

بررسی نقش سیاست‌های دولت در بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه

حمید رضا فتاحی

دانشجوی کارشناسی ارشد کارآفرینی دانشگاه کاشان

hamidrezafatahi70@gamil.com

ندا طبایحیان

دانشجوی کارشناسی ارشد کارآفرینی دانشگاه کاشان

neda. tabbakhian@yahoo.com

در مورد تعریف کارآفرینی دیدگاه‌های مختلفی وجود دارد. شین و ونکاتارامان کارآفرینی را به صورت کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها معرفی می‌نمایند، و شومپتر معتقد است که کارآفرینی تخریب خلاق و نوآوری در امور جاری است. اما اکثر دانشمندان حوزه کارآفرینی اتفاق نظر دارند که کارآفرینی عامل اصلی توسعه اقتصادی محسوب می‌گردد. در سال‌های اخیر با رشد مطالعات در حوزه پژوهش کارآفرینی، توسعه کارآفرینی به یکی از عوامل شناخته شده در پویایی محیط کسب و کار و توسعه اقتصادی کشورها تبدیل شده است. ایران در طی سالیان اخیر در شرایط تحریم، خود را در وضعیت خودکفایی و کشف و ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های داخلی قرار داده و هم‌اکنون با از بین رفتن تحریم‌های بین‌المللی فرصت‌های بیشتری در راستای توسعه کارآفرینی پیش روی کارآفرینان قرار خواهد گرفت. تأکید مقاله حاضر بر ارائه چارچوبی مفهومی در جهت مشخص کردن نقش سیاست‌های دولت در بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه و تسهیل فعالیت‌های کارآفرینانه است. این تحقیق دارای ماهیت مروری بوده و از بررسی، تحلیل و جمع‌بندی اسناد، متون و مبانی نظری مربوطه جهت ارائه چارچوب نظری بهره گرفته است. یافته‌ها حاکی از آن است که سیاست‌های دولتی می‌تواند در حوزه‌های مختلفی مانند اقتصادی، اجتماعی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و یا آموزشی بر فرایند بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه تأثیر گذار باشد.

طبقه‌بندی JEL: L26, O38

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، فرصت‌های کارآفرینانه، فرآیند بهره‌برداری از فرصت، سیاست‌های دولت.

۱. مقدمه

کارآفرینی به عنوان یک عنصر مهم در سازمان‌های اقتصادی پدید آمده و تا مدت طولانی به عنوان یک سازوکار بسیار مهم توسعه اقتصادی به شمار می‌آمده است. کارآفرینی به عنوان عاملی کلیدی در تولید ثروت و همچنین به عنوان یک نیروی عمده که اقتصاد بسیاری از کشورها را به پیش می‌راند، به حساب می‌آید. کارآفرینان ایده‌ها را به محصولات و خدمات تبدیل کرده و در نهایت خلق ثروت کرده و بیکاری را کاهش می‌دهند. در واقع قدرت هر کشوری بستگی به توانایی آن در خلق ثروت دارد. پژوهش‌های کارآفرینی نشان داده است که عوامل و شرایط محیطی همانند عوامل فرهنگی - اجتماعی، قانونی، اقتصادی و سیاسی و فناوری تأثیر مثبت و یا منفی بر توسعه کارآفرینی دارند (فریل^۱، ۲۰۰۳؛ هیسریچ و دنوسک^۲، ۲۰۰۲).

مطالعات اخیر بر کارآفرینی به عنوان یک پیشران توسعه اقتصادی تمرکز کرده و برخی نویسندگان کارآفرینی را به عنوان عامل تولید چهارم در تابع تولید اقتصاد کلان در نظر می‌گیرند. نویسندگان دیگری نیز مانند بامول^۳ (۱۹۹۰) و یا پائول^۴ (۲۰۰۸) استدلال کرده‌اند که در صورت وجود نهادی مناسب، کارآفرینی تنها راهکار توسعه اقتصادی است.

شین و ونکاتارامان^۵ (۲۰۰۰) معتقدند کارآفرینی از دو فرآیند مهم کشف و بهره‌برداری از فرصت شکل می‌گیرد. اما در واقع فرایند عملی کارآفرینی و شروع کسب و کار با بهره‌برداری از فرصت شروع می‌شود. بنابراین بهره‌برداری از فرصت گام اصلی در ایجاد یک کسب و کار موفق است. با توجه به مطالعات بامول (۱۹۹۰) نباید توانایی کارآفرینی را نسبت به فعالیت‌های تولیدی

-
1. Freel
 2. Hisrich & Drnovsek
 3. Baumol
 4. Powell
 5. Shane and Venkataraman

بی‌فایده و یا مخرب اختصاص داد. او کارآفرین را به عنوان افرادی که دارای قوه ابتکار و خلاقیت در پیدا کردن راه‌هایی جهت اضافه کردن به ثروت، قدرت، و قدر و منزلت خود هستند در نظر می‌گیرد. در این راستا رودریک^۱ (۲۰۰۹) معتقد است دولت‌ها می‌توانند نقش مهمی را با ارائه تضمین سرمایه‌گذاری بر روی کارآفرینان برای تشویق جهت آزمایش کردن نوع جدیدی از فعالیت‌های اقتصادی بازی کنند. سیاست دولت برای ترویج کارآفرینی باید عدم اطمینان و هزینه‌های مبادله‌ای را کاهش دهد. علاوه بر این، در پژوهش‌های پیشین چنین استدلال شده که ماهیت فرصت و یا ویژگی‌های فردی نیز می‌تواند عامل مهمی در تسریع یا به تأخیر انداختن بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه باشد.

به عنوان مثال، آردریچ، کردوزو و ری^۲ (۲۰۰۳) استدلال کرده‌اند که هوشیاری، خلاقیت، خوش‌بینی، شبکه اجتماعی و دانش قبلی از جمله ویژگی‌های فردی مؤثر بر بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه هستند. در مجموع می‌توان ویژگی‌های فردی را شامل درک فرصت، خوش‌بینی، خلاقیت، هوشیاری کارآفرینانه، دانش پیشین، میزان ریسک‌پذیری، میزان تحمل ابهام، اعتماد به نفس، و منبع کنترل درونی فرد دانست که می‌تواند موجب تسریع یا به تأخیر انداختن بهره‌برداری از فرصت گردند. همچنین از جمله عواملی که به عنوان ویژگی‌های یک فرصت شناخته می‌شوند می‌توان به ارزش مورد انتظار، میزان تقاضا، حاشیه سود صنعت، چرخه عمر تکنولوژی، میزان رقابت‌پذیری و یا هزینه سرمایه اشاره کرد.

