

Identifying and [ntroducing the Interrelated Themes of Entrepreneurial Action and Existentialism; A Phenomenological Study

Ali Khademoreza* 

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

Email: Ali_khademoreza@ut.ac.ir

Jahangir Yadollahi Farsi 

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

Email: jfarsi@ut.ac.ir

Reza MohammadKazemi 

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

Email: R_mkazemi@ut.ac.ir

Article Info

ABSTRACT

Article type:
Research Article

Article history :
Received 9 March 2025
Received in revised form 30 June 2025
Accepted 27 August 2025
Published online 25 October 2025

Keywords:
Existentialism, Entrepreneurial Action, Uncertainty, Phenomenology, Comparative research.

Objective: This article first seeks to identify existential themes and concepts in entrepreneurship on one hand and themes and components of entrepreneurial action on the other hand. It also seeks to determine the interrelated components and concepts of entrepreneurial action with the existential themes and outlines how themes of these two fields are related.

Method: This is a qualitative research and in terms of its purpose is fundamental. its methodology includes phenomenology and comparative comparison. after studying the literature of existentialism and conducting phenomenological interviews with 5 entrepreneurs, existential themes in entrepreneurship were extracted. then, by studying the literature of entrepreneurial action its components were identified. finally, through comparative comparison, interpretive analysis, and the use of thematic coding, the relation of each of the components of entrepreneurial action with existential themes was determined.

Results: 51 existential themes in entrepreneurship were elicited Due to analyzing the results of the interviews and came in 8 main clusters. also, 40 components of entrepreneurial action implied in the literature were extracted and categorized into 7 main clusters. In the end it was depicted which components of entrepreneurial action are related to which themes of existentialism. 30 out of 40 components of entrepreneurial action were identified to have a semantic and conceptual relation with existential themes.

Conclusion: The findings indicates that entrepreneurial action can be well understood and interpreted by existentialism and shows deep relation between these two scientific and conceptual fields.

Cite this article: Khademoreza, A., Yadollahi Farsi, J & Mohammadkazemi, R. (2025). Identifying and introducing the interrelated themes of entrepreneurial action and existentialism; A Phenomenological study. *Journal of Entrepreneurship and Innovation Research*, 4(3), 17-44.

<https://doi.org/10.22034/eir.2025.511304.1168>



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

Publisher: Scientific Association of Entrepreneurship & Innovation in IRAN.

شناسایی و معرفی مضامین همبسته کنش کارآفرینانه و اگزستانسیالیسم؛ یک مطالعه پدیدارشناسانه

علی خادم الرضا*

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

جهانگیر یدالهی فارسی

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

رضا محمد کاظمی

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

اطلاعات مقاله	چکیده
<p>نوع مقاله: مقاله پژوهشی</p> <p>تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۱۲/۱۸</p> <p>تاریخ بازنگری: ۱۴۰۴/۰۴/۰۹</p> <p>تاریخ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۶/۰۵</p> <p>تاریخ انتشار: ۱۴۰۴/۰۸/۰۳</p> <p>کلیدواژه‌ها: اگزستانسیالیسم، کنش کارآفرینانه، عدم قطعیت، پدیدارشناسی، مطالعه تطبیقی.</p>	<p>هدف: این مقاله به دنبال شناسایی و معرفی مضامین و مفاهیم اگزستانسیالیسم در کارآفرینی از یکسو و مضامین و مؤلفه‌های کنش کارآفرینانه از سوی دیگر است. همچنین به دنبال مشخص کردن مضامین همبسته میان حوزه‌های اگزستانسیالیسم و کنش کارآفرینانه است و چگونگی ارتباط میان مضامین این دو حوزه را ترسیم می‌کند.</p> <p>روش‌شناسی: پژوهش حاضر کیفی و از نظر هدف بنیادی است. این پژوهش از لحاظ هستی‌شناسی ذهنیت‌گرا، از لحاظ معرفت‌شناسی غیراثباتی، از لحاظ پارادایم فکری تفسیری و استراتژی و روش‌شناسی آن شامل پدیدارشناسی و مقایسه تطبیقی است. نمونه آماری شامل ۵ کارآفرین که با روش‌های نمونه‌گیری غیرتصادفی و چند مرحله‌ای انتخاب گردیدند. پس از استخراج مضامین دو حوزه اگزستانسیالیسم و کنش کارآفرینانه، با مقایسه تطبیقی، تحلیل تفسیری و با استفاده از کدگذاری مضامین، ارتباط دقیق هر یک از مؤلفه‌های این دو حوزه مشخص شدند. یافته‌ها: ۳۹ مؤلفه کنش کارآفرینانه استخراج و در قالب ۷ خوشه اصلی و همچنین ۵۱ مضمون اگزستانسیالیسم در کارآفرینی در قالب ۸ خوشه اصلی دسته‌بندی شدند. در نهایت معلوم گردید ۳۰ از ۴۰ مؤلفه کنش کارآفرینانه به صورت مستقیم با مضامین اگزستانسیالیسم ارتباط مفهومی دارند.</p> <p>نتیجه‌گیری: مشخص گردید که کدامیک از مؤلفه‌های کنش کارآفرینانه بیشترین ارتباط را با کدامیک از مضامین اگزستانسیالیسم دارند. کمیت و کیفیت این ارتباطات بر پیوند عمیق این دو حوزه دانشی و مفهومی دلالت دارد و بیان‌گر آن است که کنش کارآفرینانه از منظرهای گوناگون می‌تواند به خوبی در چارچوب فلسفه اگزستانسیالیسم و آن فهم و تفسیر شود.</p>
<p>استناد: خادم الرضا، علی، یدالهی فارسی، جهانگیر، و محمد کاظمی، رضا (۱۴۰۴). شناسایی و معرفی مضامین همبسته کنش کارآفرینانه و اگزستانسیالیسم؛ یک مطالعه پدیدارشناسانه، پژوهش های کارآفرینی و نوآوری. ۴ (۳)، ۱۷-۴۴</p> <p>https://doi.org/10.22034/eir.2025.511304.1168</p> <p>ناشر: انجمن علمی کارآفرینی و نوآوری ایران.</p>	

مقدمه

در پژوهش‌های حوزه کارآفرینی، مطالعه هویت و کنش‌های کارآفرینان همواره در مرکز توجه پژوهش‌گران بوده است (Berglund, 2015). در همین راستا کارآفرین بودن به معنی دست زدن به کنش در شرایط و احتمالاتی است که شخص آنها را به عنوان فرصتی ارزشمند تشخیص داده است (McMullen & Shepherd, 2006). شخص برای کارآفرین شدن نیازمند کنش است و کنش نیز خود شامل دانش و انگیزه می‌شود (McMullen & Shepherd, 2006). حال با توجه به اینکه کارآفرینی مجموعه‌ای از کنش‌های برگزیده به سوی نیازها، اهداف ذهنی بوده که به قصد و انتظارات کارآفرین وابسته است (Packard, 2017) و کنش کارآفرینانه نیز دارای جنبه‌های ذهنی، شهودی و دربرگیرنده ارزش‌های درونی شخص کارآفرین است (Krueger, 2007; McMullen, 2015; McMullen & Shepherd, 2006; Morales et al., 2019; Packard, 2017; Swedberg, 2007)، به منظور فهم کارآفرینی و کنش کارآفرینانه باید از پایه، یعنی معنای فردی و هدف کارآفرین شروع کرد و به این درک نائل شد که چرا کنش کارآفرینانه و جستجوی ارزش‌های جدید از طریق نوآوری و یا راه‌اندازی کسب و کار جدید، برای کارآفرینان ارزشمند تلقی می‌شود (Packard, 2017). بطور کلی می‌توان از منظرهای گوناگون به دنبال تفسیر و فهم دلایل و چرایی‌های کنش‌های انسان بود و اگزستانسیالیسم یکی از این منظرهاست.

در میان مکاتبی که به سرشت و طبیعت انسان و در نتیجه دلایل و انگیزه‌های او برای کنش می‌نگرند (Stenmark, 2012) اگزستانسیالیسم، فلسفه‌ای است که بر تقدم وجود بر ماهیت تأکید دارد، بدین معنا که فراتر و پیش‌تر از هرگونه برچسب، نقش، کلیشه و جوهره‌ای که ممکن است بر انسان نهاده شود، او به مثابه موجودی است که به صورت مستقل و آگاهانه عمل می‌کرده و به موجب کنش‌های خویش ماهیت خود را در می‌افکند (Cooper, 1964; Barrett, 2000; Agarwal & Cruise Malloy, 2016; 2014; West, 2008; Tan & Lim, 2021; Plantinga, 1983; استیونسون و همکاران، ۱۳۹۸؛ سارتر، ۱۴۰۰؛ مک‌کواری، ۱۳۹۹؛ می، ۱۴۰۰؛ می و همکاران، ۱۴۰۱؛ هایدگر، ۱۴۰۱). با نگاه به فلسفه اگزستانسیالیسم و مطالعه ابعاد آن، ملاحظه می‌شود که اگزستانسیالیسم می‌تواند منظری نو برای نگاه به کنش کارآفرینانه و فهم ریشه‌های ذهنی آن فراهم آورد (فارسی و همکاران، ۱۴۰۴) و در ارتباط با فهم و توصیف ابعاد گوناگونی از کنش کارآفرینانه مانند استفاده از فرصت‌های بیرونی (Anker, 2023)، شجاعت مواجهه با عدم قطعیت (Iswari et al., 2024)، آزادی در انتخاب (Cooper, 2016; Anker, 2023)، تصمیم‌گیری (Agarwal & Malloy, 2000; Gulbrandsen et al., 2016; West, 2008) و تحول وجودی و کاری کارآفرین (Oluwafemi & Duff, 2024)، حرکت کارآفرین به سوی اصالت (Morhart et al., 2024; Anker, 2023; Iswari et al., 2024) و عاملیت در ساخت خود و جهان (Aberšek, 2024; Anker, 2023; Tan & Lim, 2021) مورد استفاده واقع گردد.

از این‌روی پژوهش حاضر نخست به دنبال شناسایی مضامین و مفاهیم اگزستانسیالیسم در کارآفرینی از یکسو و مضامین و مؤلفه‌های کنش کارآفرینانه از سوی دیگر بوده و سپس بر آن است تا ارتباط میان مضامین کنش کارآفرینانه با مضامین اگزستانسیالیسم را مشخص نماید. بنابراین پرسش این مقاله اینست که اصلی‌ترین مضامین اگزستانسیالیسم در کارآفرینی چه هستند؟ اصلی‌ترین مؤلفه‌های کنش کارآفرینانه کدامند؟ و ارتباط مؤلفه‌های کنش کارآفرینانه با مضامین اگزستانسیالیسم به چه صورت است؟ به بیان دیگر کدامیک مؤلفه‌های کنش کارآفرینانه با کدامیک مضامین از اگزستانسیالیسم در ارتباط بوده و دارای هم‌معنایی و مفهوم مشترک هستند؟ پژوهش حاضر یک پژوهش کیفی و از لحاظ هدف بنیادی است، چرا که به دنبال اکتشاف و ترسیم نگاهی تازه به کنش کارآفرینانه از منظری نو است.

بدین ترتیب در گام نخست ادبیات مربوط به اگزستانسیالیسم و کنش کارآفرینانه مورد مطالعه و مذاقه قرار گرفتند. در گام دوم مصاحبه‌های عمیق پدیدارشناسانه با ۵ کارآفرین منتخب نمونه آماری که به روش نمونه‌گیری غیرتصادفی و چندمرحله‌ای انتخاب شده‌اند انجام شد. در نتیجه ۵۱ مضمون اگزستانسیالیسم مرتبط با کارآفرینی در قالب ۸ خوشه اصلی در قالب رویکرد پدیدارشناسی توصیفی استخراج و صورت‌بندی شد. در گام سوم ۴۰ مؤلفه کنش کارآفرینانه از ادبیات استخراج شدند و با توجه به مشابهت‌های مفهومی‌شان در ۷ خوشه اصلی دسته‌بندی شدند. در گام آخر مؤلفه‌های کنش کارآفرینانه با مضامین اگزستانسیالیسم در تناظر و مقایسه تطبیقی قرار گرفته و ارتباط مضامین مشابه و هم‌بسته در این دو حوزه با یکدیگر مشخص گردید.

