

«مدیریت بهره وری»

سال هشتم - شماره 31 - زمستان 1393

ص ص 49 - 37

تاریخ دریافت مقاله: 93/04/14

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: 93/11/05

بررسی تأثیر ویژگی های روان شناختی کارآفرینان در رشد و توسعه اقتصادی کشور (مطالعه موردی دانشجویان کارآفرینی دانشگاه تهران ورودی سال 1391)

محمود کاتبی پور^{*1}

دکتر بابک ضیاء²

چکیده

هدف از این تحقیق بررسی تأثیر ویژگی های روان شناختی کارآفرینان بر رشد و توسعه اقتصادی کشور می باشد. در این پژوهش نمونه مورد نظر از بین دانشجویان کارشناسی ارشد (ورودی 1391) رشته های کارآفرینی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران انتخاب شده است. حجم جامعه مورد تحقیق 420 نفر می باشد که براساس فرمول نمونه گیری طبقه ای متناسب، 80 نفر به عنوان نمونه معرف در نظر گرفته شده است. ابزار جمع آوری اطلاعات پرسشنامه محقق ساخته است. روش آماری مورد استفاده در این پژوهش، رگرسیون چندگانه می باشد که سهم هریک از مولفه های روان شناختی را در پیش بینی کارآفرینی مشخص می کند. یافته های به دست آمده از این تحقیق نشان می دهد که بین هریک از مولفه های ویژگی های روان شناختی و کارآفرینی رابطه معناداری وجود دارد که از طریق آن می توان تأثیرات کارآفرینی بر رشد و توسعه اقتصادی کشور را پیش بینی کرد.

واژه های کلیدی: کارآفرین، ویژگی های روان شناختی کارآفرینان، رشد و توسعه اقتصادی

¹ - دانشجوی کارشناسی ارشد کارآفرینی دانشگاه تهران، دانشکده کارآفرینی، گرایش کسب و کار الکترونیکی، ایران - تهران (نویسنده مسئول) (mkatebipour@yahoo.com)

² - دکترای مدیریت کارآفرینی، عضو هیأت علمی (استادیار) دانشگاه تهران، دانشکده کارآفرینی، گروه کارآفرینی سازمانی، ایران - تهران (bziyae@ut.ac.ir)

مقدمه

رشد و پویایی جامعه در گرو انسان‌های سازنده و خلاق است و تنها زمانی یک جامعه خواهد توانست به رشد و توسعه واقعی برسد که این امر از درون جامعه برخیزد و افراد با توجه به ویژگی‌های درونی خویش و اتکا به بروز پتانسیل‌ها و تواناهایی خود مسائل را شکافته، تجزیه و تحلیل کنند، راه حل‌ها را ارائه دهند، آنگاه با عمل خویش موانع را برداشته و به مقصود برسند (احمدپور داریانی، 1387، 8).

یکی از بزرگترین چالش‌های اقتصاد ایران در حال حاضر مسأله اشتغال و رونق تولید است و یکی از مؤثرترین راهکارهایی که نه تنها ریشه در فرهنگ ملی و سنتی ایران دارد بلکه از ابزارهای بسیار کارساز توسعه اقتصادی است، کارآفرینی می‌باشد. از این رو اولین گام جهت حرکت به سوی توسعه، اشاعه فرهنگ کار و توجه ویژه به فرایند کارآفرینی و اهمیت تأثیر آن در رشد و توسعه اقتصادی کشور می‌باشد.

افراد کارآفرین به عنوان سرمایه‌های عظیم انسانی منشأ و موجد تأثیرات حیاتی در روند پیشرفت جامعه و کشور هستند و در توسعه بسیار مؤثرند. چنان که با توجه به گسترش روزافزون نیازهای جدید در جوامع می‌توانند از طریق شناسایی فرصت‌ها، شرایط را کنترل و مهار کنند و در نهایت با خلق و ایجاد اثری مفید و برجسته، سبب آرامش و آسایش، رفاه و سعادت همه افراد جامعه شوند. آنان علاوه بر اینکه به راحتی از کنار مسائل و مشکلات اطراف خود نمی‌گذرند و چون حلال، وضع اقتصادی موجود را به هم می‌ریزند، موجب تحرک در بخش اقتصادی می‌شوند، همچنین به ارتقای بهره‌وری کشورها پرداخته و از طریق اشتغال کارآمد و مولد به رشد و توسعه بسیاری از شاخص‌ها کمک می‌کنند (میرعرب، 1386، 16).

