

# کار آفرینی

## مفهوم، نظریات و رویکردهای جدید

خوزه مانوئل سزآلوارز

دانشگاه فناوری مونتري، مکزیک

*José Manuel Saiz-Alvarez*  
*Tecnologico de Monterrey, Mexico*

مارتین گارسیا واموئرو

مدرسه کسب و کار آموزش نوآورانه

*Martín García Vaquero*  
*IE Business School, Spain*

## چکیده

این فصل از کتاب به بررسی و تشریح مفهوم کارآفرینی و نظریه‌های مطرح‌شده در این حوزه می‌پردازد. کارآفرینی را می‌توان نوعی راهبرد کسب‌وکار تعریف کرد که بر استفاده بهینه از منابع تولیدی و تجاری برای خلق ایده‌های جدید کسب‌وکار، مشاغل، ثروت اجتماعی و سود، تمرکز دارد. نظریه‌های نئوکلاسیک و کینز جدید و همچنین نظریه‌های روانشناسی نوین مانند نظریه افراد همه‌فن‌حریف، نظریه اورینگ، نظریه‌های متکی بر منابع و توانمندی‌ها و نظریه مثلث بهینه به‌طور خلاصه در این فصل تحلیل خواهند شد. انتهای فصل به بحث ضرورت توجه به دو راهبرد کارآفرینی اجتماعی و کارآفرینی مبتنی بر هم‌بستگی و همچنین دسته‌بندی سنتی این مفهوم، اختصاص یافته است.

## مقدمه

در جهان امروز وجود تعداد مناسب از کارآفرینان فعال، نشان دهنده سلامت محیط کار در هر کشور است. کارآفرینان بر اساس الهامات شهودی و کنترل ریسک به کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های نوین کسب‌وکار می‌پردازند و هم‌زمان برانگیزاننده تغییرات اجتماعی هستند.<sup>۱</sup> در کنار کارآفرینان، سرمایه‌گذاران، تنها به دنبال کسب سود، پول خود را سرمایه‌گذاری می‌کنند و مدیران به‌عنوان تصمیم‌سازان با افزایش سطح و شدت رقابت<sup>۲</sup>، مزیت‌های رقابتی اصلی و درجه اول (نوآوری و تحقیق و توسعه) را در شرکت ترویج می‌دهند. شرکت‌ها در کوران رقابت قوی و شدید با گذشت زمان به بهسازی مستمری دست می‌یابند که سود آن نصیب ذینفعان می‌شود.

مطالعات ما نشان داده است که برخلاف ون پراگ و ون اوفم<sup>۳</sup> (۱۹۹۵) که معتقدند کارآفرینی اولین بار در سال ۱۷۵۵ مورد مطالعه قرار گرفت، مفهوم کارآفرین (به‌عنوان بازرگان) اولین بار در اسپانیا و در کتاب دوم توماس دی. مارکادو<sup>۴</sup> با نام «معاملات و قراردادهای مورد استفاده برای بازرگانان و تاجران خاص» در سال ۱۵۶۹ منتشر و در سال ۱۵۷۱ با چند ترفند با عنوان «توافقنامه‌ای رسمی در خصوص قراردادها و معاملات» بازیابی و ویرایش شد. مارکادو در حوزه کارآفرینی تنها زمانی یک کسب‌وکار یا معامله تجاری را جدید می‌داند که بر قواعد اخلاقی زیر اتکا داشته باشد:

- عدم استفاده از مزیت‌های دیگران با استفاده از قیمت‌های آزاددهنده یا نرخ بهره، یا
- عدم انجام توافقاتی ناعادلانه اقتصادی یا اجتماعی

این پیوند میان عملکرد اخلاقی و کارآفرینی، به‌جز در مواردی استثنایی، همچنان پابرجاست. در حقیقت، کارآفرینان باید برای بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار جدید به مطالعه نحوه اکتشاف و دستیابی به منابع بپردازند.<sup>۵</sup> نظریه اقتصاد معاصر بر اساس پیوند فوق و با توجه به تأثیر کارآفرینی بر اقتصاد هر کشور، **آن را عامل مستقل تولید شناسایی کرده است که اهمیتی تقریباً برابر با زمین، نیروی کار و سرمایه دارد**<sup>۶</sup>. تعریف کارآفرینی و ارائه نظریه‌های کلاسیک و جدید آن از دیدگاه‌های اقتصادی و روان‌شناسی، هدف مقاله حاضر است.

## پیش‌زمینه: مفهوم کارآفرینی

کارآفرینی را می‌توان با استفاده از دیدگاهی چندگانه تحلیل و بر این اساس مفهومی چندبعدی برای آن تعریف کرد.<sup>۷</sup> هرچند مطالعه کارآفرینی از دیدگاه علوم اقتصاد و مدیریت از نیمه دوم قرن ۱۸ شروع شده است؛ اما اولین مطالعات روانشناسی این موضوع به دهه ۱۹۶۰ و کار هم‌زمان مک لند (۱۹۶۵)، روتر (۱۹۶۶) و اتکینسون (۱۹۶۶) برمی‌گردد.<sup>۸</sup> فعالیت‌های این نویسندگان بر توضیح این نکته مهم تمرکز دارد که انگیزش‌های فردی و اجتماعی چگونه یکی از مهم‌ترین عوامل روانشناسی تبیین کارآفرینی هستند. آنها کشف کردند که تخیل، فاصله قدرت (power distance) و اشتیاق به خطرپذیری، عوامل کلیدی موفقیت هستند. بعلاوه،

<sup>1</sup> Saiz-Alvarez, Coduras, & Cuervo- Arango, 2013

<sup>2</sup> Cuervo, Ribeiro, & Roig, 2007

<sup>3</sup> Van Praag and Van Ophem (1995)

<sup>4</sup> Tomás de Mercado

<sup>5</sup> Shane and Venkataraman, 2000

<sup>6</sup> Hébert and Link, 1989, p. 40

<sup>7</sup> Bula 2012

<sup>8</sup> McClelland (1965), Rotter (1966), and Atkinson (1966)

