

بررسی رابطه خلاقیت و کارآفرینی و کاربرد نوآوری بر خلاقیت و کارآفرینی

تاریخ دریافت مقاله: مرداد ۱۳۹۹

تاریخ پذیرش مقاله: شهریور ۱۳۹۹

عباس ابریشمی موحد

کارشناسی ارشد، مدیریت بازرگانی، گرایش بازاریابی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد اراک

نویسنده مسئول:

عباس ابریشمی موحد

چکیده

در این پژوهش به بررسی رابطه خلاقیت و کارآفرینی و کاربرد نوآوری بر خلاقیت و کارآفرینی پرداخته می شود. در ادامه در فصول مختلف و جداگانه به بررسی مفهوم کارآفرینی و مفهوم خلاقیت می پردازیم. سپس کاربرد نوآوری را مورد بررسی قرار می دهیم. خلاقیت، کارآفرینی و نوآوری محور فعالیت تمام نهادهای سازمانی و کارآفرین محور به شمار می رود.

تغییر و تحولات دهه‌های اخیر به قدری عمیق، گسترده و سریع اتفاق افتاده که تمامی ابعاد و شئون زندگی فردی و اجتماعی به طور محسوس و نامحسوس، تحت تاثیر آن قرار گرفته است. در این شرایط، نیازها و خواسته های بشری از تنوع و تعدد رو به تزایدی برخوردار شده است و سازمانها برای پاسخگویی بهتر در مقابل مشتریان در راستای اهداف خود که همانا بقاء، سودآوری و رشد است، باید با بهره‌گیری از توان خلاقیت کارکنان (که سرمایه اصلی آنها را تشکیل میدهند) ضمن نوآوری در محصولات و خدمات، توانایی خود را در جهان رقابتی افزایش دهند. در چنین فضایی نقش و جایگاه کارآفرینان به عنوان موتور توسعه، حتی در کشورهای پیشرفته صنعتی و توسعه یافته، بسیار بارزتر، حساستر و اثر بخشتر از گذشته نزد دولت مردان، سیاستگذاران و برنامه ریزان مطرح میباشد و به دلیل ارتباط تنگاتنگ خلاقیت و کارآفرینی، بسیاری از کشورهای توسعه یافته مطابق شرایط، امکانات و نظام ارزشی و اقتصادی خود اقدام به طراحی و اجرای نظامی تحت عنوان نظام ملی نوآوری نموده اند.

کلمات کلیدی: کارآفرینی، خلاقیت، نوآوری مفهوم سازی انتزاعی، سازمان.