هدف مقاله حاضر بررسی اجمالی الگوهای سیاستی دولت و تجربه‌های موفق سایر کشورها در زمینه بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه به عنوان خروجی فعالیت‌های مرتبط با کارآفرینی است و در نهایت به دلیل فقدان پژوهشی مدون در کشور درباره تأثیر سیاست‌های دولتی بر کارآفرینی، با عنایت به توضیحات فوق و با توجه به عوامل مؤثر بر بهره‌برداری از فرصت، در این پژوهش به اهمیت سیاست‌های دولت در فرایند کارآفرینانه توجه کرده و بر آنیم نقش این

1. Rodrick

2. Ardreichvili, Cardozo and Ray

سیاست‌ها بر فرصت‌های کارآفرینانه در کشور ایران را مورد بررسی قرار دهیم. لذا پس از ارائه تعاریفی از کارآفرینی و فرصت‌های کارآفرینانه، فرایند بهره‌برداری از این فرصت‌ها و عوامل مؤثر بر این فرایند را بیان می‌کنیم. در ادامه بر سیاست‌های دولت به عنوان مکانیزمی مؤثر در فرایند مذکور تمرکز کرده و در آخر نیز نقش این سیاست‌ها در ترویج فعالیت‌های کارآفرینی و ارائه راهکارهایی جهت بهبود ایجاد زمینه ارتقای کارآفرینی در ایران ارائه می‌گردد.

۲. مروری بر مبانی نظری و پیشینه تحقیق

همان‌طور که پیش‌تر بیان گردید، تاکنون تحقیق مدونی در داخل کشور درباره تأثیر سیاست‌های دولت بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی صورت پذیرفته است. اما با توجه به اهمیت موضوع پژوهش‌های گوناگونی در خارج از کشور انجام گرفته که در این بخش به مرور نتایج برخی از مهم‌ترین آن‌ها می‌پردازیم.

در مطالعه‌ای که توسط اوباجی و الوگو (۲۰۱۴) درباره نقش سیاست‌های دولتی بر توسعه کارآفرینی با رویکرد مروری صورت گرفت، به نقش مهم سیاست‌های دولت بر توسعه کارآفرینی و همچنین بهبود عملکرد کسب‌وکارها اذعان شد. لی و همکاران (۲۰۱۳) نیز نقش سیاست‌های دولتی در سطح اجتماعی را در جهت بهبود فضای کارآفرینی بررسی نمودند و معتقدند دولت باید سیاست‌های خود را با در نظر گرفتن دو عامل افزایش عایدی بنگاه‌های کارآفرین و کاهش ضرر و زیان آن‌ها اتخاذ نماید. مینیتی^۱ (۲۰۰۸) به این سؤال که سیاست‌های دولت در توسعه کارآفرینی مولد است یا مخرب پاسخ می‌دهد و به‌طور کلی تأثیر مثبتی را برای سیاست‌های دولت در زمینه تشویق و توسعه کارآفرینی متصور است. با توجه به موارد فوق، ابتدا بایستی جهت هم‌راستا بودن درک مخاطبان، برخی از مهم‌ترین مفاهیم مرتبط با موضوع تشریح گردد. در این راستا در ادامه برخی از این مفاهیم شرح داده شده است.

1. Minniti

۲-۱. کارآفرینی^۱

در آغاز قرن نوزدهم دنیا شاهد تحولی بود که به عنوان انقلاب صنعتی شناخته شده است. قرن بیستم با توسعه‌های قابل توجه در ارتباطات، معرفی وسایل الکترونیکی ارتباطات راه دور و توسعه تئوری‌های مدیریت همراه بوده است. در مقابل قرن بیست و یکم با رشد عظیم کاربرد اطلاعات و فناوری ارتباطات^۲، برقراری ارتباطات از راه دور و استفاده از رایانه‌ها آغاز شد که این سه مورد، فرصت‌های قابل توجهی را برای بر ساخته‌ها در زمینه کارآفرینی فراهم آورد (کارترایت، ۲۰۰۲؛ سادلر^۳، ۲۰۰۱).

در این خصوص ونکاتارامان (۱۹۹۷) اذعان داشته کارآفرینی شامل پیوند دو پدیده فرصت سودآور و فرد مبتکر است، لذا نایستی تنها از منظر افراد کارآفرین تعریف گردد و فرصت‌ها نیز باید مدنظر قرار گیرند. او بیان می‌کند که «کارآفرینی به عنوان پاسخ به این سؤالات است که چگونه، توسط چه کسی، و با چه تأثیراتی فرصت‌ها جهت خلق کالاها و خدمات آتی کشف، ارزیابی و بهره‌برداری می‌شوند». در این راستا شین^۴ (۲۰۰۳) نیز بیان می‌کند که «کارآفرینی فعالیتی است شامل کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها که به واسطه تلاش‌های سازمانی که پیش‌تر وجود نداشته منجر به معرفی کالاها و خدمات، راه‌های سازمان دهی، بازار، فرایند و مواد خام جدید می‌گردد».

در این تعریف محققان «فرصت»^۵ را قلب فرایند کارآفرینی در نظر گرفته‌اند. آن‌ها بر این نکته تأکید دارند که فرایند کارآفرینی در واقع همان یافتن منشأ فرصت‌ها، و دخیل شدن در فرایند شناسایی / کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از آن‌ها است؛ و آن دسته از افرادی که به کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها می‌پردازند کارآفرین نام دارند.

1. Entrepreneurship
2. Information & Communication Technology (ICT)
3. Sadler
4. Shane
5. Opportunity

آیدیس^۱ (۲۰۰۳) نیز بر این دیدگاه اعتقاد دارد که کارآفرینی ویژگی رفتاری یک شخص یا به عبارتی ترکیبی از عوامل داخلی (شخصیت و مهارت) و خارجی (محرک‌های اقتصادی و اجتماعی) وی است که به واسطه فعالیت‌های نوآورانه به خلق ارزش ختم می‌شود. از این دیدگاه می‌توان عوامل و محرک‌های خارجی را به منزله عاملی برای کشف یا خلق فرصت در نظر گرفت که فرد کارآفرین با استفاده از فاکتورهای داخلی از آن‌ها بهره‌برداری کرده و در نهایت منجر به خلق ارزش می‌شود. علاوه بر این، اکهارت و سوچا^۲ (۲۰۰۸) نیز با تعریفی مشابه، کارآفرینی را به‌عنوان «کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه» تعریف کرده‌اند.

به طور کلی کارآفرینی دربردارنده توانایی ایجاد یک تیم با مهارت‌ها و استعداد‌های مکمل، توانایی کشف فرصت‌ها در جایی است که دیگران در آن فقط آشفتگی و گیجی و تضاد می‌بینند و توانایی استفاده از منابع (آن‌هم منابعی که اغلب تحت کنترل دیگران قرار دارند) جهت بهره‌برداری از فرصت‌ها است (کوراتکو، موریس و کوین، ۲۰۱۱)، و از لحاظ مفهومی به فعالیت‌هایی اشاره دارد که افراد طی آن یک فرصت را به کسب و کاری موفق تبدیل می‌کنند.