هنگامی که احتمال کامیابی بیشتر می‌شود، تمایل طبیعی به انجام فعالیت‌های کارآفرینی نیز افزایش می‌یابد.<sup>۹</sup> کارآفرینان برای کسب موفقیت باید فرصت‌های جدید کسب‌وکار را شناسایی کنند<sup>۱۰</sup>، قادر به انتخاب و مدیریت مشاغل کارآفرینانه باشند<sup>۱۱</sup> و با انطباق با شرایط تجاری و با توجه به ظرفیت انعطاف‌پذیری خود در برابر شکست، قادر به فعالیت کارآفرینی باشند<sup>۱۲</sup>. طرز تفکر کارآفرینان متفاوت است؛ زیرا هوشیاری کارآفرینانه<sup>۱۳</sup>، نیروی محرک آن‌هاست. هوشیاری کارآفرینانه یعنی مجموعه متمایزی از "مهارت‌های پردازش شناختی و مفهومی" که در راستای فرایندهای **شناخت فرصت** جهت‌گیری شده‌اند. در نتیجه و با توجه به این هوشیاری کارآفرینانه، تنها عاشقان واقعی خطر هستند که هنگام مدیریت کسب‌وکارشان، میل به موفقیت دارند. چرا که کارآفرین همواره در جستجوی تغییر است، به آن پاسخ می‌دهد و از آن به‌عنوان فرصت بهره می‌برد<sup>۱۴</sup>. کارآفرینی عملی همراه با نوآوری است که با وقف منابع موجود در جهت ظرفیت جدید تولید ثروت سروکار داشته و تصمیم‌گیری‌های کارآفرینانه در آن اهمیت بالایی دارد<sup>۱۵</sup>. بر این اساس، کارآفرین فردی است که در پذیرش مسئولیت تصمیم‌هایش و اتخاذ آن دسته از تصمیم‌های شهودی که مکان، شکل و نحوه استفاده از کالاها، منابع یا نهادها را تحت تأثیر قرار می‌دهد، تخصص خاصی دارد<sup>۱۶</sup>. کارآفرینان محور کسب‌وکار هر شرکت (به‌ویژه شرکت‌های نوپا) هستند. با توجه به مباحث فوق می‌توان کارآفرینی را چنین تعریف کرد: **نوعی از راهبرد کسب‌وکار که بر بهینه‌سازی نحوه استفاده از منابع تولیدی و تجاری، در جهت اشتغال‌زایی، خلق ثروت اجتماعی و کسب سود، تمرکز دارد.**

احمد و سیمور در سال ۲۰۰۸ تأیید می‌کنند که کارآفرینی پدیده‌ای همراه با فعالیت کارآفرینانه است و این یعنی **هر فعالیت انسانی ابتکاری که با شناسایی محصولات، فرایندها و بازارهای جدید سروکار دارد و از طریق خلق یا توسعه فعالیت اقتصادی به دنبال خلق ارزش است**<sup>۱۷</sup>. لامپکین و دس نیز در همین ارتباط تصدیق می‌کنند که راه‌اندازی فعالیت‌های مخاطره‌آمیز جدید، خواه با تأسیس شرکت‌های استارت‌آپ یا از طریق سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز درون شرکتی، فعالیت اصلی کارآفرینی است و این امر با ورود محصولات و خدمات موجود یا جدید به بازارهای موجود یا جدید قابل اجرا است<sup>۱۸</sup>.

## نظریه‌های کارآفرینی

### مکتب نئوکلاسیک

تلفیق ویژگی‌های روانشناسی و مدیریتی کارآفرینان کلید درک رفتار ایشان است. هبرت و لینک در این خصوص سه روایت فکری متمایز را در مسیر توسعه ادبیات معاصر کارآفرینی، شناسایی کرده‌اند<sup>۱۹</sup>:

۱. روایت آلمانی بر اساس کارهای فون تونگن (۱۸۷۵) و شومپتر (۱۹۱۱) که بیشترین تأثیر را بر ادبیات معاصر کارآفرینی گذاشته است<sup>۲۰</sup>.
  ۲. روایت شیکاگو ریشه گرفته از کارهای نایت (۱۹۲۱) و شولتز (۱۹۸۰)<sup>۲۱</sup>.
  ۳. روایت اتریشی متأثر از کارهای میسس (۱۹۴۹)، کرتسندر (۱۹۷۹) و شاکل (۱۹۶۸)<sup>۲۲</sup>.
- ما می‌توانیم برخی روایت‌های فکری نوظهور شکل گرفته توسط محققان آمریکای لاتین و اسپانیا را نیز به این فهرست بیفزاییم که به

<sup>9</sup> Kalkan & Kaygusuz, 2012

<sup>10</sup> Stevenson & Jarillo, 1990; Barringer & Ireland, 2006; Timmons, 1999; Mariotti & Glackin, 2010

<sup>11</sup> Haynie & Shepherd, 2011

<sup>12</sup> McMullen & Shepherd, 2006; Shepherd & Patzelt, 2011

<sup>13</sup> Kirzner, 1979

<sup>14</sup> Drucker, 1985, p. 25

<sup>15</sup> Alvarez & Barney, 2005

<sup>16</sup> Hébert & Link, 1989, p. 213

<sup>17</sup> Ahmad and Seymour 2008 p. 9

<sup>18</sup> Lumpkin and Dess 1996

<sup>19</sup> Hébert and Link 1989, cited by Audretsch 2003

<sup>20</sup> von Thünen (2015[1875]) and Schumpeter (1997[1911])

<sup>21</sup> Knight (1921) and Schultz (1980)

<sup>22</sup> von Mises (1949), Kirzner (1979), and Shackle (1968)

دلیل خصوصیات اجتماعی اقتصادی این کشورها تاکنون بندرت در ادبیات اقتصادی کارآفرینی مورد بررسی قرار گرفته‌اند. شومپتر در رساله کلاسیک خود با عنوان «نظریه توسعه اقتصادی: مطالعه سود، سرمایه، اعتبار، نرخ بهره و چرخه کسب‌وکار کارآفرینی» نظریه **تخریب خلاق**<sup>۲۳</sup> را ارائه می‌دهد. بر اساس این نظریه، شرکت‌های جدید مجهز به روح کارآفرینی با حذف یا تغییر تصدی‌های کمتر نوآور، به‌سوی رشد اقتصادی حرکت می‌کنند؛ چراکه وظیفه کارآفرین، اصلاح یا متحول سازی الگوهای کنونی تولید با استفاده از اختراعات و یا بیشتر با استفاده از احتمالات فناورانه کمتر به کار گرفته‌شده، برای تولید محصول جدید یا تولید محصول کنونی به روش جدید است.<sup>۲۴</sup> شومپتر کارآفرینان را بر این اساس و با تمرکز بر مباحث اتخاذ نوآوری و راهبردهای کسب‌وکار جدید که می‌تواند اشکال متعددی به خود بگیرد، تعریف می‌کند. این اشکال عبارت‌اند از:

1. معرفی روش‌های جدید تولید برای ارتقای بهره‌وری، کارایی و درآمد قبل از بهره، مالیات و استهلاک (EBITDA)

2. معرفی کالاهای جدید یا کیفیت حاصل از آن

3. بازگشایی بازارهای جدید

4. فتح منابع نوین برای تأمین مواد جدید یا کالاهای نیمه ساخته

5. ورود به بخش‌ها یا جایگاه‌های جدید در بازار

به‌طور خلاصه کارآفرینان فرصت‌ها را شناسایی، منابع موردنیاز را گردآوری، طرح‌های عملی را اجرا و از آن در زمان مناسب و با روشی انعطاف‌پذیر بهره‌برداری می‌کنند.<sup>۲۵</sup>