مقدمه

پدیده بیکاری یکی از معضلات مهم اجتماعی و اقتصادی محسوب میشود که موجب بروز ناهنجاریهای فراوان در زمینه های گوناگون میگردد. جامعه ما نیز با مسأله افزایش تعداد بیکاران مواجه میباشد و اگر این پدیده از ابتدا و بصورت ریشه ای مقابله نگردد بحرانهای بزرگ و غیرقابل جبرانی ایجاد خواهد شد. با بررسی روند رشد اقتصادی کشورهای توسعه یافته، مشخص میشود که کارآفرینان در رشد اقتصادی و اشتغالزایی نقش زیادی داشته اند، یکی از کارکردهای اصلی آموزش در سطوح مختلف بویژه آموزش عالی تربیت افراد خلاق و کارآفرین میباشد توانمندیهای عملی افراد برای ایجاد تحول در بخش های اقتصادی کشور نشان دهنده این واقعیت ناخوشایند می باشد که آموزش عالی در رسیدن به این مهم از کارایی چندانی برخوردار نبوده است. واقعیت امر این است که افراد آموزش دیده ما در زمینه های مختلف، فاقد قابلیتها و مهارتهای عملی و کاربردی لازم هستند (مظفریان، ۱۳۸۷، ۹۳). تغییر و تحولات سریع علم و فن آوری در سال های اخیر، کشورهای جهان بخصوص کشورهای کمتر توسعه یافته را با چالش های جدیدی روبرو ساخته است که گذر از آنها نیازمند بکار گرفتن رویکردها و روش های خلاقانه است. در این میان نقش کارآفرینی و وجود افراد کارآفرین می تواند تعیین کننده باشد و شاید به همین دلیل اقتصاددانان کارآفرینی را موتور رشد اقتصادی تعبیر کرده اند. کارآفرینی از طریق کشف فرصت ها و بهره برداری مناسب از آنها، ایجاد فرصت های اشتغال، تغییر در محیط زندگی ... می تواند به توسعه کمک کند (منفردی راز، ۱۳۸۵، ۷۵). سیاست گذاران عقیده دارند که کشور ما برای رسیدن به هدف های توسعه ای خود می بایست تعامل و ارتباط فعال با اقتصاد جهانی داشته باشد. اقداماتی از قبیل برداشتن موانع غیر تعرفه ای، اصلاح قانون مالیات ها، آزادسازی اقتصادی، یکسان شدن نرخ ارز و تشویق و حمایت از سرمایه گذاری خارجی از جمله فعالیت هایی می باشد که تاکنون برنامه ریزی شده و در دست اجرا می باشد. اما یکی از مسائل اساسی که می بایست در این راستا مورد توجه سیاست گذاران قرار گیرد بهره گیری از نیروهای کارآفرین، کارآمد و متخصص می باشد زیرا که با رقابتی شدن تدریجی فضای کسب و کار و با توجه به رقابتی بسیار هوشمند و توانمند کار کردن، کار آسانی نیست تحولات در محیط کسب و کار کشور و دنیا ایجاب می کند که به سوی استفاده از افراد متخصص و کارآفرین پیش روی. افرادی که بتوانند با مغزی خلاق با مشکلات روبرو شده و به حل آنها بپردازند و یا با کنار هم گذاشتن سایر عوامل و با خلق ایده های جدید زمینه ساز نوآوری و بستر رشد و توسعه مملکت را فراهم سازند. اینکه کارآفرینان در این راستا چگونه عمل می کنند بحثی است که می توان از این منظر به آن پرداخت که اگر کارآفرینی را توانایی تولید ایده و تجاری نمودن آن برای ایجاد کسب و کار جدید بدانیم اهمیت این نکته که برای فعالیت در خارج از مرزها نیاز به توان خلاق و برخورداری از دانش بیشتر می باشد پدیدار می گردد (مقیمی، ۱۳۸۳، ۴۶). از سوی دیگر جوامعی دستخوش تغییرات سریع اقتصادی، کارآفرینی هستند در اقتصاد مبتنی بر بازار تغییر ایجاد نماید و به عنوان عامل تسریع کننده تولید و کاربرد ایده های نوآور عمل نماید و با ایجاد فرصت های شغلی جدید به کاهش نرخ بیکاری کمک نماید و یا با ایجاد مشاغل جدید برای نسل جوان که ظرفیت های فوق العاده ای برای ایجاد کسب و کارهای جدید دارند، از توانایی آنان در نوآوری، ریسک پذیری و انعطاف پذیری استفاده و فرصت های جدید جهت حضور در اقتصاد جهانی ایجاد نماید. در حال حاضر یکی از معمول ترین اشکال روند جدید کارآفرینی در دنیا فعالیت های مبتنی بر کار گروهی می باشد که این بدلیل مفهوم اجتماعی و تاثیر جمعی کارآفرینی بر تلاش های فردی می باشد، لذا اغلب موسسات جدید توسط تیم های کاری تاسیس و شروع به فعالیت در بازار رقابتی می نمایند (همان منبع، ۴۹).

این تحقیق دربرگیرنده رویکردی کیفی است که نماینگر همیاری میان کارآفرینی و نوآوری و تحلیل عواملی است که رابطه میان این دو را تقویت میکنند.

هدف اصلی در این تحقیق بررسی رابطه خلاقیت و کارآفرینی و کاربرد نوآوری بر خلاقیت و کارآفرینی می باشد.

مفهوم کارآفرینی

واژه کارآفرین از کلمه Entrepreneur به معنای متعهد شدن^۴ مشتق شده که در اصل از زبان فرانسه به دیگر زبانها راه یافته است. کانتیلون^۶ یکی از نخستین نظریه ها را در مورد کارآفرینی عرضه کرد و به همین دلیل برخی او را بنیانگذار این واژه میشناسند. او کارآفرین را فردی میداند که اهل ریسک باشد و بنا بر مشاهداتش؛ ریسک، شامل حال بازرگانان، کشاورزان، صنعتگران و سایر مالکان شخصای میشود که «به قیمت معلوم م ی خریدند و به قیمت نامعلوم میفروختند، از این رو در معرض خطر بودند» (امیرحسینی، ۱۳۸۴، ۳۱). کارآفرینی و کارآفرین اولین بار مورد توجه

اقتصاددانان قرار گرفت و همه مکاتب اقتصادی از قرن شانزدهم تاکنون به نحوی کارآفرینی را در نظریه های خود تشریح کرده اند (محمدی، 1385، 87).