۲-۲. فرصت‌های کارآفرینانه^۳

یک فرصت ممکن است شانس باشد تا به واسطه ترکیب خلاق منابع و ارائه ارزشی عالی منجر به رفع نیاز بازار گردد. در کارآفرینی، «فرصت» مفهومی مرکزی است که درک و تعقیب آن تمرکز اصلی فعالیت‌های کارآفرینان را شکل می‌دهد و این افراد به واسطه توانایی‌شان در درک و تعقیب چنین فرصت‌هایی متمایز از دیگران هستند. حتی چنین استدلال شده که کارآفرینی شامل تمامی اقدامات، وظایف و فعالیت‌های مربوط به درک فرصت‌ها و ایجاد سازمان‌هایی جهت بهره‌برداری از آنهاست.

-
1. Aidis
 2. Eckhardt and Michael
 3. Entrepreneurial opportunity

کیسن^۱ (۱۹۸۲) اذعان کرده فرصت‌های کارآفرینانه به وضعیت‌هایی اشاره دارد که کالاها و خدمات، مواد خام، و روش‌های سازمان‌دهی جدیدی می‌توانند معرفی شده و در مقیاس وسیع‌تر و با هزینه‌ای کمتر فروخته شوند. کرزنر^۲ (۱۹۹۷) نیز معتقد است فرصت‌های کارآفرینانه از سایر فرصت‌ها متفاوت است؛ چراکه جهت افزایش کارایی کالاها، خدمات، مواد خام و روش‌های سازمان‌دهی موجود، این فرصت‌ها روابط ابزار-هدف^۳ جدیدی را کشف می‌کنند ولی سایر فرصت‌ها شامل بهینه‌سازی چارچوب فعلی است.

تاکنون پژوهش‌های اندکی به تعریف فرصت کارآفرینانه پرداخته‌اند و اکثر تعاریف نیز موردقبول همه محققان صورت نگرفته است، اما تعریفی که شین (۲۰۰۰) از فرصت ارائه می‌کند، نسبتاً ارجاعات بیشتری را به خود اختصاص داده است. وی فرصت را به عنوان موقعیتی که در آن فرد از طریق ترکیب مجدد منابع می‌تواند چارچوب جدید وسیله-هدف^۴ را خلق نماید که برای او سود به همراه داشته باشد، تعریف می‌کند. بر اساس تعریف شین فرصت‌های کارآفرینی موقعیت‌های بالقوه‌ای هستند که در آن‌ها محصولات یا خدمات جدید، مواد اولیه جدید، بازار جدید و یا روش‌های سازمان‌دهی جدید ارائه می‌گردد.

این فرصت‌ها مجموعه شرایطی را فراهم می‌آورند که به واسطه سرمایه‌گذاری‌های موجود یا ایجاد سرمایه‌گذاری جدید، منجر به معرفی یک یا چند محصول (خدمت) جدید به بازار می‌شود و این امکان را به افراد (کارآفرینان) می‌دهد تا با معرفی محصولات نوآور، ارزشی را برای جامعه به ارمغان آورند.

-
1. Casson
 2. Kirzner
 3. Means-Ends Relationships
 4. Means-Ends Framework

۲-۳. بهره‌برداری از فرصت^۱

اگرچه کشف فرصت شرط ضروری برای کارآفرینی است، ولی شرط کافی نیست. یک کارآفرین بالقوه بایستی بعد از کشف فرصت، از آن بهره‌برداری کند. بهره‌برداری از فرصت اشاره به ایجاد کارآمدتر عملیات برای محصولات و خدماتی دارد که از فرصت‌های کسب و کاری به وجود می‌آیند. برای بسیاری از کارآفرینان بهره‌برداری از فرصت گامی ضروری برای کسب درآمد و سرانجام موفقیت در کسب و کار است. بهره‌برداری از یک فرصت کارآفرینانه مستلزم آن است که کارآفرینان باور داشته باشند که ارزش مورد انتظار سود کارآفرینانه به اندازه کافی بزرگ خواهد بود تا هزینه فرصت سایر گزینه‌ها را جبران کند. تصمیم به بهره‌برداری از فرصت شامل سنجش ارزش فرصت در برابر هزینه‌های ایجاد آن ارزش و هزینه‌های ایجاد ارزش به سایر شیوه‌هاست.

در پاسخ به این سؤال که چرا، چه زمانی و چگونه برخی افراد فرصت‌های کشف شده را مورد بهره‌برداری قرار می‌دهند، ونکاتارامان (۱۹۹۷) استدلال کرده که علت یا علل این امر به ماهیت فرصت و تفاوت‌های فردی برمی‌گردد. در خصوص ماهیت فرصت چنین گفته می‌شود که ویژگی‌های یک فرصت خود بر تمایلات افراد جهت بهره‌برداری تأثیر خواهد گذاشت. امروزه پژوهش‌ها نشان می‌دهد که کارآفرینان زمانی یک فرصت را به بهره‌برداری می‌رسانند که ارزش مورد انتظار بالایی داشته باشد. در این خصوص، بهره‌برداری زمانی مرسوم است که تقاضای مورد انتظار بالا، حاشیه سود صنعت بالا، فناوری جوان، میزان رقابت نه خیلی کم و نه خیلی بالا، و هزینه سرمایه پایین باشد.

از سویی دیگر این بهره‌برداری به تفاوت‌های فردی نیز بستگی خواهد داشت. همه کارآفرینان فرصت‌های باارزش یکسان را مورد بهره‌برداری قرار نمی‌دهند. چراکه آنان در این فرایند هزینه تعقیب فعالیت‌های جایگزین و نیز هزینه کسب منابع موردنیاز برای بهره‌برداری را در نظر می‌گیرند

1. Exploitation of Entrepreneurial Opportunity

و این هزینه‌ها برای افراد مختلف، متفاوت است. علاوه بر این، درک کارآفرینان از فرصت، میزان ریسک‌پذیری و تحمل ابهام، میزان خوش‌بینی، اعتماد به نفس و منبع کنترل درونی نیز بر تصمیم کارآفرین در خصوص بهره‌برداری از فرصت تأثیرگذار خواهد بود.

۲-۴. سیاست‌های دولت

از آنجایی که دولت نقش مهمی در شکل دادن به قوانین بازی برای کارآفرینان ایفا می‌کند، تلاش‌های دولت در سطح اجتماعی می‌تواند محدودیت‌های کارآفرینی را به وسیله کم کردن هزینه‌های فرصت برای کسب و کارهای جدید کاهش دهد (آردریچ، برانجم و کارسون^۱، ۲۰۰۴). به همین دلیل محققان زیادی به دنبال تبیین نقش سیاست‌های دولتی در فضای کارآفرینی هستند (گانارو^۲، ۲۰۱۰).

