است، مطرح شده‌اند.

عنوان فصل ششم تأمین مالی کسب‌وکارهای جدید است. در این فصل سرفصل‌های سرمایه راه‌اندازی کسب‌وکار، تأمین مالی، نقش ثروت در بهره‌برداری از فرصت، تأمین مالی از طریق وام و منابع خارجی و سرمایه‌گذاران غیررسمی مطرح شده‌است.

عنوان فصل هفتم عملکرد کارآفرینان است. شکست بیشتر کسب‌وکارهای جدید، اهمیت شکست کسب‌وکار، سود کارآفرینی، بازده مالی کارآفرینی، ساعات کار کارآفرینان، و خوش‌بینی نسبت به موفقیت، سرفصل‌های این فصل را تشکیل می‌دهند.

عنوان فصل هشتم «چرا برخی از کارآفرینان موفق‌ترند؟» است. این فصل شامل چندین سرفصل شامل تاثیر زمان بر راه‌اندازی کسب‌وکار، افزایش آمادگی برای کارآفرینی، شتاب در راه‌اندازی و انگیزه راه‌اندازی کسب‌وکار است.

عنوان فصل نهم کارآفرینی زنان است. در این فصل سرفصل‌های کارآفرینی در زنان، دلیل نرخ پایین کارآفرینی در زنان، عملکرد کارآفرینان زن و دلیل عملکرد ضعیف زنان ارائه شده است.

عنوان فصل دهم ارزش کسب‌وکارهای جدید است. در این فصل سرفصل‌های رشد اقتصادی، افزایش تعداد مشاغل و کیفیت مشاغل کسب‌وکارهای جدید مطرح شده‌است.

فصول یازدهم، دوازدهم و سیزدهم در قالب بخش سوم کتاب قرار گرفته‌اند. عنوان فصل یازدهم اشکال قانونی راه‌اندازی است. سرفصل‌های این فصل شامل انواع ساختار قانونی کسب‌وکار، مالکیت فردی، فواید کسب‌وکار با مالکیت فردی، نقاط ضعف کسب‌وکار با مالکیت فردی، مسئولیت نامحدود، شراکت، انواع شراکت، فواید کسب‌وکار شراکتی، افزایش منابع سرمایه و اعتبار، ساختار و مزایای شرکت، هزینه‌های سازمانی و محدودیت‌های دولتی می‌باشد.

عنوان فصل دوازدهم بازاریابی و تحقیقات بازار است. رقابت، بازار انحصاری، انحصار چندجانبه، رقابت انحصاری، رقابت کامل، بررسی بخش‌های بکر بازار، تجزیه و تحلیل جایگاه‌های بازار، علائم خطر در بخش‌های بازار، تحقیقات بازار، آمارهای بومی، تجزیه و تحلیل فروش و بازاریابی اینترنتی سرفصل‌های این بخش را تشکیل می‌دهند.

و در نهایت، عنوان فصل سیزدهم تدوین طرح کسب‌وکار است. در این فصل سرفصل‌های ماهیت طرح کسب‌وکار، اهمیت طرح کسب‌وکار، تعریف و اجزاء طرح کسب‌وکار مطرح شده است.

علاوه بر موارد فوق، مطالب زیر در خصوص کیفیت تحلیل علمی کتاب، قابل ذکر است:

- ابزار علمی مورد استفاده، تنها منحصر به جدول نبوده است. به کارگیری نمودار و مدل‌های اقتصادی در کتاب مورد توجه قرار گرفته است. با اشاره به این مطلب که منابع برای دهه پیشین بوده‌اند.
- کتاب ادبیات موضوع را چندین بار تکرار کرده است و این امر کاستی بزرگی خصوصاً در نتیجه‌گیری هر فصل به وجود آورده است.
- مروری بر پژوهش‌های انجام شده مرتبط با موضوع، مورد توجه نویسندگان قرار نگرفته است. این امر، موجب شده است کتاب فاقد بررسی و نقد آثار دیگران باشد. همچنین نوآوری در هیچ یک از فصل‌های کتاب مشاهده نمی‌شود. انبوهی از اطلاعات کلی و عمومی در خصوص کارآفرینی، نوآوری و محیط کسب‌وکار در فصول مختلف ارائه شده است.