کارآفرینان به عنوان خون حیات بخش نوآوری و ارزش‌آفرینی به تقویت اقتصاد و اعتلای جامعه کمک می‌کنند. می‌توان چنین اظهار کرد که عامل عقب‌ماندگی اقتصادی در کشورهای در حال توسعه مربوط به عدم درک خلاقیت فردی. البته می‌توان با یک برنامه صحیح تعلیم و تربیت، روحیه کاری لازم را در جوامع تقویت نمود، به گونه‌ای که شرایط لازم برای صنعتی شدن جوامع فراهم آید.

به طور کلی واژه کارآفرینی ترجمه فرانسوی (Enterprenure) به معنای متعهد شدن است که در زبان انگلیسی به آن (Enterprender) نیز گفته می‌شود. اصطلاح

کارآفرین به کسی اطلاق می شود که متعهد می گردد تا مخاطرات یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اداره و تقبل نماید (احمدی، 1389، 11).

کارآفرینی از جنبه های مختلف و با توجه به زمینه های تخصصی گوناگون در ادوار مختلف مورد توجه قرار گرفته است. مدیران، اقتصاددانان، جامعه شناسان و روان شناسان در طول سالیان از زاویه تخصص خود به کارآفرینی نگریسته اند. در این میان جامعه شناسان و روان شناسان ابعاد فرهنگی و اجتماعی و تأثیرات محیط بر فرد و ویژگی های شخصیتی کارآفرینان را مورد بررسی ویژه قرار داده اند.

رویکرد رفتاری بر فعالیتهای کارآفرینان که حاصل تلاش محققین جامعه شناسی و روان شناسی است از دهه 1960 توسط دیوید مک کلند¹ آغاز شد تا ضمن توجه به فعالیتهای کارآفرینان، تمایل و چگونگی تشکیل یک فعالیت کارآفرینانه را مورد بررسی قرار دهد. در این رویکرد عوامل محیطی و ویژگی های رفتاری فرد شامل: تجارب، سوابق شخصی و فردی در دوران کودکی، درون خانواده، تحصیلات، سن و ... مدنظر قرار گرفته است و قصد بر این است تا با ارائه برنامه های مناسب برای کمک به کارآفرینان، مهارتها و دانش مورد نیاز آنان را افزایش دهند تا با بهبود فعالیت ها و عملکرد خود بتوانند به سودآوری بیشتری دست یابند.

ویژگی روان شناختی کارآفرینان: براساس تعاریف گوناگون، کارشناسان و نظریه پردازان مختلف مسائل جامعه شناسی و روان شناسی بر ضرورت توسعه کارآفرینی مبتنی بر ویژگی های روان شناختی افراد تأکید ویژه دارند و در عصر جهانی شدن نقش آن را در تحول اقتصادی و اجتماعی و فرهنگی و ... کشورها بسیار حائز اهمیت می دانند. در این تحقیق، شش ویژگی بارز روان شناختی کارآفرینان مورد توجه و پایش قرار گرفته است که عبارتند از:

جایگاه کنترل²: عقیده فرد نسبت به اینکه وی تحت کنترل وقایع خارجی یا داخلی هست یا خیر را مرکز کنترل می نامند. جایگاه کنترل بیانگر خصیصه ای است که تمایل فرد را به کنترل هر چیز در زندگی نشان می دهد (هیسریچ و پیترز³، 1998، 3).

¹.David McClelland

².Locus of control

³.(Robert D.Hysrych, Michael.Peters,1998,3)

راتر¹ (1966) موضع کنترل درونی را اینگونه تعریف می‌کند: هر گاه شخصی بازخوردی را ناشی از عملکرد خود نداند و آن را به بخت و اقبال نسبت بدهد و یا آن را تحت کنترل دیگران بداند به کنترل بیرونی اعتقاد دارد و اگر شخصی رویدادی را پیامد رفتار و ویژگی‌های خود بداند به کنترل درونی معتقد است. افراد با مرکز کنترل بیرونی معتقدند وقایعی که خارج از کنترل آنها هستند، سرنوشت‌شان را تعیین می‌کند اما کارآفرینان افرادی با مرکز کنترل درونی توصیف شده‌اند (احمدپور داریانی، 1383، 82). کارآفرینان موفق به خود ایمان دارند و موفقیت یا شکست را به سرنوشت، اقبال یا نیروهای مشابه نسبت نمی‌دهند. آنها همچنین این ویژگی را دارند که وقایع پیش آمده را برای خود قابل کنترل می‌دانند (همان منبع، 84).