در جمع‌بندی با تناظر و مقایسه تطبیقی ۴۰ مؤلفه کنش کارآفرینانه با ۵۱ مضمون اگزستانسیالیسم در کارآفرینی، مشخص گردید که ۳۰ مؤلفه از مؤلفه‌های کنش کارآفرینانه به صورت مستقیم و چندگانه با مضامین اگزستانسیالیسم در ارتباط معنایی و مفهومی

هستند. کمیت و کیفیت این ارتباطات بر پیوند عمیق این دو حوزه دانشی و مفهومی دلالت دارد و بیان‌گر آن است که کنش کارآفرینانه از منظرهای خواست و انگیزه‌های درونی و معنای کارآفرینی، نقش و جایگاه کارآفرین در جهان و شرایط عدم قطعیت و عاملیت او در اثرگذاری بر جهان، می‌تواند به خوبی در چارچوب اگزیستانسیالیسم و مضامین آن فهم و تفسیر شود و کنش کارآفرینانه را می‌توان کنشی اگزیستانسیال دانست.

پیشینه پژوهش

جایگاه کنش در کارآفرینی و ماهیت کنش کارآفرینانه

در پژوهش‌های حوزه کارآفرینی، مطالعه هویت و کنش‌های کارآفرینان همواره در مرکز توجه پژوهش‌گران این حوزه است (Berglund, 2015) و بایستی که تمرکز اصلی برای خلق نظریه در کارآفرینی بر کنش کارآفرینانه باشد (Frese, 2007). کارآفرینی فرآیندی است مبتنی بر کنش^۱ (Morales et al., 2019)، چه این اقدام در زمینه ارائه محصولات، خدمات و یا فرآیندهای جدید باشد، چه برای ورود به بازار جدید و چه برای راه‌اندازی کسب و کار جدید. همچنین کارآفرین بودن به معنی دست زدن به کنش در ارتباط با شرایط و احتمالاتی است که شخص آنها را به عنوان فرصتی ارزشمند تشخیص داده است (McMullen & Shepherd, 2006). می‌توان بیان داشت که کنه کارآفرینی، وجود عامل فعال^۲ در بازار است و کارآفرینی، با کنش شخص کارآفرین تعریف می‌شود (Frese, 2009). شخص برای کارآفرین شدن نیازمند کنش است و کنش نیز خود شامل دانش و انگیزه (McMullen & Shepherd, 2006).

در میان نگاه‌های اقتصاددانان به کنش کارآفرینانه، لودویگ فن میزیس از چهره‌های اصلی مکتب اقتصادی اتریش در کتاب کنش انسانی؛ رساله‌ای در باب اقتصاد، با استفاده از روش‌شناسی^۳ پراکسیولوژی یا کنش‌شناسی به اصلی‌ترین جنبه‌های کنش انسانی و به دنبال آن کنش کارآفرینانه اشاره می‌کند. در پراکسیولوژی، بر خلاف روان‌شناسی که بر جنبه‌های درونی کنش تأکید دارد، کلیت کنش انسانی به صورت یکپارچه در نظر گرفته می‌شود. از نظر میزیس کنش‌های انسانی کنشی عقلانی است که تلاش آگاهانه انسان برای دستیابی به اهداف مورد نظرش را به موجب استفاده از ابزارهای مناسب شامل می‌شود. بنابراین کنش‌های انسانی به صورت بنیادین هدفمند و مقصودگرا بوده و نماینگر آگاهی فرد در پاسخ به محیط و در راستای دستیابی به اهداف است. کنش در مقابل آرزوست و تلاش فعالانه شخص برای رسیدن به هدف را در بر می‌گیرد. کنش شامل استفاده از ابزارهای مقتضی برای دستیابی به اهداف است و از این‌روی به معنای خلق چارچوب هدف-ابزار جدید می‌باشد، چرا که انسان به صورت آگاهانه برای استفاده از ابزارهایی مشخص به منظور دستیابی به اهداف مشخص برنامه‌ریزی می‌کند و دست به اقدام می‌زند. همچنین کنش همواره به صورت فردی است و حرکت‌های جمعی و اجتماعی نیز به صورت مجموعه‌ای از کنش‌های انفرادی نگریسته می‌شود. از این منظر بازار اقتصادی نتیجه مجموع کنش‌های فردی کنش‌گرانی است که به دنبال دستیابی به اهداف شخصی خود هستند. از منظر زمانی کنش همواره به سوی آینده است و کنشگر به موجب نارضایتی از وضعیت موجود به دنبال بهبود شرایط و حصول رضایت در آینده دست به اقدام می‌زند. بنابراین کنش انسانی عامل اصلی است که تغییر را موجب می‌شود. در مجموع نظریه کنش انسانی ذهنیت‌گراست و قضاوت ارزشی و معیار آن بر این امر دلالت دارد که آیا ابزارهای عینی به کار گرفته شده برای دستیابی به اهداف ذهنی در نظر گرفته شده مناسب هستند (Mises, 1998). در این راستا از نظر میزیس کنش کارآفرینانه شامل شناسایی فرصت‌ها و پاسخ به عدم اطمینان‌های بازار است. این نوع کنش به دنبال بیشینه‌سازی سود و بهره‌برداری از فرصت‌های اقتصادی جدید در شرایط تغییرات سریع و پیچیده بازار است (Mises, 1954). با این وجود و با توجه به عدم قطعیت‌ها و پویایی‌های زمینه‌ای و بافتاری، پیچیدگی‌های شناختی شخص عامل و نیز پویایی ماهیت کنش، بررسی کنش کارآفرینانه به چارچوبی فراتر از چارچوب منطقی و مطلق‌انگار میزیس نیاز دارد. به این منظور با خوانشی هرمنوتیک از کنش در فضای عدم قطعیت و در فرآیندی دوری،

¹ - Action-Based

² - Active Agent

³ - Praxeology

برگشت پذیر و بی پایان، شکلی نامطلق نگر و گشوده تری از پراکسیولوژی - پراکسیولوژی هرمنوتیک - فراهم می شود (رستمیان & متوسلی، ۱۴۰۳).

سوئدبرگ (۲۰۰۷) با نگاهی از زمینه ای اجتماعی به اقتصاد و با مراجعه به نسخه اولیه و زبان آلمانی چاپ شده در سال ۱۹۱۱ کتاب نظریه توسعه اقتصادی شومپیتر و خوانش بی واسطه از آن، نظر شومپیتر درباره کارآفرین را چنین بیان می کند که "کارآفرین مرد عمل (کنش) است" و ویژگی های این مرد عمل از نگاه شومپیتر را نیز چنین بر می شمارد که؛ او وضع موجود را بر نمی تابد، پویاست، تعادل را بر هم می زند، کار جدید انجام می دهد، فعال و با انرژی است، رهبر است، ترکیب های جدید را در کنار یکدیگر ارائه می دهد، موانع درونی در برابر تغییر احساس نمی کند، در برابر موانع بیرونی مقابل عملش مقاومت می کند، تصمیم گیری شهودی دارد، با کسب و داشتن قدرت و لذت خلق کردن انگیزه می گیرد و اینکه خود منبعی ندارد بلکه آن را از بانک (منبع بیرونی) تأمین می کند. مک مولن (۲۰۱۷) اشاره دارد که کارآفرین شومپیتر با نقشه راه سفر قهرمان ژوزف کمپل همخوانی و انطباق داشته و صفات برشمرده شده این کارآفرین، برخاسته از نگرش اگزستانسیال و نمایاننده آن است (Mcmullen, 2017).

پاکارد (۲۰۱۷) در مقاله اش با موضوع پارادایم تفسیرگرایی در نظریه کارآفرینی بیان می کند که "کارآفرینی یکسری رویدادها و یا نتایج خاص نیست، بلکه فرآیندی پیوسته از آشکارسازی است که نه الزاماً به نتیجه ای خاص، بلکه به قصد و انتظارات کارآفرین وابسته است. او در همین راستا کارآفرینی را مجموعه ای از کنش های برگزیده به سوی نیازها، اهداف ذهنی و انتظارات کارآفرین می داند و بیان می کند که برای فهم کارآفرینی باید از پایه، یعنی معنای فردی و هدف کارآفرین، شروع کرد و به این درک نائل شد که چرا جستجو برای ارزش های جدید از طریق نوآوری و یا راه اندازی کسب و کار جدید، برای کارآفرینان اقدامی ارزشمند تلقی می شود؟

از نظر شین (۱۳۹۱) کارآفرینی عبارت است از فعالیتی شامل کشف، ارزیابی و بهره برداری از فرصتها، به منظور معرفی کالاها و خدمات جدید، روش های سازماندهی، بازارها، فرآیندها و مواد خام جدید از طریق تلاش های سازمان یافته ای است که قبلاً صورت نگرفته است. در این زمینه، چه از منظر تئوری کشف و چه از منظر تئوری خلق، کنش کارآفرینانه به هرگونه فعالیتی اطلاق می شود که کارآفرین برای استفاده و یا شکل دهی به فرصت انجام می دهد. بنابراین هر دو نظریه کشف و خلق به دنبال تبیین کنش کارآفرینانه براساس اثرگذاری آن بر روی قابلیت های کارآفرین برای استفاده یا شکل دهی به فرصت است. آلوارز و بارنی به منظور بررسی اثرگذاری دو نظریه کشف و خلق بر روی کنش کارآفرینانه، ۷ بعد برجسته کنش کارآفرینانه را به قرار رهبری، تصمیم گیری، فعالیت های منابع انسانی، استراتژی، تأمین مالی، بازاریابی و پایداری در مزیت رقابتی معرفی می کنند (Alvarez & Barney, 2007).

از آنجا که گفته می شود کارآفرینی موتور محرک اقتصاد است، رکود اقتصادی را می توان به کمبود کنش کارآفرینانه نسبت داد. این کمبود در اقدامات کارآفرینانه، خود ناشی از درک پائین فرصت کارآفرینی است، این درک پایین از فرصت کارآفرینانه نیز ناشی از نحوه و میزان درک عدم قطعیت از یک سو و خواست تحمل آن از سوی دیگر می باشد (McMullen & Shepherd, 2006). در این میان، توانایی کارآفرین برای قرار گرفتن در موقعیتی که بتواند از عدم قطعیت محیط استفاده کند، پیش ران کلیدی او برای استحصال رانت کارآفرینانه^۱ است و بدون عاملیت انسانی^۲ و کنش شخص که در زمینه و بستری از عدم قطعیت صورت می گیرد، هیچ سازوکاری برای استحصال ارزش از زنجیره فرصت های کارآفرینانه وجود ندارد (Townsend et al., 2018). بدین ترتیب مهم ترین جنبه کنش کارآفرینانه توانایی سازگاری آن با شرایط محیطی نیست، بلکه توانایی آن در تغییر دادن محیط است (Frese, 2007)؛ از این روی کنش کارآفرینانه می تواند موانع محیطی را از میان برداشته، کارکردهای بازار، محیط و منابع را کارآمدتر سازد و به توسعه پایدار اقتصادی بیانجامد (Dean & McMullen, 2007). کارآفرین شخصی است که بر خلاف احتمالات ناچیز موفقیت، ایثار کرده و خود را فدای بدست آوردن خیر و مصلحت بزرگتری برای جامعه می کند (Berglund, 2015). او به موجب

¹ - Man of Action

² - Entrepreneurial Rent

³ - Human Agency

کنش خود راهی برای خلق ارزش در شرایط عدم قطعیت ایجاد می‌کند (Townsend et al., 2018). ویژگی و ماهیت کنش کارآفرینانه خلق ارزش و یا ایجاد تغییر در سازمان است. همچنین کنش کارآفرینانه در کنار بُعد کارکردی، دارای جنبه‌های شناختی و رفتاری است که تا حد بسیاری به شخص و شرایط مشخص او بستگی دارد، در نتیجه می‌توان گفت که کنشی اقتضائی است (McMullen, 2015).

تعریف عربیون، مبینی دهکری و سلاجقه (۱۳۹۸) از کنش کارآفرینانه که مبتنی بر مرور سیستماتیک ادبیات کنش کارآفرینانه و روش تحلیل مضمون صورت پذیرفته به این قرار است که "کنش کارآفرینانه در تعریف، الگوی به هم پیوسته‌ای از فعالیتهای مبتنی بر فرآیندهای پویا تکاملی قضاوت و تصمیم‌گیری است که آغازگر آن پیوند فرد-فرصت بوده، و طی آن کنش‌گر متناسب با محیط عدم اطمینان و دسترسی به منابع و در تعامل با دیگر کنشگران، گستره‌ای از منطق‌ها و مکانیسم‌های عمل را به کار می‌گیرد تا چارچوب نوینی از ابزار-هدف ارائه دهد.

در مجموع می‌توان بیان داشت که از منظر پیش‌رانه‌ها و نتایج، طیفی از نظرات در ارتباط با کنش کارآفرینانه مطرح می‌شود که یک سر این طیف، کنش را کاملاً عقلانی، عمدی و مبتنی بر قضاوت می‌داند و سر دیگر آن کنش را امری کاملاً تکانه‌ای و غیرعمدی در نظر می‌گیرد. با این وجود در حالی که در این طیف نگاه عقلایی، عمدی و قضاوتی بودن کنش کارآفرینانه وزن بیشتری دارد، اما عموماً می‌توان برای کنش کارآفرینانه پیش‌رانه‌های دیگری از جمله بیلوژیک، جامعه‌شناسانه، روانشناسانه و انسان‌شناسانه را در نظر گرفت (Hunt & Lerner, 2018).