براساس نتایج برنامه GEM 2008، نرخ کارآفرینی نوپا در ایران برابر 9,18 است که در بین 43 کشور عضو GEM ایران در رتبه بیستم قرار دارد. گروههای با درآمد متفاوت، دارای سطح فعالیت کارآفرینانه متفاوتی در بین همه گروههای سنی هستند. افراد بین سنین 25 تا 34 سال صرف نظر از درآمد کشورشان فعالترین گروه هستند. تقریباً دو برابر تعداد کارآفرینان فعال زن، مردان کارآفرین وجود دارد.

بررسی مفهوم خلاقیت

روان شناسان در تعریف خلاقیت متفق القول نیستند و به خلاقیت از زوایای گوناگونی می نگرند؛ در گذشته محور بحث روان شناسان از خلاقیت «شخص خلاق یا فرایند خلاق» بود. امروزه نیز اگرچه بسیاری از اندیشمندان به خلاقیت به عنوان یک فرایند می نگرند، اما تعریف آنان از خلاقیت، مبتنی بر ویژگی «مولد بودن» است. مک کینان در تعریف خلاقیت می نویسد: «خلاقیت عبارت است از حل مسأله به نحوی که ماهیتی بدیع و نو داشته باشد» (مقیم، 1383، 58). تحقیقات نشان داده است که تمام انسان ها دارای قوا خلاقیت هستند: برخی در یک زمینه دارای خلاقیت بیش تر و برخی در زمینه ای دیگر. خلاقیت می تواند به وسیله معلمان در دانش آموزان شکوفا گشته و یا از بین برود. بنابراین، باید محیط و فضای مساعدی برای رشد و پرورش قوا خلاقیت دانش آموزان فراهم آورد. کارل راجرز در این زمینه می نویسد: «روشن است که خلاقیت را نمی توان با فشار ایجاد کرد، بلکه باید به آن اجازه داد تا ظهور کند. همان گونه که زارع نمی تواند جوانه را از دانه بیرون بیاورد، اما می تواند شرایط مناسبی برای رشد دانه فراهم آورد. در مورد خلاقیت هم همین شرایط صادق است. باید زمینه ای مساعد برای رشد و توسعه خلاقیت فرزندان و دانش آموزان فراهم آورد. از جمله تجربیات من در روان شناسی این است که می توان با فراهم کردن امنیت روانی و آزادی، احتمال ظهور خلاقیت سازنده را افزایش داد». برای اینکه بتوانیم خلاقیت سازمانی را افزایش دهیم ابتدا باید خلاقیت فردی و سپس خلاقیت گروهی را ارتقا بخشیم. یکی از راههای موفق موجود برای سازمانها در راستای نوآوری و خلاقیت بیشتر، سرمایه گذاری آنها در جهت ارتقای توانایی کارکنانشان در راستای خلاق تر شدن می باشد. سازمانی که صرفاً با تکیه بر طرحها و نقشه های رفتارهای معین و ثابت کار می کند، یک نظام اجتماعی بسیار آسیب پذیر است. امروزه، کار بیش تر مبتنی بر دانش و کمتر سخت گیرانه شده است. در این زمینه، کارکنان می توانند از طیف توانایی در خلق ایده ای جدید و استفاده از این ایده ها به عنوان بلوک های ساختمانی برای ایجاد محصولات، خدمات و فرآیندهای کاری جدیدتر و بهتر، به ارتقای عملکرد شرکت کمک نمایند. بسیاری از متخصصین و افراد آکادمیک این دیدگاه را تأیید می کنند که ابتکارات و نوآوریهای فردی در رسیدن به موفقیتهای سازمانی بسیار مؤثر است.