۲.۵ نقد درون ساختاری

یکی از مواردی که در پژوهش‌های علمی حائز اهمیت فراوان است، انسجام مطالب در هر فصل، بین فصل‌ها و در نتیجه، کل کتاب است. در فصل اول کتاب، به مفاهیم مربوط به کارآفرینی پرداخته شده است. اما در ادامه، به این مسائل اصلاً اشاره نمی‌شود و ارتباط آن با ابعاد، چالش‌ها و مزایای کارآفرینی مغفول مانده است.

۱.۲.۵ میزان انسجام و نظم منطقی

یکی از مهمترین ایراداتی که در مورد انسجام کتاب مورد نقد حاضر مشاهده می‌شود ترتیب ناموزون هر یک از فصل‌ها است که در قسمت فهرست از ابتدا تا انتها رابطه معناداری بین فصل‌ها مشاهده نمی‌شود و این امر باعث سردرگمی خواننده شده است. از سوی دیگر ماهیت هر فصل و زیربخش‌های آن نیز ارتباط بین فصلی کمی با دیگر فصل‌ها دارند و درون هر فصل نیز ارتباط ضعیفی بین زیربخش‌ها وجود دارد. در بیشتر مواقع نویسنده بری آنکه مبحثی را جمع‌بندی کند و مبحث دیگری را مطرح نماید به دلیل کم و یا زیاد بودن مطلب در مورد آن، به یکباره سخن را قطع کرده و به مطلب دیگری پرداخته است. برای مثال در فصل‌های هشتم، نهم و دهم نویسنده ابتدا در فصل هشتم کارآفرینان موفق را با یک علامت سؤال معرفی می‌کند و سپس مجدداً در مورد کارآفرینان بخصوص زنان بحث می‌کند و بدون هیچ پیش‌زمینه‌ای در انتهای فصل نهم، به ارائه مطالبی درباره‌ی مدیریت کسب‌وکارهای جدید پرداخته است. این نکته در مورد عدم انسجام و نظم منطقی برای فصل نهم هم به این شکل مشاهده می‌شود که پس از ارائه زیربخش کارآفرینی زنان، دلیل نرخ کارآفرینی پایین زنان را بر اساس منابع سال‌های پیش از ۲۰۰۷ (یک دهه گذشته) اعلام می‌کند و در زیربخش بعدی، عملکرد زنان کارآفرین و دلایل ضعف آن‌ها را بررسی می‌نماید.

۲.۲.۵ اعتبار منابع و کیفیت استنادات

از آن جا که کتاب، ماهیت تحلیلی ندارد، گزارش‌های متعدد و پراکنده از وبگاه‌های مختلف اخذ شده است که برای خواننده، مفید هستند، ولی همه منابع مربوط به سال‌های پیش از ۲۰۰۷ هستند.

در بخش‌های دیگری از کتاب، مطالب مهمی بدون منبع ذکر شده‌اند. برای مثال، در بخشی از فصل نهم، بدون ذکر منبع بیان شده است که «بنا به نظر برخی از محققان، به دلیل فقدان دسترسی زنان به شبکه‌های اجتماعی صحیح و یا نداشتن تجربه کاری لازم، ایده‌های کمتری به ذهنشان رسیده و کسب‌وکارهای کمتری نیز راه اندازی می‌کنند». یا در جمله دیگری مطرح شده است که «آمارها حاکی از آن است که زنان علاقه کمتری برای کارآفرین شدن دارند».

در مجموع، تاریخ منابع نسبتاً قدیمی هستند و کتب و مقالات مورد استفاده نیز در علم مدیریت و اقتصاد برجسته نمی‌باشند.

۳.۵ نقد درون ساختاری

برای بررسی ساختار برونی اثر، باید میزان هماهنگی مفاد آن با اصول و مبانی مفروض کتاب و نیز میزان ارتباط و چالش مفاد اثر با مبانی علمی تحلیل و بررسی شود (استینز، ۲۰۱۵).

۱.۳.۵ سازگاری با مبانی نظری

به طور کلی، هدف کتاب به طور مشخص تصریح نشده است. اما به طور ضمنی دریافت می‌شود که تلاش نویسندگان در جهت تبیین اثرات متقابل کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکار است. اما از آنجا که ساختار خطابه‌ای و خبری بر کتاب حاکم است و تحلیل یا استناد علمی کمتر مشاهده می‌شود، این امر، محقق نشده است. جهت‌گیری به سمت هیچ یک از مکتب‌های اقتصادی در کتاب به چشم نمی‌خورد و بیشتر آمارهای رسمی ارائه شده در مورد اقتصاد آمریکا بررسی شده است.