کنش کارآفرینانه در عدم قطعیت

عدم قطعیت، نیروی پایه‌ای برای اقدامات و تلاش‌های انسان و منبع قصدمندی اوست. تلاش انسان همواره برای شناخت و درک محیط و کاهش عدم قطعیت آن بوده است. درک از عدم قطعیت و ترجمه آن در شکل دهی محیط بسیار مهم است که انسان آن را از طریق خلق ساختارهای نهادی (قوانین، هنجارها و کدهای رفتاری) صورت می‌دهد. این ساختار تعاملات انسانی مشخص می‌کند که چه کسی کارآفرین است، چه چیزی را انتخاب می‌کند و این انتخاب چگونه توسط قوانین موجود در ساختار به اجرا در می‌آید؟ (North, 2005).

کنش کارآفرینانه چیزی است که تنها برخی از مردم، یعنی کارآفرینان، به آن دست می‌زنند و می‌دانند که چه باید بکنند. بنابراین تلقی می‌شود که کارآفرینان اشخاصی هستند که می‌دانند چگونه از جهالت و یا فلج ناشی از عدم قطعیت دوری کرده و دست به اقدام بزنند. می‌توان بیان داشت که کنش کارآفرینانه همواره با نوعی قضاوت در پاسخ به عدم قطعیت همراه است. حال در شرایطی که عدم قطعیت به طور کلی مانعی برای اقدام کارآفرینانه اشخاص تلقی می‌شود، صاحب‌نظران اقتصادی مانند نایت، شومپیتر و کرزنر بیان داشتند که اقدام کارآفرینانه ناشی از درک کمتر عدم قطعیت نیست، بلکه حاصل از خواست و اراده کنشگران و کارآفرینان برای روبه‌روی با آن است. بنابراین خواست شخص برای تحمل عدم قطعیت جز ذاتی و بنیادین کنش کارآفرینانه محسوب می‌شود و کنش کارآفرینانه نتیجه و خروجی این خواست است. به موجب همین کنش، شخص کارآفرین تصویر دقیق‌تری از واقعیات و نیز درک بهتری از فرصت‌های کارآفرینانه به دست می‌آورد که می‌تواند از آنها بهره‌برداری نماید، در حالی که دیگران از آنها بی‌بهره‌اند. (McMullen & Shepherd, 2006).

امروزه بیش از یک‌صده از مطرح شدن ارتباط میان عدم قطعیت و کنش کارآفرینانه، به مثابه پیشران بسیاری از مطالعات در حوزه‌های مختلف تحقیقاتی علوم انسانی و اجتماعی می‌گذرد. عدم قطعیت جز بنیادین و مفهوم کلیدی مشترک میان نظریات مربوط به کنش کارآفرینانه است و از زمان مطرح شدن تفاوت میان ریسک و عدم قطعیت توسط نایت تا به امروز نقش اساسی در شکل‌دهی به نظریات مرتبط با اقدام کارآفرینانه داشته است (North, 2005; Townsend et al., 2018) از آنجایی که کنش کارآفرینانه در طول زمان صورت می‌پذیرد و آینده نیز ناشناخته است، ذاتاً با عدم قطعیت همراه است. همچنین از این بابت که بخش ذاتی

کنش‌های کارآفرینانه، نوآوری و خلق محصولات، خدمات، کسب و کارها و دیگر پدیده‌های نوین و بدیع را شامل می‌شوند نیز دارای عدم قطعیت است. مهم‌ترین مولفه درباره عدم قطعیت را می‌توان اینگونه بیان کرد که "جهان واقعی وجود دارد که ناقص درک شده است" (Townsend et al., 2018) و نظریه‌پردازی در شرایط عدم قطعیت غیر ممکن است (North, 2005). هر چند عدم قطعیت در کسب و کار و سایر حوزه‌های اجتماعی وجود دارد، اما گستره آن در حوزه کارآفرینی بسیار نافذ و غالب است. مشکلات بنیادین کنش در شرایطی که در محیط عدم قطعیت وجود دارد و آینده به شدت غیرقابل پیش‌بینی است، بن‌مایه اصلی نظریه‌های مرتبط با کنش کارآفرینانه هستند (Townsend & Hunt, 2019).

عدم قطعیت^۱ را می‌توان از منظر دامنه و حوزه در دو ساحت عینی و ذهنی محیطی تعریف کرد. در ساحت اول، نادانسی عینی درباره مؤلفه‌های محیطی، مانند میزان تقاضا در بازار، وجود دارد. در این حالت افزایش اطلاعات و دانش در زمینه‌های مرتبط، می‌تواند عدم قطعیت عینی^۲ را کاهش داده و یا آن را به ریسک تبدیل کند. ساحت دوم عدم قطعیت ذهنی^۳ است که خود سه نوع عدم قطعیت وضعیت^۴، عدم قطعیت اثر^۵ و عدم قطعیت پاسخ^۶ را در بر می‌گیرد. در عدم قطعیت وضعیت، پیش‌بینی چگونگی وضعیت و تغییرات محیط دشوار است. در عدم قطعیت اثر، فهم ماهیت و چگونگی اثرات عدم قطعیت وضعیت و آینده بر شخص (و کسب و کار) دشوار و یا ناممکن است. در عدم قطعیت پاسخ نیز کمبود دانش درباره گزینه‌های برخورد با عدم قطعیت وجود دارد و همچنین فهم پیامدهای پاسخ‌ها و کنش‌های شخص در برابر عدم قطعیت نیز دشوار و یا ناممکن است. می‌توان بیان داشت که کنش کارآفرینانه در میان این سه وضعیت عدم قطعیت، در زمینه انحصاری عدم قطعیت پاسخ قرار می‌گیرد (McMullen & Shepherd, 2006; Townsend et al., 2018) که حالتی از عدم قطعیت ذهنی است.

در همین راستا مک‌مولن و شپرد (۲۰۰۶) مدل دو مرحله‌ای از کنش کارآفرینانه را تبیین کردند که در آن کارآفرین در شرایطی که اطلاعات کافی وجود ندارد، فرصت‌های محتمل کارآفرینانه را به موجب اقدام خود شناخته و آن را شخصی‌سازی می‌کند. در مرحله اول این مدل که مرحله توجه نام دارد، شخص به موجب داشتن انگیزه^۷ و دانش^۸ کافی از تغییرات محیطی آگاهی پیدا کرده و اصطلاحاً فرصت-سوم-شخص^۹ را شناسایی می‌کند. در مرحله دوم، شخص وارد فاز ارزیابی فرصت می‌شود، بدین صورت که دانش و انگیزه خود برای بهره‌برداری از فرصت-سوم-شخص (عمومی) شناسایی شده را می‌سنجد. بدین منظور او باورهایش درباره اینکه "چه باید انجام دهد" و "چرا باید انجام دهد" را ارزیابی می‌کند تا متوجه شود که آیا پاداش احتمالی کنش در مقابل هزینه‌های آن ارزنده است یا خیر؟ در صورت مثبت بودن پاسخ و ارزندگی پاداش احتمالی نسبت به هزینه‌ها، شخص تصمیم می‌گیرد و دست به اقدام عملی می‌زند. بدین ترتیب نتیجه مرحله دوم، فرصت-اول-شخص^{۱۰} و کنش کارآفرینانه است (McMullen & Shepherd, 2006). در نتیجه می‌توان اینگونه بیان داشت زمانی کنش کارآفرینانه رخ می‌دهد که شخص در شرایط و موقعیت پیش‌رو به باور وجود فرصت-اول-شخص رسیده باشد (McMullen, 2015). ملاحظه می‌شود که "ارزیابی دانش و انگیزه شخص و نیز دست زدن به اقدام کارآفرینانه"، همگی در مرحله دوم و جزئی از کنش کارآفرینانه هستند. در اینجا نتیجه ارزیابی دانش و انگیزه، باور جدید نیست، بلکه اقدام است. از این روی کنش، صرفاً کارکردی از دانش یا انگیزه نیست، بلکه ترکیبی از باور و خواستی^{۱۱} است که بروز رفتار و اقدام مشخصی را رقم می‌زند (McMullen & Shepherd, 2006). همچنین در کنار خودانگیزی و دانش

1 - Locus of Uncertainty

2 - Objective Uncertainty

3 - Subjective Uncertainty

4 - State Uncertainty

5 - effect Uncertainty

6 - Response Uncertainty

7 - Motivation

8 - Knowledge

9 - Third Person Opportunity

10 - First Person Opportunity

11 - Composite of Belief and Desire

فرد، کنش کارآفرینانه تنها زمانی قابل قبول تلقی می‌شود که آورده^۱ و ارزش جدیدی در ارتباط با راه‌حل مسائل و مشکلات جاری ارائه دهد (McMullen, 2015).

جنبه‌های درونی و ذهنی کنش کارآفرینانه

کنش کارآفرینانه دارای جنبه‌های درونی و ذهنی است. خواست تحمل عدم قطعیت در ارتباط با کنش کارآفرینانه نشان‌دهنده ساختاری از باور-خواسته^۲ است که در آن "باور انجام دادن چه کاری"، کارکردی از دانش است و "خواست و چرایی انجام کار"، کارکردی از انگیزه. در همین راستا گرو بیان می‌کند که کنش به این خاطر از سایر رفتارهای انسانی متمایز است که در آن، شخص دلیلی برای آن کنش دارد. بدین معنا که شخص دست به کنش می‌زند زیرا می‌خواهد (خواست) به هدف یا باوری (انتظار) دست بیابد و آن کنش، رویکرد و ابزار مناسب دستیابی به آن است. از این منظر کنش مشخص، نشان‌دهنده نیت^۳ مشخص بوده (ساختار باور-خواسته) و تظاهرات رفتاری بیرونی، بروز و نمود کنشی مشخص در ارتباط با نیتی مشخص است (McMullen & Shepherd, 2006). در ارتباط با مفاهیم دانش، باور، انگیزه و نیت و جنبه‌های درونی کنش کارآفرینانه موارد ذیل را می‌توان مورد توجه قرار داد؛

- بخش بزرگی از جنبه‌های کنش کارآفرینانه به نحوه تفکر و قضاوت شخص کارآفرین باز می‌گردد. چنانچه در پس کنش کارآفرینانه نیت کارآفرینانه نهفته است، در پس نیت کارآفرینانه بینش کارآفرینانه، در پس بینش کارآفرینانه ساختارهای شناختی عمیق، و در پس این ساختارهای شناختی باورها قرار دارند (Krueger, 2007). ازینرو کنش‌های کارآفرینانه بر پایه ارزش‌ها و بینش‌هایی بنیان نهاده شده که انگیزه و عزم شخص را برای اقدام کارآفرینانه فراهم می‌آورند.

- ارزش‌های شخص اصولی هستند که او را به سوی کنش هدایت می‌کنند. در این میان مهمترین ارزش‌های شخصی که بر کارآفرینی اثر مستقیم می‌گذارند به دو دسته کلی گشودگی به سوی تغییر^۴ و خود-تعالی^۵ تقسیم می‌شوند. دسته اول گشودگی به سوی تغییر، شامل ارزش‌های خود هدایتی^۶ (مانند افکار و کنش‌های مستقل، کنترل، خودمختاری، آزادی، خلاقیت، اراده برای انتخاب اهداف خود و کنجکاوی) و ارزش‌های انگیزشی^۷ (مانند دستیابی به تنوع و تحرک، نوین‌بودن و چالش در زندگی) هستند. دسته دوم خود-تعالی، شامل ارزش‌های دستیابی^۸ (مانند کسب منابع به موجب جاه‌طلبی و شایستگی، نافذ بودن، توانا بودن، موفق و محترم بودن) و ارزش‌های قدرت محور^۹ (مانند حفظ جایگاه و منزلت اجتماعی، محافظت از تصویر عمومی، بازشناسایی اجتماعی، کنترل بر روی منابع و قدرت^{۱۰}) است (Morales et al., 2019).

- کارآفرینی امری از اساس شخصی است. هر چند محیط و شرایط زمینه‌ای و دلایل بیرونی در آن بسیار اثرگذارند، اما هیچ یک به تنهایی به تشخیص و بهره‌برداری از فرصت‌ها نمی‌انجامند و در نهایت باید شخصی با انگیزه مناسب حاضر باشد تا رفتار کارآفرینانه را بروز دهد (Morales et al., 2019).