حس استقلال طلبی²: نیاز به استقلال با تمایل به کنترل، رابطه نزدیک دارد. عموماً کارآفرینان افرادی هستند که می‌خواهند کار را به شیوه خودشان انجام دهند و کارکردن برای دیگران برایشان دشوار است. نیاز به استقلال، یعنی رئیس خود بودن که یکی از قوی‌ترین نیازهای کارآفرینان است (هیسریچ و پیترز³، 1998، 3).

نیاز به توفیق⁴: خصوصیت بحث برانگیزتر کارآفرینان، نیاز به توفیق است. مک‌کلند در نظریه کلی خود در مورد خصوصیت نیاز به توفیق در کارآفرینان، چهار خصیصه را بیان می‌کند:

- 1- مسؤولیت‌پذیری فردی در حل مشکلات
 - 2- تعیین اهداف و نیل به این اهداف با تلاش شخصی
 - 3- ریسک‌پذیری متعادل که تابع مهارت در عملکرد است نه شانس
 - 4- آگاهی به نتایج حاصل از اجرای کار و تصمیم
- وی نتیجه می‌گیرد که نیاز شدید به توفیق، افراد را به سوی درگیر شدن با رفتارهای کارآفرینانه سوق می‌دهد (هیسریچ و پیترز⁵، 1998، 4). به بیان دیگر، توفیق طلبی بیانگر تمایل به انجام دادن کار در سطح استانداردهای عالی در جهت موفقیت در موقعیت‌های رقابتی است (احمدپور داریانی، 1383، 83).

¹.Rotter

².Need for independence

³.(Robert D.Hysrych, Michael.Peters,1998,3)

⁴.Need for achievement

⁵.(Robert D.Hysrych, Michael.Peters,1998,4)

تمایل به مخاطره جویی¹: تقریباً در تمام تعاریفی که از کارآفرینان شده است به نوعی از ریسک پذیری اشاره می شود. ریسک پذیری به معنای پذیرش و استقبال از خطرات حساب شده در کسب و کار می باشد (احمدپور داریانی، 1383، 84). ریسک خواه مالی باشد خواه اجتماعی یا روانی، بخشی جدایی ناپذیر از فرایند کارآفرینی است. تحمل ابهام²، تراپمن و مورنینگ استار³ (1989) بر این باورند که کارآفرینان قادرند به طور مؤثر با موقعیت ها و اطلاعات مبهم، ناقص، غیرقطعی، سازمان نیافته و غیرشفاف کنار بیایند (همان: 235).

خلاقیت و نوآوری⁴: خلاقیت به معنای آفرینش یک ایده یا طرح نو، عنصر اساسی در فرایند کارآفرینی و ایجاد کسب و کارهای جدید است و نوآوری فرایند خلق چیزی جدید است که ارزش قابل توجهی برای فرد، گروه، سازمان، صنعت یا جامعه فراهم می آورد. به گفته پیتر دراکر⁵ (1985) وجود نوآوری در کارآفرینی به قدری ضروری است که می توان ادعا نمود کارآفرین بدون آن وجود ندارد و خلاقیت نیز بدون نوآوری نتیجه ای حاصل نمی نماید. بنابر این خلاقیت و نوآوری حاصل از آن، برای بقا و موفقیت شرکت امری حیاتی است (همان: 88).

ابزار و روش

از آنجا که این پژوهش به توصیف شرایط موجود می پردازد، از نوع تحقیقات توصیفی به شمار آمده و از طرف دیگر چون به بررسی رابطه مؤلفه های ویژگی های روان شناختی دانشجویان کارشناسی ارشد کارآفرینی با فعالیت های کارآفرینانه آنها می پردازد، لذا از نوع همبستگی می باشد.

جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش، شامل دانشجویان دوره آموزشهای الکترونیکی ورودی سال 1391 دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران می باشد. تعداد این دانشجویان 420 نفر بوده که از بین گرایشهای مختلف شامل: سازمانی، فناوری، آموزش

¹. Risk bearing

². Ambiguity tolerance

³. Trapman & morning

⁴. Creativity & innovation

⁵. Peter Drucker

و ترویج، گردشگری، کسب و کار جدید، کسب و کار الکترونیکی و توسعه بر اساس فرمول نمونه‌گیری، 80 نفر را به عنوان نمونه‌ی تحقیق در نظر گرفته‌ایم. در این پژوهش از روش نمونه‌گیری طبقه‌ای متناسب استفاده شده است که دانشجویان بر حسب گرایش تحصیلی به طبقات مختلف تقسیم شده‌اند.

از پرسشنامه که یکی از ابزارهای رایج تحقیق و روشی مستقیم برای کسب داده‌های تحقیق می‌باشد برای جمع‌آوری اطلاعات استفاده شده است. پرسشنامه محقق ساخته و متناسب با اهداف پژوهش و محدودیت زمانی می‌باشد.

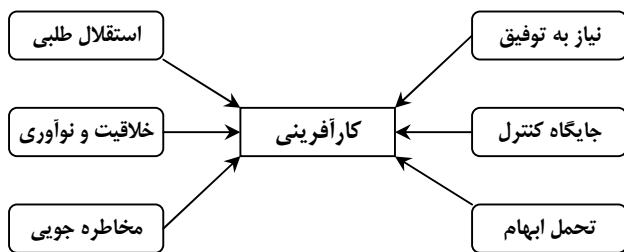
در این تحقیق برای تعیین روایی ابزار اندازه‌گیری، از روایی محتوا و صوری استفاده شده است. برای به دست آوردن روایی صوری پرسشنامه با بهره‌گیری از نظرها و راهنمایی‌های متخصصان و صاحب نظران، سؤالات مورد بررسی قرار گرفته است.

برای سنجش پایایی آزمون، یک مرحله پیش آزمون صورت گرفت بدین صورت که قبل از اجرای نهایی، 30 نفر از نمونه‌های تحقیق به طور تصادفی انتخاب شده، سپس پرسشنامه در اختیار آنان قرار گرفت که داده‌های حاصل از آن توسط نرم افزار SPSS تحلیل و ضریب پایایی (آلفای کرونباخ¹) 0,87 به دست آمد.

در پژوهش حاضر از آمار توصیفی و استنباطی برای تجزیه و تحلیل داده‌ها استفاده شده است. پس از استخراج داده‌های پرسشنامه، ابتدا از آمار توصیفی (میانگین، میانه، واریانس، انحراف معیار و نمودار توزیع آماری نمونه) و بعد از انجام تحلیل‌های توصیفی با کمک نرم افزار SPSS، جهت بررسی رابطه‌ی مولفه‌های روان‌شناختی با کارآفرینی، از آمار استنباطی بهره‌گیری شده است. روش آماری مورد استفاده در این تحقیق، رگرسیون چندگانه می‌باشد.

مدل مفهومی تحقیق، به صورت خلاصه در شکل شماره (1) نشان داده شده است.

¹.Cronbach's alpha



شکل شماره 1: مدل مفهومی؛ رابطه ی مولفه های روانشناختی با کارآفرینی

یافته ها

با توجه به تجزیه و تحلیل انجام شده بر حسب روش آماری انتخاب شده و داده های حاصل از پرسشنامه ها و متغیرهای تحقیق نشان داده می شود که بین هر یک از مولفه ها با کارآفرینی رابطه وجود دارد و نتایج تحقیق به شرح زیر استخراج می گردد:

جدول 1-1: متغیرهای وارد شده در مدل

روش	متغیرهای خارج شده	متغیرهای وارد شده	مدل
Enter	0	خلاقیت	1
		استقلال طلبی	
		مخاطره جویی	
		جایگاه کنترل	
		تحمل ابهام	
		نیاز به توفیق	

متغیرهای وارد شده در مدل به روش اینتر عبارتند از: خلاقیت، استقلال طلبی، مخاطره جویی، جایگاه کنترل، تحمل ابهام، نیاز به توفیق که نشان می دهد بین هر یک از مولفه ها با کارآفرینی رابطه وجود دارد.