بر اساس روایت‌های شیکاگو و استرالیا، کارآفرینان در بازارهای پویا و پر ابهام در تلاش برای پیش‌بینی تغییر و عمل بر اساس آن هستند.<sup>۲۶</sup> طبق این مکتب فکری، شرایط بازار آزاد تعیین‌کننده رقابت در بازارهای جهانی است و بنابراین دخالت بخش‌های عمومی یا دولتی بر آن تأثیر منفی می‌گذارد؛ زیرا باعث کاهش دسترسی شرکت‌های خصوصی به منابع اقتصادی می‌شود. در چنین شرایطی، کارآفرینان نسبت به کنترل دانش بروکراسی عقلانی مصون هستند<sup>۲۷</sup> و بنابراین می‌توان آنها را به‌عنوان حرفه‌ای‌هایی تعریف کرد که فرصت‌های نوین کسب‌وکار را با در نظر گرفتن مخاطرات مالی و تجاری، کشف می‌کنند و اغلب از طریق ایجاد سازمان‌های جدید کسب‌وکار به خلق فعالیت اقتصادی نوین می‌پردازند.<sup>۲۸</sup>

در این مکتب فکری، کارآفرینان باید در پهنه جهانی شده کسب‌وکار کنونی با تفکری جهانی و عملکردی محلی (جهان محلی شدن)<sup>۲۹</sup> به رقابت بپردازند؛ بنابراین، کارآفرینان باید هزینه‌های کارگری را با بهره‌وری هم‌راستا کنند، افزایش یکنواخت تولید را به منظور حفظ جایگاه‌های موجود بازار، محقق سازند و وارد بازارهای جدید شوند. اگر افزایش یکنواخت فوق حاصل نشود، خطر ایستایی کسب‌وکار وجود دارد که برای سهام‌داران شرکت مضر است.

کارآفرینان به‌عنوان هماهنگ‌کننده و معامله‌گر<sup>۳۰</sup> و عامل اصلی قضاوت‌گر تولید در اقتصاد، همواره نقش گمانه‌زن مخاطره‌پذیر<sup>۳۱</sup> را ایفا می‌کنند؛<sup>۳۲</sup> زیرا با شرایط پر ابهام آینده سروکار دارند و بنابراین موفقیت در پیش‌بینی درست رویدادهای مبهم آینده برای آنها اهمیتی حیاتی دارد.<sup>۳۳</sup>

کارآفرینان در دهکده اجتماعی اقتصادی جهانی کنونی، با گرد هم آوردن بسته بی‌همتایی از منابع برای بهره‌برداری از فرصت‌های بازار، ثروت اقتصادی و اجتماعی ایجاد می‌کنند.<sup>۳۴</sup> تشخیص فرصت<sup>۳۵</sup> و خلق فرصت درک نشده پیشین در جهت سودآوری<sup>۳۶</sup>، راهنمای عمل آن‌ها در این مسیر است. به‌طور خلاصه و به‌عنوان جمع‌بندی مکاتب شومپتر و نتوشومپتر می‌توان چنین گفت: **«بدون**

<sup>23</sup> creative destruction

<sup>24</sup> Schumpeter, 1977[1942], p. 13

<sup>25</sup> Sahlman & Stevenson, 1991

<sup>26</sup> Knight, 1921

<sup>27</sup> Weber, 1947

<sup>28</sup> Reynolds, 2005

<sup>29</sup> glocalization

<sup>30</sup> arbitrageurs

<sup>31</sup> speculators

<sup>32</sup> Hébert and Link, 1988, cited by Bula, 2012

<sup>33</sup> Von Mises, 1949

<sup>34</sup> Ireland, Hitt, & Sirmon, 2003

<sup>35</sup> Gaglio & Katz, 2001; Shanke & Venkataraman, 2000; Kirzner, 1979

<sup>36</sup> Von Mises, 1949

## کارآفرینی، نوآوری، پویایی و تکامل مهنا نخواهد داشت<sup>۳۷</sup>».

مکتب کینزی نوین<sup>۳۸</sup>

در مکتب کینزی نوین کارآفرینی نقشی حاشیه‌ای دارد؛ زیرا بازارهای کار تنها با توسعه مدل‌های اثربخشی دستمزد سروکار دارند. علی‌رغم این بحث، پیاده‌سازی سیاست‌های عمومی در حمایت از کارآفرینی خصوصی، اگرچه هزینه‌های عمومی را افزایش داد، باعث ایجاد اثر تکمیلی<sup>۳۹</sup> شده و بنابراین کارآفرینان نوینی پدید می‌آیند.

ایسلام (۲۰۱۵) با تلفیق داده‌های مربوط به هزینه‌های اقتصاد کلان دولتی و داده‌های کارآفرینی انفرادی، رابطه مثبتی را میان افزایش سهم کالاهای اجتماعی و عمومی به ازای پرداخت یارانه‌های خصوصی، با کارآفرینی پیدا کرد و تأیید نمود که میان مصارف کلی دولتی و فعالیت کارآفرینی ارتباطی منفی وجود دارد<sup>۴۰</sup>.

در دهکده جهانی شده ما، اهمیت سرمایه‌گذاری‌های مخاطره‌آمیز غیررسمی رو به افزایش است و این دسته سرمایه‌گذاری‌ها به‌شدت تحت تأثیر عوامل اقتصادی و سیاسی اثرگذار بر کارآفرینی هستند. مطالعه سال ۲۰۱۵ بر روی اثر نهادهای اقتصادی و سیاسی بر میزان شیوع کارآفرینی رسمی و غیررسمی که در فاصله زمانی ۲۰۰۱ تا ۲۰۱۰ در هیجده کشور منطقه آسیا و اقیانوسیه انجام شد، نشان داد که کیفیت نهادها بر هر دو نوع رسمی و غیررسمی کارآفرینی تأثیر می‌گذارد<sup>۴۱</sup>. کیفیت بالاتر نهادهای اقتصادی و سیاسی نرخ کارآفرینی رسمی را دو برابر و نرخ کارآفرینی غیررسمی را نصف می‌کند. به‌علاوه، نهادهای اقتصادی و سیاسی، هر دو بر حرکت به‌سوی کارآفرینی رسمی اثر تکمیلی دارند؛ درحالی‌که کیفیت این نهادها بر ورود کارآفرینی غیررسمی اثر مستقیم می‌گذارد.

کارآفرینان اقتصاد کینزی نوین از مصارف و سرمایه‌گذاری‌های عمومی نفع می‌برند. کارکردهای کینزی دولت، از طریق انجام خریدها باز توزیع درآمد، محرک تقاضا برای کالا و خدمات است؛ درحالی‌که سیاست‌های اقتصاد شومپتری دولت، از طریق برقراری الزامات قانونی، عرضه یارانه‌های تحقیقاتی و کسب فناوری‌های جدید و گران، هزینه نوآوری را کاهش می‌دهند. این دو مکتب فکری اقتصادمحور با مکاتب روانشناسی محور تکمیل می‌شوند؛ چراکه کارآفرینی بر اساس آمیزه‌ای از افکار اقتصادی و روانشناسی شکل می‌گیرد.