- از منظر پارادایم تفسیرگرایی، خلق دانش انسان از دو جنبه تجربیات در دنیا (منبع بیرونی یا حصولی) و تخیل (ذهنیت، منبع درونی و یا حضوری) امکان‌پذیر است. در این میان انسان با کنش خود در دنیا، داده‌ها را تولید و جمع‌آوری می‌کند. اما به منظور تبدیل این داده‌ها به اطلاعات و دانش نیاز است تا آنها در قالب یک نظریه، چارچوب مفهومی، مدل یا الگو قرار بگیرند. این چارچوب که انسان از درون لنز آن به دنیا نگاه می‌کند و داده‌های دریافتی را تبدیل به اطلاعات و دانش می‌کند و می‌تواند حاصل یادگیری‌های گذشته، اصول و ارزش‌ها، رهیافتهای علمی و ... باشد، مبنایی برای تفسیر واقعیت توسط شخص را فراهم می‌آورد. از منظر

¹ - Contribution

² - Belief-desire Structure

³ - Intention

⁴ - Openness to change

⁵ - Self-enhancement

⁶ - Self-direction

⁷ - Stimulation Values

⁸ - Achievement values

⁹ - Power values

¹⁰ - Authority

تفسیرگرایی، شخص بر مبنای تفسیر شخصی خود از واقعیت دست به کنش می‌زند. از اینروست که به منظور فهم رفتار دیگری، باید توانست تا از چشم او به جهان نگریسته شود (Packard, 2017).

- از منظر پارادایم تفسیرگرایی، تعریف کارآفرینی عبارت است از فرآیندی پیوسته از آشکارسازی ارزش‌ها، اهداف شخص کارآفرین، که نه الزاماً به نتیجه‌ای خاص، بلکه به قصد و انتظارات کارآفرین وابسته است. از همین بابت برای فهم کارآفرینی باید از پایه، یعنی معنای فردی و هدف کارآفرین، شروع کرد و به این درک نائل شد که چرا اقدام برای جستجوی ارزش‌های جدید از طریق نوآوری و یا راه‌اندازی کسب‌وکار جدید، برای کارآفرینان ارزشمند تلقی می‌شود (Packard, 2017).

نظریات مرتبط با کنش کارآفرینانه

کنش کارآفرینانه باید نقطه آغازین عزیمت برای نظریه‌پردازی در کارآفرینی باشد (Frese, 2009) و در حوزه کارآفرینی، کنش کارآفرینانه، قضاوت و تصمیم‌گیری تحت شرایط عدم قطعیت، مبانی و پایه‌های اصلی نظریه کارآفرینی را شکل می‌دهند (Townsend & Hunt, 2019). از آنجا که کارآفرینی در ارتباط با کنش است و نیز از آنجا که کنش کارآفرینانه اغلب در رفتار فردی کارآفرینان نمود پیدا می‌کند، رفتار کارآفرینانه واحد خوبی برای تحلیل کنش کارآفرینانه در اختیار قرار می‌دهد. رفتار کارآفرینانه عبارت است از تعهد اشخاص و تیم‌ها برای اجرای وظایف لازم به منظور راه‌اندازی و رشد یک سازمان جدید. مطالعه رفتار کارآفرینانه به بررسی رفتار انسانی در حوزه یافتن و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه می‌پردازد که از طریق خلق و توسعه سازمان جدید انجام می‌شود. در این میان چارچوب‌های نظری مختلفی برای توصیف منطق و رفتار کارآفرینان معرفی شده است. این چارچوب‌ها را می‌توان به دو دسته عمده الگوهای اقدام سنتی و الگوهای اقدام نوظهور تقسیم‌بندی کرد. دسته نخست رویکرد سنتی کارآفرینی^۱ است که با اسامی گوناگون مانند رویکرد علی^۲ (ساراسواتی)، رویکرد کشف (آلوارز و بارنی) یا رویکرد سنتی (شاه و تریپاس) شناخته می‌شود. دسته دوم نیز با عنوان رویکردهای نوظهور^۳ شناخته می‌شوند که امکان‌گرایی (ساراسواتی)، بریکولاژ (بیکر و نلسون) و دیدگاه خلق (آلوارز و بارنی) در میان آنها مطرح می‌شوند (Fisher, 2012).

از سوی دیگر در حالی که نظریه‌های اقتصادی بر روی تبیین اینکه "چه" باید انجام شود تا اقتصاد کارکرد داشته باشد تمرکز دارند (به عنوان مثال تحمل عدم قطعیت)، نظریات روانشناسی به دنبال تبیین "چرایی" هستند که کارآفرینان در خواست تحمل عدم قطعیت و دست زدن به اقدام کارآفرینانه دارند (McMullen & Shepherd, 2006). پژوهش‌های اقتصادی، کارآفرینی را به عنوان خلق مصنوعات توسط کنشگران تخیل‌مندی که به دنبال هدف و معنا از دل رخدادها هستند توضیح نمی‌دهند، بلکه آن را به مثابه خروجی نیروهای بی‌فکر^۴ و یا گزینش محیطی در نظر می‌گیرند. در اینجا عامل اقتصادی^۵، یک کنشگر عقلانی است که به دنبال حداکثر منفعت خود می‌باشد. در مقابل عامل کارآفرین^۶ ترسیم شده در منطق امکان‌گرایی، عاملی تخیل‌مند و مشتاق است که به وسیله ابزارها و منابعی که در دست دارد به دنبال بهره‌مندی از فرصت‌هایی است که در دل رخدادها نمایان می‌شوند (Sarasvathy, 2001).

تاونسند و هانت (۲۰۱۹) نیز کنش کارآفرینانه، قضاوت و تصمیم‌گیری تحت شرایط عدم قطعیت را از جمله بنیان‌های نظریه کارآفرینی می‌دانند. آنها چهار نظریه اصلی کارآفرینی مرتبط با کنش کارآفرینانه را شامل امکان‌گرایی ساراسواتی، کنش کارآفرینانه مک‌مولن و شپرد، خلق از آلوارز و بارنی و تحلیل قضاوت مینا از فراس و کلین می‌دانند. از نظر مایکل فرس (۲۰۲۳) مهمترین

1 - Traditional Approach to Entrepreneurship

2 - Causal Approach

3 - Emerging Approach to Entrepreneurship

4 - Mindless Forces

5 - Economic Agent

6 - Entrepreneurial Agent

نظریات مربوط به کنش کارآفرینانه عبارتند از رویکرد علی، امکان‌گرایی، بریکولاژ، بوت‌استرپینگ مالی^۱، نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده^۲ و نظریه کنش^۳. در ادامه مروری بر مهم‌ترین این نظریات آورده می‌شود.

رویکرد علی

رویکرد علی^۴ اصطلاحی است که ساراسواتی برای معرفی رویکرد سنتی اقدام بیان می‌کند (Saras Sarasvathy, 2001). و مهم‌ترین ویژگی‌های آن شامل این موارد است که؛ کارآفرین ابتدا درباره اهداف تصمیم‌گیری می‌کند و سپس منابع و ابزار لازم برای دستیابی به آن هدف را انتخاب می‌کند؛ در اینجا فرآیند کارآفرینی، فرآیندی ست خطی که با برنامه‌ریزی همراه است؛ در این رویکرد ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت مطرح است، بنابراین مفاهیم اصلی مورد توجه در این رویکرد عبارتند از قصدمندی، تشخیص و ارزیابی فرصت، برنامه‌ریزی، خلق فرصت در حین اجرای فرآیند کارآفرینی، اکتساب منابع و بهره‌برداری عمده از فرصت (Fisher, 2012; Saras Sarasvathy, 2001; Sarasvathy, 2008). اما از آنجا که محیط کارآفرینی غالباً بسیار پویا و مملو از عدم قطعیت است، استفاده از رویکرد علی در بسیاری از موارد کارایی چندانی ندارد. بنابراین لازم است تا منطق متفاوتی از تصمیم‌گیری و اقدام مورد استفاده قرار گیرد. به این منظور دسته‌دوم رویکردهای کارآفرینانه با عنوان رویکردهای نوظهور معرفی می‌شوند (Fisher, 2012).

رویکرد امکان‌گرایی یا اثرسازی

امکان‌گرایی یکی از رویکردهای نوظهور کارآفرینانه محسوب می‌شود (Fisher, 2012). می‌توان بیان داشت که رویکرد امکان‌گرایی که توسط ساراسواتی معرفی شد (۲۰۰۱ و ۲۰۰۸)، منطق خبرگی کارآفرینانه در محیط‌های پویا و دارای عدم قطعیت، با فرآیندهای تعاملی و به منظور خلق مصنوعات جدید در جهان را در بر می‌گیرد. در اینجا اهداف در طول زمان، در شرایط مختلف و حتی به موجب شانس تغییر می‌کنند و کارآفرینان به جای تمرکز بر اهداف، کنترل خویش را بر منابع در اختیارشان اعمال می‌کنند. این منابع تحت کنترل در دو سطح انفرادی (چه کسی هستیم، چه می‌دانم و چه کسانی را می‌شناسم؟) و سازمانی (منابع فیزیکی، انسانی و سازمانی) دسته‌بندی می‌شوند (Fisher, 2012; Saras Sarasvathy, 2001; Sarasvathy, 2008) امکان‌گرایی به جای راهبرد پیش‌بینی آینده، بر راهبرد کنترل و نیز هم‌آفرینی مصنوعات اجتماعی توسط کارآفرینان خبره در مواجهه با عدم قطعیت محیط تأکید می‌ورزد (Townsend et al., 2018). در این رویکرد کارآفرینانی که بر منابع تحت اختیار و کنترل خود تمرکز می‌کنند این آمادگی را دارند که به محض تشخیص فرصت، دست به اقدام مناسب برای بهره‌برداری از فرصت و خلق ارزش به موجب آن بزنند (Fisher, 2012). می‌توان بیان داشت که منطق اثرسازانه به مثابه مجموعه‌ای از ابتکارات برای تصمیم‌گیری در محیط دارای عدم قطعیت است و از همین بابت دارای راهبردهایی به منظور ترکیب ابزارها و منابع در دسترس با اقتضات پیش‌بینی نشده برای ایجاد تعهد در سهامداران است. تفکر اثرسازانه شامل برآیندی از گرایش‌های مرتبط با مباحث مدیریت، اقتصاد و روانشناسی است (قصیری و همکاران، ۱۳۹۴). همچنین امکان‌گرایی، عامدانه بر داشتن اهدافی شکل‌پذیر تأکید می‌کند و همچنین داشتن نگاه منعطف به ابزارهای در دست برای دستیابی به آن اهداف را تشویق می‌نماید. بنابراین پویا و دارای نگاهی رو به آینده است و از این بابت همخوانی و هماهنگی بیشتری با پارادایم تفسیرگرایی دارد. تفسیرگرایی به نظریه‌پردازان امکان‌گرایی کمک می‌کند تا فهم بهتری از ماهیت فرآیندی که مطالعه می‌کنند داشته باشند (Packard, 2017).

¹ - Financial Bootstrapping

² - The theory of planned behavior

³ - Action theory

⁴ - Causation Approach

رویکرد بریکولاژ

امکان‌گرایی یکی از رویکردهای نوظهور کارآفرینانه محسوب می‌شود (Fisher, 2012). می‌توان بیان داشت که رویکرد امکان‌گرایی که توسط ساراسواتی معرفی شد (۲۰۰۱ و ۲۰۰۸)، منطق خبرگی کارآفرینانه در محیط‌های پویا و دارای عدم قطعیت، با فرآیندهای تعاملی و به منظور خلق مصنوعات جدید در جهان را در بر می‌گیرد. در اینجا اهداف در طول زمان، در شرایط مختلف و حتی به موجب شانس تغییر می‌کنند و کارآفرینان به جای تمرکز بر اهداف، کنترل خویش را بر منابع در اختیارشان اعمال می‌کنند. این منابع تحت کنترل در دو سطح انفرادی (چه کسی هستیم، چه می‌دانم و چه کسانی را می‌شناسم؟) و سازمانی (منابع فیزیکی، انسانی و سازمانی) دسته‌بندی می‌شوند (Fisher, 2012; Saras Sarasvathy, 2001; Sarasvathy, 2008) امکان‌گرایی به جای راهبرد پیش‌بینی آینده، بر راهبرد کنترل و نیز هم‌آفرینی مصنوعات اجتماعی توسط کارآفرینان خبره در مواجهه با عدم قطعیت محیط تأکید می‌ورزد (Townsend et al., 2018). در این رویکرد کارآفرینانی که بر منابع تحت اختیار و کنترل خود تمرکز می‌کنند این آمادگی را دارند که به محض تشخیص فرصت، دست به اقدام مناسب برای بهره‌برداری از فرصت و خلق ارزش به موجب آن بزنند (Fisher, 2012). می‌توان بیان داشت که منطق اثرسازانه به مثابه مجموعه‌ای از ابتکارات برای تصمیم‌گیری در محیط دارای عدم قطعیت است و از همین بابت دارای راهبردهایی به منظور ترکیب ابزارها و منابع در دسترس با اقتضانات پیش‌بینی نشده برای ایجاد تعهد در سهامداران است. تفکر اثرسازانه شامل برآیندی از گرایش‌های مرتبط با مباحث مدیریت، اقتصاد و روانشناسی است (قصیری و همکاران، ۱۳۹۴). همچنین امکان‌گرایی، عامدانه بر داشتن اهدافی شکل‌پذیر تأکید می‌کند و همچنین داشتن نگاه منعطف به ابزارهای در دست برای دستیابی به آن اهداف را تشویق می‌نماید. بنابراین پویا و دارای نگاهی رو به آینده است و از این بابت همخوانی و هماهنگی بیشتری با پارادایم تفسیرگرایی دارد. تفسیرگرایی به نظریه‌پردازان امکان‌گرایی کمک می‌کند تا فهم بهتری از ماهیت فرآیندی که مطالعه می‌کنند داشته باشند (Packard, 2017).

