

Concept of Entrepreneurial Opportunity in Islam: An Explanatory Study

Alireza Akbarzadeh 

Department of Business Creation, Faculty of Entrepreneurship, College of University of Tehran, Tehran, Iran

Email: meisam.a97@gmail.com

Hossein Sadeghi* 

Department of Business Creation, Faculty of Entrepreneurship, College of Management, University of Tehran,

Iran. Email: hosadeghi@ut.ac.ir

Article Info

ABSTRACT

Article type:

Research Article

Article history :

Received 20 December 2025

Received in revised form 27

August 2025

Accepted 21 July 2025

Published online 16 March 2026

Keywords:

Islamic Entrepreneurship,
Opportunity Creation, Opportunity
Discovery, Quran.

Objective: The aim of this study is to explain the concept of entrepreneurial opportunity in the framework of Islamic entrepreneurship using Quran's verses, Shia and Sunni Hadiths, and research conducted on Islamic entrepreneurship.

Method: Using the library research method and using Quran's verses, Shia and Sunni Hadiths, as well as specific literature in the field of entrepreneurship and matching Islamic concepts with theoretical foundations of entrepreneurship, this study attempted to explain the concept of entrepreneurial opportunity in Islam and its position in the existing spectrum of theories governing the concept of opportunity.

Findings: In addition to explaining the position of religion, and specifically Islam, in business literature, the concept of opportunity was examined in its two dominant theories in entrepreneurship literature, namely, discovering opportunity and creating opportunity, in Islamic verses and Hadith, and it was found that both theories implicitly have verses and Hadith that confirm their position in Islamic entrepreneurship. Also, it was discovered that verses related to the theory of opportunity discovery have more explicitly addressed the role of opportunity and the entrepreneur's activism in line with it, and divine will plays a more prominent role in this theory based on Islamic texts than human will.

Conclusion: The concept of opportunity in Islamic entrepreneurship is more similar to the concept of opportunity in Kirzner's opportunity theory, and as a result, the main role of the Muslim entrepreneur is to search for and discover opportunities created by God and scattered by him in the world.

Cite this article: Akbarzade, AR., Sadeghi, H (2026). Concept of Entrepreneurial Opportunity in Islam: An Explanatory Study. *Journal of Entrepreneurship and Innovation Research*, 4(4), 71-89.

<https://doi.org/10.22034/eir.2025.505230.1158>



© The Author(s). Authors retain the copyright and full publishing rights without restrictions.

Publisher: Scientific Association of Entrepreneurship & Innovation in IRAN.

تبیین مفهوم فرصت کارآفرینی در اسلام

علیرضا اکبرزاده

گروه کسب و کار جدید، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: ahmadpor@ut.ac.ir

حسین صادقی *

نویسنده مسئول، گروه کسب و کار جدید، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: mehrankarami@ut.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

هدف: هدف از این پژوهش، تبیین مفهوم فرصت کارآفرینی در چارچوب کارآفرینی اسلامی با استفاده از آیات قرآن، احادیث شیعه و اهل سنت و پژوهش‌های صورت گرفته در خصوص کارآفرینی اسلامی است.

روش: با استفاده از روش تحقیق کتابخانه‌ای و استفاده از آیات قرآن، احادیث شیعه و اهل سنت و نیز متون تخصصی حوزه کارآفرینی و تطبیق مفاهیم اسلامی با مبانی نظری کارآفرینی نسبت به تبیین مفهوم فرصت کارآفرینی در اسلام و نیز جایگاه آن در طیف موجود بین نظریات حاکم بر مفهوم فرصت اقدام شده است.

نتایج: علاوه بر تبیین جایگاه دین و به طور خاص اسلام در ادبیات کسب و کار، مفهوم فرصت در دو نظریه غالب آن در ادبیات کارآفرینی یعنی کشف فرصت و خلق فرصت در آیات و روایات اسلامی مورد بررسی قرار گرفت و مشخص شد هر دو نظریه، به طور ضمنی، دارای آیات و روایاتی هستند که جایگاه آن‌ها کارآفرینی اسلامی را تایید می‌کند. همچنین مشخص شد که آیات مرتبط با نظریه کشف فرصت با صراحت بیشتری به نقش فرصت و کنشگری کارآفرین در راستای آن پرداخته‌اند و اراده الهی در این نظریه بر اساس متون اسلامی نقش پررنگ تری نسبت به اراده انسانی پیدا می‌کند.

نتیجه‌گیری: مفهوم فرصت در کارآفرینی اسلامی با مفهوم فرصت در نظریه فرصت کرزنر قرابت بیشتری داشته و در نتیجه نقش اصلی کارآفرین مسلمان جستجو و کشف فرصت‌های خلق شده و توسط خداوند و پراکنده شده توسط وی در جهان است.

نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۰۴/۳۰

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۶/۰۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۹/۲۹

تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۱۲/۲۵

کلیدواژه‌ها:

خلق فرصت، قرآن، کارآفرینی اسلامی، کشف فرصت

استناد: اکبرزاده، علیرضا، و صادقی، حسین (۱۴۰۴). تبیین مفهوم فرصت کارآفرینی در اسلام، پژوهش‌های کارآفرینی و نوآوری. ۴(۴)، ۷۱-۸۹.
<https://doi.org/10.22034/eir.2025.505230.1158>

۱. مقدمه

پژوهش‌های صورت گرفته در مورد نقش دین در کارآفرینی، مدیریت و به طور کلی دانش کسب و کار بسیار اندک هستند. دین بعنوان مفهومی غیرقابل چشم‌پوشی، به تعبیر بسیاری از پژوهشگران بیش از اندازه نادیده گرفته شده است (گموسی، ۲۰۱۴). در حالی که فعالیت‌های کارآفرینی از زوایای متعددی از جمله دیدگاه‌های اقتصادی (کاسون ۲۰۰۳)، نهادی (باتیلدا، لکا و بکسنبام، ۲۰۰۹)، سیاسی (اشنایدر و تسکه، ۱۹۹۲)، روان‌شناختی (بیگلی و بوید، ۱۹۸۷) و اجتماعی (شاپیرو و سکول، ۱۹۸۲) مورد تحقیق قرار گرفته‌اند. نقش دین در این حوزه تا حد زیادی مگر با لحاظ استثنائات، نادیده گرفته شده است (دانا، ۲۰۱۰). دیدگاه دین‌محور در مورد کارآفرینی یک دیدگاه بسیار خاص و متمایز است، زیرا معمولاً شامل روایات و احکام خاص و مفصلی با مرجعیت یک کتاب مقدس و یک هدف متافیزیکی متمایز است (گموسی، ۲۰۱۴). یک رویکرد کل‌نگر به تحقیقات کارآفرینی که مفهوم و نقش دین را در بر بگیرد، به غنای محتوایی دانش موجود کارآفرینی چه در حوزه نظری و چه در حوزه کاربردی کمک خواهد کرد. به رغم استدلال یورگن هابرماس (۲۰۰۱) مبنی بر پسا سکولار بودن جامعه معاصر و برخلاف درک مرسوم از مدرنیته به عنوان یک پدیده سکولار، دین همچنان نقش عمده‌ای در جامعه دارد. برگر (۱۹۹۹)، که سابقاً از طرفداران نظریه سکولاریزاسیون بود، اظهار داشت که جهان امروز، با لحاظ کردن برخی استثنائات، به شدت دیندار است، همانگونه که همیشه بوده و این رویکرد در برخی جوامع اکنون بیشتر از هر زمان مشهود است. این گزاره بدان معناست که مجموعه‌ای از ادبیات تاریخ‌دانان و دانشمندان علوم اجتماعی که شاکله نظریه سکولاریزاسیون را تشکیل داده اند اساساً اشتباه بوده و بسیاری اعتراف به این اشتباه را آغاز کرده‌اند.