نقش مدیریت در مجموعه هایی که خلاقیت و نوآوری از ضروریات و عامل اصلی است بسیار مهم و حساس است زیرا مدیریت می تواند توانایی و استعداد خلاقیت و نوآوری را در افراد ایجاد، ترویج و تشویق کند و یا رفتار و عملکرد او می تواند مانع این امر حیاتی شود. هنر مدیر خلاق عبارت است از استفاده از خلاقیت دیگران و پیدا کردن ذهن های خلاق. مدیر خلاق باید فضایی بیافریند که خودش بتواند خلاق باشد و افراد سازمان را هم نیز برای خلاقیت تحریک کند و این فضا، فضایی است که از کار روزمره به دور است و به نحوی تفویض اختیار می کند تا هر کسی خود مشکل خودش را حل کند. برای این که افراد در سازمان به تفکر بپردازند باید محیطی ایجاد شود که در آن به نظریات و اندیشه ها امکان بروز داده شود. یکی از شیوه های بسیار مهم و پر جاذبه پرورش شخصیت انسان ها و همین طور خلاقیت و نوآوری و حتی رشد اجتماعی مشورت هستند از عقل و فکر بیشتری برخوردارند و آن که اهل آن نیستند از این امتیاز بهره ای ندارند.

تأثیر خلاقیت بر کارآفرینی

خلاقیت هر نظام اجتماعی، پدیده ای مبتنی بر نظم منطقی و تابعی از خلاقیت ارادی است. نظام از آنها تشکیل شده است. خلاقیت، موتور نوآوری است. اساس و عصاره خلاقیت، ترکیب و تلفیق دو یا چند فکر و ایده است برای رسیدن به ایده ای کاملاً جدید (عباسی، 1389، 29-44). خلاقیت با ساختن و یافتن فکرهای جدید و نوآوری در کاربرد فکرها سر و کار دارد. از نظر گاه مدیریتی، خلاقیت صرف، کافی نیست. فکر باید به عمل نیز درآید و لازمه این امر به کارگیری فکرهای جدید در برنامه های مدیریتی است. هر برنامه ریزی موفق، نیاز به صدها فکر و ایده کاربردی دارد. موفقیت

نهایی و در بعضی از موارد ماندگاری خود سازمان، به توانایی برنامه ریز در ایجاد و به کارگیری فکریهای جدید بستگی دارد.

کار آفرین به منظور تقویت موفق فعالیت کار آفرینانه باید به طور مستمر ایده را طی فرآیندها مورد ارزیابی قرار دهد. امروزه خلاقیت پیش درآمد توسعه، پیشرفت و تعالی یک سازمان و جامعه دانسته شده و آگاهی از فنون آن ضروری به نظر می رسد. ثبات در محیط کار، جای خود را به بی ثباتی و عدم اطمینان داده است و صایعستی و قدیمی، به انواع جدیدی تبدیل گشته است. لذا فرصتی برای استفاده از مهارت های قدیمی نمی گذارد و در حقیقت آینده را با تهدیدات و فرصت ها مواجه ساخته است. به طور کلی وجود محیط خلاق از مهمترین عوامل رشد خلاقیت است. در محیط نامطلوب برای پرورش خلاقیت از اندیشه های جدید و نو بیش تر انتقاد می شود و تمایلات دگرگونی و تغییر با مقاومت و ممانعت تقابل می کنند. یکی از روش های مهم متبلور کردن خلاقیت به وجود آوردن فضای محرک، مستعد و به طور کلی خلاق است. حمایت و تشویق والدین جهت یادگیری فناوری های جدید از جمله فناوری های تکنولوژیکی و اطلاعاتی و معرفی مشاغلی که امکان کسب درآمد بالا را برای فرزندان فراهم می سازد، آنان را علاوه بر نقش آفرینی در درون خانواده، معطوف به اهداف توسعه در جامعه یعنی کار مفید و بهره وری بالا خواهد کرد. تغییر نگرشها و رفتارهای کلیشه ای در مورد ایفای نقش های خانوادگی و اجتماعی و تشویق فرزندان به رفتارهای مثبت اقتصادی و اجتماعی، آنان را افرادی کار آمد و هدفمند می پروراند. زیرا پیروی از کلیشه های سنتی و تکراری در عرصه کار و فعالیت، هم به خانواده و هم به جامعه صدمات جبران ناپذیری وارد می سازد. به همین دلیل، گذر از این مرحله، تاثیر پذیری فرد از تغییرات جدید و پذیرش مسوولیت خطیر اجتماعی به منظور ایجاد کسب و کار جدید و دسترسی به موقعیت های بهتر و جدیدتر، از فرد یک انسان مستقل و توانمند می سازد که در عرصه های گوناگون زندگی ضمن پذیرش نقش های متفاوت می تواند مفید واقع شود.