### مکاتب روانشناسی محور

در حوزه کارآفرینی می‌توان پنج مکتب فکری مبتنی بر روانشناسی را به شکل متمایز معرفی کرد که عبارت‌اند از:

۱. کارکردگرایی<sup>۴۲</sup>: جایی که نظریه‌پردازان سعی در توضیح افکار، فرایند یادگیری، غرایض و تصمیماتی دارند که به‌سادگی فعالیت‌های کارآفرینان را بدون چون‌وچرا در باره نحوه انجام کار، توصیف می‌کند. در این حالت ایجاد پیوند میان کارکردگرایی و توان تحمل مشکلات و عبور از آنها (قابلیت احیای پس از شکست) موردتوجه است، زیرا رفتار قانون‌مند، حساسیت افراد نسبت به احتمالات را کاهش می‌دهد و بنابراین ظرفیت بالاتری برای تحمل مشکلات و عبور از آنها محقق می‌شود.
۲. رفتارگرایی<sup>۴۳</sup>: این نظریه ریشه در کارکردگرایی دارد؛ اما تمرکز آن بر هر دو نوع رفتار انسانی و حیوانی است و بنابراین به تحلیل دلایل عملکرد کارآفرینان می‌پردازد.
۳. گشتالت<sup>۴۴</sup>: جایی که ذهن انسان داده‌ها را بر اساس مجموعه‌ای از هنجارها، قوانین و اصول سازمان‌یافته تفسیر می‌کند و به‌این ترتیب امکان تکمیل اطلاعات جزئی را به وجود می‌آورد. این کامل‌سازی برای اتخاذ تصمیم بر اساس اطلاعات ناقص یا نامتقارن ضرورت دارد؛ امری که در فعالیت‌های روزانه شرکت‌ها بسیار طبیعی است.
۴. روانشناسی انسان‌گرا<sup>۴۵</sup>: این نظریه بر انگیزه‌های انسانی و ضرورت برآورده شدن نیازها تکیه دارد که هر دو بر کارآفرینان تأثیر مستقیم می‌گذارند. آنها می‌خواهند با دستیابی به اهداف سازمانی به شادی برسند.

<sup>37</sup> Grebel, Pyka, and Hanusch (2001) p. 7

<sup>38</sup> New Keynesian School

<sup>39</sup> crowding-in effects

<sup>40</sup> Islam (2015)

<sup>41</sup> Autio and Fu 2015

<sup>42</sup> Functionalism

<sup>43</sup> Behaviourism

<sup>44</sup> Gestalt

<sup>45</sup> Humanistic Psychology

۵. شناخت گرایی<sup>۴۶</sup>: این نظریه همانند نظریه رفتارگرایی از طریق آزمایش‌های علمی بر روی ذهن انسان مطالعه می‌کند. پذیرش این نکته که روانشناسان می‌توانند کارکرد درونی ذهن و فرایندهای ذهنی را مطالعه و درک کنند، نقطه تمایز آن با نظریه رفتارگرایی است و به همین دلیل تحلیل روانی موضوعیت خود را در این نظریه از دست می‌دهد. نظریه‌های روانشناسی کارآفرینی برای تکمیل نظریه‌های اقتصادی و مدیریتی به کار گرفته شده‌اند تا امکان بررسی کلی رفتار کارآفرینانه را پدیدآورند. همان‌طور که میل به کامیابی و رقابت‌پذیری با نتایج حاصله در یک شرکت ارتباط مثبتی دارند، کارآفرینانی هم که نیاز به قدرت و استقلال بیشتری دارند، دورنمای رشد بهتری خواهند داشت<sup>۴۷</sup>. بعلاوه، کارآفرینان نیز میل به کامیابی بالاتری دارند<sup>۴۸</sup>. تأثیر جنبه‌های روانی بر کارآفرینان در نظریه‌های نوین کارآفرینی نیز مورد توجه قرار گرفته‌اند. این نظریه‌ها در ادامه ارائه خواهند شد. جدول شماره یک خلاصه‌ای از مطالب این حوزه را نمایش می‌دهد.

جدول شماره یک. جنبه‌های روانی کارآفرینان

صاحب نظریه	عشق به خطر	نیاز بالا به کامیابی	نیاز بالا به رقابت	میل به استقلال	نوآوری
Anna, Chandler, Jansen, & Mero (2000)		✓		✓	✓
Box, White, & Barr (1993)		✓	✓		
Collins, Moore, & Unwala (1988)		✓		✓	
Crainich, Eeckhoudt, & Trannoy (2013)	✓				
Davidsson (1988)			✓		
De Pablo, & Bueno (2004)	✓	✓			✓
Duchéneaut, & Orhan (1998)			✓	✓	
Dubini (1988)	✓	✓			✓
Douglas, & Shepherd (1997)	✓				
Feesen, & Dugan (1989)			✓	✓	
Genesca, & Venecia (1984)				✓	
Jenssen, & Kolvered (1992)		✓		✓	✓
Jindapon (2013)	✓				
Johnson (1990)		✓			
Koh (1996)		✓		✓	
McClelland (1965)		✓			
Rusque (2002)		✓		✓	
Sheinberg, & MacMillan (1988)				✓	
Sijbom, Janssen, & Van Yperen (2015)		✓			
Smith, Bracker, & Miner (1987)	✓				✓
Woo, Cooper, & Dunkelberg (1988)		✓		✓	

منبع: Barba-Sánchez, Jiménez-Zarco, and Martínez-Ruiz (2007), and Marulanda, Correa, and Mejía (2009).

<sup>46</sup> *Cognitivism*

<sup>47</sup> Duchéneaut and Orhan, 1998

<sup>48</sup> Box, White, and Barr, 1993

### نظریه همه‌فن‌حریف

این نظریه از لحاظ نظری توسط لازبیر<sup>۴۹</sup> (۲۰۰۵) و در حوزه ریاضی توسط کایزر<sup>۵۰</sup> (۲۰۱۲) توسعه یافت. بر اساس این نظریه، وظیفه اصلی کارآفرین، سازمان‌دهی تیم‌های حرفه‌ای (متبحر در حوزه‌های مختلف یا متخصص در یک حوزه خاص) است که از طریق تلفیق سرمایه فکری (جمع سرمایه‌های انسانی، ارتباطی و ساختاری<sup>۵۱</sup>) با سرمایه فیزیکی و ایده‌های نوآورانه حاصل می‌شود و سپس به خلق محصولات و خدمات جدید برای مشتریان کنونی و آینده منجر خواهد شد. بر اساس این نظریه تنها افراد همه‌فن‌حریف (افراد متبحر در حوزه‌های مختلف) کارآفرین خواهند شد، چراکه می‌توانند عوامل تولید را گرد هم آورند و در حوزه‌های متعددی دانش، مهارت و توانایی کار دارند. این موضوع به‌ویژه زمانی که کارآفرینی فردی اتفاق می‌افتد، بیشتر صحت پیدا می‌کند. در نتیجه بر اساس گفته‌های کایزر (۲۰۱۲):

۱. افرادی که مجموعه مهارت‌های متوازن بیشتری دارند، احتمال کارآفرینی در آنها بیشتر است؛
۲. منابع تأمین کارآفرینان همه‌فن‌حریف برای فرایندهای تولید کوچک‌تر است؛ زیرا این افراد به تعداد بیشتری از مهارت‌های متمایز نیاز دارند؛ و
۳. کارآفرینان همه‌فن‌حریف در مقام مقایسه با متخصصان تک‌بعدی، استراتژی منابع انسانی متعادل‌تری دارند.

