

Critical Studies in Texts and Programs of Human Sciences,
Institute for Humanities and Cultural Studies (IHCS)
Monthly Journal, Vol. 21, No. 3, Spring 2021, 383-402
Doi: 10.30465/crts.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

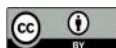
The content of *A New Look at the Entrepreneurial Beliefs and Corporate Management* book comprises three sectors and 13 chapters with the centrality of entrepreneurship and corporate management. Also, an attempt has been made to provide a redefinition of entrepreneurship and related beliefs; although 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 © 2018, 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.

نقدی بر کتاب نگاهی نو به باورهای کارآفرینی و مدیریت بنگاه‌ها

محمدجواد نائیجی*

سیدمصطفی عالم نجفی**

چکیده

محتوای کتاب نگاهی نو به باورهای کارآفرینی و مدیریت بنگاه‌ها شامل سه بخش و سیزده فصل با محوریت کارآفرینی و مدیریت بنگاه‌هاست. 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 تا بازتعریفی از کارآفرینی و باورهای مرتبط با آن ارائه شود که این تلاش تا حد زیادی با عدم به‌کارگیری منابع به‌روز و جدید بی‌ثمر مانده است. البته ساختار کتاب خبری است و بیش‌تر به گزارش‌های دهه قبل میلادی اتکا کرده و از گزارش‌های داخلی بی‌بهره بوده است. این اثر اگرچه توانسته است اطلاعات جامعی را از کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکار ارائه کند، به‌علت 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 به‌عنوان یک مرجع کامل به‌خصوص در زمینه ارائه الگوی بومی کارآفرینی زیر سؤال می‌برد. در مجموع، کتاب از نظر موضوعی افق جدیدی به مباحث کارآفرینی می‌گشاید، هرچند از نظر محتوایی ضعف‌های آشکاری دارد.

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

* استادیار مدیریت بازرگانی، عضو هیئت‌علمی 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 از مقوله‌هایی است که در کارآفرینی نقش مهمی دارد (Gustafsson and Khan 2017). تغییر و تحولات دنیای پرشتاب کنونی در عرصه‌های علمی و فنی، چالش‌های پی‌درپی 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 دیگران ۱۳۹۲). مهارت‌های کارآفرینی هم شامل مهارت‌های عمومی و هم مهارت‌های تخصصی است (Buscher 2018). ذکر این نکته لازم است که کارآفرینی منحصر به یک طبقه خاص اجتماعی یا یک جنسیت خاص نمی‌شود (Denisa et al. 2017). هم‌چنین، بنابر ادبیات کارآفرینی، قصد کارآفرینی تأثیرگذاری در رفتار کارآفرینی دارد. بدین جهت، شناسایی عوامل مؤثر در آن اهمیت بسیاری دارد (غیائی ۱۳۹۵). بدین منظور، مقاله حاضر به بررسی یکی از کتب منتشرشده، 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 موردتوجه 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 آرین عسگری روانکوه، را انتشارات دانشگاه تهران در پانصد نسخه و با قیمت ۱۲۰ هزار ریال برای نخستین بار در سال ۱۳۹۴ منتشر کرد. این کتاب در سال ۱۳۹۶ با شمارگان پانصد نسخه به چاپ دوم رسید. بین چاپ‌های اول و دوم کتاب از نظر ظاهری و محتوایی تفاوتی مشاهده نمی‌شود.



شماره مسلسل ۹۰۷۴

شماره انتشار ۳۶۳۸

انتشارات دانشگاه تهران

سرشناسه : طالبی، 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.
فهرست : انتشارات دانشگاه تهران، شماره انتشار ۳۶۳۸.
شابک : 978-964-03-6772-8
وضعیت فهرست‌نویسی، یادداشت : فیبای مختصر
یادداشت : فهرست‌نویسی کامل این اثر در نشانی: <http://opac.nlai.ir> قابل دسترسی است.
یادداشت : چاپ دوم
یادداشت : کتابنامه.
شناسه افزوده : عسگری رانکوه، آرین، با همکاری
شناسه 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.

ISBN-978-964-03-6772-8



0 789640 367728

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

«مسئولیت صحت مطالب کتاب با مؤلفان است»

بها: ۱۲۰۰۰۰ ریال

خیابان کارگر شمالی - خیابان شهید فرشی مقدم - مؤسسه انتشارات دانشگاه تهران

پست الکترونیک: press@ut.ac.ir - تارنما: <http://press.ut.ac.ir>

بخش و فروش: تلفکس ۸۸۳۳۷۱۲

تصویر ۱. اطلاعات چاپ اول 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 را 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 می‌گیرد و به تصمیم‌گیری اشتباه کارآفرینان، سرمایه‌گذاران، و حتی سیاست‌گذاران حوزه کارآفرینی منجر می‌شود.