نظریه کنش کارآفرینانه

مایکل فرِس در مجموعه مقالات خود (۲۰۰۷، ۲۰۰۹ و ۲۰۲۳) به معرفی نظریه کنش با نگاه کارآفرینانه می‌پردازد. نظریه کنش یک فرانظریه^۱ است که جنبه‌های مختلف کنش را از نظریات مختلف در خود جای داده است؛ جنبه‌هایی مانند کاوش و تجربه کردن از امکان‌گرایی، نیاز به فعالیت‌های خلاقانه و بداهه را از بریکولاژ، نظریه هدف‌گذاری و نقش نیت در اجرا از مدل رایبکون. این نظریه، کنش را توالی تکرارشونده‌ای از هدف‌گذاری، جمع‌آوری داده، برنامه‌ریزی کنش، اجرا و پایش و در نهایت بازخورد می‌داند (Frese & Gielnik, 2023). در اینجا شخص بر مبنای سه لایه توالی^۲، ساختار^۳ و تمرکز^۴ رفتار خویش را تنظیم می‌کند. توالی بر این دلالت دارد که کنش چگونه آشکار می‌شود، ساختار شامل سطوح تنظیم‌گری کنش است و تمرکز کنش نیز بر وظیفه‌ای که باید انجام شود و همچنین زمینه اجتماعی که آن وظیفه در آن اجرا می‌شود دلالت دارد. فرِس لایه اول، توالی کنش، را به ۵ جنبه مختلف تقسیم می‌کند که عبارتند از: هدف‌گذاری، نقشه‌برداری از محیط، برنامه‌ریزی، کنترل و پایش برنامه و اجرای آن، بازخورد و اصلاح. همچنین فرِس از نظر مک‌مولن که کنش کارآفرینانه همواره تحت تأثیر عدم قطعیت رخ می‌دهد، استفاده کرده و نتیجه می‌گیرد که در کارآفرینی، تمام جنبه‌های بیان شده در توالی کنش در شرایط عدم قطعیت تبلور دارند. بدین صورت که هدف‌گذاری، نقشه‌برداری محیط (شناخت محیط)، برنامه‌ریزی، اجرا و پایش و در نهایت بازخورد در کنش کارآفرینانه، همگی در شرایط عدم قطعیت صورت می‌پذیرند (Frese, 2007). مورالس و همکاران (۲۰۱۹) نیز با ترکیب ارزش‌های موثر بر کارآفرینی و نیز مدل کنش کارآفرینانه فرِس، به این نتیجه رسیدند که ارزش‌های گشودگی به سوی تغییر و خود-تعالی شخص کارآفرین بر ابعاد پنجگانه توالی کنش اثر مثبت داشته و موجب تقویت کنش کارآفرینانه می‌شوند (Morales et al., 2019).

¹ - Meta-theory

² - Sequence

³ - Structure

⁴ - Focus

اگزیتانسیالیسم و جایگاه کنش در آن

باید توجه داشت که برای فهم فعالیت های کارآفرینی، دانستن اینکه کارآفرین به چه فکر می کند و چگونه درباره آن فکر می کند الزامی است. چرا که بخش بزرگی از کنش کارآفرینانه جنبه های درونی و ذهنی را در بر می گیرد (Kirkley, 2016) و رویکردهای روانشناسانه برای فهم کارآفرینی امری ضروری است (Frese, 2009). اما از نگاه هایدگر (۱۴۰۱) تحلیل اگزیتانسیالیسم دزاین متقدم بر روان شناسی، انسان شناسی و حتی زیست شناسی است.

در همین راستا یکی از منظرهای شناخت طبیعت انسان اگزیتانسیالیسم است (Stenmark, 2012). این مکتب فلسفی بر تقدم وجود بر ماهیت تأکید دارد، بدین معنا که پیش از هرگونه برچسب، نقش، کلیشه و ماهیتی که ممکن است بر انسان نهاده شود، او به مثابه موجودی است که به صورت مستقل و آگاهانه عمل می کرده و به موجب کنش های خویش ماهیت خود را در می افکند (Agarwal & Cruise Malloy, ۲۰۰۰; Barrett, ۱۹۶۴; Cooper, ۲۰۱۶; Plantinga, ۱۹۸۳; Tan & Lim, ۲۰۲۱; West, ۲۰۰۸; Yalom, ۱۹۸۰). استیونسن و همکاران، ۱۳۹۸; سارتر، ۱۴۰۰; مک کواری، ۱۳۹۹; می، ۱۴۰۰; می و همکاران، ۱۴۰۱; هایدگر، ۱۴۰۱).

از منظر ریشه شناسی واژه اگزیتانسی (Existence) از ریشه Ex-Sistere و یا واژه یونانی Exister به معنای متمایز شدن، پدیدار شدن برون ایستایی و قیام ظهوری است که خاص انسان بوده و او را از سایر موجودات متمایز می کند (Cooper, ۲۰۱۶; مک کواری، ۱۳۹۹; می و همکاران، ۱۴۰۱). بنابراین وجود داشتن به معنای سر برآوردن یا برون ایستادن از زمینه و یا برون جستن از نیستی است، در مقام چیزی واقعاً آنجا (مک کواری، ۱۳۹۹). هایدگر از این هستی خاص و متمایز به عنوان دزاین نام می برد. دزاین هستنده ای متمایز است که در هستنش، هم خود این هستن را دارد (هایدگر، ۱۴۰۱). دزاین همزمان هم معنادهنده است و هم شناسه، پس هر دزاین تشکیل دهنده جهان خویش است (Yalom, 1980). از نظر هایدگر ما صرفاً اندیشه ورز و شناسایی کننده نیستیم، بلکه مشارکت کنندگانی فعال در تمامیت جهان هستیم. ذات انسان^۱ در بودن-در-جهان است و این امر به واسطه وجود^۲ ماست (Seymour, ۲۰۰۶; هایدگر، ۱۴۰۱). از منظر وجودی، "عمل می کنم" جانشین "می اندیشم" می شود و جایی است که فلسفه ابتدای خود را از آن می یابد. مسئله این نیست که عمل می کنم با می اندیشم متضادند بلکه کنش، مشتمل بر اندیشیدن است. در اینجا فاعل اندیشنده دکارتی، جای خود را به فاعل فعل یا عامل می دهد. اندیشه به خودی خود پیامد بیرونی ندارد، اگرچه که می تواند پیش درآمد لازم و ضروری برای عمل باشد. اما این عمل است که فرد را به فراتر از خویش دعوت می کند. با این وجود باید توجه داشت که این عامل ذهنی و روانی است که مقدم بر عمل است و آگاهی و دانش را به عمل تبدیل می کند (Yalom, 1980).

بنابراین اگزیتانسیالیسم بر عمل یا کنش تأکید می کند زیرا وجود فقط در کنش به تحقق و کمال می رسد (مک کواری، ۱۳۹۹). می توان گفت که حقیقت تنها زمانی به واقعیت مبدل می شود که فرد آن را در عمل ایجاد کند (می و همکاران، ۱۴۰۱). از نظر وجودگرا کنش، عمل شخصی به معنی عمیق است و کل وجود انسان را در بر می گیرد. عمل هم شامل تفکر و تصمیم است و هم شامل شور و خواهش (مک کواری، ۱۳۹۹). در این میان اگزیتانسیالیسم نقش مسئولیت فردی و اراده آزاد را در مرحله پیش از کنش (مرحله ذهنی کنش) که در آن شخص تصمیم می گیرد دسته به چه اقدامی بزند را برجسته می سازد (Agarwal & Cruise Malloy, 2000).

در این نگاه انسان به مثابه موجودی معناخواه در دنیایی که به خودی خود فاقد معناست پرتاب شده و بر اوست تا با انتخاب ها و کنش های خود برای دنیا و زندگی اش معنایی را خلق یا کشف نماید (Cooper, ۲۰۱۶; Yalom, ۱۹۸۰; سارتر، ۱۴۰۰). اگزیتانسیالیسم با تأکید بر آگاهی از مرگ به مثابه امری قطعی بر استفاده از فرصت زندگی تأکید می کند (Barrett, 1964; Strang et al., 2004; Yalom, 1980). بدین ترتیب اینجا ارزشی بنام اصالت مطرح می شود که بر مبنای آن، انسان با آزادی

^۱ - Essence of Human

^۲ - Existence

و مسئولیت کامل دست به انتخاب می‌زند تا از وضعیت ناصیل^۱ - یا زندگی هرروزی و هرکسی که در آن انسان خود را از انتخاب رها کرده و مسئولیت زندگی و ارزش‌های خود را به دست جریان‌های تعیین‌کننده بیرونی می‌سپارد- جدا شود (Tan & Lim, 2021). از نظر سورن کی‌یرکگور، که از او به عنوان پدر اگزیتانسیالیسم یاد می‌شود (Cooper, ۲۰۱۶)؛ استیونس و همکاران، ۱۳۹۸؛ فلین، ۱۴۰۰؛ می و همکاران، ۱۴۰۱)، حقیقت و بزرگترین وظیفه ما تبدیل شدن به فردی یگانه است، بدین صورت که به خود بازگردیم (Cooper, 2016). در واقع فردیت وجودی و اصالت مستلزم یکدیگرند، لذا اصالت حقیقی، تحقق فردیت خود است و برعکس (Morhart et al., 2013). اصالت وضعیتی است که انسان با آزادی دست به انتخاب زده و چشم‌انداز شخصی خود از زندگی خوب را محقق می‌سازد، از این‌روی اصالت با چگونگی اتخاذ آزادی که در اختیار داریم تعریف می‌شود و به معنای ساختن خود و تأیید خود است (Anker, 2023). اصالت اگزیتانسیالی با یکپارچگی^۲ خود و مضامینی مانند توسعه خود، صداقت با خود، شناخت خود حقیقی و ارتباط با آن و پیوند خورده است (Fu, 2019).

در مجموع ابعاد اگزیتانسیالی وجود جنبه‌های فیزیکی، اجتماعی، روانشناختی و روحانی را در بر می‌گیرد (Gulbrandsen et al., 2016) و اصلی‌ترین ویژگی‌های آن شامل؛ اگزیتانسی به مثابه منحصر به فرد بودن، یک جریان فعل مانند، انتخاب آزاد و مسئولیت، به سمت آینده بودن، محدودیت داشتن، در جهان بودن، با دیگران بودن، به سمت دیگران بودن، بدنمند بودن، اضطراب داشتن، اصالت داشتن، معناخواهی و قصدمندی و نیز امر غیر قابل حل است (Aberšek, 2024; Cooper, 2016; Mascaro & Rosen, n.d.; Vos et al., 2015).

حال با نگاه به فلسفه اگزیتانسیالی و مطالعه ابعاد آن ملاحظه می‌شود که اگزیتانسیالیسم می‌تواند چارچوب نظری مناسبی برای فهم کنش کارآفرینانه و ریشه‌های ذهنی آن فراهم آورد. این چارچوب نظری می‌تواند در ارتباط با فهم و توصیف ابعاد گوناگونی از کنش کارآفرینانه مانند استفاده از فرصت‌های بیرونی (Anker, 2023)، شجاعت مواجهه با جهان و عدم قطعیت (Iswari et al., 2024)، آزادی در انتخاب (Cooper, 2016; Anker, 2023)، تصمیم‌گیری (Agarwal & Malloy, 2000; Gulbrandsen et al., 2016; West, 2008)، تحول وجودی و کاری کارآفرین (Oluwafemi & Duff, 2024)، حرکت کارآفرین به سوی اصالت (Anker, 2023; Iswari et al., 2024; Morhart et al., 2013)، عاملیت در ساخت خود و جهان (Aberšek, 2024; Anker, 2023; Tan & Lim, 2021) مورد استفاده واقع گردد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر پژوهشی کیفی و از نظر هدف یک پژوهش بنیادی است که به دنبال اکتشاف مفاهیم و مضامین می‌باشد. این پژوهش از لحاظ هستی‌شناسی ذهنیت‌گرا، از لحاظ معرفت‌شناسی غیراثباتی، از لحاظ پارادایم فکری تفسیری و استراتژی و روش - شناسی آن پدیدارشناسی و مقایسه تطبیقی است.