با بررسی بعضی از شکست‌های کارآفرینانه می‌توان اثرات مثبت سیاست‌های دولت را در کاهش ضرر کارآفرینان مشاهده نمود که این امر باعث تشویق ریسک‌پذیری توسط کارآفرینان می‌شود (پنگ و همکاران^۳، ۲۰۱۰).

کارآفرینی موتور مهم رشد اقتصادی است. در این راستا، سیاست‌های دولت به نوبه خود منجر به شکل‌دهی محیطی نهادی می‌شود که در آن تصمیمات کارآفرینانه اتخاذ می‌شود. بنابراین، این سیاست‌ها برای کارآفرینی مهم است. در ادبیات کارآفرینی سه مکتب اصلی اقتصادی، شناختی فرهنگی و مکتب اجتماعی سیاسی شناسایی شده‌اند. دو مکتب اول خارج از بحث بوده و توضیح آن در این مبحث نمی‌گنجد. ولی در تقاطع آن‌ها، مکتب سیاسی اجتماعی است که بیان می‌کند فرصت‌ها در شبکه پیچیده‌ای از روابط اجتماعی که فعالیت اقتصادی را تعدیل می‌کند، موجود هستند. به طور کلی طبق این دیدگاه، فرصت‌ها در ساختارهای شبکه‌ای وجود دارند، ولی عاملین اجتماعی بایستی منابع شبکه‌ای را به بهره‌برداری از آن‌ها تجهیز کنند. شبکه‌ها انواع فرصت‌های

1. Audretsch, Braunerhjelm, & Carlsson
2. DeGennaro
3. Peng et al

ساختاری در دسترس را تعریف می‌کنند. لذا موقعیت شبکه‌ای نقشی محوری در قادرسازی عاملین اجتماعی برای کشف فرصت‌ها ایفا می‌کند.

علاوه بر این، در دیدگاه مذکور استدلال شده که سازوکارهای دولتی اهمیت زیادی در کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی دارد، چراکه آن‌ها روابط میان عاملین در شبکه‌های اجتماعی را تنظیم می‌کنند. این سازوکارها نشان‌دهنده «قوانین بازی» هستند و به هنجارهای اجتماعی که رفتار افراد را تنظیم می‌کنند و نیز قوانین اجتماعی که توسط نهادهای وزارتی خارجی تحمیل می‌شوند، اشاره دارد (کامپانیز و مک‌مولن^۱، ۲۰۰۷).

تجربه کشورهای موفق در حال توسعه مانند تایوان و کشورهای صنعتی مانند ایتالیا نمایانگر نقش مهم سیاست‌های متخذه از طرف دولت جهت توسعه است. در این کشورها سیاست‌های دولتی کمک‌شایانی را به توسعه فعالیت‌های کارآفرینی کرده است (نولان، ۲۰۰۴).

برخی از مهم‌ترین خط سیاست‌های دولت جهت توسعه کارآفرینی عبارت‌اند از: تدوین قوانین و مقررات مرتبط، خط‌مشی‌های مالیاتی، ساده‌سازی مراحل اداری، حمایت‌های مالی و اعطای وام، ارتقاء آموزش کارآفرینی، اطلاع‌رسانی و مشاوره به کارآفرینان و ایجاد زیرساخت‌های لازم (لاندستورم و استیونسون، ۲۰۰۱^۳).

در ادامه به معرفی دو الگوی حمایت از کارآفرینی و تجربه‌های موفق در زمینه سیاست‌گذاری دولتی در خارج از کشور پرداخته می‌شود.

۲-۵. الگوهای رایج در حمایت از کارآفرینی

۲-۵-۱. الگوی حمایت و تشویق کارآفرینی و بنگاه‌های کوچک و متوسط

این الگو بیشتر بر اساس تجارب کشور ترکیه معرفی شده است. خط‌مشی‌های موردنظر در این الگو به شرح زیر می‌باشد:

1. Companys & McMullen
2. Nolan, 2004
3. Lundstrom & Stevenson, 2001

- توسعه بستر قانونی کارآفرینی: بر این اساس دولت باید به ایجاد بسته‌های حمایتی قانونی در جهت ایجاد محیطی مساعد برای بنگاه‌های کوچک و متوسط مبادرت ورزد.
- خط‌مشی‌های ویژه شرکت‌ها: این خط‌مشی‌ها شامل تشویق ثبت شرکت و ایجاد بخش رسمی، حکمرانی، تعریف و حفظ مالکیت معنوی و کمک به بنگاه‌های کوچک و متوسط ورشکسته می‌شود.
- توسعه زیرساخت‌ها: توسعه حمل‌ونقل، مخابرات، فناوری ارتباطات و اطلاعات و سایر زیرساخت‌ها می‌شود.
- فرهنگ‌سازی: توسعه آموزش و فرهنگ کارآفرینی در سطح جامعه.
- ارائه خدمات به بنگاه‌های کوچک و متوسط و کارآفرینان: که شامل ساده‌سازی قوانین و رویه‌های اداری و دسترسی به اطلاعات می‌شود.
- آموزش و ارتباط با صنعت: شامل انتقال تکنولوژی، مشاوره و ارائه خدمات تخصصی، شبکه‌سازی.
- کمک‌های مالی و پرداخت وام‌ها.

۲-۵-۲. الگوی جهانی ارزیابی کارآفرینی

- این مدل رابطه علی بین فعالیت‌های کارآفرینی و سطح توسعه اقتصادی را نشان می‌دهد. براساس این مدل شرایط ملی عمومی و شرایط کارآفرینانه بر توسعه کارآفرینی کشورها تأثیر خواهد داشت.
- بهبود شرایط ملی عمومی: بر این اساس دولت‌ها باید تدوین سیاست‌هایی از جمله بهبود تجارت خارجی، تغییر نقش دولت در تأثیرگذاری بر صنعت و تجارت، کارآمد کردن بازارهای مالی، انعطاف پذیر کردن بازار نیروی کار، توسعه زیرساخت‌های فیزیکی در سرلوحه فعالیت‌های خط‌مشی‌گذاری خود قرار دهند.

- بهبود شرایط ویژه کارآفرینی: این خط‌مشی شامل حمایت‌های مالی، پژوهش و توسعه، توسعه، توسعه زیرساخت‌های حرفه‌ای، اصلاح موانع ورود به بازار، ایجاد دسترسی به زیرساخت‌های فیزیکی و در نهایت فرهنگ‌سازی می‌شود.