اسلام که در حال حاضر دومین دین بزرگ جهان است (هیل، ۲۰۰۸)، در قرآن به عنوان تسلیم شدن در برابر خدا یا اراده وی توصیف شده است (کالن و پاروتیه، ۲۰۰۸). خاستگاه اسلام حضرت محمد (ص) است که به عنوان حامل و مبلغ وحی خداوند تلقی می‌شود (لودویگ، ۲۰۰۱). اسلام جنبه‌های بیرونی (مادی) کار را مثبت می‌بیند و اخلاق و احکام اسلامی کار به وضوح استدلال می‌کند که مشارکت در فعالیت‌های اقتصادی یک الزام است (یوسف، ۲۰۰۱). بنابراین کار منبع استقلال و وسیله‌ای برای رسیدن به زندگی کامل است. قرآن همچنین به نفع تجارت آزاد و سود مشروع، تا زمانی که با اخلاق اسلامی سازگار باشد و دیگران را استثمار نکند، صحبت کرده است (لودویگ، ۲۰۰۱). در واقع، اسلام با استفاده مناسب از منابعی که خداوند فراهم کرده، رفاه را تشویق می‌کند. چنین منابعی برای تأمین بقای اولیه و نیازهای فیزیکی و همچنین انباشت ثروت مهم تلقی می‌شوند (کریگر و سنگ، ۲۰۰۵). در نتیجه، آن دسته از کارکنان که به اسلام معتقد باشند، احتمالاً ارزش‌های مادی کار را در کنار ارزش‌های معنوی دنبال خواهند کرد، زیرا این ارزش‌ها با آموزه‌های اسلامی سازگار بوده و به تبع آن باعث می‌شود کارکنان مسلمان جنبه مادی و بیرونی کار خود را مثبت ببینند. برای مسلمانان، زندگی اقتصادی به عنوان وسیله‌ای برای رسیدن به هدف معنوی، یعنی جایی که رفاه به معنای زندگی با فضیلت است، در نظر گرفته می‌شود (کریگر و سنگ، ۲۰۰۵).

در سایه این مبانی و با در نظر گرفتن کارآفرینی بعنوان شتاب دهنده توسعه اقتصادی (هیسریچ، پیترز و شپرد، ۲۰۱۲؛ رضانی، رضی، گرگوری-رشتی و همکاران، ۲۰۱۴) از طریق ایجاد شغل، درآمد و بهبود رفاه و پیوند اقتصادهای محلی به عرصه جهانی (هندرسون، ۲۰۰۲) که خود از طریق شناسایی یا خلق، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه بعنوان یک مفهوم حیاتی امکان‌پذیر می‌گردد (کرزنر، ۱۹۷۳؛ شین، ۲۰۰۳)، مطالعه حاضر به دنبال تبیین مفهوم و جایگاه فرصت کارآفرینانه در مبانی نظری کسب‌وکار اسلامی با محوریت پژوهش‌های انجام شده در حوزه کسب و کار اسلامی، قرآن و احادیث اسلامی (شیعه و اهل سنت) می‌باشد.

در این مطالعه هر دو رویکرد حاکم بر مفهوم فرصت (خلق و کشف) در مبانی اسلامی مورد بررسی قرار گرفته و رویکرد غالب فرصت‌شناسی در کسب و کار اسلامی از منظر شناسایی یا خلق استخراج می‌گردد.

این مقاله، بر اساس یافته‌های این پژوهش، به تبیین مدلی برای ارزیابی و تسهیل استقرار شتاب‌دهنده‌های شرکتی می‌پردازد. مدل ارائه شده نه تنها ابعاد مختلف نوآوری باز را در بر می‌گیرد، بلکه به‌طور خاص نیازهای سازمان‌های ایرانی را نیز در نظر دارد. نتایج این پژوهش می‌تواند راهگشای شرکت‌ها در بهره‌برداری از منابع خارجی برای ارتقای نوآوری داخلی و تقویت جایگاه آن‌ها در اکوسیستم نوآوری کشور باشد. در نهایت، این پژوهش می‌کوشد تأثیرات مثبت شتاب‌دهنده‌های شرکتی را بر توسعه فناوری، نوآوری و اقتصاد کشور تبیین کرده و چارچوبی عملیاتی برای بهره‌برداری مؤثر از این رویکرد نوین ارائه دهد.

۲. طرح مسئله و هدف پژوهش

مواضع ضمنی آیات قران و احادیث شیعه و اهل سنت در خصوص مفهوم فرصت و نگرش خلقی و یا کشفی اسلام به این مفهوم، مستلزم مطالعه دقیق و عمیق مفهوم فرصت و تطبیق آن با نگرش اسلامی فرصت به منظور استخراج مواضع نسبتاً صریح‌تری در قبال مفهوم مذکور است.

در این راستا، مطالعه حاضر پس از بررسی مفهوم فرصت کارآفرینی بر اساس مبانی نظری کارآفرینی و برشمردن نگرش‌های اصلی در خصوص فرصت در متون تخصصی به دنبال پاسخ به این سوال خواهد بود که: نگرش اسلامی به فرصت کارآفرینی به کدام یک از دو نگرش اصلی نظریه کارآفرینی (نگرش کشف فرصت و نگرش خلق فرصت) نزدیک تر است؟

مطالعه حاضر با استفاده از روش تحقیق کتابخانه‌ای و استفاده از آیات قران، احادیث شیعه و اهل سنت و نیز متون تخصصی حوزه کارآفرینی و تطبیق مفاهیم اسلامی با مبانی نظری کارآفرینی نسبت به استخراج پاسخ به این سوال اقدام می‌نماید.

جایگاه اسلام در دانش کارآفرینی

عمده پژوهش‌های صورت گرفته، کارآفرینی را به عنوان یک ساز و کار جهانی بررسی کرده و نقش زمینه و عوامل زمینه‌ای را نادیده گرفته‌اند (دانا و دانا، ۲۰۰۵). با این حال، کارآفرینی یک مفهوم وابسته به فرهنگ است و مطالعات بیشتری برای بررسی فرآیندهای خردی که در دل فرهنگ‌های خاص تعبیه شده‌اند مورد نیاز است (دانا، ۱۹۹۵). مطالعات جهانی به ندرت فرهنگ و نقش آن را بررسی می‌کنند. در نتیجه، آنچه اهمیت می‌یابد، نحوه تأثیرگذاری این عوامل بر ایجاد فرصت است.