پرسش‌های پژوهش اینست که اصلی‌ترین مضامین اگزیتانسیالی در کارآفرینی چه هستند؟ اصلی‌ترین مؤلفه‌های کنش کارآفرینانه کدامند؟ و ارتباط مؤلفه‌های کنش کارآفرینانه با مضامین اگزیتانسیالی به چه صورت است؟ به بیان دیگر کدام مؤلفه‌های کنش کارآفرینانه با کدام مضامین از اگزیتانسیالیسم در ارتباط بوده و دارای هم‌معنایی و مفهوم مشترک هستند؟

در گام نخست ادبیات مربوط به اگزیتانسیالیسم و کنش کارآفرینانه مورد مطالعه و مذاقه قرار گرفتند. در گام دوم پس از تدوین پروتکل اجرا، ۵ مصاحبه پدیدارشناسانه از کارآفرینان منتخب نمونه آماری (جدول ۱) انجام شد که داده‌های پژوهش از آنها استخراج شدند. رویکرد پدیدارشناسی توصیفی (Dowling, 2007; Seymour, 2006; Tuohy et al., 2013)؛ الوانی و بودلایی، ۱۳۸۹؛ گروندن، ۱۴۰۰)، برای این مصاحبه‌ها مورد استفاده قرار گرفت شامل مصاحبه عمیق ساختارنیافته یا نیمه‌ساختاریافته، تعلق و در پراتزگذاری گزاره‌ها، مکتوب نمودن متن مصاحبه، استخراج مضامین در قالب کدهای معنایی و دسته‌بندی مضامین استخراج شده در قالب خوشه‌های اصلی مفاهیم است. شایان ذکر است که جامعه آماری این پژوهش کارآفرینان کسب و کارهای کوچک و

¹ - Bad Faith

² - Integrity

متوسط کارآفرینانه تهران است که دارای صفت کارآفرینانه هستند. روش‌های نمونه‌گیری پژوهش غیرتصادفی و چند مرحله‌ای بود و علاوه بر دارا بودن تجربه پدیده کارآفرینی، تمایل و توانایی توصیف آن تجربه از منظر مضامین اگزستانسیال توسط مشارکت‌کننده مد نظر قرار گرفت.

پس از استخراج مضامین اگزستانسیال در کارآفرینی با اتخاذ رویکرد پدیدارشناسی توصیفی، در گام سوم مؤلفه کنش کارآفرینانه از ادبیات استخراج شدند و با توجه به مشابهت‌های مفهومی‌شان خوشه‌بندی شدند. در گام آخر مؤلفه‌های کنش کارآفرینانه با مضامین اگزستانسیالیسم در تناظر و مقایسه تطبیقی قرار گرفته و ارتباط مضامین مشابه و هم‌پسته در این دو حوزه با یکدیگر مشخص گردید. روش‌های روایی و پایایی برای پژوهش پدیدارشناسانه که از آنها در پژوهش حاضر استفاده شد عبارتند از: در مورد مشروعیت و روایی (درونی): کسب نظر از دو مشارکت‌کننده در خصوص یافته‌ها، در مورد قابلیت انتقال (روایی خارجی): انتقال بخشی از یافته‌ها در قالب نقل قول مستقیم به خوانندگان، در مورد ثبات (پایایی درونی): چک کردن چندباره فرآیندهای گردآوری اطلاعات، کدگذاری و مرور داده‌ها توسط پژوهشگر و در خصوص انتقال (پایایی خارجی) از مقایسه داده‌های خام و داده‌های تحلیل شده است.

جدول ۱ مشخصات جمعیت شناختی مصاحبه‌شوندگان (نگارندگان)

کارآفرین	فعالیت	سال و محل تولد- سکونت	تحصیلات	سابقه کار- کارآفرینی
E1	بنیان‌گذار و مدیرعامل، تولیدکننده مدار- های چاپی، کارآفرین برتر استان تهران (نوآوری در محصول و رشد)	۱۳۵۰- تهران	دکتری	۳۶ سال ۳۳ سال
E2	بنیان‌گذار و مدیرعامل، اولین اکوسیستم آنلاین و آفلاین آفرود در ایران (نوآوری در محصول و بازار، رشد)	۱۳۶۰، آلمان - تهران	لیسانس	۲۰ سال ۱۳ سال
E3	کارآفرین سریالی و بین‌المللی در حوزه- های آموزشی، کتاب و نشر، کسب و کارهای اینترنتی، تحول دیجیتال (نوآوری در محصول، سازماندهی، رشد)	۱۳۵۶، همدان - تهران، تورتو، سیدنی	لیسانس	۳۳ سال ۲۰ سال
E4	کارآفرین سریالی، کسب و کارهای دیجیتال، هوش مصنوعی، محصولات و خدمات دیجیتال (نوآوری در محصول، رشد)	۱۳۶۲، زنجان - تهران	فوق لیسانس	۲۰ سال ۱۲ سال
E5	کارآفرین سریالی و بین‌المللی صنعت فولاد و محصولات غذایی (نوآوری در سازماندهی بازار، رشد)	۱۳۶۰، تهران - مادرید	لیسانس	۲۰ سال ۲۰ سال

یافته‌های پژوهش

مضامین و مفاهیم اگزستانسیال در کارآفرینی

بخش نخست تحلیل یافته‌ها به منظور استخراج مضامین مرتبط با اگزستانسیالیسم از مصاحبه با کارآفرینان در سه مرحله صورت پذیرفت. در مرحله اول پس از مکتوب کردن متن مصاحبه و مطالعه آن، تم‌های استنباط شده مرتبط با هر قسمت از متن در پایان همان پاراگراف نوشته شدند. در مرحله دوم برای هر مصاحبه شونده جدول اختصاصی مربوط به مضامین اگزستانسیال استخراج شده به همراه توصیف هر مضمون و مصادق آن در گفتگو تدوین شد. در مرحله سوم نیز مضامین استخراج شده از تمامی مصاحبه‌شوندگان در قالب جدول نهایی تجميع شده و برای هر مضمون توصیف آن ارائه شده است. همچنین میزان تکرار هر مضمون در مصاحبه‌ها نیز مشخص شد. ملاحظه شد که مضامین اصلی مرتبط با اگزستانسیالیسم عموماً برای هر ۵ مصاحبه‌شونده تکرار شده است که به نوعی حاکی از اجماع است. شایان ذکر است که برخی از مضامین از مرور ادبیات استخراج شده‌اند و در

صحبت‌های کارآفرین مورد اشاره قرار گرفتند و برخی دیگر صرفاً و مستقیماً از مصاحبه‌ها استنباط و استخراج شده‌اند. در نهایت نیز مضامین همبسته و مرتبط در قالب خوشه‌بندی‌های اصلی از مضامین با یکدیگر ترکیب و تلفیق شدند. بنابراین تحلیل اطلاعات در این مرحله در قالب خوشه‌بندی تجمیعی یا از پائین به بالا است. در پایان ۵۱ مضمون اگزستانسیالی، در قالب ۸ خوشه اصلی در ارتباط با کنش کارآفرینانه مشخص گردید که توضیحات آن در جدول ۲ قابل مشاهده هستند.

جدول ۲ تحلیل مضامین اگزستانسیالی مرتبط با کنش کارآفرینانه (نگارندگان)

ردیف	خوشه-بندی مضامین	تم‌ها و مضامین	توضیحات مضمون	اشاره شده توسط
۱	۱-در-جهان بودن	گشودگی نسبت به جهان	اگزستانس در ارتباط با جهان تعریف می‌شود. کارآفرین نسبت به رخ- داده‌های بیرونی با استقبال و شگفتی مواجه شده و می‌تواند ارتباط شهودی با پدیده‌ها داشته باشد.	E1 E2 E3 E4 E5
۲		جهان به مثابه چیزی-در-حال-ساختن	برای دازاین جهان به مثابه چیزی در-حال-ساخته-شدن است و او نقش اصیل عاملیت را در این فرآیند ساختن و تبدیل شدن دارد. دنیا قالبی پویاست و شخص به میزان آگاهی خود در فرآیند طراحی و شکل‌دادن آن مشارکت دارد.	E1 E2 E3 E4
۳		آینده‌نگری در راستای طرح و پروژه شخصی و در-انجای دازاین	انسان موجودی همواره ناقص است. انسان آن است که هنوز نیست! بنابراین همواره در تلاش است تا بشود آنچه که باید و این شکاف همیشگی میان وجود و ماهیت را پر کند. انسان همیشه با آنچه باید باشد فاصله دارد، از همین روی او به سوی آنجا (ماهیت و آینده زمانی) و پروژه و طرح و آنجا منحصر به فرد دازاین در حرکت است.	E1 E2 E3 E4 E5
۴	۲- زمان	بازخوانی گذشته و کنش در حال در راستای اهداف و امکانات آینده	وجود بشر درحالی که با وظایف خود روبه‌روست، به گذشته خود مرور می‌کند و آینده خود را طرح می‌ریزد. انسان گذشته خود را در راستای طرح و آنجای آینده خود به یاد می‌آورد، تفسیر و معنا می‌کند و از نتیجه آن در حال دست به اقدام می‌زند.	E1 E2 E3 E4 E5
۵		زیستن در اینجا و اکنون	اگزستانسیالیسم بر این فرض استوار هستند که این زندگی هرآنچه است که انسان در اختیار دارد و نیز هر آنچه که انسان برای تعالی خود نیاز دارد را فراهم آورده است. اشخاص اصیل از این فرصت و فضای اینجا و اکنون زندگی به تمامی استفاده کرده و طرف زندگی را به غایت لبریز می‌کنند.	E2 E3 E4 E5
۶	۳- ارتباطات و همبودی	ارتباط با خود وجودی	خودآگاهی مستلزم از خود برگزندی است و فرد در آن خود را هم سوژه می‌بیند و هم ابژه. برخی از مهم‌ترین مفاهیم مرتبط با این مضمون عبارتند از: خودآگاهی و پذیرش خود، خود به مثابه چیزی-در-حال-ساختن، وجود به مثابه اصلی‌ترین سرمایه، تنش خلاء وجودی (شکاف وضع موجود و مطلوب یا وجود و ماهیت)	E1 E2 E3 E4 E5
۷	(در-جهان-انسانی-بودن)	ارتباط من-تویی با دیگران	رابطه من-تویی رابطه‌ای اصیل است که در آن اشخاص در عین حفظ استقلال و فردیت خویش، به بالندگی و شکوفایی یکدیگر کمک می‌کنند. در این حالت هم‌دهشی وجود دارد.	E1 E2 E3 E5
۸		ارتباط من-آنی با دیگران	رابطه من-آنی رابطه ابزاری و غیراصیل است که در آن نگاه به انسان‌ها منفعت‌طلبانه و شیء‌گونه است و آنها را به مثابه وسیله‌هایی برای رفع نیازها نگاه می‌شود. در اینجا شخص می‌دهد تا بستاند.	E1 E2 E3