جدول 2-1: مدل خلاصه شده

Model	R	R square	Adjusted R square	Std.Error of the Estimatte	Change statistics				
					R square change	F change	Df1	Df2	Sig. F change
1	0,811	0,657	0,644	24,56430	0,657	50,535	6	158	0,000

رابطه بین مؤلفه‌های ویژگی‌های روان‌شناختی و کارآفرینی مقدار $R=0/81$ را نشان می‌دهد و با عنایت به مقدار $R\text{ Square}=0/66$ مشخص می‌شود که 66 درصد از تغییرات کارآفرینی توسط مؤلفه‌های ویژگی‌های روان‌شناختی قابل تبیین می‌باشد و با توجه به مقدار سطح که کمتر از $0/0001$ می‌باشد، این رابطه معنی‌دار است. همچنین با توجه به تحلیل واریانس انجام شده و مقدار $F=50,535$ که در سطح کمتر از $0,0001$ معنی‌دار است، نتیجه می‌گیریم که معادله رگرسیون نیز معنی‌دار می‌باشد.

جدول 1: تحلیل واریانس

Model	Sum of square	Df	Mean square	F	Sig.
Regression	182957.6	6			
Residual	95337.98	158	30498.937	50.536	0,000
Total	27829.6	164	603.405		

جدول 2: ضرایب متغیرها

Model	Standardizedun coefficients		Standardized coefficients	t	Sig.
	b	Std.Error	beta		
(constant)	-16,308		21,430	-0,762	0,477
جایگاه کنترل	2,66	0,482	0,141	2,626	0,009
تحمل ابهام	0,680	0,324	0,130	2,100	0,037
مخاطره جویی	2,794	1,212	0,116	2,304	0,023
استقلال طلبی	1,031	180	0,304	5,713	0,000
خلاقیت	0,464	0,195	0,134	2,376	0,019
نیاز به توفیق	1,353	0,116	0,634	11,678	0,000

در نهایت و با عنایت به ضرایب متغیرهای به دست آمده، نیاز به توفیق 63 درصد، استقلال طلبی 30 درصد، جایگاه کنترل 14 درصد، خلاقیت 13 درصد، تحمل ابهام 13 درصد، و مخاطره جویی 12 درصد از تغییرات واریانس دانشجویان کارشناسی ارشد رشته‌های کارآفرینی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران را تبیین می‌کند.

بحث و نتیجه گیری

همخوانی نتایج به دست آمده از این تحقیق با نتایج به دست آمده از محققان دیگر: احمدپور داریانی (1377)، جعفرزاده (1383)، حیدری (1388) و ادهمی (1388)، ورتمن¹ (1986)، ریسال² (1992)، درایسن و زورات³ (1999)، هیلدبراندو⁴ (2003) و هوارد⁵ (2004) دلالت بر رابطه معنی دار و مثبت بین مؤلفه های ویژگی های روان شناختی با کارآفرینی دارد.

با توجه به یافته های تحقیق، پیشنهاد می گردد تا با عنایت به رابطه مؤلفه های ویژگی های روان شناختی و کارآفرینی، با تنظیم برنامه درسی مناسب و ارائه مواد و محتوای غنی و کاربردی مرتبط با این ویژگی ها در دروسی مانند مبانی کارآفرینی، عناصر خلاقیت و نوآوری، مخاطره جویی و تقویت جایگاه کنترل درونی در اعماق ذهن دانشجویان و دانش پذیران پرورش یافته و نهادینه گردند. با توجه به اهمیت پرورش این ویژگی ها در تک تک افراد جامعه خصوصا جوانان، نوجوانان و نونهالان که سازنده آینده کشور خویش اند، این اقدام می تواند در بلند مدت از دوران مدرسه و تحصیلات ابتدایی و پیش دبستانی به صورت برنامه ریزی شده و ساختار یافته و با رویکرد کارگاهی و کاربردی، در نظام آموزش و پرورش کشور عملیاتی گردد.

نتایج به دست آمده از این تحقیق نشان می دهد که برای افزایش بهره وری فرایند کارآفرینی و تأثیر به سزای آن در رشد و توسعه ی اقتصادی کشور باید ویژگی های روانشناختی که عبارتند از: نیاز به موفقیت، ریسک پذیری، تحمل ابهام، جایگاه کنترل درونی، نیاز به استقلال و خلاقیت و نوآوری را از طریق تربیت، آموزش و فراهم نمودن بستر مناسب اجتماعی ارتقا داد.