تفاوت کارآفرینی فردی و کارآفرینی سازمانی

برخی از صاحب نظران معتقدند معتقدند که کارآفرینی سازمانی فرآیندی است که از طریق محصولات، فرآیندها و ایده های جدید در سازمان به اجرا گذاشته می شود و توسعه می یابد. از این رو فرآیند کارآفرینی سازمانی به کلی با فرآیند کارآفرینی مستقل تفاوت دارد و تفاوت در وضعیت محیطی آنها برای هر یک مزیت ها و معایبی را بوجود می آورد. یکی از تفاوت های مهم در این است که اقدامات کارآفرینی فردی ایجاد است، در حالی که کارآفرینی سازمانی اغلب متوجه بازیابی است. همچنین تفاوت دیگر میان کارآفرینی فردی و سازمانی در رقیبان شرکت است. در کارآفرینی فردی، رقیب، بازار می باشد. کاری که کارآفرین مستقل انجام می دهد، برطرف کردن موانع موجود در بازار برای بقا و رقابت است. اما در مورد کارآفرینی سازمانی، فرهنگ شرکت، رقیب اولیه می باشد. تفاوت دیگر در این است که سازمان می تواند در زمان بحران مالی از منابع مالی شرکت های مادر استفاده نماید ولی فرد کارآفرین یا باید از ثروت شخصی خود استفاده نماید یا از سایر منابع خارجی استفاده نماید که این امر خود با مشکلات فراوانی همراه است. فرای نیز کارآفرینی سازمانی را فرآیندی میدانند که در آن تولیدات و فرآیندها از طریق ایجاد فرهنگ کارآفرینی در درون یک سازمان در حال فعالیت توسعه داده میشوند. همچنین وی معتقد است فرآیند کارآفرینی سازمانی در مقایسه با فرآیند کارآفرینی فردی دارای نقاط اشتراک و افتراق زیادی است. مثلا هر دو بر نوآوری تاکید می کنند؛ هدف هر دو ایجاد محصولات یا خدمات با ارزش افزوده است و خطر پذیری هر دو زیاد است. ولی در کارآفرینی فردی بر روی سرمایه و وقت کارآفرین ریسک می شود در حالی که در کارآفرینی سازمانی با اقدام به تولید محصولات جدید، بر روی سرمایه شرکت ریسک می شود (فرهنگی و صفرزاده به نقل از فرای، 1386، 46).

نتیجه گیری

با توجه به سطح فرهنگی، روابط اجتماعی، نظام آموزشی، نوع حمایت های دولتی، زیر ساخت های اجتماعی، دسترسی به سرمایه های خطر پذیر، مهارت های کسب و کار و سطح فن آوری، سطح کارآفرینی در بین کشورهای مختلف بسیار متفاوت است. اگر چه افزایش فعالیت های کارآفرینی باعث رونق و توسعه اقتصاد ملی هر کشور میگردد اما این رابطه یک رابطه خطی با شیب یکسان نیست. کسب و کار امروز در محاصره حملات بی امان رقبا، تغییرات گسترده، فرهنگ های بیگانه و مرزهای ناشناخته فناوری قرار دارد لذا این شرایط کارآفرینان را ملزم می سازد تا به کشف حقایق بپردازند و از فرصت ها و تهدیدات بازارهای ناشناخته استفاده کنند دولت ها نیز در این مسیر می بایست در امر ترویج فرهنگ