### نظریه اورینگ<sup>۵۲</sup>

کرمر<sup>۵۳</sup> (۱۹۹۳) بنیان‌گذار این نظریه بود که سپس از لحاظ نظری توسط فابل<sup>۵۴</sup> (۲۰۰۴) توسعه یافت. نظریه اورینگ با توانمندی‌ها سروکار دارد و بر اساس این نظریه محصول، وظیفه و کیفیت خدمت در شرکت‌ها، توانمندی‌ها و مهارت‌های متفاوتی هستند که از سوی افراد مختلف با قابلیت‌های گوناگون تأمین می‌شوند. کار تیمی در این نظریه اهمیتی اساسی دارد، چراکه اگر یکی از اعضای گروه (متخصص) در کار خود شکست بخورد، ممکن است کل گروه با شکست مواجه شود. هر چه توانمندی تیم بیشتر باشد، سرمایه سرانه بیشتری مصرف می‌شود و بنابراین محدود کردن اندازه تیم قابل ترجیح است تا بتوان سرمایه سرانه بیشتری را صرف کرد.

### نظریه مبتنی بر منابع و قابلیت‌ها<sup>۵۵</sup>

این نظریه را می‌توان همانند فرایند تدوین استراتژی درون به بیرون در نظر گرفت که در آن کارآفرین به منابع موجود شرکت می‌نگرد تا پتانسیل آنها برای خلق ارزش تعریف‌شده در استراتژی کسب‌وکار را در راستای خلق بیشترین ارزش ارزیابی کند. این منابع مالی، فیزیکی، انسانی، فناوری، اعتباری و سازمانی ورودی‌هایی هستند که باید برای فرایند تولید در نظر گرفته شوند، درحالی‌که قابلیت‌ها (ظرفیت تیمی از منابع برای انجام یک وظیفه یا فعالیت) منبع اصلی مزیت رقابتی شرکت خواهند بود. به‌کارگیری اثربخش روتین‌ها (آن دسته از الگوهای منظم و قابل پیش‌بینی فعالیت که متشکل از توالی اقدامات فردی هماهنگ و تکراری، با امکان یادگیری در عمل<sup>۵۶</sup>، باشد) یکی از کلیدهای استفاده عملی موفق از این نظریه است. در نتیجه اقتصادهای تجربه<sup>۵۷</sup> ایجاد و پایداری حاصل می‌شود و اقدامات بر اساس صیانت‌پذیری<sup>۵۸</sup> هدایت خواهند شد. شکل شماره یک شاخه‌های چرخه عمر قابلیت را نمایش می‌دهد.

<sup>49</sup> Lazear

<sup>50</sup> Kaiser

<sup>51</sup> Saiz-Alvarez, 2012

<sup>52</sup> O-Ring Theory

<sup>53</sup> Kremer

<sup>54</sup> Fabel

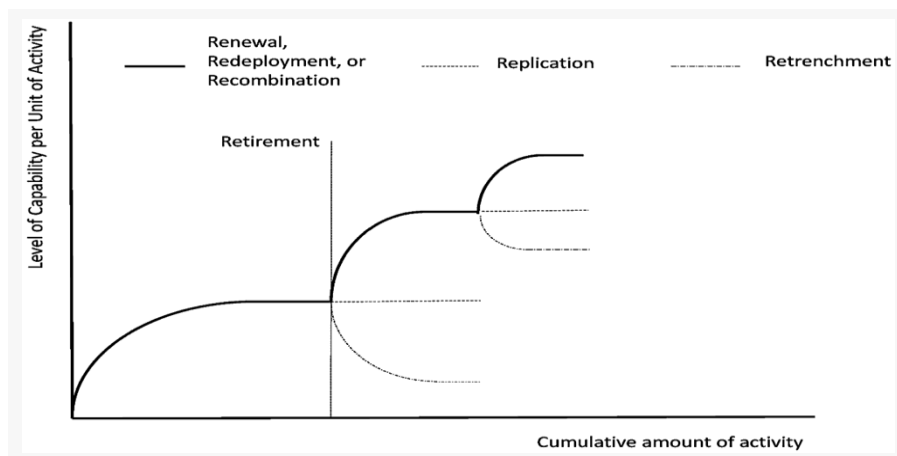
<sup>55</sup> Resources and Capabilities Based Theory

<sup>56</sup> *learning-by-doing*

<sup>57</sup> economies of experience

<sup>58</sup> appropriability

شکل شماره یک. شاخه‌های چرخه عمر قابلیت



منبع: Helfat and Peteraf (2003)

ترجمه کلمات داخلی شکل:

تکثیر و بازتولید: replication باز ترکیب: recombination باز توسعه: redevelopment نوسازی: Renewal  
کاهش هزینه ها: retrenchment  
سطح توانمندی به ازای هر واحد فعالیت: Level of capability per unit of activity  
مقدار تجمعی فعالیت: Cumulative amount of activity

دستیابی به پایداری، برای اعتبار شرکت و تحقق نتایج اقتصادی بلندمدت خوب، نقشی بنیادین دارد. چهار عنصر اصلی پایداری عبارت‌اند از:

۱. دوام<sup>۵۹</sup>: نرخ استهلاک یا منسوخ شدن منابع؛
۲. تکرارپذیری<sup>۶۰</sup>: مدت زمان کسب منابع در داخل سازمان. هر چه روتین‌های سازمان پیچیده‌تر باشد، تکرار آنها دشوارتر است<sup>۶۱</sup>؛
۳. شفافیت<sup>۶۲</sup>: اطلاعات ناقص باعث بروز مشکلات مبتنی بر ناکارایی خواهد شد؛ و
۴. قابلیت انتقال<sup>۶۳</sup>: چه موقعی رقیب به راحتی می‌تواند به منابع و قابلیت‌های شما دسترسی پیدا کند. در این حالت موقعیت‌های پیشتازی شما به خطر خواهد افتاد.

شرکت‌های موفق، اگر می‌خواهند در حوزه کاری خود پیشتاز باقی بمانند باید بهترین منابع انسانی را استخدام، سطح قابلیت به ازای هر واحد فعالیت را نوسازی و به‌طور مستمر سرمایه‌گذاری کنند. قابلیت‌های پیچیده سازمانی، به‌ویژه زمانی که اقتصادهای تجربه به‌خوبی توسعه یافته باشند، مانعی بزرگ برای ورود سایر شرکت‌ها به بازار ایجاد می‌کنند.

#### نظریه مثلث بهینه<sup>۶۴</sup>

شرکت‌هایی که انگیزه و رشد کسب‌وکار سطح بالایی دارند، تأثیر مثبتی بر شکل‌گیری ایده‌های جدید کسب‌وکار می‌گذارند؛ بنابراین بسیار اهمیت دارد که برای پیشبرد شرکت، مشخصه‌های عاطفی و اشتیاق مرتبط با توانایی انجام کار، توسعه یابند. به‌ویژه در حوزه استارت آپ‌ها، بدون اشتیاق، بقای شرکت در بازار جهانی غیرممکن خواهد بود.