برداشت‌هایی که افراد از هر پدیده دارند، موجب شکل‌گیری باورها و رفتارشان در ارتباط با آن پدیده می‌شود. این امر در مورد 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 (اشاره به 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 و نقش فرصت در آن و محیط مناسب برای راه‌اندازی کسب‌وکار به صورت خلاصه تبیین شده است. 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 مورد جنبه‌های مختلف کارآفرینی وجود دارد. در این بخش، با بررسی آمارهای معتبر تحقیقات صورت گرفته، سعی شده است تا این باورهای نادرست شناسایی و اصلاح شوند. در بخش سوم، سه مبحث مهم بررسی شده‌اند که باید در راه‌اندازی و مدیریت یک کسب‌وکار موفق مورد توجه قرار گیرند. براساس منطق این کتاب، روش‌های قانونی راه‌اندازی کسب‌وکار، بازاریابی، تحقیقات بازار، و تدوین طرح کسب‌وکار به بهبود عملکرد و افزایش نرخ موفقیت کسب‌وکارهای تازه‌تأسیس منجر خواهد شد.

بخش‌ها و فصل‌های کتاب مدنظر به‌قرار ذیل‌اند:

بخش اول کتاب با عنوان «کلیات کارآفرینی» شامل فصل اول با عنوان «مفاهیم کارآفرینی» است. بخش دوم کتاب با عنوان «باورهای نادرست کارآفرینی» شامل این فصل هاست: فصل دوم «قرن بیست‌ویکم»، فصل سوم «صنایع متداول برای کارآفرینی»، فصل چهارم «چه کسانی کارآفرین می‌شوند؟»، فصل پنجم «تمام کسب‌وکارهای جدید منحصر به فرد نیستند»، فصل ششم «تأمین مالی کسب‌وکارهای جدید»، فصل هفتم «عملکرد کارآفرینان»، فصل هشتم «چرا برخی از کارآفرینان موفق‌ترند؟»، فصل نهم «کارآفرینی زنان»، و فصل دهم «ارزش کسب‌وکارهای جدید». بخش سوم، با عنوان «مدیریت یک کسب‌وکار موفق»، فصل‌های یازدهم «اشکال قانونی راه‌اندازی»، دوازدهم «بازاریابی و تحقیقات بازار»، و سیزدهم «تدوین طرح کسب‌وکار» را در بر دارد.

۳. معرفی نویسنده کتاب (اطلاعات نویسنده)

دکتر کامبیز طالبی عضو هیئت‌علمی و استادتمام دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران است. درجه دکتری 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 ۱۱ اچ-ایندکس (h-index) است. نویسنده در سال‌های اخیر تألیفات متعددی در خصوص کارآفرینی و مدیریت کسب و کارهای کوچک داشته است؛ 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). کتاب مدنظر نگاهی نو به باورهای کارآفرینی و مدیریت بنگاه‌ها دارد و در ادامه این مسیر تلفیقی از کتاب‌های قبلی نویسنده به‌هم‌راه مطالب جدیدی است که یک دستورالعمل کاربردی را برای کارآفرینی ارائه می‌کند. در کتاب‌های پیشین، این نویسنده آمارهای مربوط به کسب و کارهای کوچک و متوسط در کشورهای توسعه‌یافته، به‌ویژه آمریکا، را به تفصیل 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 نویسندگان با ارائه شواهد آماری بر لزوم ارائه یک ساختار ملی در کارآفرینی تأکید می‌کنند. به همین منظور، کتاب بر بیان و اصلاح باورهای غلطی که می‌تواند بر ذهنیت کارآفرینان اثر بگذارد تمرکز کرده 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 یا باورهای غلطی در مورد کارآفرینی زنان حاکم است.

۴. بررسی شکلی کتاب

به‌طور کلی، هر نقد علمی باید ابعاد شکلی اثر را از نظر میزان جامعیت صوری، کیفیت چاپ و نشر، رعایت اصول نگارش، التزام به قواعد ویرایش تخصصی، و میزان روان و رسابودن موردبررسی و نقد قرار دهد (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 موردبررسی دارای پیش‌گفتار است و با مقدمه مؤلف شروع می‌شود. در مقدمه، به اهداف کتاب اشاره نشده و تنها به تشریح فهرست کتاب پرداخته شده است. فهرست مطالب به‌صورت تفصیلی تنظیم شده است و جداول، نمودارها، و اشکال فهرست جداگانه