۲-۶. نقش سیاست‌های دولت در بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه و حمایت از کارآفرینی در ایران

کارآفرینی فرایند تولید درآمد برای دیگران و خلق چیزی جدید و باارزش از طریق پیوند عوامل تولید و همراه با تحمل ریسک‌های بزرگ و مالی و زمانی است. ادعای ما این است که علت رشد پایین اقتصادی در بخش خصوصی نه تنها عدم فرهنگ کارآفرینی است، بلکه در هر سه مرحله از ایجاد یک فعالیت کارآفرینی، موانع نهادی و ساختاری بسیاری وجود دارد که از جمله آنها می‌توان به موانع کارآفرینی در مرحله آموزش و زمینه‌سازی، عدم عوامل انگیزشی در مرحله تحرک کارآفرینی، و یا موانع کارآفرینی در مرحله جهش (منابع و فرصت‌ها) اشاره کرد (سیدی و تقی‌خانی، ۱۳۹۰).

در این راستا دولت می‌تواند فاکتور مهمی جهت رفع موانع مذکور باشد. سیاست‌های دولت در قبال کارآفرینان برای ارائه کمک‌های مالی از طریق یارانه‌ها و وام‌های ترجیحی یا سیاست‌های مالی مساعد که آن را «محیط تنظیمی» برای کارآفرینی می‌نامند، فرصت‌های قابل دسترس را در کسب و کارهای موجود و کسب و کارهای جدید افزایش می‌دهد. کشورهایی که برنامه‌های آموزشی عمومی و کاربردی کارآفرینی در آن‌ها متداول است و افراد می‌دانند چگونه یک کسب و کار جدید را تأمین مالی و مدیریت کنند، از توانایی لازم برای مدیریت موفق کسب و کار خود برخوردار خواهند بود. وجود چنین شرایطی اشاره به «محیط شناختی» برای کارآفرینی دارد. در نهایت در کشورهایی که فعالیت‌های کارآفرینانه ارزشمند و قابل تحسین است، تعداد بیشتری از افراد به یافتن کسب و کار جدید یا مدیریت کسب و کار جدید برانگیخته خواهند شد. وجود چنین شرایطی اشاره به «محیط هنجاری» دارد. محیط‌های تنظیمی، شناختی و هنجاری، ارکان یا پایه‌های سه‌گانه حمایت از فعالیت‌های کارآفرینانه یک کشور را شکل می‌دهند. به اعتقاد کارشناسان

اقتصادی، دولت‌هایی که رویکرد ارتقای فعالیت کارآفرینانه داخلی را انتخاب می‌کنند، در صورتی که سیاست‌هایی برای تقویت هر سه پایه مذکور اجرا کنند، موفق خواهند بود.

در ایران سیاست کلی تمرکز بر محیط تنظیمی، می‌تواند فرصت‌های در دسترس کارآفرینان را از طریق ارائه مشوق‌های مالی یا برخورد‌های ترجیحی دولت بهبود بخشد. دولت می‌تواند محیط شناختی را نیز تقویت کند و بدین ترتیب، توانایی‌های کارآفرینانه را از طریق برنامه‌های آموزشی یا خدمات مشاوره‌ای افزایش دهد و نیز از طریق بهبود محیط هنجاری برای کارآفرینی، با توسل به استفاده گسترده از تبلیغات و القای کارآفرینی در افکار عمومی برای مطلوب جلوه‌دادن کارآفرینان، انگیزه کارآفرینان را بیشتر کند (دانایی فرد، حسن؛ ۱۳۸۱).

به اعتقاد متخصصان کارآفرینی کشور، علاوه بر خانواده و نظام آموزشی که نقش مهمی در توسعه فرهنگ کارآفرینی در جامعه دارند، مسئولان کشور و نظام نیز نقش بسیار مهمی در توسعه کارآفرینی در جامعه دارند. کارشناسان اذعان می‌کنند که اولین وظیفه مسئولان نظام این است که سیاست‌های خود را برای توسعه کارآفرینی روشن کنند. لذا مسئولان بایستی زمینه‌های رشد و توسعه کارآفرینی را فراهم آورند. کارآفرینان نیازمند حمایت‌های مالی، اطلاعاتی، قانونی، امنیتی و تکنولوژیک مسئولان کشور هستند.

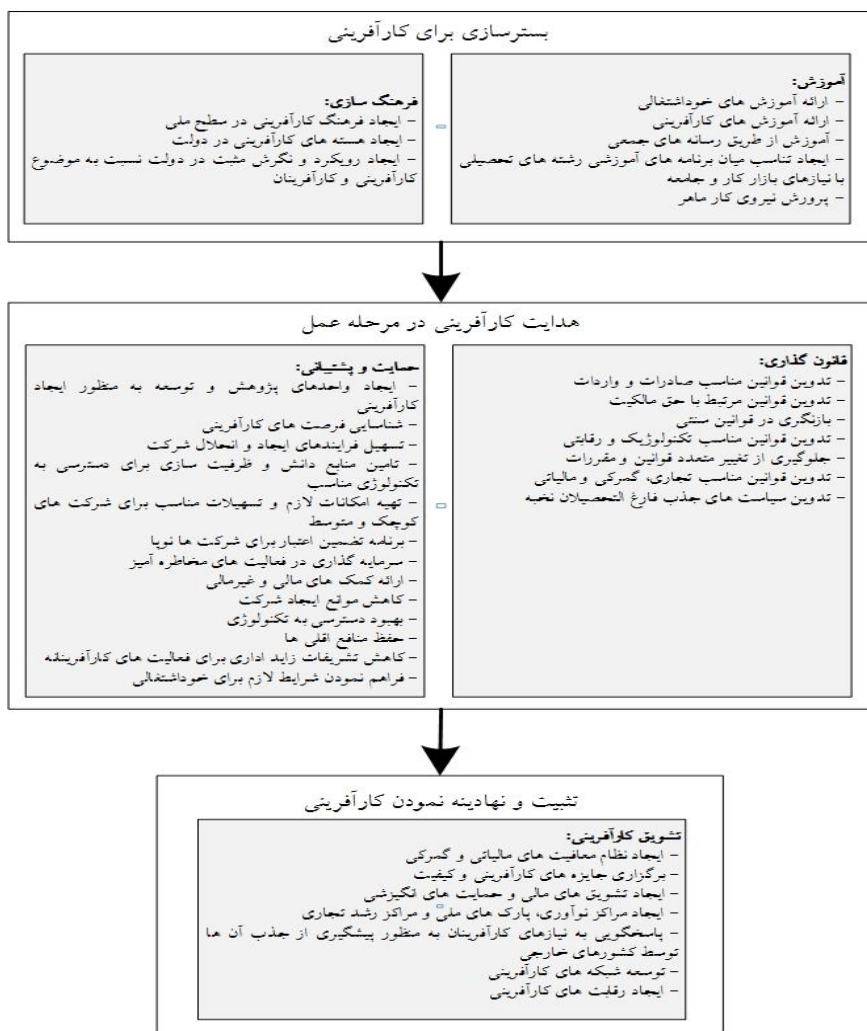
بسیاری از کشورها برای حمایت از کارآفرینان، صندوق‌های خاصی به نام صندوق حمایت از کارآفرینان ایجاد کرده‌اند. مسئولان کشور ما نیز باید از ایجاد چنین صندوق‌هایی حمایت کنند، مجلس نیز باید قوانین لازم را برای رشد کارآفرینی در جامعه تدوین و تصویب کند. کشورها از طریق کاهش یا تخفیف مالیاتی، پرداخت وام‌های ضروری و دیگر برنامه‌های تنظیمی، کارآفرینی را پشتیبانی می‌کنند و بدین طریق احتمال اینکه افراد یک فرصت جذاب را شناسایی کنند و در نتیجه تصمیم بگیرند کسب و کار خود را راه‌اندازی کنند، افزایش می‌دهند (سیدی و تقی‌خانی، ۱۳۹۰).