موفقیت کسب‌وکار با سطح تربیت نیروی انسانی، شرکت در پروژه‌های پیشین، تجربه کسب‌وکار و تعداد بنیان‌گذاران رابطه مثبتی دارد؛ اما این عوامل ممکن است از تغییر سایر متغیرهای درون‌زا مانند بدهی، قیمت محصول، نوع نگرش و میزان سرمایه‌گذاری

<sup>59</sup> durability

<sup>60</sup> replicability

<sup>61</sup> Grant, 1991

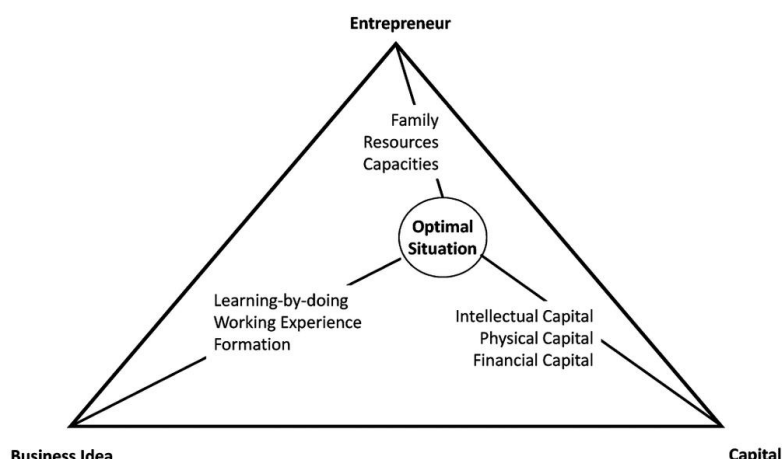
<sup>62</sup> transparency

<sup>63</sup> transferability

<sup>64</sup> Theory of the Optimal Triangle



ذینفعان، خرید، فروش چرخشی<sup>۶۵</sup> و دستمزدها و عوامل برونزا مانند قیمت انرژی، شوک‌های خارجی و ریسک کشور تأثیر پذیرند. شکل شماره ۲ موقعیت بهینه و موفقیت کسب‌وکار را نشان می‌دهد.



ترجمه کلمات داخلی شکل:

خانواده، منابع، قابلیت‌ها

کارآفرین

وضعیت بهینه

یادگیری از طریق انجام، تجربه کاری، شکل‌گیری  
سرمایه فکری، سرمایه فیزیکی، سرمایه مالی

ایده کسب و کار

سرمایه

پیشنهاد ما این است که متغیرهای فوق تحت سه دسته کلیدی کارآفرین، ایده کسب‌وکار و سرمایه، همان‌طور که در شکل ۲ نشان داده شده است، تقسیم‌بندی شوند. کارآفرینان موفق زیربنای مثلث فوق خواهند بود؛ زیرا آنها که خود از سرمایه‌های فکری (انسانی، ارتباطی و ساختاری)، فیزیکی و مالی تغذیه می‌شوند، حامی سایر کارآفرینان خواهند بود. ترکیبی از منابع و قابلیت‌های کارآفرینی، تجربه کاری حاصل از یادگیری هنگام انجام کار، تشکیلات و سرمایه وضعیت بهینه شرکت را تعیین می‌کند. همان‌طور که در شکل شماره ۲ دیده می‌شود، نقطه بهینه بین دو رأس کارآفرین و سرمایه قرار می‌گیرد، چراکه این دو، عوامل بنیادین موفقیت کسب‌وکار هستند.

## نتیجه‌گیری

کارآفرینی را می‌توان بر اساس فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات به شکل زیر طبقه‌بندی کرد:

۱. کارآفرینی داخلی<sup>۶۶</sup> یا سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز شرکتی<sup>۶۷</sup>: نوعی از کارآفرینی که بر پیگیری سریع توسعه محصول تمرکز دارد تا بتواند مزیت حاصل از فرصت‌های کسب‌وکار جدید را کسب کرده یا به ارزیابی امکان ایجاد فرایندها یا طراحی‌های نوین بپردازد؛
۲. کارآفرینی سنتی<sup>۶۸</sup> که طبق گفته‌های برون و آلاکن<sup>۶۹</sup> کارآفرینان این گروه را می‌توان به سه دسته زیر تقسیم کرد:
  - a. کارآفرینان تازه‌کاری<sup>۷۰</sup> که برای اولین بار شرکتی را مدیریت می‌کنند؛
  - b. کارآفرینان همیشگی<sup>۷۱</sup> که هرگاه کارشان فروش کار اولیه برای راه‌اندازی کار جدید باشد، به آنها کارآفرینان سریالی نیز می‌گویند؛ و

<sup>65</sup> rotation sales

<sup>66</sup> ntra-entrepreneurship

<sup>67</sup> Sharma and Chrisman, 1999

<sup>68</sup> Traditional entrepreneurship

<sup>69</sup> Brunet and Alarcón (2004)

<sup>70</sup> Novice entrepreneurs

<sup>71</sup> Habitual entrepreneurs

- C. کارآفرینان نمونه<sup>۷۲</sup> که برخلاف نوع قبل ضمن حفظ کار اولیه به دنبال ایجاد کار جدید هستند و به این ترتیب شاخه‌ای از کسب‌وکار توسط آنها ایجاد می‌شود
۳. کارآفرینی همبستگی<sup>۷۳</sup> که در آن ارزش‌های انسانی مبتنی بر همبستگی است که شرکت‌ها هدایت می‌کند و نه سود<sup>۷۴</sup>؛ و
۴. کارآفرینی اجتماعی<sup>۷۵</sup>؛ این نوع از کارآفرینی عمدتاً توسط تعاونی‌هایی شکل می‌گیرد که حداکثر تأثیر شرکت بر جمعیت جویای ثروت اجتماعی را هدف قرار داده‌اند.
- استفان، اولانر و استراید<sup>۷۶</sup> بر اساس طبقه‌بندی فوق و پس از تحلیل داده‌های ۱۰۶۴۸۴ فرد کارآفرین از ۲۶ ملیت، تأثیر مشترک مقررات رسمی (فعالیت دولتی)، شناخت غیررسمی (ارزش‌های فرهنگی پسا مادی‌گرایی) و نهادهای هنجاری غیررسمی بر کارآفرینی اجتماعی را تأیید می‌کنند که از طریق هنجارهای فرهنگی موردحمایت اجتماعی یا سرمایه اجتماعی با پیوند ضعیف ایجاد می‌شود.