ندارند. به‌علاوه اکثر جداول، نمودارها، و اشکال منبع ندارند. موارد فوق موجب می‌شود که درک و فهم مطالب با سختی بیش‌تری صورت پذیرد. ذکر این نکته لازم است که اثر به‌منظور منبع درسی تألیف نشده است. به همین دلیل، در قالب یک درس‌نامه یا کتاب درسی قرار نگرفته و کاربرد آن در برنامه آموزشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری ضعیف است، اما می‌تواند درخصوص کارآفرینی به دانشجویان و علاقه‌مندان نگرشی کلی بدهد. کتاب، از نظر روند بیان مطالب در هر فصل، شامل مقدمه و نتیجه‌گیری جداگانه است (فقط فصل اول نتیجه‌گیری ندارد). ضمن این‌که جمع‌بندی در پایان کتاب بسیار مختصر و ناکافی است و از متن برگرفته نشده است. به‌علاوه، منابع برای کسب اطلاعات بیش‌تر یا پیش‌نهاده پژوهشی برای تکمیل این تحقیق در پایان فصول ارائه شده است. درمجموع، نمایه‌ای برای اعلام، موضوعات، منابع، و اصطلاحات به‌کاررفته در اثر تنظیم شده است. لازم به یادآوری است که منابع به‌ترتیب حروف الفبا و به یک شکل معین قرار گرفته‌اند.

۲.۴ کیفیت ظاهری و فنی

منظور از بررسی کیفیت ظاهری و فنی اثر این است که مؤلفه‌هایی مانند طرح روی جلد، حروف‌نگاری، صفحه‌آرایی، چاپ، صحافی، و نمونه‌خوانی اثر از نظر وجود غلط‌های املائی و چاپی موردبررسی قرار گیرد (Galvan and Galvan 2017). به‌منظور بررسی این بُعد از نقد کتاب، ابتدا طرح روی جلد از نظر ارتباط آن با موضوع بررسی می‌شود. سپس نحوه حروف‌نگاری و صفحه‌آرایی به‌عنوان یکی از مؤلفه‌های مهم کیفیت ظاهری کتاب موردبررسی قرار می‌گیرد. بعدازآن کیفیت چاپ، صحافی، و قطع اثر بررسی می‌شود. درادامه نمونه‌خوانی و غلط‌های چاپی، اصول عمومی نگارش، قواعد ویرایش تخصصی، و درآخر میزان روان و رسابودن متن بررسی خواهند شد.

۱.۲.۴ طرح جلد کتاب

طرح روی جلد، نماد و نشان مشخصی از کارآفرینی ندارد و بیش‌تر نشان‌دهنده مدیریت بنگاه‌هاست. پشت جلد نیز ترجمه انگلیسی متن روی جلد است.

۲.۲.۴ حروف‌نگاری و صفحه‌آرایی

در این بخش موارد ذیل قابل‌تأمل است:

- اندازه حروف انگلیسی همانند حروف فارسی درج شده است، درحالی‌که معمولاً حروف انگلیسی دو فونت (قلم) کوچک‌تر از حروف فارسی نوشته می‌شوند تا به زیبایی متن افزوده شود؛
- جافتادگی‌های زیادی در کتاب وجود دارد که مطالعه را برای خواننده دشوار می‌کند؛
- درخصوص فاصله بین کلمات دقت لازم به‌عمل نیامده است؛
- برخی از جداول به‌صورت عکس در کتاب مورد استفاده قرار گرفته‌اند. این امر موجب شده است که ارقام به‌آسانی قابل خواندن نباشند؛
- فاصله بین تصاویر و خط بعدی بسیار زیاد است؛
- فونت (قلم) شماره جدول مشابه فونت متن است که بهتر است دو سایز کوچک‌تر باشد؛
- آدرس منابع به لاتین ذکر شده است که باید متن به‌طور کامل فارسی باشد و نام‌های لاتین در پانویس یا آخر کتاب ذکر شوند؛
- 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 درجه وضوح چاپ، ثبات رنگ، ترکیب بهینه رنگ‌های سفید و سیاه برای ساخت طیفی از رنگ‌های میان سیاه و سفید با پرده‌های گوناگون خاکستری (رنگ‌های خنثی) برای استفاده در جداول و نمودارهاست (Stevens 2015). کتاب مورد بررسی از نظر درجه وضوح چاپ حروف و ثبات رنگ مطلوب است. به‌رغم فراهم‌بودن امکان استفاده از طیف بیش‌تر رنگ‌های خاکستری در نمودارها و جداول، به‌منظور تفهیم بهتر و زیبایی آن‌ها، در این کتاب تنها از رنگ خاکستری تیره استفاده شده، اما این امر خلل محسوس ایجاد نکرده است. بنابراین، کیفیت چاپ کتاب خوب ارزیابی می‌شود. اکنون رایج‌ترین اندازه و قطع کتاب وزیری است (Ashley 2007) که قطع این اثر نیز وزیری است. باتوجه‌به تعداد صفحات کتاب، قطع انتخاب‌شده مناسب است. به‌نظر می‌رسد که شیرازه کتاب در برابر تعدد دفعات استفاده از آن مقاوم باشد. از این رو، کیفیت صحافی اثر مناسب ارزیابی می‌شود. در مجموع و باتوجه‌به مطالب ذکر شده کیفیت چاپ، صحافی، و قطع اثر مطلوب است.