کارآفرینی نقش حمایتی خود را به خوبی ایفا نمایند و با سیاست گذاری صحیح امکان حضور ایده های تجاری نو را در بازارهای جهانی فراهم و از این راه به توسعه اقتصادی مملکت کمک نمایند (عباسی، ۱۳۸۹، ۲۹-۴۴). ایجاد مراکز رشد یکی از روش های توسعه تیم های کاری کارآفرینی میباشد که در این مراکز با در اختیار گذاشتن فضا، تخصیص منابع و تجهیزات مورد نیاز زمینه ورود ایده مورد نظر کارآفرینان را به بازارهای تجاری فراهم و هزینه و ریسک تاسیس شرکت را برای آنها کاهش می دهد. یکی دیگر از شرایط مورد نیاز برای کارآفرینان خلاق و آماده حضور در بازارهای رقابتی که علاوه بر خصوصیات یک مخترع، توان تجاری کردن ایده خود را نیز دارند برقراری نظام حمایت از مالکیت معنوی می باشد استقرار این نظام می تواند افراد را نسبت به انجام تلاش های خود امیدوار نماید. آموزش کارآفرینی مقوله مهمی است که کشورهای پیش رفته در فرآیند توسعه اقتصادی اجتماعی نسبت به آن توجه جدی نموده اند و پرورش کارآفرینان را در اولویت برنامه های توسعه خود قرار داده اند. مطالعات نشان می دهد که برنامه های پرورش کارآفرینان در کشورهای مختلف با سیاست گذاری و پشتیبانی اجرائی دولت ها به سرانجام رسیده است این سیاست گذاری ها و پشتیبانی ها شامل فرهنگ سازی و ترویج روحیه کارآفرینی، اصلاحات ساختاری و نهاد سازی، ایجاد موسسات آموزشی دولتی- خصوصی و کمک به راه اندازی و اداره پرورشگاه کسب و کار کوچک، آموزش کارآفرینی از طریق مدارس، دانشگاه ها، آموزش کارآفرینی از طریق آموزش های از راه دور، مشاوره های مالی- فنی مدیریتی و اطلاع رسانی دولتی بوده است. در کشور ما پرداختن به مقوله آموزش کارآفرینی که از چند سال گذشته آغاز شده است نیازمند مکانیسم های اجرائی و عزم ملی درس ایه همکاری دولت و بخش خصوصی است و می بایست راهکارهایی مشابه کشورهای توسعه یافته را در این زمینه به کار ببندیم.

در خاتمه به این نکته می بایست توجه نمود که مفهوم کارآفرینی با اشتغالی که یکی نمیشود اشتغالی علاوه بر کارآفرینی نیاز به سرمایه گذاری به صورت زیربنایی دارد در واقع کارآفرینان با تعاریف جدید و ایجاد نوآوری در خدمت یا محصول، ایجاد نوآوری در فرآیند انجام کار، نوآوری در بازاریابی و نحوه عرضه کالا به مشتری و یا ایده های جدید در قیمت گذاری تعداد عناوین کسب و کار را افزایش داده و از این طریق باعث افزایش کیفیت ارائه خدمات یا محصول میگردد و نهایتاً امکان حضور در بازارهای رقابتی و رشد اقتصادی را فراهم می سازند. قطعاً امروز یکی از دغدغه های اساسی در کشور ایجاد اشتغال مولد برای جوانان است. بنابراین باید با برنامه ریزی دقیق بستر لازم را فراهم نمود، تا یادگیری و خلاقیت در جامعه به یک فرهنگ تبدیل شود. باید روح کارآفرینی در سراسر کشور گسترده گردد تا جوانان کشور با شور و اشتیاق وارد فعالیتهای کارآفرینی شوند و خود مولد کار باشند نه به دنبال کار در جامعه سرگردان به سر برند.

منابع و مراجع

۱. امیرحسینی، خسرو، ۱۳۸۴، خلاقیت و نوآوری (مبانی، اصول، تکنیک ها)، انتشارات عارف کامل، چاپ دوم.
۲. عباسی، روح الله، رضا، عابدی، یوسف (۱۳۸۹). نحوه اتخاذ راهبردهای مدیریت تعارض در میان کتابداران کتابخانه های عمومی: بررسی نقش خلاقیت. تحقیقات اطلاع رسانی و کتابخانه های عمومی، دوره ۱۶، شماره ۲، صص ۲۹-۴۴.
۳. محمدی، ناهید، ۱۳۸۵، مقاله: ویژگی های سازمان خلاق، www.danaee.com
۴. مظفریان، شهرام، ۱۳۸۷، مقاله: مدیریت در ارتباطات و خلاقیت، www.creativity.com
۵. مقیمی، س. (۱۳۸۳)، کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی، انتشارات دانشگاه تهران.
۶. مقیمی، محمد، کارآفرینی در نهادهای جامعه مدنی، انتشارات دانشگاه تهران، ۱۳۸۳، ۴۴. هزار جریبی، جعفر، کارآفرینی، تهران، پژوهشکده امور اقتصادی، چاپ اول، ۱۳۸۳، ۴۵.
۷. منفردی راز، ب. (۱۳۸۵) بررسی راههای توسعه کارآفرینی در بخش تعاون و عوامل موثر بر آن در خراسان شمالی، طرح پژوهشی اداره کل تعاون خراسان شمالی.