دانا (۲۰۱۱) ادعا می‌کند که ادیان غالباً دارای رویکردی بی‌طرف هستند و نه کارآفرینی را ترویج و نه ممنوع می‌کنند اما بسیاری از نویسندگان دیگر قویاً استدلال کردند که اسلام از طریق تشویق ابتکار عمل و نیز مالکیت خصوصی، مانع توسعه نشده و در واقع کارآفرینی را مجاز یا تشویق می‌کند (بیکان، ۱۹۹۶؛ حنیف، ۲۰۰۵؛ پیستوری و فاهد-صریح، ۲۰۱۰). کارآفرینی بر این اساس بخشی از فرهنگ اسلامی، مطابق آموزه‌های پیامبر اکرم (ص) و یارانش می‌باشد و اسلام همواره همه مسلمانان را به نوآوری، کارآفرینی و فعالیت اقتصادی دعوت می‌کند. اسلام همچنین دین دانش است (سولیوان، ۲۰۰۴) و سنت اسلامی همواره رویکردی مثبت به فعالیت اقتصادی داشته است و خاطرنشان کرده است که پیامبر اسلام پیش از بعثت تاجر بوده است (وینن، ۱۹۹۷). در نتیجه، بسیاری از کارآفرینان مسلمان به کارآفرینان موفق در جهان تبدیل می‌شوند.

ادعاهایی مبنی بر اینکه اسلام تمایل به بازدارندگی از توسعه دارد (وبر، ۱۹۶۳) یا اینکه مسلمانان به طور کلی از دستاوردهای پایینی برخوردار هستند (مک لیلاند، ۱۹۶۱) حتی از سوی روشنفکران غربی به چالش کشیده شده است. تعدادی از متفکران غربی در کنار پژوهشگران مسلمان به ماهیت ترقی‌خواه اسلام اذعان داشته و به نگرش مثبت آن نسبت به رفاه و مطلوبیت فعالیت کارآفرینانه از نوع مولد پی برده‌اند (زپلسکا، بروزیک و شوکلیان، ۲۰۰۵؛ ویلسون، ۲۰۰۶).

کارآفرینی از منظر اسلامی یکی از بسیاری از جنبه‌های زندگی است که در قرآن به آن پرداخته شده است. کارآفرینی در بافت اسلامی نوعی عبادت در رفع نیازهای متوازن زندگی از جنبه‌های مادی و اخروی یا آخرت است (مبارک، رحمان و یعقوب، ۱۳۹۳). تمامی آیات مرتبط با کار دلیل یا تذکری است برای انسانها برای تلاش و کوشش و بهره‌مندی از همه منابعی که خداوند متعال در این دنیا فراهم کرده است و کارآفرینی یکی از فعالیتهای اقتصادی توصیه شده بر اساس این آیات است (مبارک، رحمان و یعقوب، ۱۳۹۳).

کارآفرین مسلمان به فردی اطلاق می‌شود که برای رفع نیازهای جامعه برای کسب منفعت در دنیا و سعادت در آخرت مسئولیت دارد. مفهوم کارآفرینی اسلامی بر ادغام عناصر معنوی با زندگی دنیوی تأکید دارد چرا که اسلام در هر جنبه از زندگی برای انجام وظیفه به عنوان جانشین خداوند در جهان به طور ایده آل عمل می‌کند (حمید و سّری، ۲۰۱۱) و یک کارآفرین مسلمان دارای شخصیتی است که بر اعمال او و نحوه تعامل او با مسائل مبتنی بر ارزش‌های اسلامی تأثیر می‌گذارد (کامسا و ذکریا، ۲۰۰۸). دین و فعالیت اقتصادی تفکیک ناپذیرند و در نتیجه مجموعه رفتارهای اقتصادی نه تنها بر اساس رهنمودهای سکولار، قانونی و اخلاقی، بلکه با رهنمودهای دینی نیز هدایت می‌شود. جنبه دینی کارآفرینی اسلامی بیانگر این است که موفقیت نه تنها با موفقیت مالی شخصی، بلکه با میزان دستیابی به اهداف مذهبی نیز سنجیده می‌شود که می‌تواند به کارآفرینان در زندگی پس از مرگ پاداش دهد (حسن و هیپلر، ۲۰۱۴).

فرصت کارآفرینی

مفهوم فرصت و جستجوی آن، در قلب کارآفرینی قرار می‌گیرد. شین (۲۰۰۳) استدلال می‌کند که فرصت کارآفرینی با سایر موقعیت‌های کسب سود متفاوت است، زیرا فرصت کارآفرینی به جای بهینه‌سازی در چارچوب موجود و قدیمی نیازمند ایجاد یک چارچوب جدید برای دستیابی به اهداف است. این مهم از این جهت حائز اهمیت است که ویژگی‌های فرصت می‌تواند تأثیر قابل توجهی بر فرآیند کارآفرینی داشته باشد و در نتیجه، منبع و خواستگاه فرصت کارآفرینی در شکل‌گیری فعالیت مهم می‌شود. شین و ونکترمن (۲۰۰۰) فرصت کارآفرینی را به این صورت تعریف می‌کنند:

موقعیت‌هایی که در آن کالاها، خدمات، مواد خام و روش‌های سازمان‌دهی جدید می‌توانند با قیمتی بیشتر از هزینه تولیدشان معرفی و فروخته شوند.

هسته اصلی این تعریف، نقش کارآفرین است که از محل فرصت ایجاد ارزش می‌کند (شین، ۲۰۰۳). با این حال، ساراسواتی، دیو، ولموری و همکاران (۲۰۰۳) مفهوم فرصت و شناسایی آن را جدا از مفهوم ونچر و ماجراجویی کسب و کاری می‌داند زیرا ایده‌ها و اختراعات جدید ممکن است منجر به دستیابی به یک یا چند هدف اقتصادی شود که از طریق آن ایده‌ها یا اختراعات ممکن می‌شود. از این رو، آنها استدلال کردند که کارآفرینی شامل سه مرحله از انبثات ایده‌های جدید، اعتقاد به نتیجه و اقداماتی است که شکل‌گیری ماجراجویی کسب و کاری را ایجاد می‌کند.

در ادبیات رایج، فرصت‌های کارآفرینی از طریق دو فرآیند اصلی کشف فرصت و خلق فرصت به دست می‌آیند (آلوارز و بارنی، ۲۰۰۷). مفهوم کشف فرصت توسط کرزنر (۱۹۷۳) مطرح شد که معتقد است فرصت‌ها با هوشیاری کارآفرین برای بررسی سیستمی و جستجوی شکاف‌ها در بازار برای تولید محصولات یا خدمات جدید «کشف» می‌شوند. کرزنر معتقد است که سطوح متفاوت دسترسی به اطلاعات موجود منبع فرصت‌های کارآفرینی هستند. نظریه کشف فرصت بر این باور است که نواقص رقابتی به دلیل عوامل خارجی مانند تغییرات در فناوری، ترجیحات مصرف‌کننده یا دیگر جنبه‌های بازار یا زمینه صنعت پدیدار می‌شوند (کرزنر، ۱۹۷۳؛ آلوارز و بارنی، ۲۰۰۷).