۴.۲.۴ نمونه‌خوانی و غلط‌های چاپی

نمونه‌خوانی مطلوب موجب می‌شود که متن حروف‌نگاری شده از نظر مطابقت با رسم‌الخط، یک‌پارچگی متن، و تصحیح غلط‌های چاپی و املائی به‌صورتی مناسب تهیه شده باشد (Hart 2018). بررسی متن کتاب نشان می‌دهد که نمونه‌خوانی از نظر تصحیح غلط‌های املائی و چاپی ضعیف است. غلط‌های چاپی زیادی در کتاب وجود دارد که می‌توان آن‌ها را در گروه‌های ذیل تقسیم کرد:

- کلماتی که سرهم نوشته شده‌اند و می‌توان آن‌ها را جدا نوشت؛
- غلط‌های املائی به‌وفور در متن یافت می‌شود. نکته مهم آن‌که این اشتباهات املائی در تمامی کتاب وجود دارند و منحصر به فصل یا بخش خاصی نمی‌شوند؛
- ارجاع در متن براساس دستورالعمل ای‌پی‌ای (APA) صورت نگرفته است.

۵.۲.۴ اصول عمومی نگارش و قواعد ویرایش تخصصی

یکی از عوامل مؤثر در پذیرش و اقبال 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 (Meek 2012). در این خصوص، موارد ذیل را می‌توان برشمرد:

- در برخی از موارد از علامت ویرگول استفاده نشده است و این امر درک مطلب را دشوار می‌کند؛
 - رعایت نکردن فاصله یک‌سان بین کلمات نقص دیگری است که در موارد بسیاری به چشم می‌خورد؛
 - گاهی یک کلمه یا یک جمله دو بار تکرار شده است؛
 - گاهی 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 به‌صورت انگلیسی در متن ذکر شده است، درحالی‌که نگارش صحیح ایجاب می‌کند که عبارت به زبان فارسی در متن نوشته شود و در پانویس به‌صورت انگلیسی درج شود.
- بنابراین، می‌توان گفت که کتاب به ویرایش مجدد نیاز دارد.

۶.۲.۴ میزان روان و رسابودن متن

منظور از رسابودن متن این است که محتوای آن برای مخاطبان مشخص و قابل فهم باشد. لازمه رسابودن 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 (Galvan and Galvan 2017). این امر مستلزم آن است که ابتدا اجزای سخن در جای خود قرار گیرند. 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 استفاده نکردن از جملات طولانی دانست (Heyd 2017). در این جهت، در کتاب مدنظر این موارد مشاهده می‌شود:

- برخی از جملات بسیار سنگین نوشته شده‌اند؛
- متن حالت آبشاری و از بالا به پایین ندارد و به صورت متلاطم مطالب تکرار می‌شوند؛
- متن کتاب حالت گزارش خبری به خود گرفته است؛
- برخی از تیتراها با حالت سؤالی شروع می‌شوند.

۵. بررسی ابعاد محتوایی اثر

برای بررسی ابعاد محتوایی اثر باید قدرت تحلیل علمی مسئله 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) موردنقد قرار گیرد (Ashley 2007).

۱.۵ توان و کیفیت تحلیل علمی

هدف کتاب تحلیل ابعاد کارآفرینی به منظور مدیریت بنگاه‌هاست. از این رو، انتظار می‌رود که محورهای مرتبط با بخش کارآفرینی و مدیریت بنگاه استخراج شود و از جنبه‌های گوناگون موردبررسی قرار گیرد. عنوان فصل اول که تنها فصل بخش اول کتاب است، «مفاهیم کارآفرینی» است. در این فصل سرفصل‌های تعریف کارآفرینی، الگویی برای فرایند 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.

باتوجه به عنوان این فصل، انتظار می‌رفت که نویسنده به تشریح مفهوم کارآفرینی می‌پرداخت و تعاریف، ابعاد، ضرورت‌ها، اهداف، مزایا، و چالش‌های کارآفرینی را تشریح می‌کرد، در حالی که بخش عمده‌ای از این فصل با عبور از تعریف کارآفرینی به مباحث محیط کارآفرینانه پرداخته و گزارش‌هایی را ارائه کرده است که جدیدترین منبع آن‌ها سال ۲۰۰۶ است. صرف‌نظر از به‌روزر نبودن گزارش‌ها، بی‌توجهی به گزارش‌های داخلی و تمرکز صرف بر گزارش‌های قدیمی خارجی به کاهش تأثیر نوشته در ذهن مخاطب منجر شده است. هم‌چنین، این فصل از کتاب بیش‌تر جنبه‌ی کپی‌برداری از سایر مقالات و متون دارد، بدون آن‌که منبع متن ذکر شود. این نقص از همان پاراگراف اول فصل اول نمایان است (بنگرید به طالبی و عسگری روانکوه ۱۳۹۲: ۸). در بخش دوم کتاب، از فصل دوم تا فصل دهم، به باورهای نادرست کارآفرینی پرداخته شده است. در این بخش، مجدداً به برخی دیگر از تعاریف کارآفرینی و ریشه‌های باور کارآفرینانه اشاره شده است که مؤلفان می‌توانستند این بخش را در قسمت‌هایی از فصل اول بیان کنند، زیرا مجزاکردن باورها از تعریف اصلی کارآفرینی خواننده را سردرگم می‌کند و تکرار بیهوده مطالب گذشته است.