اهمیت موضوع به قدری است که در بند یک از ابلاغیه سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی توسط رهبر معظم انقلاب به سران سه قوه در سال ۱۳۹۲، تأمین شرایط و فعال‌سازی امکانات و

منابع مالی و سرمایه انسانی و علمی کشور به منظور توسعه کارآفرینی را مورد تأکید قرار داده است.

در برنامه چهارم توسعه اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی جمهوری اسلامی ایران در سال ۱۳۸۳ نیز به موضوعات مرتبط با کارآفرینی توجه بیشتری شد که به شرح ذیل خلاصه گردیده است (داوری و رضایی، ۱۳۸۵):

- ارائه تسهیلات و کمک‌های هدفمند و اعمال معافیت‌های مالیاتی.
 - کمک به تقویت تحقیق و توسعه و ایجاد نظام نوآوری.
 - ایجاد خوشه‌های صنعتی و پارک‌های فناوری.
 - رفع موانع رشد بنگاه‌های کوچک و متوسط و اصلاح قوانین و مقررات جهت تسهیل کارآفرینی.
 - طراحی نظام مالکیت ملی و بین‌المللی و حق مالکیت معنوی.
 - تقویت بخش‌های خصوصی، تعاونی و سازمان‌های غیردولتی به منظور توسعه کارآفرینی.
 - اصلاح نظام آموزشی کشور و آزمون ورودی دانشگاه‌ها باهدف توسعه دانش.
- در برنامه پنجم توسعه نیز کارآفرینی در بخش روستایی و اشتغال مورد تأکید قرار گرفت. در برنامه ششم نیز که در تیر ماه ۱۳۹۵ به دولت ابلاغ شد، کارآفرینی بیشتر در بخش شرکت‌های دانش‌بنیان و اجرای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی مورد توجه قرار گرفته است.
- علاوه بر این، داوری و رضایی (۱۳۸۵) در پژوهشی به بررسی نقش دولت و خط‌مشی‌های دولتی در توسعه کارآفرینی پرداخته و عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی را که خود می‌تواند برکشف و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه نیز تأثیرگذار باشد، در قالب نقش‌های پنج‌گانه دولت موردبررسی قرار داده‌اند. شکل (۱) گویای این مطلب است.

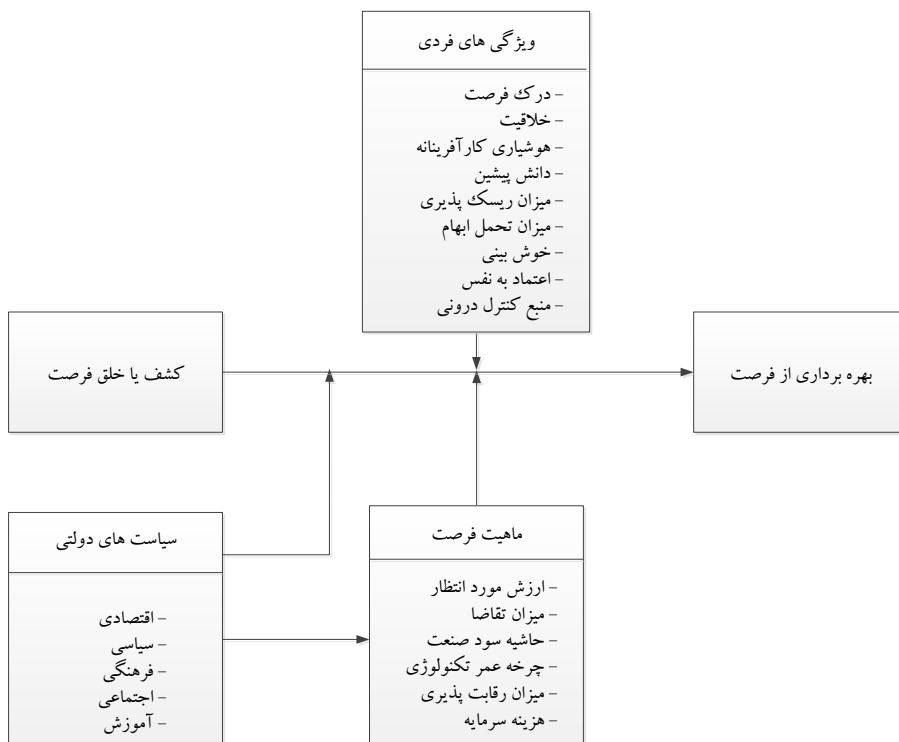


شکل ۱. الگوی پیشنهادی برای سازمان‌های مسئول توسعه کارآفرینی (داوری و رضایی، ۱۳۸۵)

۳. روش تحقیق

در پژوهش حاضر از مرور متون و بازنگری تحقیقات گذشته جهت شناسایی عوامل مؤثر بر بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه و ارائه پیشنهاد های تحقیقاتی و کاربردی در این خصوص استفاده شده است. روند اجرایی تحقیق مؤلفه سیاست‌های دولتی را به‌عنوان یکی از ابعاد مهمی که

می‌تواند نقشی میانجی در فرایند بهره‌برداری از فرصت ایفا کند، بررسی کرده و نهایتاً پیشنهادهای آتی ارائه می‌کند.



شکل ۲. مدل مفهومی نقش سیاست‌های دولت بر بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه

۴. یافته‌ها

کارآفرینی پیوندی مثبت با عملکردی دارد که مداخله سیاست‌های دولت را توجیه نمی‌کند. در واقع، آردیچ^۱ (۲۰۰۴) بیان می‌کند که دخالت دولت می‌تواند تنها در مواقع شکست‌های اساسی بازار توجیه شود. سیاست‌های دولت می‌تواند تنها محیط زمینه‌ای را فراهم آورد که جهت بروز کارآفرینی مولد سودمند است. بنابراین، دولت باید به خلق محیطی تأکید داشته باشد که برای تقسیم نیروی کار، تجاری‌سازی اختراعات و مبادله سودمند است.