شناخت این عوامل به‌عنوان منبع فرصت، فرصت‌ها را به‌عنوان پدیده‌های واقعی و عینی، فارغ از رفتار و تفکر کارآفرینان و نیز به‌عنوان پدیده‌هایی حاضر و در انتظار کشف و بهره‌برداری از آن‌ها تعریف می‌کند (آلوارز و بارنی، ۲۰۰۷؛ مک‌کلوی، ۱۹۹۹). این مهم بدان معناست که کارآفرینان کشفی بر پیش‌بینی ریسک‌های سیستمی، تدوین استراتژی‌های کامل و باثبات و تأمین سرمایه از منابع خارجی تمرکز می‌کنند (کلین، ۲۰۰۸). هنگام در نظر گرفتن رویکرد کشف، اقدامات کارآفرینانه بیشتر نتیجه شوک‌های بیرونی هستند یعنی جایی که نقش کارآفرین صرفاً این است که نسبت به شکاف‌های فرصت هوشیار باشد (آلوارز و بارنی، ۲۰۰۷؛ شین، ۲۰۰۳).

خلق فرصت دومین منبع اصلی شناسایی فرصت‌ها است. این رویکرد با نظریه کشف که در آن فرصت‌ها به‌عنوان پدیده‌هایی عینی و در انتظار کشف در نظر گرفته می‌شوند متفاوت است. پژوهشگران نظریه خلق ادعا می‌کنند که فرصت‌ها به صورت اجتماعی ساخته می‌شوند و مستقل از ادراک کارآفرین وجود ندارند (آلوارز و بارنی، ۲۰۰۷). در نتیجه، نظریه خلق فرض می‌کند که فرصت‌ها به‌وجود می‌آیند و ناشی از روش کارآفرینان برای جستجوی محصولات یا خدمات جدید هستند (آلوارز و بارنی، ۲۰۰۷؛ بیکر و نلسون، ۲۰۰۵؛ ساراسواتی، ۲۰۰۱؛ ویک، ۱۹۷۹). کنش کارآفرین در این رویکرد منبع فرصت است و از این رو، کارآفرینان نه جستجو می‌کنند و نه منتظر فرصت‌هایی هستند که از عوامل خارجی مانند شوک‌ها به‌صورت ناخواسته ظاهر شود. در عوض، آنها برای ایجاد فرصت‌ها عمل می‌کنند (بیکر و نلسون، ۲۰۰۵؛ بهید، ۱۹۹۹؛ ساراسواتی، ۲۰۰۱). نظریه خلق بر خلاف همتای عینیت‌گرای خود یک پدیده ذهنی است زیرا فرصت در این نظریه بخشی از ذهنیت کارآفرینی است (کلین، ۲۰۰۸). این رویکرد مبتنی بر مفهوم شومپتتری از اختلال است و بنابراین، فرصت‌های نظریه خلق از فعالیت‌های نامتعادل ساز شومپتتر (۱۹۳۴) حاصل می‌شوند. از این منظر، محیط ناهمگون است و افراد تجربیات و دانشی دارند که لزوماً در دسترس دیگران نیست.

اسلام و خلق فرصت

در متون اسلامی، اشارات متعددی (به‌طور ضمنی) به مفهوم خلق فرصت توسط مسلمانان در حوزه کسب و کار و فعالیت اقتصادی شده است. مطالعه حاضر مفهوم خلق فرصت را از دو منظر آیات و روایات مورد بررسی قرار داده است.

خلق فرصت بر اساس آیات قرآن

مطابق تعبیر شومپیتر از خلق فرصت (۱۹۳۴) آیات زیر در بردارنده مفاهیم نوآوری، ابتکار عمل و خلاقیت و کوشش در راستای تغییر وضعیت موجود (تعبیری معادل برهم زدن تعادل از طریق تخریب خلاق شومپیتری (۱۹۳۴)) هستند:

- آیه ۱۱ سوره رعد:

خدا حال هیچ قومی را دگرگون نخواهد کرد تا زمانی که خود آن قوم حالشان را تغییر دهند (و از نیکی به بدی نشتابند).

بر اساس این آیه، برخورداری از نعمات بیرونی و ظاهری وابسته به کمالات نفسانی و حالات درونی انسان است و انسان به اجتناب از شناس، بخت و اقبال سفارش شده چرا که سرنوشت انسان به دست خود وی قرار گرفته است (قرائتی، ۱۳۸۳). نگاه ذهنیت‌گرایی موجود در این آیه در کنار وابستگی تغییر به اراده شخص انسان (مجازاً شخص کارآفرین) می‌تواند حاکی از رویکرد ضمنی این آیه به مفهوم خلق فرصت باشد.

- آیه ۳۹ و ۴۰ سوره نجم:

...و اینکه برای انسان بهره‌ای جز سعی و کوشش او نیست و اینکه تلاش او بزودی دیده می‌شود، بر اساس این آیه، اقدام انسان با پاداش‌های بهتری پاسخ داده می‌شود و در هر لحظه وضعیت انسان ما حاصل تلاش و کوشش وی خواهد بود. بر این اساس، انسان مکلف به انجام وظیفه بوده و تا حصول نتیجه به سعی و تلاش تکلیف شده است (قرائتی، ۱۳۸۳).

نقش پررنگ انسان و کنش انسانی، وضعیت موجود را ماحصل عمل و ابتکار ضمنی انسان در آن معرفی کرده و انسان (مجازاً کارآفرین) را به کنشگری فعال در امور خود تکلیف می‌کند.

- آیه ۸۰ سوره انبیا:

...و ما به او [داوود] صنعت زره ساختن برای شما آموختیم تا شما را از زخم شمشیر و آزار یکدیگر محفوظ دارد، آیا شکر به جای می‌آورید؟

خداوند در این آیه خلاقیت و ابتکار عمل را عنصر اصلی خلق فرصت، خلق کسب و کار و بی‌نیازی معرفی کرده و بر اساس روایات: «پس خداوند نرم فرمود برای او آهن را، هر روز زره‌ای می‌ساخت و می‌فروخت به هزار درهم. پس سیصد و شصت زره ساخت، فروخت به سیصد و شصت هزار درهم، و بی‌نیاز شد از بیت المال.» (عبدالعظیمی، ۱۳۶۳) در نتیجه و بر اساس آیه فوق، ضرورت بکارگیری خلاقیت انسانی بعنوان یک نعمت الهی و غیبی بعنوان ابزار اصلی خلق فرصت و بی‌نیازی انسان (مجازاً شخص کارآفرین) قابل استنتاج خواهد بود.