در فصل دوم، با عنوان «قرن بیست‌ویکم»، مطالب در قالب چند سرفصل شامل کاهش تعداد کارآفرینان، نرخ کارآفرینی، تفاوت در نرخ تأسیس شرکت، محدودیت‌های ساختار صنعتی، و دردست‌رس بودن سرمایه ارائه شده‌اند. نویسندگان در این فصل، به وضع موجود کارآفرینی پرداخته‌اند که به دلیل ارائه گزارش‌هایی از سایر کشورها و مقایسه‌نکردن آن با وضعیت کارآفرینی در ایران، از ارتباط مخاطب با این بخش می‌کاهد. برای مثال، با ذکر گزارشی که بانک مرکزی آمریکا ارائه کرده است بیان می‌شود: «درصد افرادی که در آمریکا صاحب کسب‌وکار بوده‌اند از ۱۴ درصد در سال ۱۹۸۳ به ۱۱ درصد در سال ۲۰۰۴ کاهش یافته‌اند». مؤلفان در این گزارش براساس برداشتی یک‌طرفه از وضعیت دهه پیشین آمریکا و ارتباط‌دادن بخشی از گزارش به مفهوم کارآفرینی به تحلیل پرداخته‌اند، 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 به‌شدت به آن اشاره شده است و بار علمی کتاب را کاهش می‌دهد، ارتباط‌دادن آمارهای اقتصادی با کارآفرینی در کشور آمریکاست که مؤلفان اصرار دارند ایالات متحده در زمینه کارآفرینی کشور موفقی نبوده است و در این جهت بیان می‌کنند: «به‌راحتی می‌توان نادرستی این چنین باورهایی را اثبات کرد. مردم آمریکا از لحاظ تمایل برای تأسیس کسب‌وکار در میان کشورهای جهان، نه‌تنها 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 نویسندگان است تا یک پژوهش یا حداقل استدلال علمی. هم‌چنین، این نتیجه‌گیری درمورد نرخ اشتغال و کارآفرینی برپایه گزارش‌هایی است که درنهایت تا سال ۲۰۰۲ ارائه شده‌اند و خواننده با آمار امروز حداقل هفده سال فاصله دارد. در سایر بخش‌ها، مؤلفان بر این امر تأکید دارند که وضع موجود کارآفرینی بیش‌تر به سمت تأسیس شرکت‌های خدماتی پیش می‌رود تا شرکت‌های تولیدی و صنعتی و برای این ادعا هیچ منبع معتبر و به‌روزی گزارش نکرده‌اند. هم‌چنین در این فصل، نویسندگان شاخص کارآفرینی را به تعداد تأسیس شرکت‌ها گره زده‌اند و بیان می‌کنند که شرط اصلی کارآفرینی دراختیارداشتن سرمایه نیست، بلکه میزان حضور کارآفرینان در منطقه و در دست‌رس بودن آن‌هاست. هم‌چنین، در مناطق کشاورزی میزان کارآفرینی بالاتر از بخش صنعتی است، 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 نداده‌اند. 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؟، تأثیر تحصیل در کارآفرینی، تأثیر آموزش در کارآفرینی، اهمیت تجربه، و تأثیر شبکه اجتماعی در کارآفرینی مطرح شده‌اند.

عنوان فصل پنجم «تمام کسب‌وکارهای جدید منحصر به فرد 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 تازه‌تأسیس، و کارآفرینی فعالیت‌گروهی 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 شده‌اند.

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 تأثیر زمان در راه‌اندازی کسب‌وکار، افزایش آمادگی برای کارآفرینی، و 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 شده است.

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 است.

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.

در نهایت، عنوان فصل سیزدهم «تدوین طرح کسب‌وکار» است. در این فصل سرفصل‌های ماهیت طرح کسب‌وکار، اهمیت طرح کسب‌وکار، تعریف، و اجزای 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. به‌کارگیری نمودار و مدل‌های اقتصادی در کتاب مورد توجه قرار گرفته است. با توجه به این مطلب که منابع برای دهه پیشین بوده‌اند.

- کتاب ادبیات موضوع را چندین بار تکرار کرده است و این امر کاستی بزرگی به‌ویژه در نتیجه‌گیری هر فصل به‌وجود آورده است.