## جهت‌های تحقیقاتی آینده

- کارآفرینی زنان
- کارآفرینی همبستگی و اجتماعی
- فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات، انکوباتورهای کسب‌وکار و شتاب دهنده‌های کسب‌وکار
- کارآفرینی در آموزش
- کارآفرینی ابزاری برای رشد اقتصادی پایدار

---

<sup>72</sup> *Portfolio entrepreneurs*

<sup>73</sup> *Solidarity Entrepreneurship*

<sup>74</sup> Saiz-Alvarez, 2015

<sup>75</sup> *Social Entrepreneurship*

<sup>76</sup> Stephan, Uhlaner, and Stride 2015

- Ahmad, N., & Seymour, R. G. (2008). *Defining Entrepreneurial Activity: Definitions Supporting Frameworks for Data Collection*. OECD Statistics Working Papers, 1. OECD Publishing.
- Alvarez, S. A. (2005). Two Theories of Entrepreneurship. Alternative Assumption and the Study of Entrepreneurial Action. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 1(3), 105–148. doi:10.1561/0300000003
- Alvarez, S. A., & Barney, J. B. (2005). How Do Entrepreneurs Organize Under Conditions of Uncertainty? *Journal of Management*, 31(5), 776–793. doi:10.1177/0149206305279486
- Anna, A. L., Chandler, G. N., Jansen, E., & Mero, N. P. (2000). Women business owners in traditional and non-traditional industries. *Journal of Business Venturing*, 15(3), 279–303. doi:10.1016/S0883-9026(98)00012-3
- Atkinson, J. W. (1966). Motivational Determinants of Risk-taking Behavior. In Atkinson, J. W., & Feather, N. T. (Eds.), *A Theory of Achievement Motivation* (pp. 11–30). New York: John Wiley & Sons.
- Audretsch, D. B. (2003). Entrepreneurship. A Survey of the Literature. *Enterprise Papers*, 14. Brussels, Belgium: European Commission.
- Autio, E., & Fu, K. (2015). Economic and Political Institutions and Entry into Formal and Informal Entrepreneurship. *Asia Pacific Journal of Management*, 32(1), 67–94. doi:10.1007/s10490-014-9381-0
- Barba-Sánchez, V., Jiménez-Zarco, A. I., & Martínez-Ruiz, M. P. (2007, January). Effects of entrepreneurial motivation and background on new venture's growth. *International Congress on Marketing Trends*. Paris: Ecole Supérieure de Commerce de Paris.
- Box, T. M., White, M. A., & Barr, S. H. (1993). A contingency model of new manufacturing firm performance, *Entrepreneurship: Theory into Practice*, 18(2), 31–45.
- Brunet, I., & Alarcón, A. (2004). Teorías sobre la figura del emprendedor. *Papers*, 73, 81–103.
- Bula, H. O. (2012). Evolution and Theories of Entrepreneurship: A Critical Review on the Kenyan Perspective. *International Journal of Business and Commerce*, 1(11), 81–96.
- Collins, O. F., Moore, D. G., & Unwala, D. B. (1964). *The organization makers: a behavioural study of independent entrepreneurs*. New York: Meredith.
- Crainich, D., Eeckhoudt, L., & Trannoy, A. (2013). Even (Mixed) Risk Lovers are Prudent. *The American Economic Review*, 103(4), 1529–1535. doi:10.1257/aer.103.4.1529

Cuervo, A., Ribeiro, D., & Roig, S. (Eds.). (2007). *Entrepreneurship: Concepts, Theory, and Perspective*. Springer.

Davidsson, P. (1988). *Type of man and type of company revisited: a confirmatory cluster analysis approach*. In *Frontier of Entrepreneurship Research* (pp. 88–105). Wellesley, MA: Babson College.

De Pablo, I., & Bueno, Y. (2004). Rasgos personales que caracterizan a un emprendedor de éxito. *Iniciativa Emprendedora y Empresa Familiar*, 44, 113–125.

Douglas, E. J., & Shepherd, D. (1997). *Why entrepreneurs create businesses: a utility maximizing response*. In *Frontiers of Entrepreneurship Research* (pp. 185–186). Wellesley, MA: Babson College.

Drucker, P. F. (1985). *Innovation and Entrepreneurship: Practice and Principles*. New York: Harper Business.

Dubini, P. (1988). *Motivational and environmental influences on business start-ups: some hints for public policies*. In *Frontiers of Entrepreneurship Research* (pp. 31–45). Wellesley, MA: Babson College.

Duchéneaut, B., & Orhan, M. (2000). *Les femmes entrepreneurs en France: Percée de femmes dans un monde construit au masculin*. Paris, France: Seli Arslan.

Fabel, O. (2004). Spinoffs of Entrepreneurial Firms: An O-Ring Approach. *Journal of Institutional and Theoretical Economics*, 160(3), 416–438. doi:10.1628/0932456041960614

Feeser, H. R., & Dugan, K. W. (1989). *Entrepreneurial motivation: a comparison of high and low growth high tech founders*. In *Frontiers of Entrepreneurship Research* (pp. 13–27). Wellesley, MA: Babson College.

Gaglio, C., & Katz, J. (2001). The Psychological Basis of Opportunity Identification: Entrepreneurial Alertness. *Small Business Economics*, 16(2), 95–111. doi:10.1023/A:1011132102464

Gaglio, C. M. (1997). Opportunity recognition: review, critique and suggested research directions. In Katz, J. (Ed.), *Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth* (pp. 139–202). Greenwich, CT: JAI Press.

Genesca, E., & Veciana, J. M. (1984). Actitudes hacia la creación de empresas. *Información Comercial Española*, 611, 147–155.

Haynie, J. M., & Shepherd, D. (2011). Towards a Theory of Discontinuous Career Transition: Investigating Career Transitions Necessitated by Traumatic Life Events. *The Journal of Applied Psychology*, 96(3), 501–524. doi:10.1037/a0021450

Hébert, R. F., & Link, A. N. (1989). In Search of the Meaning of Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 1, 39–49. doi:10.1007/BF00389915

Helfat, C. E., & Peteraf, M. A. (2003). The Dynamic Resource-based View: Capability Lifecycles. *Strategic Management Journal*, 24(10), 997–1010. doi:10.1002/smj.332

Ireland, R. D., Hitt, M. A., & Sirmon, D. G. (2003). A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its Dimensions. *Journal of Management*, 29(6), 963–989. doi:10.1016/S0149-2063(03)00086-2

Islam, A. (2015). Entrepreneurship and the Allocation of Government Spending Under Imperfect Markets. *World Development*, 70, 108–121. doi:10.1016/j.worlddev.2015.01.002

Jenssen, S., & Kolvereid, L. (1992). The entrepreneurs' reasons leading to start-up as determinants of survival and failure among Norwegian new ventures. In Birley, S. (Ed.), *International perspectives on entrepreneurship research* (pp. 120–133). Amsterdam, Netherlands: Elsevier Science Publishers.

Jindapon, P. (2013). Do Risk Lovers Invest in Self-protection? *Economics Letters*, 121(2), 290–293. doi:10.1016/j.econlet.2013.08.031

Johnson, B. R. (1990). Toward a multidimensional model of entrepreneurship: The case of achievement motivation and the entrepreneur, *Entrepreneurship: Theory into Practice*, 14(3), 39–48.