- آیه ۹ سوره زمر:

(آیا آن کس که شب و روز به کفر و عصیان مشغول است بهتر است) یا آن کس که ساعات شب را به طاعت خدا به سجود و قیام پردازد و از عذاب آخرت ترسان و به رحمت الهی امیدوار است؟ بگو: آیا آنان که اهل علم و دانشند با مردم جاهل نادان یکسانند؟ منحصرآ خردمندان متذکر این مطلبند.

این آیه با برجسته کردن نقش دانش، جایگاه اهل عقل و کسانی که اهل دانش و تعقل باشند را نسبت به فاقدین آن متعالی دانسته و بر این اساس، افراد صاحب علم را خردمند و توانمند در پندگیری معرفی نموده است (قرائتی، ۱۳۸۳). با در نظر گرفتن اهمیت جایگاه دانش در کارآفرینی، فارغ از نظریه‌ی حاکم بر فرصت، اسلام با برجسته کردن جایگاه دانش اشاره به نقش آن در توانمندسازی انسان (مجازاً کارآفرین) و نیز توسعه و ارتقای روحیه خلاقیت و نوآوری وی دارد.

- آیه ۶۱ سوره هود:

...و به سوی قوم نمود، برادرشان صالح را [فرستادیم] گفت: ای قوم من! خدا را بپرستید؛ شما را جز او هیچ معبودی نیست، و او شما را از زمین به وجود آورد و از شما خواست که در آن آبادانی کنید؛ بنابراین از او آمرزش بخواهید، سپس به سوی او بازگردید؛ زیرا پروردگارم [به بندگان] نزدیک و اجابت کننده دعای آنان است.

متن صریح قرآن در این آیه، نمی‌گوید خداوند زمین را آباد کرد و در اختیار شما گذاشت، بلکه می‌گوید عمران و آبادی زمین را به شما تفویض کرد، اشاره به این که وسائل از هر نظر آماده است، اما شما باید با کار و کوشش زمین را آباد سازید و منابع آن را به دست آورید و بدون کار و کوشش سهمی ندارید (مکارم شیرازی، ۱۳۸۶)

اشاره به مفهوم کنش در راستای عمران و آبادی در زمین، مجاز از ابتکار عمل و داشتن نوآوری توسط انسان کنشگر و کارآفرین است که از ماهیت تشویقی و سفارشی خود خارج و در قالب یک تکلیف مطرح گردیده است. بنابر این، لازمه‌ی خلق فرصت توسط کارآفرین مسلمان داشتن ابتکار عمل و نوآوری و بکارگیری آن در امور عینی است.

خلق فرصت بر اساس روایات و احادیث

مطابق تعبیر خلق فرصت از شومپتر (۱۹۳۴) احادیث زیر در بردارنده مفاهیم نوآوری، ابتکار عمل و خلاقیت و کوشش در راستای تغییر وضعیت موجود (تعبیری معادل برهم زدن تعادل از طریق تخریب خلاق شومپتری (۱۹۳۴)) هستند:

- صحیح بخاری - حدیث ۲۰۷۲ (سفارش پیامبر به کنش و ابتکار عمل):

هیچکس غذایی بهتر از آنچه به دست خود کسب کرده نخورده است. پیامبر خدا، داوود (ع)، از ماحصل کار خود [مزد آهنگری] ارتزاق می کرد.

مطابق حدیث فوق، پیامبر اسلام (ص) به کنشگری فعال انسان (مجازا کارآفرین) برای کسب روزی تاکید داشته و خلق فرصت را محصول تلاش فعالانه و ابتکار شخص کارآفرین (به طور ضمنی) معرفی می کند.

- مسند احمد - حدیث ۲۳۴۵۶ (تبیین نوآوری مفید از کلام پیامبر)

بهترین مردم مفیدترین آن ها برای غیر است.

بر این اساس، آن نوع از نوآوری مورد تایید اسلام و شخص پیامبر است که به افزایش سطح عمومی رفاه جامعه منجر شود و چنین نوآوری‌ای را می توان در ادبیات تخصصی در زمره نوآوری مرتبط با کارآفرینی مولد طبقه بندی نمود.

- غرر الحکم - حدیث ۱۰۱۰۶ (ابتکار عمل از دید امام علی (ع))

خرد یک خردمند در ساخت فرصت از دل مصائب و مشکلات است.

امام علی (ع) در این حدیث، داشتن ابتکار عمل و رفتار نوآورانه در شرایط سخت را نشانه خرد یک انسان کنشگر و عامل تغییر (مجازا کارآفرین) دانسته و بر آن تاکید و سفارش می کند.

- اصول کافی - حدیث ۲۲ (اهمیت دانش از دید امام جعفر صادق (ع))

دانش به مانند یک گنج است و پرسش کلید آن، پس دانش بدست آورید که دانش فرونی فرصت هاست.

امام جعفر صادق (ع) در این حدیث، دانش را عامل توانمندساز انسان برای خلق فرصت های جدید دانسته و آن را از حیث ارزشمندی به مثابه گنج معرفی می کند.

اسلام و کشف فرصت

در متون اسلامی، اشارات متعددی (به طور ضمنی اما با صراحت بیشتری نسبت به مفهوم خلق) به مفهوم کشف فرصت توسط مسلمانان در حوزه کسب و کار و فعالیت اقتصادی شده است. مشابه خلق فرصت، مفهوم کشف فرصت نیز در دو بستر محتوایی آیات و احادیث و روایات مورد بررسی قرار گرفته است.

کشف فرصت بر اساس آیات قرآن

مطابق تعبیر کرزنر (۱۹۷۳) و شین (۲۰۰۳) از کشف فرصت، آیات زیر در بردارنده مفاهیم هوشیاری، پیدا کردن فرصت های موجود و خلاقیت نسبت به شناسایی فرصت های پنهان در اطراف (تعبیری معادل نظریات ارائه شده توسط کرزنر و شین) هستند:

- آیه ۲۰ سوره عنکبوت:

بگو: در زمین بگردید پس با تأمل بنگرید که چگونه مخلوقات را آفرید، سپس خدا جهان آخرت را ایجاد می کند؛ زیرا خدا بر هر کاری تواناست.

بر اساس این آیه، مطالعه‌ی دقیق در آفرینش منجر به رفع شک و تردید و رسیدن به شناخت نسبت به پدیده‌های مختلف می گردد. گردش در زمین انسان کنشگر را به اندیشه واداشته و منجر به افزایش هوشیاری او نسبت به خود و وقایع اطراف او می گردد در نتیجه، مطالعه‌ی طبیعت و گردش هدفدار یک وظیفه و یک ارزش است (قرائتی، ۱۳۸۳).

مطابق تفسیر موجود از آیه، قرآن به انسان کنشگر (مجازا کارآفرین) تکلیف کرده که در راستای افزایش هوشیاری خود نسبت به اطراف اقدام کرده و از این مسیر توانایی خود در شناسایی و کشف فرصت های نهفته در محیط طبیعی برای فعالیت های اقتصادی و رفع نیاز جامعه (مصدافی از کارآفرینی) را پیدا کند.