در این میان درجه توسعه اقتصادی کشور نیز حائز اهمیت بوده و روابط میان سیاست‌های دولتی و فعالیت کارآفرینانه در میان کشورهای مختلف متفاوت خواهد بود. آکس و سیزرب^۲ (۲۰۰۷) استدلال کرده‌اند که کشورهای با درآمد متوسط باید بر افزایش سرمایه انسانی، ارتقای دسترسی فناوری و ترویج توسعه شرکت تمرکز داشته باشند. و بیان داشته‌اند کسب و کارهای نوپا با رشد بسیار، سرمایه‌گذاری مناسبی در کشورهای توسعه‌یافته هستند. در این کشورها، کاهش مقررات ورود کمک‌کننده نبوده و در واقع اصلاحات بازار نیروی کار و مقررات بازار مالی موقعیت‌های بهتری برای رشد این شرکت‌ها فراهم می‌آورند.

با توجه به بررسی‌های به عمل آمده و شواهد موجود در پژوهش‌های پیشین، سیاست‌های متخذه توسط دولت می‌تواند در راستای دو موضوع افزایش عایدی بنگاه‌ها و محدود کردن ضرر و زیان آن‌ها باشد که شاخصه‌های هر کدام از این دو در جدول (۱) آورده شده است.

1. Audretsch
2. Acs & Szerb

جدول ۱. قلمرو سیاست‌های دولت در زمینه افزایش عایدی و کاهش ضرر و زیان بنگاه‌های کارآفرین

(لی، پنگ و سونگ^۱، ۲۰۱۳)

	<p>- سیاست‌های دولت برای کاهش نرخ مالیاتی برای تشویق فعالیت‌های کارآفرینی و افزایش درآمد واحدهای کارآفرین.</p> <p>- سیاست‌های دولت برای کاهش موانع ورود به صنعت برای تشویق فعالیت‌های کارآفرینی و تسهیل ورود شرکت‌های تازه تأسیس و کسب و کارهای نوپا به رقابت. اجرای قوی سیاست‌های ضد تراست.</p> <p>- ایجاد شرایط موردنیاز برای سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی.</p> <p>- سیاست‌های دولت در راستای گشایش بازارهای خارجی.</p>
افزایش عایدی بنگاه‌ها	<p>- تصویب و اجرای قوانین ورشکستگی ویژه برای کارآفرینان که خروج از کسب‌وکار را برای آن‌ها تسهیل نماید.</p> <p>- گذر از هدف‌گذاری‌های صنعتی سنتی و محافظت از بنگاه‌های کارآفرین و تضمین سرمایه آن‌ها.</p>
محدود کردن ضرر و زیان بنگاه‌ها	<p>مأخذ: یافته‌های پژوهش.</p>

در مجموع با توجه به وجود سازوکارهای دولتی، فعالان بایستی همیشه تمایلات خود برای نوآوری را با فشارها جهت مطابقت با نظم عمومی متعادل سازند. سازوکارها و خط‌مشی‌های ارائه‌شده از جانب دولت نیز بایستی متناسب با مرحله رشد کشور بوده و نه تنها مانع کارآفرینی نگردد، بلکه سیاست‌هایی را اعمال کند که موجبات رشد کارآفرینی مولد را تسریع بخشد.

۵. بحث و پیشنهادات تحقیقات آتی

کارآفرینی که به عنوان کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت تعریف گردیده است، عامل اصلی توسعه اقتصادی محسوب می‌گردد. در این راستا، بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه تحت تأثیر عوامل درونی و بیرونی مختلفی بوده که به‌طور کلی می‌توان ویژگی‌های فردی کارآفرین را از جمله عوامل درونی، و ماهیت فرصت (مانند میزان تقاضا، حاشیه سود و...) را از جمله عوامل بیرونی مؤثر بیان کرد. علاوه بر این متغیری تعدیل‌تر تحت عنوان سیاست‌های دولتی وجود خواهد داشت که بر ماهیت فرصت و نیز بهره‌برداری از آن تأثیر خواهد گذاشت. چنین

1. Lee, Peng, & Song

سیاست‌هایی می‌توانند در حوزه‌های مختلف اعم از اقتصادی، سیاسی، فرهنگی، اجتماعی و آموزش در تسریع یا جلوگیری از بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه دخیل باشند.

ذکر این نکته نیز حائز اهمیت است که به منظور فرایندهای کشف (خلق) و بهره‌برداری از فرصت، میزان درآمد کشور و مرحله رشد اقتصادی بسیار حائز اهمیت بوده و ممکن است روش مورد استفاده در یک مرحله در مرحله‌ای دیگر از رشد اقتصادی، کارآمد نباشد.

در ایران با توجه به مواد برنامه ششم توسعه ابلاغی سال ۱۳۹۵ و منویات مقام معظم رهبری مبنی بر لزوم اجرای سیاست‌های اقتصاد مقاومتی، دولت می‌بایست بر روی توسعه کارآفرینی به عنوان راه اصلی اجرای اقتصاد مقاومتی تمرکز نماید، که این امر بدون در نظر گرفتن اصلاح سیاست‌های پیشین امکان‌پذیر نمی‌باشد.

در این راستا و با توجه به مطالب فوق، در ادامه پیشنهادهای کاربردی جهت تسهیل و تسریع بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه و نیز پیشنهادهای تحقیقاتی به منظور بررسی‌های عمیق‌تر در این خصوص ارائه گردیده است:

۱-۵. پیشنهادات کاربردی

- در حوزه اقتصادی پیشنهاد می‌گردد دولت با ارائه تسهیلات و زمینه‌سازی‌های لازم برای بهره‌برداری از فرصت‌های کشف (خلق) شده، موجبات رشد اقتصادی را فراهم آورد.

- در بعد سیاسی، با توجه به از بین رفتن تحریم‌های بین‌المللی و قرار گرفتن در موقعیت پساتحریم، زمینه تعامل با دیگر مناطق فراهم آمده که این خود موجب بهره‌برداری از فرصت‌هایی خواهد شد که پیش از این (به دلیل تحریم‌های موجود) امکان بهره‌برداری از آن‌ها وجود نداشته است.

- همچنین دولت می‌تواند با فرهنگ‌سازی و توسعه فرهنگ عمومی در خصوص کارآفرینی در سطح کشور و به ویژه شرکت، و ایجاد نهادهایی جهت بررسی فرایندهای کارآفرینانه و روش‌های بهره‌برداری از فرصت‌ها در سایر مناطق و تطابق آن‌ها در کشور ایران (با در نظر

گرفتن شرایط خاص هر منطقه)، لزوم اهمیت به کارآفرینی و آموزش آن را پررنگ تر نموده و موجبات رشد و توسعه اقتصادی را بیش از پیش فراهم آورد.