E4 E5				
E2 E3 E4 E5	انسان در اصلی ترین لایه وجود تنهاست و هیچ گونه ارتباطی نمی تواند این تنهایی را رفع کند. در این میان ارتباط سالم و از روی عشق و جدای از نیاز، می تواند منجر به رشد افراد شود.	تفرد، تنهایی میان فردی و تنهایی اگزستانسیال	۹	
E2 E3 E4 E5	اصالت اشخاص از منظر تمایل به رسمیت شناخته شدن از سوی دیگران نیز تعریف می شود.	رضایت از شناخته شدن توسط دیگران	۱۰	
E4 E5	انسان در جهان هم بودی و با دیگران زندگی و کنش دارد. دیگران از این منظر جهنم اند که محدود کننده مرزهای آزادی شخص به واسطه حضور، ارتباط، هنجارها، ارزش ها و قراردادهای اجتماعی هستند.	دیگران به مثابه جهنم	۱۱	
E1 E2 E3 E4 E5	گذشته به مثابه علتی برای حال تلقی نمی شود، اگزستانس همیشه در حال حاضر ظهور می کند، اما همیشه گذشته خود را اشغال می کند. به یاد آوردن وقایع گذشته به تصمیم شخص درباره آینده بستگی دارد.	گذشته به مثابه واقع-بودگی و پرتاب شدگی-آینده به مثابه برون بودگی یا برون ایستایی	۱۲	
E1 E2 E3 E4 E5	هستی انسان به مجموعه ای از عوامل جبری فروکاسته نمی شود. بشر محکوم است به آزادی؛ آزادی در انتخاب برای شرایط جبری زندگی.	آزادی در انتخاب پاسخ به واقع بودگی ها از مسیری متفاوت	۱۳	۴- از واقع-بودگی تا
E1 E3 E4	قهرمانی گری اجباری و اعتیاد به کار را می توان جز موارد مکانیزم دفاعی خوداستثنا، پنداری در مواجهه (مقابله و فرار) با مرگ قلمداد نمود.	اجبار به عنوان پیشران کارآفرینی	۱۴	برون-ایستایی
E1 E2 E3 E4 E5	تعریف محدودیت ها به عنوان چالش و انگیزه های برای تغییر و نه مانعی برای حرکت و بهانه ای برای سکون	توجه به امکانات (فرصت-ها) علی رغم واقع بودگی ها و محدودیت ها	۱۵	
E1 E3 E4 E5	انسان در زندگی با مجموعه ای از کنش های زنجیره ای واقعیت و زندگی خود را می سازد و جهان را تغییر می دهد. وجود فقط در کنش به تحقق و کمال می رسد.	ساخت واقعیت-ماهیت به موجب کنش	۱۶	
E1 E2 E3 E4	فرد به طور کامل مسئول یا مؤلف دنیا، الگوی زندگی، انتخاب ها و اعمال خویش است و می تواند با کنش خود جهان را تغییر دهد.	مؤلف خود و جهان بودن (اگزستانس به مثابه عامل محوری)	۱۷	۵- ساخت خود و جهان با
E3 E4 E5	از منظر اگزستانسیال اصالت به معنای زیستن بر مبنای ارزش های خود است که خود شخص آنها را خلق می کند و بر اساس آنها دست به اقدام می زند.	خلق ارزش به موجب کنش	۱۸	کنش
E1 E2 E3 E4 E5	اشخاص با کانون کنترل درونی حس می کنند خودشان هستند که بر سرنوشت شان فرمان می رانند. بنابراین مستقل تر و موفق ترند، فعالیت های مدیرانه بیشتری دارند، از احساس قدرت شخصی بیشتر برخوردارند، بیشتر جویای قدرتند و سعی می کنند بر محیط پیرامون شان مسلط شوند.	مرکز (کانون) کنترل درونی	۱۹	در مسیر اصالت
E1 E2 E3 E4 E5	اگزستانس به مثابه جریان فعل ماندی است که همواره در حال بودن و شدن می باشد. اساساً پویایی در ذات هستی انسان است او همواره راه خود را در راستای رسیدن به آنجای خود (دازاین) می سازد.	در-مسیر-بودن	۲۰	

E1 E2 E3 E4 E5	مفاهیم مرتبط با این مضمون شامل؛ شرایط و محیط‌هایی که در آنها راه-های از پیش تعیین شده مطلوب و جذاب نیستند. انتخاب مسیری متفاوت از شرایط عمومی محیطی، نبودن راه تجویزی صحیح از قبل و نیاز به کشف و خلق راه خود با آزمون و خطا می‌شود.	خلق راه خود	۲۱		
E1 E2 E4	نوآوری مسیری است برای تمایز و برون‌ایستایی کارآفرین که تعریف بنیادین دازاین و اگزستانس است.	نوآوری به مثابه بودن در مسیر اصالت		۲۲	
E1 E2 E3 E4 E5	اصالت به معنای شجاعت برخورد با موقعیت‌ها و محدودیت‌ها، خالص بودن و آگاهی از بودن خویش است و شامل روبه‌رو شدن با محدودیت-های وجود می‌شود.	اصالت و زیستن اصیل		۲۳	
E2 E5	اگزستانس در ریشه لغوی به معنای پدیدارشدن، ظهور کردن، قیام کردن و در نهایت متمایز شدن است. هر اگزستانس زمانی اصیل است که در راستای طرح خود زندگی کند و متمایز بشود.	اگزستانس به مثابه تمایز		۲۴	
E1 E2 E5	در اگزستانسیالیسم وجود بر ماهیت مقدم است. انسان ماهیتی از قبل تعریف شده نیست، بلکه وجودی است که خود را با انتخاب‌های خود می‌سازد.	دوری از برچسب‌های ماهیتی و اعتباری بیرونی از قبل تعریف شده		۲۵	
E1 E2 E3 E5	موقعیت‌های مرزی برای هستنده انسانی اجتناب ناپذیرند و انسان با نوع پاسخی که در برابر آنها می‌دهد، می‌تواند خود و جهان‌ش را تعریف کند، تغییر دهد و معنا بیخشد.	آزادی در انتخاب و مسئولیت پذیری در موقعیت اگزستانسیال	۶- آزادی انتخاب مسئولیت		
E1 E2 E3 E4 E5	انسان در مقام آزادی نیازمند دست زدن به انتخاب و پذیرش مسئولیت انتخاب‌هایش است.	آزادی انتخاب برای تغییر و پذیرش مسئولیت نتیجه		۲۶	
E1 E2 E3 E4 E5	آزادی برای انتخاب کردن و تصمیم گرفتن معنا پیدا می‌کند. اگزستانس آزادی است.	آزادی نه از چیزی بلکه آزادی برای چیزی		۲۷	
E1 E3 E4	برای هستی‌انسان وجود داشتن یعنی انتخاب کردن و انتخاب نکردن یعنی دست از وجود کشیدن.	انتخاب کردن به مثابه وجود داشتن		۲۸	
E1 E2 E3 E4 E5	انسان آزاد است تا با انتخاب‌هایش خود را بسازد و در نتیجه مسئولیت انتخاب‌هایش را نیز دارد.	مسئولیت‌پذیری در قبال خود و آینده خود		۲۹	
E1 E3	هر فرد مسئول تمام افراد بشر است. آدمی با انتخاب راه خود، راه همه آدمیان را تعیین می‌کند.	مسئولیت‌پذیری در قبال خود و دیگران		۳۰	
E1 E2 E5	مسئولیت‌پذیری به معنای مدیریت زندگی است. آگاهی از اینکه سرنوشت، گرفتاری‌های زندگی، احساسات و در نتیجه رنج‌هایمان را خود پدید می‌آوریم.	پذیرش مسئولیت در قبال واقع‌بودگی‌ها و محدودیت‌ها		۳۱	
E1 E2 E3 E4 E5	یکی از روش‌های خلق معنا در زندگی و کارآفرینی خلق یا کشف ارزش-هایی بزرگتر از خود و پایبندی به آنهاست	فراتر از پول و برای ارزش و هدفی والا		۳۲	
E1 E2 E3 E4 E5				۷- معنا در کارآفرینی	۳۳

E1 E2 E3 E4	یکی از راه‌های خلق یا کشف معنا در زندگی تجربه کردن است. تجربیات هر شخص از زندگی دارای فرازاها و فرودهاست.	معنا از طریق تجربه کردن	۳۴
E1 E3	این نوع از معنایی شامل طرز برخوردی است که نسبت به رنج در شرایط تغییرناپذیر بر می‌گزینیم. زنده بودن یعنی رنج کشیدن و معنایی برای رنج یعنی ادامه هستی.	معنا از طریق رنج	۳۵
E1 E2 E3 E4	خلق پدیده‌ای بزرگتر از خود، چه از نظر زمانی، چه مقیاس کارکردی و نتیجه از راه‌های خلق معنا در زندگی است.	رسالت و آرمان	۳۶
E1 E2 E3 E4	در اینجا معنی و هدف نهایی یعنی؛ ارضای نیازهای خودشکوفاگر مانند نیازهای شناختی دانش، پیش، خرد، و نیازهای زیبایی شناختی مانند تناسب، زیبایی، ژرف‌اندیشی و هماهنگی	ژرف‌اندیشی، قصدمندی و استعلا	۳۷
E2 E3 E4 E5	در اینجا معنی و هدف نهایی یعنی؛ خودشکوفایی، یعنی حرکت به سوی خویشتن. نوع دوستی، خدمت به دیگران، شرکت در کارهای خیر، رشد و پیشرفت.	تغییر و شکوفایی خود	۳۸
E1 E2 E4	در اینجا معنی و هدف نهایی یعنی؛ نوع دوستی، دنیا را به جای بهتری برای زیستن بدل کردن، خدمت و کمک به دیگران، شرکت در کارهای خیر، دوستی، خوشحال کردن دیگران	تغییر و شکوفایی دیگران، اهمیت دادن و توجه کردن، کمک به دیگران	۳۹
E1 E2 E4	در اینجا معنی و هدف نهایی یعنی؛ فداکاری برای یک آرمان، پیوستن به یک کل و از خود برگزشتن، خلاقیت و آفرینش چیزی نو، هم‌افزایی با دیگران.	خلق یک کل از خود بزرگتر و از خود برگزشتن	۴۰
E5	انسان در ارتباط با دیگران خود و جهان را می‌شناسد. این مؤلفه می‌تواند جز ارزش‌های قدرت محور دسته‌بندی شود.	رقابت، قدرت، برنده بودن	۴۱
E2 E3 E4	منظور اثرگذاری در راستای خلق ارزش و نتیجه خوب تلقی می‌شود.	تبدیل دنیا به جایی بهتر	۴۲
E3 E5	در پارادایم تفسیرگرایی، کارآفرینی به مثابه پدیده‌ای شخصی و در راستای با نیازها، انگیزه‌ها، مقصودها و اهداف شخصی فرد شناخته می‌شود. کارآفرینی به عنوان پدیده شخصی مؤید تمایز در آگریستانس است.	کارآفرینی به مثابه پدیده- ای شخصی	۴۳
E2 E3 E4	انسان موجود آفرینشگر، خلاق و مؤلف خود و جهانش است. لذت آفرینشگری معنایی ارزشمند برای کارآفرینی است.	خلق و آفرینشگری	۴۴
E1 E2	آگاهی انسان از زمان، نقش و شرایط حضورش در جهان.	حضور و مشارکت در هستی	۴۵
E4	انسان صرفاً فاعل اندیشنده نیست بلکه آغازگر کنش و مرکز احساس و عاطفه نیز هست.	آغازگری و منشاء اثر بودن	۴۶
E4	عشق به سرنوشت یعنی انسان از وضعیت خود رضایت داشته باشد.	عشق به سرنوشت	۴۷
E4	نوعی از درگیر شدن با زندگی و جهان است که موجب آگاهی می‌شود و این آگاهی الزاماً التفاتی و آگاهی از چیزی است که باید کشف شود.	کشف کردن	۴۸
E5	جهان انسانی الزاماً جهانی با دیگران است و در این میان، انسان با دیده شدن توسط دیگران "هست" می‌شود.	تایید شدن توسط دیگران	۴۹
E1 E2 E3	ماندن پس از مرگ و نبودن؛ نگاه به مرگ و خواست مانایی را می‌توان از طریق خلق پدیده‌ها و بودن و ماندن در ذهن و قلب دیگران تعریف کرد.	مانایی و ماندگاری	۵۰
E1 E2 E3	مرگ آگاهی به مثابه نیروی استفاده از زندگی است. اگرچه خود مرگ نابودکننده است، اما یاد مرگ زندگی‌بخش است و انسان را به سوی زندگی اصیل رهنمون می‌کند. دازاین اصیل مرگ آگاه است و دست به	ظرفیت مواجهه با نیستی	۵۱

E4	کنش اصیل برای ساختن زندگی اصیل می‌زند و کمک می‌کند که زندگی		
E5	پربارتی داشته باشند.		

ملاحظه می‌شود که بیشتر مضامین اصلی اگزیزستانسیال با تکرار و تناوب بالا توسط مصاحبه‌شوندگان مورد اشاره قرار گرفتند (۲۹ مضمون از ۵۱ مضمون توسط ۴ یا هر ۵ مصاحبه‌شونده مورد اشاره واقع شدند) که بر حضور غنی رگه‌های مضامین و مفاهیم اگزیزستانسیال در تجربه زیسته کارآفرینی و کنش کارآفرینانه این اشخاص دلالت دارد. همچنین مضامین با تکرار کمتر، جنبه‌های مختلف از معنای کارآفرینی برای مصاحبه‌شوندگان بازگو می‌کنند و همگی در خوشه اصلی مضمون معنا در کارآفرینی قرار دارند (خوشه‌بندی شماره ۷) که با در نظر گرفتن کارآفرینی به مثابه پدیده‌ای شخصی قابل درک می‌باشد. به‌طور کلی، از میان ۵۱ مضمون کلی مشخص شده، ۵ مضمون هر کدام در یک مصاحبه نقل شدند، ۶ مضمون در ۲ مصاحبه آمده‌اند، ۱۱ مضمون در ۳ مصاحبه، ۱۲ مضمون در ۴ مصاحبه و ۱۷ مضمون نیز در هر ۵ مصاحبه مورد اشاره قرار گرفتند. همچنین در میان صحبت‌های مصاحبه‌شوندگان دسته‌کم ۱۸۳ مورد استنباط و مشخص شد که بر مفاهیم و مضامین اگزیزستانسیال (۵۱ مضمون مشخص شده) دلالت داشت. در مجموع این مضامین در قالب ۸ خوشه اصلی (۱) در-جهان-بودن، (۲) زمان، (۳) ارتباطات و همبودی (در-جهان-انسانی-بودن)، (۴) از واقع‌بودگی تا برون‌ایستایی، (۵) ساخت خود و جهان خود به موجب کنش در مسیر اصالت، (۶) آزادی مسئولیت و انتخاب، (۷) معنا در کارآفرینی و (۸) مرگ دسته‌بندی شدند.