Kaiser, U. (2012). *A Primer in Entrepreneurship*. Department of Business Administration, University of Zurich, Switzerland. (unpublished)

Kalkan, M., & Kaygusuz, C. (2012). The Psychology of Entrepreneurship. In *Entrepreneurship. Made and Educated*. InTech Europe. Retrieved April 30, 2015 from <http://www.intechopen.com/books/entrepreneurship-born-made-and-educated/the-psychology-of-entrepreneurship>

Kirzner, I. M. (1979). *Perception, Opportunity, and Profit: Studies in the Theory of Entrepreneurship*. Chicago: The University of Chicago Press.

Koh, H. C. (1996). Testing hypotheses of entrepreneurial characteristics. *Journal of Managerial Psychology*, 11(3), 12–25. doi:10.1108/02683949610113566

Kremer, M. (1993). The O-Ring Theory of Economic Development. *The Quarterly Journal of Economics*, 108(3), 551–575. doi:10.2307/2118400

Lazear, E. P. (2004). Balanced Skills and Entrepreneurship. *The American Economic Review*, 94(2), 208–211. doi:10.1257/0002828041301425

Lazear, E. P. (2005). Entrepreneurship. *Journal of Labour Economics*, 23(4), 649–680. doi:10.1086/491605

Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135–172.

Mariotti, S., & Glackin, C. (2010). *Entrepreneurship*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

Marulanda, J. A., Correa, G., & Mejía, L. F. (2009). Emprendimiento: Visiones desde las teorías del comportamiento humano. *Revista EAN*, 66, 153–168.

McClelland, D. (1965). Need of Achievement and Entrepreneurship: A Longitudinal Study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1(4), 389–392. doi:10.1037/h0021956

McMullen, J. S., & Shepherd, D. A. (2006). Entrepreneurial Action and the Role of Uncertainty in the Theory of the Entrepreneur. *Academy of Management Review*, 31(1), 132–152. doi:10.5465/AMR.2006.19379628

Reynolds, P. D. (2005). Understanding business creation: Serendipity and scope in two decades of business creation studies. *Small Business Economics*, 24(4), 359–364. doi:10.1007/s11187-005-0692-x

Rotter, J. B. (1966). Generalized expectancies for internal versus external control of reinforcement. *Psychological Monographs*, 80(1), 1–28. doi:10.1037/h0092976

Rusque, A. M. (2002, November). De la capacidad emprendedora basada en rasgos individuales a la capacidad emprendedora como responsabilidad social. In *The Entrepreneurial Venture*. Boston: McGraw Hill.

Saiz-Alvarez, J. M. (2012). Ética, capital intelectual y gestión del conocimiento. *Revista EAN*, 73, 44–59.

Saiz-Alvarez, J. M. (2015). Solidarity Entrepreneurship in the European Knowledge Economies: Keys for a New Paradigm to Be Applied into Developing Nations. In *Entrepreneurship in the Contemporary Knowledge-based Global Economy*. Hershey, PA: Information Science Reference (IGI Global).

Saiz-Alvarez, J. M., Coduras, A., & Cuervo-Arango, C. (2013). Entrepreneurial Strategy, Innovation and Cognitive Capabilities. What Role for Intuitive SMEs? *Journal of Small Business Strategy*, 21(2), 25–35.

Scheinberg, S., & McMillan, I. C. (1988). *An all country study of motivations to start a business*. In *Frontiers of Entrepreneurship Research* (pp. 669–687). Wellesley, MA: Babson College.

Schultz, T. W. (1980). Investment in Entrepreneurial Ability . *The Scandinavian Journal of Economics*, 82(4), 437–448. doi:10.2307/3439676

Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*. Cambridge, MA: Harvard University Press.

Schumpeter, J. A. (1977). *Capitalism, Socialism, and Democracy*. Harper Collins Publishers. (Original work published 1942)

Schumpeter, J. A. (1997). *Theorie der wirtschaftlichen Entwicklung: Eine Untersuchung über Unternehmergewinn, Kapital, Kredit, Zins und den Konjunkturzyklus*. Berlin, Germany: Duncker Humblot. (Original work published 1911) doi:10.3790/978-3-428-07725-0

Shackle, G. L. S. (1968). *Expectations, Investment, and Income*. Oxford Clarendon Press.

Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.

Sharma, P., & Chrisman, J. J. (1999). Toward a Reconciliation of the Definitional Issues in the Field of Corporate Entrepreneurship, *Entrepreneurship: Theory into Practice*, 23, 11–27.

Shepherd, D. A., & Patzelt, H. (2011). The New Field of Sustainable Entrepreneurship: Studying Entrepreneurial Action Linking “What Is to Be Sustained” with “What Is To Be Developed?”, *Entrepreneurship Theory into Practice*, 35(1), 137–163.

Sijbom, R. B. L., Janssen, O., & Van Yperen, N. W. (2015). Leaders Receptivity to Subordinates Creative Input: The Role of Achievement Goals and Composition of Creative Input *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 24(3), 462–478. doi:10.1080/1359432X.2014.964215

Smith, N. R., Bracker, J. S., & Miner, J. B. (1987). *Correlates of firm and entrepreneur's success in technologically innovative companies*. In *Frontiers of Entrepreneurship Research* (pp. 337–356). Wellesley, MA: Babson College.

Stephan, U., Uhlaner, L. M., & Stride, C. (2015). Institutions and Social Entrepreneurship: The Role of Institutional Voids, Institutional Support, and Institutional Configurations. *Journal of International Business Studies*, 46(3), 308–331. doi:10.1057/jibs.2014.38

Stevenson, H. H., & Jarillo, J. C. (1990). A Paradigm of Entrepreneurship: Entrepreneurial Management. *Strategic Management Journal*, 11, 17–27.

Timmons, J. A. (1999). *New Venture Creation. Entrepreneurship for the 21st Century*. New York: Irwin/McGraw-Hill.

Tomás de Mercado. (1975). *Suma de tratos y contratos*. Madrid, Spain: Editora Nacional. (Original work published 1571)

Tomás de Mercado. (2011). *Tratos y contratos de mercaderes y tratantes discidos y determinados*. Valladolid, Spain: Maxtor. (Original work published 1569)

Van Praag, C. M., & Van Ophem, H. (1995). Determinants of Willingness and Opportunity to Start as an Entrepreneur. *Kyklos*, 48(4), 513–540. doi:10.1111/j.1467-6435.1995.tb01282.x

Von Mises, L. (1949). *Human Action*. New Haven, CT: Yale University Press. Von Thünen, J. H. (2015). *Der isolierte Staat in Beziehung auf Landwirtschaft und Nationalökonomie* [The Isolated State in Relation to Agriculture and the Domestic Economy]. Berlin, Germany: Wiegandt. (Original work published 1875)

Weber, M. (1947). *The Theory of Social and Economic Organization*. New York: Oxford University Press.

Westhead, P., & Wright, M. (1998). Novice, Portfolio, and Serial Founders: Are They Different? *Journal of Business Venturing*, 13(3), 173–204. doi:10.1016/S0883-9026(97)90002-1

Woo, C. Y., Cooper, A. C., & Dunkelberg, W. C. (1988). *Entrepreneurial typologies: definitions and implications*. In *Frontiers of Entrepreneurship Research* (pp. 165–176). Wellesley, MA: Babson College.