۲.۳.۵ بندهای مرتبط با کارآفرینی

فصول اول، دوم، سوم، چهارم، هفتم، هشتم و نهم مختص مبحث کارآفرینی بوده‌اند. تعاریف مرتبط با کارآفرینی بیشتر با زبان نویسنده مطرح شده و در برخی موارد نیز از منابع انگلیسی قدیمی بهره گرفته شده است. از نکات مهم دیگر در این تعاریف عدم اشاره به ماهیت فناورانه کارآفرینی در تعاریف می‌باشد که احتمالاً به دلیل استفاده نویسنده از منابع قدیمی است. از دیگر ابعاد کارآفرینی که مورد توجه نویسنده قرار نگرفته است، بانک‌های

اطلاعاتی، مدیریت دانش در کسب‌وکارها و ایده‌پردازی است. به نظر می‌رسد نویسنده به دنبال پیگیری تصویری کلی است که در عنوان کتاب مطرح کرده است و بسیاری از عوامل مهم در مفهوم کارآفرینی مانند ارزش‌آفرینی و رویکردهای مبتنی بر فناوری را که در قرن بیست‌ویکم برجسته می‌باشند، مورد توجه قرار نداده است.

۳.۳.۵ بندهای مرتبط با مدیریت نگاه‌ها

فصل‌های پنجم، ششم، دهم، یازدهم، دوازدهم و سیزدهم مختص مبحث مدیریت کسب‌وکار بوده‌اند. در این زمینه نویسنده تلاش کرده است بیشتر از بعد قانونی و نظری به مباحث اقتصادی، شرکت‌ها و نحوه فعالیت کارآفرینان پردازد و کمتر به باورهای کارآفرینان در زمینه کسب‌وکار پرداخته است. کتاب حاضر به بررسی باور افراد در زمینه کارآفرینی پرداخته اما باور قوانین را برای فرد مشخص نکرده است، زیرا بسیاری از کارآفرینان در ابتدا با مشکلات قانونی مواجه هستند و در صورت عدم شناخت کافی نسبت به قوانین، ایده و طرح‌شان با شکست و یا اختلال جدی مواجه خواهد شد.

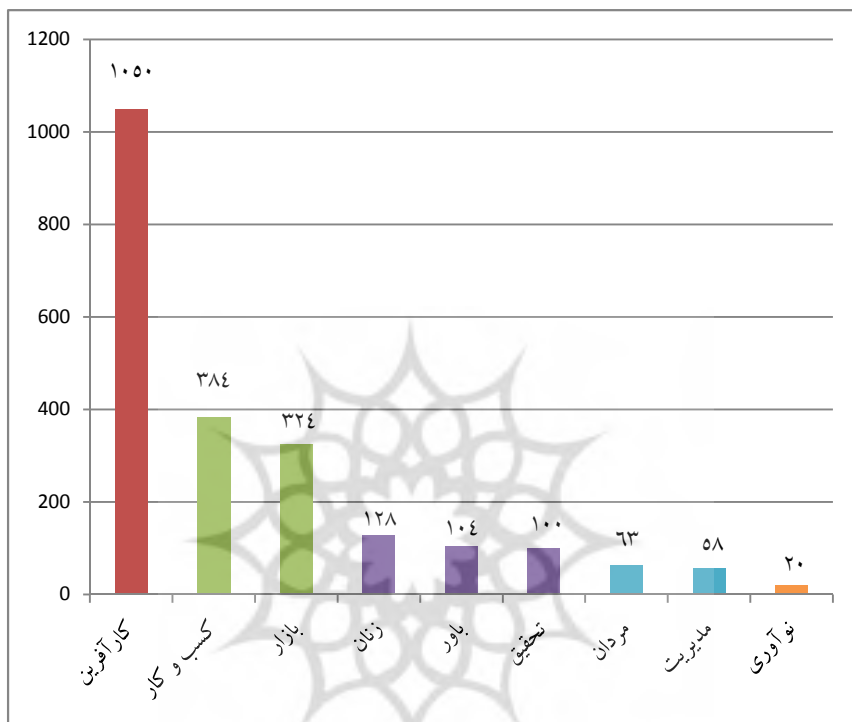
۶. نقد واژگان کلیدی کتاب

نه کلید واژه اصلی از ابتدای مطالعه کتاب مورد بررسی قرار گرفت که عبارت بودند از:
۱- کارآفرین (کارآفرینی، کارآفرینان)، ۲- کسب‌وکار، ۳- بازار (بازاریابی)، ۴- زنان، ۵- باور و نگرش، ۶- تحقیق (تحقیقات)، ۷- مردان، ۸- مدیریت و ۹- نوآوری.