- مروری بر پژوهش‌های انجام‌شده مرتبط با موضوع موردتوجه نویسندگان قرار نگرفته است. این امر موجب شده است کتاب فاقد بررسی و نقد آثار دیگران باشد. هم‌چنین، نوآوری در هیچ‌یک از فصل‌های کتاب مشاهده نمی‌شود. انبوهی از اطلاعات کلی و عمومی درخصوص کارآفرینی، نوآوری، و محیط کسب‌وکار در فصول مختلف ارائه شده است.

۲.۵ نقد درون‌ساختاری

یکی از مواردی که در پژوهش‌های علمی حائز اهمیت است، انسجام مطالب در هر فصل، بین فصل‌ها، و در نتیجه کل کتاب است. در فصل اول، 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 موردنقد حاضر مشاهده می‌شود، ترتیب ناموزون هریک از فصل‌هاست 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 دارد و درون هر فصل نیز ارتباط ضعیفی بین زیربخش‌ها وجود دارد. در بیش‌تر مباحث، نویسندگان برای آن‌که مبحثی را جمع‌بندی و مبحث دیگری را مطرح کنند، به دلیل کم یا زیاد بودن مطلب در مورد آن، به یک‌باره سخن را قطع کرده و به مطلب دیگری پرداخته‌اند. برای مثال، در فصل‌های هشتم، نهم، و دهم ابتدا در فصل هشتم کارآفرینان موفق با یک علامت سؤال معرفی شده‌اند، سپس مجدداً در مورد کارآفرینان به‌خصوص زنان بحث شده و بدون هیچ پیش‌زمینه‌ای در انتهای فصل نهم به ارائه مطالبی درباره مدیریت کسب‌وکارهای جدید پرداخته شده است. این نکته در مورد انسجام و نظم منطقی نداشتن فصل نهم هم به این شکل مشاهده می‌شود که پس از ارائه زیربخش کارآفرینی زنان، دلیل نرخ کارآفرینی پایین زنان براساس منابع سال‌های پیش از ۲۰۰۷ (یک دهه گذشته) اعلام می‌شود و در زیرفصل بعدی، عملکرد زنان کارآفرین و دلایل ضعف آن‌ها بررسی می‌شود.

۲.۲.۵ اعتبار منابع و کیفیت استنادات

از آن‌جاکه کتاب ماهیت تحلیلی ندارد، گزارش‌های متعدد و پراکنده از وبگاه‌های مختلف اخذ شده است که برای خواننده مفیدند، ولی همه منابع به سال‌های پیش از ۲۰۰۷ برمی‌گردند. 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 «بنابه 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 راه‌اندازی می‌کنند» یا در جمله دیگری مطرح شده است: «آمارها حاکی از آن است که زنان علاقه کم‌تری برای کارآفرین شدن دارند».

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

۳.۵ نقد درون‌ساختاری

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 (Stevens 2015).

۱.۳.۵ سازگاری با مبانی نظری

به‌طور کلی، هدف کتاب به‌طور مشخص تصریح نشده است، اما به‌طور ضمنی دریافت می‌شود که تلاش نویسندگان در جهت تبیین تأثیرات متقابل کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکار است. از آن‌جاکه ساختار خطابه‌ای و خبری بر کتاب حاکم است و تحلیل یا استناد علمی کم‌تر مشاهده می‌شود، این امر محقق نشده است. جهت‌گیری به‌سمت هیچ‌یک از مکتب‌های اقتصادی در کتاب به‌چشم 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 به مبحث کارآفرینی اختصاص دارند. تعاریف مرتبط با کارآفرینی بیش‌تر با زبان نویسندگان مطرح شده و در برخی موارد نیز از منابع انگلیسی قدیمی بهره گرفته شده است. از نکات مهم دیگر، اشاره نکردن به ماهیت فناوریانه کارآفرینی در تعاریف است که احتمالاً به دلیل استفاده نویسندگان از منابع قدیمی

است. از دیگر ابعاد کارآفرینی که مورد توجه نویسندگان قرار نگرفته است، بانک‌های اطلاعاتی، مدیریت دانش در کسب‌وکارها، و ایده‌پردازی است. به نظر می‌رسد که نویسندگان به دنبال پی‌گیری تصویری کلی هستند که در عنوان کتاب مطرح کرده‌اند و بسیاری از عوامل مهم در مفهوم کارآفرینی مانند ارزش‌آفرینی و رویکردهای مبتنی بر فناوری را، که در قرن بیست‌ویکم اهمیت دارند، مورد توجه قرار نداده‌اند.