در این میان نقش و اهمیت خانواده به عنوان کانون اندیشه نوگرایی، در ایجاد روحیه خلاقیت و نوآوری در افراد، گسترش روحیه کارآفرینی و توسعه کسب و کار جدید در جامعه، انکارناپذیر است. چرا که خانواده از نظر کمی و کیفی به پرورش روحیه و خلق

¹.Wortman

².Rissal

³.Driessen & zoward

⁴.Hilberando

⁵.Howard

ایده و کار در افراد می‌پردازد. تحقق کارآفرینی مستلزم توجه ویژه والدین به ابعاد و ساحت‌های حیات فردی فرزند از هنگام تولد تا زمان تکوین شخصیت اوست.

اگر والدین فرزند را به سمت و سویی ترغیب کنند تا ذهن خود را به صورتی منسجم سوق دهد، برای چنین فردی دستیابی به منابع اقتصادی ناشی از کار و تسخیر فضاهای جدید ارزش تلقی می‌شود. چنین طرز تلقی از دنیای پیرامون، ذهن فرد را نسبت به خلق ایده‌های نو و استقلال اقتصادی و کسب موفقیت دگرگون می‌سازد.

خانواده می‌تواند عنصر پویایی و تحرک را به ژرفای وجود افراد تحت نفوذ و وابسته به خود تزریق کند، به شکلی که فرد و جامعه در محیطی هماهنگ به تعامل بپردازند و قالب‌های اجتماعی نوآورانه شکل گیرد. از این رو برنامه ریزی جهت‌گسترش و بسط فرهنگ کارآفرینی از طریق رسانه و لزوم آموزش‌های رشد مدار برای والدین با هدف ارتقای دانش کارآفرینی در نهاد خانواده امر موکد و مهمی است که سیاست‌گذاران کشور باید به آن نگاه ویژه‌ای داشته باشند.

لازم است دولت‌ها و ملت‌ها بدون در نظر گرفتن هرگونه تعلق و گرایش و به دور از هر گونه قشری‌نگری و جزیره‌ای عمل کردن، به‌طور منسجم و با تمام توان و پتانسیل در جهت آموزش، ترویج و توسعه واقعی کارآفرینی در سطح همه لایه‌های اقشار اجتماع همت گمارند. این مسأله به‌خصوص در جامعه ما که از جهت اشتغال و بهره‌وری و مهارت‌یافتگی نیروهای آماده دارای کاستی‌هایی است، به تبع آن از ناامنی، اضطراب و ناملایمات اجتماعی رنج می‌برد، حائز اهمیت است و لازم است که در کشور به اشاعه و ترویج کارآفرینی همت و از به کارگیری کارآفرینان حمایت گردد و در این راه تمام نهادهای اجتماعی، اقتصادی و فرهنگی و آموزشی باید همکاری لازم را بکنند. در این میان نقش نهادهای علمی - آموزشی و پرورشی بسیار حیاتی خواهد بود تا در ایجاد، بسط و گسترش نهضت ملی کارآفرینی همه توان و ظرفیت خود را مصروف کنند. سپس بهتر است علاوه بر توجه و عنایت به مقوله کارآفرینی تمامی اساتید، نخبگان، مسؤولان و... در راه نهادینه‌سازی این فرهنگ متعالی در انسجام و ساماندهی آن نیز بسیار بکوشند و از هرگونه موازی کاری بپرهیزند.

سپاسگزاری

ضمن سپاس و شکرگزاری به درگاه باری‌تعالی، بر خود فرض می‌دانم تا قدردان راهنمایی و مدد استاد بزرگوارم جناب آقای دکتر بابک ضیاء رئیس محترم اداره روابط

بین الملل دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران، همچنین کلیه دانشجویان و هم دوره‌ایهای عزیز که در نهایت دقت و حوصله پاسخگویی سوالات پرسشنامه‌ها بوده‌اند باشم. نهایت قدرشناسی و سپاسم را به همسر و همراه فاضل و مهربانم سرکار خانم فرینوش اکبرزاده تقدیم می‌دارم که بدون همراهی و همیاری ایشان بی‌شک انجام این تحقیق و نگارش این مقاله میسر نمی‌گردید.