جدول ۱- بررسی کمی کلیدواژگان

ردیف	کلیدواژه‌ها	تعداد
۱	کارآفرین	۱۰۵۰
۲	کسب‌وکار	۳۸۴
۳	بازار	۳۲۴
۴	زنان	۱۲۸
۵	باور	۱۰۴
۶	تحقیق	۱۰۰

۶۳	مردان	۷
۵۸	مدیریت	۸
۲۰	نوآوری	۹



نمودار ۱- بررسی کمی کلیدواژگان

طبق نمودار (۱)، بررسی کمی تعداد کلمات نشان داد که کلمه کارآفرین (۱۰۵۰ بار) بیشترین واژه کلیدی استفاده شده است و با اختلاف زیادی بعد از آن واژگان کسب و کار (۳۸۴ بار) و بازار (۳۲۴ بار) قرار گرفته‌اند. همچنین کلمه باور (۱۲۸ بار) نیز بر اساس آنکه در عنوان مطرح شده بود به میزان مطلوبی در کل کتاب مورد اشاره قرار گرفته بود. در ادامه رتبه‌بندی کمی، کلمات تحقیق (۱۰۰ بار)، مردان (۶۳ بار)، مدیریت (۵۸ بار) و نوآوری (۲۰ بار) قرار دارند.

از نظر کیفی تحلیل کلیدواژگان منتخب نشان می‌دهد مولف جستجوی خود را حول کلید واژه‌ها انجام داده و بعد از گردآوری مطالب به دسته‌بندی آن‌ها پرداخته و بر اساس

برداشت شخصی، مطالب جستجو شده را در کنار هم قرار داده است. به همین دلیل خواننده در مواجهه با مطالب کتاب، با منبع عظیمی از اطلاعات سروکار دارد که هرچه در کتاب پیشتر می‌رود با ابهامات بیشتری مواجه می‌شود. برای نمونه نویسنده بیان می‌کند که مردان برای کارآفرینی مستعدتر از بانوان هستند، اما محتوای فصل اختصاص یافته به بانوان، این تداعی را در ذهن خواننده ایجاد نمی‌کند.

۷. نتیجه‌گیری

یکی از روش‌های افزایش کیفیت کتب چاپ شده، واکاوی و تحلیل توصیفی و استنباطی آن می‌باشد. هدف از انجام مطالعه حاضر، نقدی بر کتاب نگاهی نو به باورهای کارآفرینی و مدیریت بنگاه‌ها بوده است. بررسی شکلی کتاب نشان از آن دارد که به منظور استفاده از منبع درسی تالیف نشده است. به همین دلیل در قالب یک درسنامه و یا کتاب درسی قرار نگرفته است. بنابراین، کاربرد آن در برنامه آموزشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، ضعیف است. با این وجود، کتاب می‌تواند یک اطلاعات کلی به خوانندگان منتقل نماید. طرح روی جلد، نماد و نشان مشخصی از کارآفرینی ندارد. به علاوه، استفاده از متون عربی زیاد و غلط‌های املائی در سرتاسر کتاب، فهم آن را مشکل می‌کند. لذا به نظر می‌رسد کتاب به یک ویرایش ادبی کامل نیاز دارد. تحلیل محتوایی اثر بیانگر این است که نویسندگان درصدد برقراری ارتباط بین کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکار هستند. به بیان دیگر، مدیریت کسب‌وکار را برگرفته از کارآفرینی و باورهای آن می‌دانند. نویسنده بر اساس نگرش خود در همه فصول کتاب به آمارهای کشورهای ایالات متحده اشاره دارد و بیشتر آمارها و اعداد را با نگرشی منفی تحلیل و تبیین کرده است. همچنین از خلاءهای مهم این کتاب آن است که نویسنده هیچگونه نگاهی به مطالعات داخلی نداشته است و خواننده ایرانی را در برابر آمار و ارقام بدون کاربرد برگرفته از منابع سایر کشورها قرار داده است. اینکه صحبت از باور در کارآفرینی باشد و صحبتی از نتایج و دستاوردهای کارآفرینان داخلی به میان نیاید، از تاثیر کتاب بر خواننده خواهد کاست. در نهایت، این اثر گرچه توانسته است اطلاعات جامعی از کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکار ارائه کند، اما نتوانسته در تحلیل روابط بین کسب‌وکار و کارآفرینی موفق عمل کند. محتوای کتاب بیشتر مبتنی بر قضاوت غیرمستدل نویسندگان است و در برخی موارد، با استفاده از عبارت‌هایی مانند «آمارهای حاکی از آن است که» و «برخی دانشمندان بیان نموده‌اند که»، به تایید