۳.۳.۵ بندهای مرتبط با مدیریت بنگاه‌ها

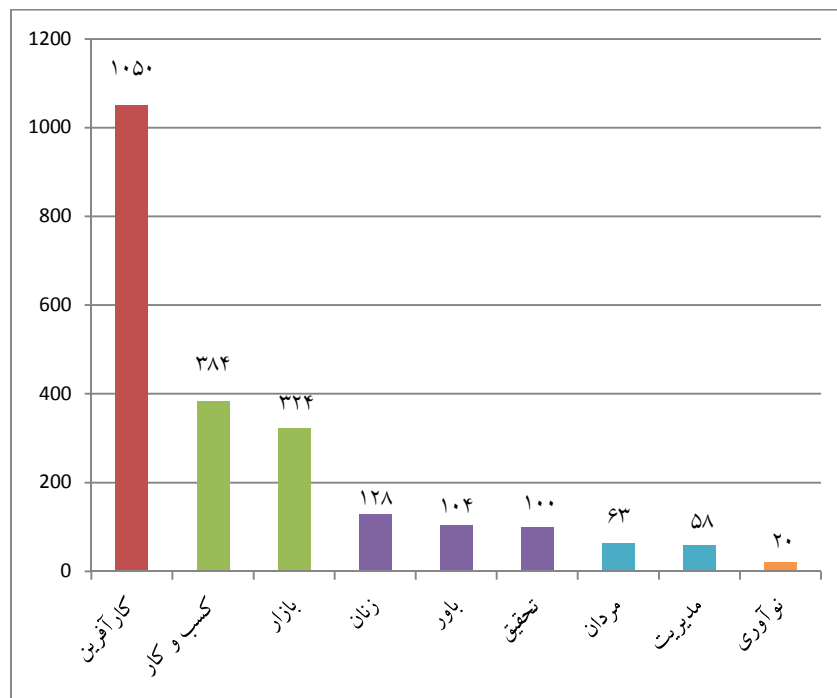
فصل‌های پنجم، ششم، دهم، یازدهم، دوازدهم، و سیزدهم به مبحث مدیریت کسب‌وکار اختصاص داده شده‌اند. در این زمینه نویسندگان تلاش کرده‌اند که بیش‌تر از بُعد قانونی و نظری به مباحث اقتصادی، شرکت‌ها، و نحوه فعالیت کارآفرینان پردازند و کم‌تر به باورهای کارآفرینان در زمینه کسب‌وکار پرداخته‌اند. کتاب حاضر به بررسی باور افراد در زمینه کارآفرینی پرداخته، اما باور قوانین را برای فرد مشخص نکرده است، زیرا بسیاری از کارآفرینان در ابتدا با مشکلات قانونی مواجهند و در صورت شناخت ناکافی از قوانین، ایده و طرحشان با شکست یا اختلال جدی مواجه خواهد شد.

۶. نقد واژگان کلیدی کتاب

نُه کلیدواژه 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، 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
۷	مردان	۶۳
۸	مدیریت	۵۸
۹	نوآوری	۲۰



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 بعدازآن با اختلاف زیادی واژگان کسب‌وکار (۳۸۴ بار) و بازار (۳۲۴ بار) قرار گرفته‌اند. هم‌چنین، کلمه باور (۱۲۸ بار) نیز براساس آن‌که در عنوان مطرح شده، به‌میزان مطلوبی در کل کتاب مورد اشاره قرار گرفته است. 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 که مؤلفان جست‌وجوی خود را حول کلیدواژه‌ها انجام داده‌اند و بعد از گردآوری مطالب، به دسته‌بندی آن‌ها پرداخته‌اند و براساس برداشت شخصی مطالب جست‌وجوشده را در کنار هم قرار داده‌اند. 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، نویسندگان بیان می‌کنند که مردان از بانوان برای کارآفرینی مستعدترند، اما محتوای فصل اختصاص یافته به بانوان این تداعی را در ذهن خواننده ایجاد نمی‌کند.

۷. نتیجه‌گیری

یکی از روش‌های افزایش کیفیت کتب چاپ‌شده و اکاوی و تحلیل توصیفی و استنباطی آن است. هدف از انجام مطالعه حاضر نقدی بر کتاب نگاهی نو به باورهای کارآفرینی و مدیریت بنگاه‌ها بوده است. از بررسی شکلی کتاب برمی‌آید که به منظور منبع درسی تألیف نشده است. به همین دلیل، در قالب یک درس‌نامه یا کتاب درسی قرار نگرفته است. بنابراین، کاربرد آن در برنامه آموزشی وزارت علوم، تحقیقات و فناوری ضعیف است. باوجوداین، کتاب می‌تواند اطلاعات کلی به خوانندگان منتقل کند. طرح روی جلد نماد و نشان مشخصی از کارآفرینی ندارد. به‌علاوه، استفاده از متون عربی زیاد و غلط‌های املائی در سراسر کتاب فهم آن را دشوار می‌کند. ازاین‌رو، به نظر می‌رسد که کتاب به ویرایش ادبی کامل نیاز دارد. تحلیل محتوایی اثر بیان‌گر این است که نویسندگان درصدد برقراری ارتباط بین کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکارند. به بیان دیگر، مدیریت کسب‌وکار را برگرفته از کارآفرینی و باورهای آن می‌دانند. نویسندگان براساس نگرش خود در همه فصول کتاب به آمارهای کشور ایالات متحده اشاره دارند و بیش‌تر آمارها و اعداد را با نگرشی منفی تحلیل و تبیین کرده‌اند.