• آیه ۲ و ۳ سوره طلاق:

... و هر که از خدا پروا کند، خدا برای او راه بیرون شدن [از مشکلات و تنگناها را] قرار می دهد. و او را از جایی که گمان نمی برد روزی می دهد، و کسی که بر خدا توکل کند، خدا برایش کافی است، [و] خدا فرمان و خواسته اش را [به هر کس که بخواهد] می رساند؛ یقیناً برای هر چیزی اندازه ای قرار داده است. بر اساس این آیه تنها امری که شکست و ناکارآمدی در آن راه ندارد خواست و اراده خداوند است و خداوند برای کنشگران متوکل بر خود فرصت‌های متعدد و خارج از حساب را خلق می کند (قرآنی، ۱۳۸۳)

با خروج انسان از جایگاه خلق فرصت و تخصیص نقش خالق فرصت‌های ارتزاق به خداوند، انسان نقشی جستجوگر برای یافتن فضل خداوند پیدا کرده و مشخصات خلاقیت و نوآوری انسان در جایگاه جستجو و شناسایی و کشف فرصت‌های نهفته در نظام عینی بروز پیدا می کند.

• آیه ۱۰ سوره جمعه:

... و چون نماز پایان گیرد، در زمین پراکنده شوید و از فضل و رزق خدا جويا شوید و خدا را بسیار یاد کنید تا رستگار شوید.

بر اساس این آیه، کسب درآمد و دریافت فضل الهی نیاز به جستجو در زمین دارد و برای کار مادی انسان باید به طور عینی جستجو کرده و به سراغ آن برود (قرآنی، ۱۳۸۳).

با توجه به تفسیر آیه، خداوند امکان کسب روزی و درآمد را برای بشر فراهم کرده و این فرصت‌های کسب و کاری در زمین پراکنده گردیده‌اند. نقش انسان بعنوان کنشگر فعال موید جستجوگری و هوشیاری وی در قبال یافتن نشانه‌هایی از فرصت‌های فراهم شده برای کسب درآمد است. کنش اقتصادی و کارآفرینی انسان بر این اساس، معلول جستجوی پیوسته‌ی وی در طبیعت و جهان عینی به منظور یافتن هرگونه امکان ارتقا، امکان بهبود و امکان راه اندازی کسب و کار در سایه مفهوم فرصت کارآفرینانه خواهد بود.

• آیه ۶۲ سوره فرقان:

... و اوست که برای کسی که بخواهد متذکر [هوشیار حقایق] شود یا بخواهد سپاس گزاری کند، شب و روز را جانشین یکدیگر قرار داد.

بر اساس این آیه، اراده و خواست انسان زمینه‌ی رشد اوست و کسب شناخت انسان مستلزم اراده از جانب وی است. آیه گذر روز و شب (زمان) را بعنوان یک گوشزد برای محدودیت زمان موجود بیان کرده و انسان را به هوشیاری و پند گرفتن دعوت کرده است (قرآنی، ۱۳۸۳).

مطابق تفسیر موجود، محدودیت زمان موجود به مثابه محدودیت فرصت‌های در دسترس انسان و دائمی نبودن فرصت‌های اعطایی از جانب خداوند است. آیه با تاکید بر نقش خواست و اراده انسان در کسب هوشیاری و شناخت از جانب وی به نقش پررنگ مشخصه هوشیاری انسان نسبت به فرصت‌های محدود (چه از لحاظ شمار و چه از لحاظ عمز و دوام) اشاره کرده و انسان کنش‌گر را به در نظر گرفتن نقش زمان و پویایی ضمنی مفهوم فرصت‌های قابل شناسایی دعوت کرده است.

• آیه ۱۰ سوره اعراف:

... و شما را در زمین جای دادیم، و در آن برای شما وسایل و ابزار زندگی قرار دادیم، ولی بسیار اندک و کم، سپاس می گزارید.

خداوند زمین را در اختیار انسان قرار داده تا به رشد و کمال برسد و معیشت خود را تامین کند. قوانین طبیعی به نوعی تعبیه شدند که انسان توان سلطه بر آن را داشته باشد و آن را در اختیار بگیرد. توجه به نعمات الهی زمینه‌ساز رشد و شکوفایی معرفت است (قرآنی، ۱۳۸۳).

بر اساس این آیه، خداوند بعنوان خالق امکانات و نعمات و به تبع آن فرصت‌های بهره برداری از این نعمت‌ها و امکانات به طور صریح معرفی شده و انسان را به نداشتن غفلت نسبت به این نعمات تکلیف کرده است. بنابر این، انسان کنشگر در راستای تحقق هرگونه کنش اقتصادی و کارآفرینی به مثابه آن نقشی اکتشافی و جستجوگر پیدا کرده که باید پیوسته غفلت را از خود دور کند. هوشیاری کارآفرینانه در این آیه بعنوان نقطه‌ی مقابل غفلت قابل طرح و توجه است و انسان کنشگر در سایه هوشیاری کارآفرینانه قابلیت کشف فرصت‌های خلق شده از جانب خداوند در سطح عالم عین را پیدا خواهد کرد.

کشف فرصت بر اساس روایات و احادیث

مطابق تعبیر کرزرن (۱۹۷۳) و شین (۲۰۰۳) از کشف فرصت، احادیث و روایات زیر در بردارنده مفاهیم هوشیاری، پیدا کردن فرصت‌های موجود و خلاقیت نسبت به شناسایی فرصت‌های پنهان در اطراف (تعبیری معادل نظریات ارائه شده توسط کرزرن و شین) هستند:

- مسند احمد - حدیث ۲۳۴۰۵ (غنیمت شمردن فرصت‌های موجود از قول پیامبر)

پنج چیز را پیش از پنج چیز غنیمت شمارید: جوانی را قبل از پیری، سلامت را قبل از بیماری، ثروت را قبل از فقر، فراق را قبل از مشغولی و زندگی را قبل از مرگ

پیامبر اسلام (ص) با پیش فرض گرفتن فرصت‌های موجود بعنوان نعمات خلق و اعطا شده از جانب خداوند، مسلمانان را به هوشیاری نسبت به حفظ و غنیمت شماری از آن‌ها سفارش می‌کند. در این مفهوم کنش انسانی در قبال فرصت‌های موجود نه در مقام خلق و تصرف بلکه در مقام کشف و شناسایی است.

- صحیح بخاری - حدیث ۶۴۱۲ (غنیمت شمردن فرصت از قول پیامبر)

دو نعمت است که همواره از جانب بسیاری اسراف می‌شود: سلامت و فراق

به طور مشابه، پیامبر اسلام (ص) با پیش فرض گرفتن فرصت‌های موجود بعنوان نعمات خلق و اعطا شده از جانب خداوند، عدم هوشیاری نسبت به فرصت و از دست رفتن فرصت ناشی از بی توجهی را مصداق اسراف معرفی می‌کند. در این مفهوم نیز کنش انسانی در قبال فرصت‌های موجود نه در مقام خلق و تصرف بلکه در مقام کشف و شناسایی است.