نقدی بر کتاب نگاهی نو به باورهای ... (محمدجواد نائیکی و سید مصطفی عالم نجفی) ۴۲۱

مطالب خود پرداخته‌اند. در صورتی که جدیدترین منبع مورد استفاده در این کتاب برای سال ۲۰۰۷ میلادی می‌باشد. لذا، برخلاف نظر نویسندگان محترم کتاب در پیشگفتار، این اثر مرجع کاملی بخصوص در زمینه استفاده از تجربیات داخلی در موضوع کارآفرینی به شمار نمی‌آید.

کتاب‌نامه

زراءنژاد منصور، (۱۳۹۵). «بررسی و نقد کتاب تحلیلی بر شاخص های کلان اقتصادی در ایران»، پژوهشنامه انتقادی متون و برنامه های علوم انسانی و مطالعات فرهنگی. ویژه نامه اقتصاد مقاومتی»، صص ۲۹-۴۹.

شورای بررسی متون و کتب علوم انسانی، (۱۳۹۰). پرسشنامه نقد و بررسی متون و کتب علوم انسانی (کتب ملی).

طالبی کامبیز، (۱۳۹۰). راهبرد نقش بنگاه های کوچک و متوسط صنعتی در توسعه ملی، تهران: انتشارات دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران.

طالبی کامبیز، (۱۳۸۹). رقابت از طریق نو آوری در شرکت های کوچک و متوسط، تهران: انتشارات دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران.

طالبی کامبیز، (۱۳۹۶). نقش راهبردی بنگاه های صنعتی کوچک و متوسط در توسعه ملی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.

طالبی کامبیز، عسگری روانکوه آرین، (۱۳۹۲). نگاهی نو به باورهای کارآفرینی و مدیریت بنگاه ها، انتشارات دانشگاه تهران.

غیائی عبدالرحیم، (۱۳۹۵). تاثیر باور به خودکارآمدی و نگرش کارآفرینی با قصد کارآفرینی دانشجویان کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه زابل، «پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی»، شماره ۳۹. صص ۳-۱۵.

محسنی عادل، موسوی سیدحسین، جمالی محمد، (۱۳۹۲). نقش آموزش کارآفرینی در نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان، «پژوهش و برنامه ریزی در آموزش عالی»، دوره ۱۹، شماره ۶۹. صص ۸۰-۶۳.

Thomson A, (2007). How to Write a Book. "Canadian Library Journal ."

Büscher B, (2018). A review of Enterprising Nature: Economics, Markets, and Finance in Global Biodiversity Politics By Jessica Dempsey, "Journal Economic Geography", Volume 94, Issue 1, Pages 89-91.

Stevens C, (2015). Preface: Reviews and Reviewing 1965–2015, "Costume", Volume 50, Issue 1, Pages 236-260.

- Hart C, (2018). Doing a Literature Review: Releasing the Research Imagination, SAGE Pres.
- Galvan JL, (2017). Writing literature reviews: A guide for students of the social and behavioral sciences, Routledge.
- Heyd M, (2017). How to Write a Book Review–And Why You Should, "Journal of Hospital Librarianship", Volume 17, Issue 4, Pages 349-355.
- Meek G, (2012). How to Write a Book Review. UW Library Reference Service Aids 16.
- Denisa M, Tajeddini K, Walle AH, (2017). Enterprising Women, Tourism, and Development: The Case of Bali, "International Journal of Hospitality & Tourism Administration", Volume 18, Issue 2, Pages 195-218.
- Gustafsson V, Khan MS, (2017). Monetising blogs: Enterprising behaviour, co-creation of opportunities and social media entrepreneurship, "Journal of Business Venturing Insights", Volume 7, Pages 26-31.