۲-۵. پیشنهادات تحقیقاتی

- شناسایی عوامل اقتصادی مؤثر بر بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه در ایران
- شناسایی عوامل سیاسی مؤثر بر بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه در ایران
- شناسایی عوامل اجتماعی مؤثر بر بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه در ایران
- شناسایی راهکارهای آموزشی مؤثر بر بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه در ایران
- واکاوی موانع پیش روی کارآفرینان در بهره‌برداری از فرصت و ارائه راهکارهایی جهت رفع موانع در کشور ایران

منابع

- دانایی فرد، حسن (۱۳۸۱)، "نقش دولت در ارتقای کارآفرینی: رویکرد تطبیقی"، مدیریت و توسعه، شماره ۱۳، ص ۹۰.
- داوری، علی و حمیدرضا رضایی (۱۳۸۵)، "نقش دولت و خط‌مشی‌های دولتی در توسعه کارآفرینی"، فصلنامه علوم مدیریت ایران، دوره اول، شماره ۲، صص ۱۰۹-۱۲۹.
- سیدی، هادی و امیر تقی‌خانی (۱۳۹۰)، "موانع توسعه کارآفرینی و نقش دولت در تسهیل توسعه کارآفرینی"، کار و جامعه، شماره ۱۳۵، صص ۷۶-۸۰.
- **Acs, Z. and L. Szerb** (2007), "Entrepreneurship", *Economic Growth and Public Policy Small Business Economics*, 28(2-3), pp. 109-122.
- **Aidis, R.** (2003), "Entrepreneurship and Economic Transition", *Tinbergen Institute Discussion Paper*, No.3, pp 2-15.
- **Ardichvili, Alexander; Cardozo, Richard and Ray, Sourav** (2003). "A theory of Entrepreneurial Opportunity Identification and Development". *Journal of Business Venturing*, 18, pp 105-123.
- **Audretsch, D.; Braunerhjelm, P. & Carlsson, B.** (2004). *The missing link: The Knowledge Filter and Entrepreneurship in Endogenous Growth*, London: Center for Economic Policy Research: CEPR discussion, paper no. 4783.
- **Audretsch, David, and Max, Keilbach** (2004). "Entrepreneurship Capital and Economic Performance", *Regional Studies*, 38(8), pp 949-959.
- **Baumol, W.** (1990). "Entrepreneurship: productive, unproductive and destructive", *Journal of business venturing*, 11(1), pp 3-22.
- **Cartwright, R.** (2002), *The entrepreneurial individual*, Capstone.
- **Casson, M.** (1982), *The Entrepreneur: An economic theory*, Rowman and Littlefield.
- **Companys, Y. E. and J.S. McMullen** (2007), "Strategic Entrepreneurs at Work: The Nature, Discovery, and Exploitation of Entrepreneurial Opportunities". *Small business economics*, 28(4), pp 301-322.
- **Deakins, D. and M. Freel** (2003), *Entrepreneurship and Small Firms*, London: McGraw-Hill.
- **DeGennaro, R.** (2010), *Book Review: Boulevard of Broken Dreams: Why Public Efforts to Boost Entrepreneurship and Venture Capital Have Failed—and What to Do About It* By Josh Lerner, Princeton: Princeton University Press.
- **Eckhardt, J. T., and M. P. Ciuchta** (2008), "Selected Variation: The Population-level Implications of Multistage Selection in Entrepreneurship", *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(3), pp. 209-224.

- **Hisrich, D. R. and C. Kearney** (2012), *Corporate Entrepreneurship: How to Create a Thriving Entrepreneurial Spirit Throughout Your Company*, The McGraw-Hill Companies.
- **Hisrich, Robert and Drnovsek, Mateja** (2002), "Entrepreneurship and Small Business Research – a European Perspective", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 9(2), pp 172 - 222.
- **Holman, m. ; Magnusson, M. and M. Mckelvey** (2007), "what Are Innovation Opportunities?" *Industry and Innovation*, 14(1), pp 27-45.
- **Kirzner, I. M.** (1997), "Entrepreneurial Discovery and The Competitive Market Process: An Austrian Approach". *Journal of economic Literature*, 35(1), pp. 60-85.
- **Kumar, Sameer and Liu, Dan** (2005), "Impact of Globalization on Entrepreneurial Enterprises in the World Markets", *International Journal of Management and Enterprise Development*, 2(1), pp 46–64.
- **Kuratko, F. D.; Morris, H. M. and G. J. Covin** (2011), "Corporate Innovation and Entrepreneurship; Entrepreneurial Development Within Organizations", *South-Western, Cengage Learning*.
- **Kuratko, F. D.; Morris, H. M. and G.J. Covin** (2011), "Corporate Innovation and Entrepreneurship; Entrepreneurial Development Within Organizations", *South-Western, Cengage Learning*.
- **Lee, S. ; Peng, M. and S. Song** (2013), "Governments Entrepreneurs and Positive Externalities: A Real Options Perspective", *European Management Journal*, 31(4), pp 333– 347.
- **Lee, S.; Peng, M. and S. Song** (2013), "Governments Entrepreneurs and Positive Externalities: A Real Options Perspective", *European Management Journal*, No. 31, pp. 333– 347.
- **Lundstrom, A. and L. Stevenson** (2001), "Entrepreneurship Policy for the Future", *Swedish Foundation for Small Business Research*, pp.133-156.
- **Minniti, Maria** (2008), "The Role of Government Policy on Entrepreneurial Activity: Productive, Unproductive, or Destructive?" *Entrepreneurship Theory & Practice*, 32(5), pp 779- 790.
- **Nolan, A.** (2004), "Entrepreneurship and local Economic Development: Policy Innovations in Industrialized Countries. In Based on Entrepreneurship and Local Economic Development Book", *OECD*, pp. 77-90.
- **Obaji, N. and M. Olugu** (2014), "The Role of Government Policy in Entrepreneurship Development", *Science Journal of Business and Management*, 2(4), pp.109-115.
- **Peng, M. ; Yamakawa, Y. and S. Lee** (2010), "Bankruptcy laws and entrepreneur-friendliness", *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(3), pp 517–531.
- **Powell, B.** (2008), *Making Poor Nations Rich. Entrepreneurship and the Process of Economic Development*. Stanford: Stanford University Prees.
- **Powell, Benjamin** (2008), *Making Poor Nations Rich. Entrepreneurship and the Process of Economic Development*, Stanford: Stanford University Prees.

- **Rodrick, Dani** (2009), *One Economics Many Recipes Globalization, Institutions and Economic Growth*, Princeton: Princeton University Press.
- **Sadler-Smith, E.** (2001), "The Relationship Between Learning Style and Cognitive Style", *Personality and Individual Differences*, 30(4), pp. 609-616.
- **Shane, S.** (2003), *A General Theory of Entrepreneurship: The Individual-Opportunity Nexus*, Edward Elgar Pub.
- **Shane, S. and S. Venkataraman** (2000), "The Promise of Entrepreneurship as A Field of Research", *Academy of Management Review*, 25(1), pp 217–226.
-