- نهج البلاغه - حکمت ۲۰

فرصت‌ها همچون ابر در گذرند، فرصت‌های خوب را غنیمت شمارید.

امام علی (ع) با تخصیص یک مشخصه پویا به مفهوم فرصت (مشابه آیه ۶۲ سوره فرقان) مسلمانان را به هوشیاری نسبت به عمر محدود فرصت و زمان محدود کشف و بهره برداری از آن‌ها سفارش کرده و همچنین بر ارزیابی بهینه فرصت‌ها نیز تاکید نموده و اظهارداشته که انسان کنشگر (کارآفرین) باید پیوسته به دنبال بهترین گزینه‌ها از میان فرصت‌های کشف شده باشد.

- غرر الحکم - حدیث ۱۰۱۲

کار خیر را به تعویق نیندازید چرا که فرصت‌ها به سرعت در گذرند.

مطابق حکمت ۲۰ نهج البلاغه، امام علی (ع) با تخصیص یک مشخصه پویا به مفهوم فرصت (مشابه آیه ۶۲ سوره فرقان) مسلمانان را به هوشیاری نسبت به عمر محدود فرصت و زمان محدود کشف و بهره برداری از آن‌ها سفارش کرده و در صورت کسب دانش مبنی بر بهینه بودن فرصت شناخته شده، مسلمانان را به تعجیل در بهره‌برداری از آن سفارش نموده است.

۳. یافته ها

با در نظر گرفتن متن صریح قرآن و نیز احادیث شیعه و اهل سنت در خصوص مفهوم فرصت مشخص شد که: آیات متعددی به طور ضمنی به رویکرد خلق فرصت در کارآفرینی اسلامی اشاره کرده و نقش خلاق کنشگر مسلمان در محیط کسب و کاری، خلاقیت و نوآوری وی را عامل و علت فرصت کارآفرینی و خلق یک کسب و کار در سایه آن می‌دانند. بررسی احادیث شیعه و اهل سنت نیز موید نگاه مشابه در میان تعالیم پیامبر اسلام (ص) و ائمه معصوم (ع) می‌باشد. متن قرآن و احادیث شیعه و اهل سنت در مفهوم کشف فرصت نیز اشارات قابل توجه و چه بسا صریح‌تری داشتند. در این متون فرصت‌های موجود بعنوان نعماتی از سوی خداوند تعریف شدند که ماهیتی پویا و غیردائمی داشته و نیاز به هوشیاری انسان کنشگر در کشف و بهره‌برداری از خود داشتند. بررسی احادیث شیعه و اهل سنت نیز موید وجود نگاه مختلطی نسبت به فرصت کارآفرینی (هم نگرش خلقی و هم نگرش کشفی) بوده و در نتیجه تخصیص جایگاه واحدی به اسلام در قبال مفهوم فرصت کارآفرینانه را قدری سخت می‌کند.

با این وجود، از آنجایی که در رویکرد خلق فرصت مفهوم اراده و توان انسان در خلق فرصت نقش اصلی را ایفا کرده و در رویکرد کشف فرصت اراده و توان الهی محل اصلی خلق فرصت قرار می‌گیرد و انسان کنشگر صرفاً در مقام جستجو و شناسایی فرصت‌هایی است که از قبل توسط خداوند خلق شده است، بر اساس متن آیه ۳۰ سوره انسان به شرح زیر:

و تا خدا نخواهد، نخواهید خواست؛ یقیناً خدا همواره دانا و حکیم است.

خالقیت انسان در طول خالقیت الهی قرار گرفته و توانایی خلق توسط انسان خود محصول خواست و اراده خداوند است. در نتیجه، با تخصیص جایگاه خالقیت فرصت به خداوند بر اساس متن صریح آیه ۳۰ سوره انسان و نیز قابلیت استخراج تفاسیر سازگار با مفهوم کشف فرصت از آیاتی که بعنوان آیات خلق فرصت طبقه‌بندی شده بودند، مفهوم فرصت در کارآفرینی اسلامی با مفهوم فرصت در نظریه کشف کرزنر (۱۳۷۳) و شین (۲۰۰۳) قرابت بیشتری خواهد داشت.

۴. نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادات:

مطالعه حاضر به دنبال تبیین مفهوم فرصت کارآفرینی در اسلام بر اساس قرآن، احادیث و پژوهش‌های تخصصی انجام گرفته در این حوزه بود که در آن ابتدا به بررسی جایگاه دین و اسلام در ادبیات کسب و کار پرداخته شد و سپس نظریات اصلی حاکم بر مفهوم فرصت کارآفرینی طبقه‌بندی شده و مورد بررسی قرار گرفتند. در مرحله بعد، بر اساس آیات قرآن و احادیث نقل شده توسط علمای شیعه و اهل سنت به تبیین دو نگرش حاکم بر مفهوم فرصت در ادبیات کارآفرینی عینی کشف فرصت و خلق فرصت پرداخته شد و مشخص شد که مطابق بر آیات و روایات موجود، کارآفرینی اسلامی یک جایگاه بینابینی نسبت به هر دو نظریه اتخاذ کرده چرا که آیات و روایات موید و مرتبط با هر دو نظریه موجود بودند. با این وجود، تعمق در آیات و مبانی نظری اسلام و مبانی توحید خداوند در مقام اراده بر اساس سوره انسان آیه ۳۰ تخصیص یک جایگاه واحد به مفهوم فرصت در کارآفرینی اسلامی را امکان‌پذیر کرده و در سایه این تبیین، مشخص شد که مفهوم فرصت در کارآفرینی اسلامی با مفهوم فرصت در نظریه کشف قرابت بیشتری دارد. در تطابق مفهوم فرصت با این نظریه در اسلام، خداوند بعنوان خالق نعمات و امکانات عینی و مادی، فرصت‌های قابل کشف و بهره‌برداری را برای انسان خلق و در سرتاسر زمین پراکنده کرده و انسان کنشگر یا کارآفرین در مقام جستجوگر باید با توسعه مشخصه هوشیاری در خود در راستای کشف این فرصت‌ها از طریق جستجو و کسب شناخت در محیط طبیعی کوشش کند.