از خلأهای مهم این کتاب آن است که نویسندگان به مطالعات داخلی هیچ‌گونه نگاهی نداشته‌اند و خواننده ایرانی را دربرابر آمار و ارقام بدون کاربرد برگرفته از منابع سایر کشورها قرار داده‌اند. این‌که صحت از باور در کارآفرینی باشد و صحتی از نتایج و دستاوردهای کارآفرینان داخلی به‌میان نیاید، از اثر کتاب بر خواننده خواهد کاست. درنهایت، این کتاب گرچه توانسته است اطلاعات جامعی را از کارآفرینی و مدیریت کسب‌وکار ارائه کند، نتوانسته است در تحلیل روابط بین کسب‌وکار و کارآفرینی موفق عمل کند. محتوای کتاب بیش‌تر مبتنی بر قضاوت نامستدل نویسندگان است و در برخی موارد، با استفاده از عبارتهایی مانند «آمارهای... حاکی از آن است که» و «برخی دانشمندان بیان نموده‌اند که...»، به تأیید مطالب خود پرداخته‌اند. در صورتی که جدیدترین منبع مورد استفاده در این کتاب متعلق به سال ۲۰۰۷ است. بنابراین، برخلاف نظر نویسندگان محترم در پیش‌گفتار، این اثر به‌خصوص در زمینه استفاده از تجربیات داخلی در موضوع کارآفرینی مرجع کاملی نیست.

کتاب‌نامه

زرآوند، منصور (۱۳۹۵)، «بررسی و نقد کتاب تحلیلی بر شاخص‌های کلان اقتصادی در ایران»، پژوهش‌نامه انتقادی متون و برنامه‌های علوم انسانی و مطالعات فرهنگی؛ ویژه‌نامه اقتصاد مقاومتی، پیاپی ۴۳.

۴۰۲ پژوهش‌نامه انتقادی متون و برنامه‌های علوم انسانی، سال بیست‌ویکم، شماره سوم، خرداد ۱۴۰۰

- شورای بررسی متون و کتب علوم انسانی (۱۳۹۰)، پرسش‌نامه نقد و بررسی متون و کتب علوم انسانی (کتب ملی).
- طالبی، کامبیز (۱۳۸۹)، رقابت از طریق نوآوری در شرکت‌های کوچک و متوسط، تهران: دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران.
- طالبی، کامبیز (۱۳۹۰)، راه‌برد نقش بنگاه‌های کوچک و متوسط صنعتی در توسعه ملی، تهران: دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران.
- طالبی، کامبیز و آریین عسگری روانکوه (۱۳۹۲)، نگاهی نو به باورهای کارآفرینی و مدیریت بنگاه‌ها، تهران: دانشگاه تهران.
- طالبی، کامبیز (۱۳۹۶)، نقش راه‌بردی بنگاه‌های صنعتی کوچک و متوسط در توسعه ملی، تهران: دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران.
- غیاثی، عبدالرحیم (۱۳۹۵)، «تأثیر باور به خودکارآمدی و نگرش کارآفرینی با قصد کارآفرینی دانشجویان کشاورزی و منابع طبیعی دانشگاه زابل»، پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، ش ۳۹.
- محسنی، عادل، سیدحسین موسوی، و محمد جمالی (۱۳۹۲)، «نقش آموزش کارآفرینی در نگرش کارآفرینانه و باور خودکارآمدی عمومی دانشجویان»، پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، دوره ۱۹، پیاپی ۶۹.

- Büscher, B. (2018), "A Review of Enterprising Nature: Economics, Markets, and Finance in Global Biodiversity Politics By Jessica Dempsey", *Journal Economic Geography*, vol. 94, no. 1.
- Denisa, M., K. Tajeddini and A. H. Walle (2017), "Enterprising Women, Tourism, and Development: The Case of Bali", *International Journal of Hospitality and Tourism Administration*, vol. 18, no. 2.
- Galvan, J. L. (2017), *Writing Literature Reviews: A Guide for Students of the Social and Behavioral Sciences*, London: Routledge.
- Gustafsson, V. and M. S. Khan (2017), "Monetising Blogs: Enterprising Behaviour, Co-Creation of Opportunities and Social Media Entrepreneurship", *Journal of Business Venturing Insights*, vol. 7.
- Hart, C. (2018), *Doing a Literature Review: Releasing the Research Imagination*, Sage.
- Heyd, M. (2017), "How to Write a Book Review—And Why You Should", *Journal of Hospital Librarianship*, vol. 17, no. 4.
- Meek, G. (2012), *How to Write a Book Review*, UW Library Reference Service, Aids 16.
- Stevens, C. (2015), "Preface: Reviews and Reviewing 1965–2015", *Costume*, vol. 50, no. 1.
- Thomson, A. (2007), "How to Write a Book", *Canadian Library Journal*.