Archive of SID

منابع:

- احمدپورداریانی، محمود (1387)، کارآفرینی، تهران: نشر محراب قلم.
- احمدپورداریانی، محمود (1383)، کارآفرینی، تعاریف، نظریات و الگوها، تهران: شرکت پردیس.
- احمدپورداریانی، محمود (1377)، طراحی و تبیین الگوی پرورش مدیران کارآفرین در صنعت، پایان نامه دکتری، دانشکده ادبیات و علوم انسانی دانشگاه تربیت معلم.
- احمدی، محمد (1389)، نیازسنجی آموزش کارآفرینی در دانشجویان کارشناسی رشته مهندسی برق دانشکده فنی دانشگاه تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی دانشگاه تهران.
- ادهمی، ابراهیم (1388)، مطالعه ویژگی‌های کارآفرینی مدیران ارشد صنایع غذایی اصفهان. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه اصفهان: رشته مدیریت بازرگانی گرایش بازاریابی.
- بازرگان، عباس و جعفرزاده، مرتضی (1383)، تحلیل عوامل موثر در کارآفرینی دانش‌آموختگان دانشگاه تهران. فرهنگ مدیریت. سال دوم، شماره هفتم، (254-205).
- حیدری، ناصر (1385)، بررسی رابطه مولفه‌های روانشناختی با کارآفرینی. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تهران: دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران.
- سرمد، زهره. بازرگان، عباس. حجازی، الهه (1384)، روش‌های تحقیق در علوم رفتاری. تهران: نشر آگاه.
- میرعرب، رضا (1389)، بررسی آگاهی از کارآفرینی در بین دانشجویان کارشناسی رشته‌های روانشناسی دانشگاه تهران. پایان نامه کارشناسی ارشد. دانشگاه تهران: دانشکده روانشناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران.
- هزار جریبی، جعفر (1384)، ترغیب و آموزش خلاقیت در سازمان‌های پویا. فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، سال نهم، شماره 4، پیاپی 30.
- هومن، حیدرعلی (1390)، پایه‌های پژوهش در علوم رفتاری. تهران: انتشارات سمت.
- Bridge, S. et al.(2003), Understanding enterprise, Entrepreneurship. Entrepreneurship Theory and Practice. Vol 23 (3). pp. 29-45
- Bygrave, W.D.(1997), The Portable MBA in Entrepreneurship, (Second ed.) New York: John WILEY & Sons, Inc.
- Driessen, M.P. and Zward, P.s. (1999), The Role of the Entrepreneur in Small Business Success: The Entrepreneurship

- Sean. Proceeding of ICSB Singapore Conference. Vol. 5 No.1, pp.3-9.
- Freisen, P.H.(1982), Innovation in conservative and entrepreneurial firms: two models of strategic momentum. Strategic Management Journal, Vol. 3 No.1, pp.1-25.
 - Haber, Sigal, Reichel Arie. (2005), The cumulative nature of the entrepreneurial process: The contribution of human capital. Planning and environment resources to small venture performance Journal of Business Venturing. Vol. 22. (2007).
 - Hildebrando, Voldemiro B.(2003), Assessing Entrepreneurial Characteristics in a Brazilian Training Program. Doctoral Dissertation, Union Institute and Graduate School. Vol 2. pp.7-10.
 - Hillberge, Kristin.(2000), A market – Oriented Strategy For Small and Medium Scale Enterprises. The World Bank and International Finance Corporation Washington, DC.U.S.A. Vol 3. pp.24-28.
 - Kaufmann, P.J. and Dant, R.P.(1994), Franchising and the domain of entrepreneurship research. Journal of Business Venturing, Vol.14.
 - Morrison, Alison (1998), Entrepreneurship: an international perspective oxford. England: Butterworth-Heine Mann.
 - Online Etymology Dictionary (2004), <http://www.etymonline.com>.
 - Pretorius & Nieman and van Vuuren.(2005), Critical evaluation of two models for entrepreneurial education An improved model through integration. International Journal of Educational Management Vol.19, No.5 Emerald
 - Rissal, R.(1992), A study of the Characteristics of Entrepreneurs in Indonesia. Dissertation, George Washington University, EDD.
 - Vesper, K. H.(1982), Research on Education for Entrepreneurship, in Kent, C. A. (Eds), Encyclopedia of Entrepreneurship, Prentice Hall, Englewood Cliffs, NJ