۵. منابع

- بخاری، محمد اسماعیل. (بی‌تا). صحیح بخاری. تهران: دارالکتاب العلمیه.
- تمیمی آمدی، عبدالواحد بن محمد. (بی‌تا). غررالحکم و درر الکلم. تهران: دارالحدیث.
- احمد بن حنبل. (بی‌تا). مسند احمد. تهران: دارالحدیث.
- حسینی شاه عبدالعظیمی، حسین. (۱۳۶۳). تفسیر اثنی عشری (چاپ اول). تهران: انتشارات میقات.
- قرائتی، محسن. (۱۳۸۳). تفسیر نور (چاپ یازدهم). تهران: مرکز فرهنگی درس‌هایی از قرآن.
- کلینی، محمد بن یعقوب. (۱۴۰۷ ق). اصول کافی (جلد ۱). تهران: دارالکتاب اسلامی.
- مکارم شیرازی، ناصر. (۱۳۸۶). برگزیده تفسیر نمونه (تنظیم: احمد علی بابایی). تهران: دارالکتب اسلامی.
- سید رضی. (بی‌تا). نهج البلاغه. تهران: دارالکتاب اسلامی.
- قرآن کریم. (۱۳۸۰). ترجمه ناصر مکارم شیرازی. تهران: دفتر مطالعات تاریخ و معارف اسلامی.
- Alvarez, S. A., & Barney, J. B. (2007). Discovery and creation: Alternative theories of entrepreneurial action. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1, 11–26.
- Baker, T., & Nelson, R. (2005). Creating something from nothing: Resource construction through entrepreneurial bricolage. *Administrative Science Quarterly*, 50(3), 329–366.
- Battilda, J., Leca, B., & Boxenbaum, E. (2009). How actors change institutions: Towards a theory of institutional entrepreneurship. *The Academy of Management Annals*, 3(1), 65–107.
- Beekun, R. I. (1996). *Islamic business ethics*. International Institute of Islamic Thought.

- Begley, T. M., & Boyd, D. B. (1987). Psychological characteristics associated with performance in entrepreneurial firms and small businesses. *Journal of Business Venturing*, 2(1), 79–93.
- Berger, P. L. (1999). *The desecularization of the world: Resurgent religion and world politics*. Washington, DC: William B. Eerdmans.
- Bhide, A. (1999). *How entrepreneurs craft strategies that work*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Casson, M. (2003). *The entrepreneur: An economic theory* (2nd ed.). Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Cullen, J. B., & Parboteeah, K. P. (2008). *Multinational management: A strategic approach*. Mason, OH: South-Western Publishing.
- Dana, L. (1995). Entrepreneurship in a remote sub-Arctic community. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 20(1), 57–73.
- Dana, L., & Dana, T. (2005). Expanding the scope of methodologies used in entrepreneurship research. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 2(1), 79–88.
- Dana, L. P. (2010). *Entrepreneurship and religion*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Dana, L. P. (2011). Religion as an explanatory variable for entrepreneurship. In *The world encyclopedia of entrepreneurship* (pp. 359–376). Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Gumusay, A. A. (2014). Entrepreneurship from an Islamic perspective. *Journal of Business Ethics*. <https://doi.org/10.1007/s10551-014-2223-7>
- Habermas, J. (2001). *Glauben und Wissen* (Friedenspreis des Deutschen Buchhandels 2001). Frankfurt am Main, Germany.
- Hamid, S. A., & Sa'ari, C. Z. (2011). Reconstructing entrepreneur's development based on al-Qur'an and al-Hadith. *International Journal of Business and Social Science*, 2(19).
- Haneef, M. A. (2005). Can there be an economics based on religion? The case of Islamic economics. *Post-Autistic Economics Review*, 34, 41–52.
- Hassan, M. K., & Hippler, W. J., III. (2014). Entrepreneurship and Islam: An overview. *Econ Journal Watch*, 11(2), 170–179.
- Henderson, J. (2002). Building the rural economy with high-growth entrepreneurs. *Economic Review, Federal Reserve Bank of Kansas City*, 87(3), 45.
- Hill, C. (2008). *Global business today*. New York, NY: Irwin-McGraw-Hill.
- Hisrich, R. D., Peters, M., & Shepherd, D. (2012). *Entrepreneurship* (9th ed.). New York, NY: McGraw-Hill Education.
- Kamsah, M. F., & Zakaria, M. (2008). *Langkah bijak usahawan terbilang*. Kuala Lumpur, Malaysia: Telaga Biru Sdn Bhd.
- Kirzner, I. M. (1973). *Competition and entrepreneurship*. Chicago, IL: University of Chicago Press.
- Klein, P. (2008). Opportunity discovery, entrepreneurial action and economic organization. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2(3), 175–190.
- Kruger, M., & Seng, Y. (2005). Leadership with inner meaning: A contingency theory of leadership based on worldviews of five religions. *Leadership Quarterly*, 16, 771–786.
- Ludwig, T. M. (2001). *The sacred paths*. Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.
- McClelland, D. (1961). *The achieving society*. Princeton, NJ: Princeton University Press.
- McKelvey, B. (1999). Toward a Campbellian realist organization science. In J. Baum & B. McKelvey (Eds.), *Variations in organization science: In honor of Donald T. Campbell* (pp. 383–411). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Mubarak, M. Z., Rahman, A. A., & Yaacob, M. R. (2014). Spirituality in Islamic entrepreneurship: Motivation and achievements of successful entrepreneurs in Kelantan. *Journal of Techno Social*, 6(2).

- Pisturi, D., & Fahed-Sreih, J. (2010). Towards an understanding of Islam and Muslim entrepreneurship in the Middle East. In *Entrepreneurship: Values and Responsibility* (pp. 221–235).
- Ramadani, V., Rexhepi, G., Gërguri-Rashiti, S., Ibraimi, S., & Dana, L. P. (2014). Ethnic entrepreneurship in Macedonia: The case of Albanian entrepreneurs. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 23(3), 313–335.
- Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of Management Review*, 26(2), 243–263.
- Sarasvathy, S. D., Dew, N., Velamuri, S. R., & Venkataraman, S. (2003). Three views of entrepreneurial opportunity. In Z. J. Acs & D. B. Audretsch (Eds.), *Handbook of entrepreneurship research: An interdisciplinary survey and introduction*. Norwell, MA: Kluwer Academic Publishers.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217–226.
- Shane, S. (2003). *A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus*. Northampton, MA: Edward Elgar.
- Shapiro, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. In C. Kent, D. Sexton, & K. H. Vesper (Eds.), *The encyclopedia of entrepreneurship*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Schnieder, M., & Teske, P. (1992). Toward a theory of the political entrepreneur: Evidence from local government. *American Political Science Review*, 86(3), 737–747.
- Schumpeter, J. (1934). *Capitalism, socialism and democracy*. New York, NY: Harper & Row.
- Sullivan, P. (2004). Islam, economic development in the Arab world. Presentation at Centre for the Study of Islam and Democracy, National Defense University.
- Weber, M. (1963). *The sociology of religion*. Boston, MA: Beacon Press.
- Weick, K. E. (1979). *The social psychology of organizing*. Reading, MA: Addison-Wesley.
- Wienen, I. (1997). Impact of religion on business ethics in Europe and the Muslim world: Islamic versus Christian tradition. Berlin, Germany: Peter Lang.
- Wilson, R. (2006). Islam and business. *Thunderbird International Business Review*, 48(1), 109–123.
- Yousef, D. A. (2001). Islamic work ethic – A moderator between organizational commitment and job satisfaction in a cross-cultural context. *Personnel Review*, 30, 152–164.
- Zapalaska, A., Brozik, D., & Shuklian, S. (2005). Economic system in Islam and its effect on growth and development of entrepreneurship. *Problems and Perspectives in Management*, 5–10.