مؤلفه‌ها و ابعاد کنش کارآفرینانه

پس از مرور ادبیات کنش کارآفرینانه، مهم‌ترین مؤلفه‌های کنش کارآفرینانه استخراج و در قالب ۴۰ مضمون و ۷ خوشه اصلی صورت‌بندی شدند که در جدول ۳ با ذکر منبع آن ارائه می‌شود.

جدول ۳ مهم‌ترین مؤلفه‌های کنش کارآفرینانه (نگارندگان)

مضمون شاخص	مهم‌ترین مؤلفه‌های کنش کارآفرینانه	شماره خوشه	شماره مضمون
کنش کارآفرینانه در ارتباط با عدم قطعیت	کنش کارآفرینانه شامل قضاوت و تصمیم‌گیری در پاسخ به عدم قطعیت است. (McMullen & Shepherd, 2006, p.134; Townsend & Hunt, 2019)	۱	۱
	اراده کنش‌گر کارآفرین برای تحمل عدم قطعیت است. (McMullen & Shepherd, 2006, p. 138)		۲
	عدم قطعیت مفهوم کلیدی مشترک میان نظریات مربوط به کنش کارآفرینانه است. (Townsend et al., 2018, p.659)		۳
	توالی کنش بر بستری از عدم قطعیت. (Frese, 2007, 2009)		۴
	عدم قطعیت به مثابه مولد کنش کارآفرینانه است. (McMullen & Shepherd, 2006, p.136)		۵
	عدم قطعیت به مثابه مانع کنش کارآفرینانه است. (McMullen & Shepherd, 2006, p.136)		۶
کنش کارآفرینانه در ارتباط با محیط پیرامون	کنش کارآفرینانه در فرآیند جهان به مثابه چیزی-در-حال-شدن اثرساز است. (Sarasvathy, 2008, p.17)	۲	۷
	مفهوم‌سازی و نظم‌دهی جدید به محیط، تغییر محیط و یا رفع کمبودهای محیط به موجب کنش کارآفرینانه صورت می‌گیرد (Frese, 2007, pp.151-152, 2009, p.481; Townsend et al., 2018, pp.668-676). در پاسخ به محیط (Mises, 1998)		۸
	شکل‌پذیری دنیا در فضایی میان جبر و تصادف به موجب کنش کارآفرینانه. (McMullen & Shepherd, 2006, pp.147-149)		۹
کنش کارآفرینانه در ارتباط با فرصت	شناخت و بهره‌برداری از فرصت-اول-شخص از طریق کنش در شرایط احتمالی آینده و با اطلاعات کم حاصل می‌شود. (McMullen & Shepherd, 2006, p.141)	۳	۱۰
	کنش کارآفرینانه مبتنی بر کشف یا خلق فرصت و بهره‌برداری از آن است. (Sarasvathy, 2008, p.17)		۱۱

کنش کارآفرینانه در ارتباط با ابزار و منابع	کنش کارآفرینانه مبتنی بر توجه به منابع در دسترس و کاری که می‌توان انجام داد. (Baker & Nelson, 2005, p.336; Sarasvathy, 2001, p.251) مشخص (Mises, 1998, p.13 & 46)	۴	۱۲
	کنش کارآفرینانه موجب خلاقیت و تفوق بر کمبود منابع است. (Fisher, 2012, p.1044; Morales et al., 2019, p.3)		۱۳
	کنش کارآفرینانه ارائه‌دهنده چارچوب نوین ابزار-هدف است (عربیون و همکاران، ۱۳۹۸، ص ۲۵۶)		۱۴
کنش کارآفرینانه به مثابه پدیده شخصی	کنش کارآفرینانه هم در ارتباط با موضوعات درونی و تحت کنترل و هم موضوعات بیرونی و غیرقابل کنترل است. (McMullen & Shepherd, 2006, pp.147-149)	۵	۱۵
	کنش کارآفرینانه دارای جنبه‌های شناختی در کنار جنبه‌های رفتاری شخص است. (McMullen, 2015, p.2)		۱۶
	برای فهم کنش کارآفرینانه باید به معنای شخص کارآفرین و ارزش‌های او نگریست. (Packard, 2017, p.537)		۱۷
	کنش کارآفرینانه بر مبنای تفسیر شخص از واقعیت است. (Packard, 2017, p.541)		۱۸
	کنش کارآفرینانه وابسته به شرایط و فرد و از این روی اقتضائی است (McMullen, 2015, p.3; Sarasvathy, 2001, p.251). کنش همواره به صورت فردی است (Mises, 1998, p.30)		۱۹
	کنش کارآفرینانه دارای خواست، باور، انتظار، نیت، مقصود و دلیل برای کارآفرین است. (McMullen & Shepherd, 2006, p.148; Packard, 2017, p.544)		۲۰
	کنش کارآفرینانه دارای "چه" (دانش) و "چرا" (انگیزه) است. (McMullen & Shepherd, 2006, p.145)		۲۱
	ارزش‌های شخصی به مثابه هدایت‌کننده کنش (Mises, 1998, p.94) گشودگی به سوی تغییر و خود-تعالی مهم‌ترین ارزش‌های اثرگذار بر کنش کارآفرینانه‌اند. (Morales et al., 2019, p.3)		۲۲
	کنش کارآفرینانه مبتنی بر انگیزه خلق و قدرت است. (Swedberg, 2007, p.8)		۲۳
	تجربیات و تخیل دو منبع دانش در کنش کارآفرینانه هستند. (Packard, 2017, p.541)		۲۴
	کنش‌گر کارآفرین، عامل تخیل‌مند و مشتاق است. (Sarasvathy, 2001, p.262)		۲۵
کنش کارآفرینانه مبتنی بر تصمیم‌گیری شهودی است. (Swedberg, 2007, p.26)	۲۶		
نمود بیرونی کنش کارآفرینانه در رفتار کارآفرین مشاهده می‌شود. (Fisher, 2012, p.1020)	۲۷		
ماهیت کنش کارآفرینانه	کنش کارآفرینانه دارای فعالیت‌های مبتنی بر فرآیندهای پویا تکاملی است. (عربیون و همکاران، ۱۳۹۸، ص ۲۵۶)	۶	۲۸
	کنش کارآفرینانه مبتنی بر انجام کار جدید، ارائه ترکیب‌های جدید و نوآوری است. (Baker & Nelson, 2005, p.335; Swedberg, 2007, p.26)		۲۹
	کنش کارآفرینانه دارای هفت بعد رهبری، تصمیم‌گیری، فعالیت‌های منابع انسانی، استراتژی، تأمین مالی، بازاریابی و پایداری در مزیت رقابتی است. (Alvarez & Barney, 2007, p.17)		۳۰
	کنش کارآفرینانه مبتنی بر پیش‌بینی آینده و یا کنترل است. (Sarasvathy, 2001, p.251; Sarasvathy, 2008, p.16)		۳۱
	کنش کارآفرینانه در طول زمان و در راستای آینده رخ می‌دهد. (McMullen & Shepherd, 2006, p.132-133) و (Mises, 1998, p.100)		۳۲
	کنش کارآفرینانه دارای سه لایه توالی، ساختار و تمرکز است. (Frese, 2007, p.153, 2009, pp.448-458; Frese & Gielnik, 2023)		۳۳
	کنش کارآفرینانه در تعامل با دیگر کنشگران، در راستای فهم نظرات و شرایط دیگران، مهارت‌های سیاسی، اجتماعی و کنش‌های جمعی است. (Townsend et al., 2018, pp. 668-669); عربیون و همکاران، ۱۳۹۸، ص ۲۵۶)		۳۴
	تلاش آگاهانه انسان برای دستیابی به اهداف (Mises, 1998, p.18-19)		۳۵
کنش کارآفرینانه همراه با احتمال شکست بالا است. (Sarasvathy, 2008, p.17)	۳۶		
کارکرد کنش کارآفرینانه	کنش کارآفرینانه موجب حل مسائل جاری، خلق و آشکارسازی ارزش و ایجاد تغییر است. (McMullen, 2015, p.2; Packard, 2017; Townsend et al., 2018, p.677)	۷	۳۷
	کنش کارآفرینانه پویا و بر هم زنده تعادل است. (Swedberg, 2007, p.26)		۳۸
	کنش کارآفرینانه با به آزمون گذاشتن آگاهانه محدودیت‌های سنتی به دنبال یافتن آگاهی، دانش و راه‌های جدید و تغییر است. (Baker & Nelson, 2005, p.342)		۳۹
	کنش کارآفرینانه موجب بهره‌برداری از فرصت‌هاست.		۴۰

همانطور که ملاحظه می‌شود با در کنار هم قراردادن مؤلفه‌های دارای مشابهت‌های مفهومی، ۷ دسته از مضامین شاخص کنش کارآفرینانه تلخیص و استحصال می‌شوند. این ۷ دسته، ۷ جنبه اصلی کنش کارآفرینانه را بازتاب می‌دهند که عبارتند از: (۱) کنش کارآفرینانه در ارتباط با عدم قطعیت، (۲) محیط پیرامون، (۳) فرصت، (۴) ابزار و منابع، (۵) پدیده شخصی برای کنش‌گر، (۶) ماهیت کنش و (۷) کارکرد کنش.

شایان ذکر است که بیشترین تعداد مضامین استخراج شده درباره کنش کارآفرینانه با تعداد ۱۳ از ۴۰ مورد، در ارتباط با مؤلفه شاخص "کنش کارآفرینانه به مثابه پدیده شخصی" است که نشان‌دهنده جایگاه و اهمیت آن است. به عبارت دیگر، کنش کارآفرینانه پدیده‌ای شخصی و مرتبط با ذهنیت‌ها، باورها، نظام ارزش‌ها، انتظارات، دانش، تجربه و تفسیر شخصی کارآفرینان از زندگی به طور عام و کارآفرینی به طور خاص است. با نگاه به پارادایم تفسیرگرایی نیز می‌توان بیان داشت که ماهیت و کیفیت این کنش در ارتباط لاینفک با شخص کارآفرین و ازاینرو منحصر به فرد است. به بیانی دیگر به علت جهان ذهنی، ارزشی، معنایی و تجربی متفاوت اشخاص، کنش کارآفرینانه شخص الف با کنش کارآفرینانه شخص ب متفاوت خواهد بود، حتی اگر این دو شخص در یک زمان، مکان، صنعت و شرایط مشابه دست به اقدام بزنند. این درحالی است که اگر از منظر نظریه‌های اقتصادی به کنش نگریسته شود، هر دو شخص الف و ب باید دست به اقدامات مشابه و یکسان بزنند.

از طرف دیگر با در کنار هم قرار دادن ۴ مؤلفه شاخص عدم قطعیت، جهان پیرامون، فرصت و کارکرد کنش کارآفرینانه که همگی جنبه‌های بیرونی این پدیده را در بر می‌گیرند، ملاحظه می‌شود که ۱۳ مضمون دیگر از ۴۰ مضمون استخراج شده را به خود اختصاص داده‌اند. بنابراین می‌توان اینگونه نتیجه‌گیری کرد که کنش کارآفرینانه به همان اندازه که پدیده‌ای است شخصی، پدیده‌ای محیطی و در-میان-جهان نیز هست. این محیط و این در-میان-جهان بودن هم محیط عینی (شامل فرصت‌های عینی، عدم قطعیت عینی، مؤلفه‌های بازار، رقابت، صنعت و ... ارزش‌های عینی مانند پول و سود و ...) و هم محیط ذهنی و بین‌الذهانی^۱ (شامل فرصت‌های ذهنی، عدم قطعیت ذهنی، مؤلفه‌های اجتماعی، ارزش‌های ذهنی و ...) را در بر می‌گیرد. بدین ترتیب می‌توان بیان داشت که کنش کارآفرینانه پیوند دهنده و مرز تلافی دو جهان است؛ جهان درونی شخص کارآفرین و جهان بیرونی که او سعی در شناخت و کنترل اثرگذاری و اثرپذیری آن دارد.

مؤلفه‌ها و مضامین هم‌بسته میان کنش کارآفرینانه و اگزستانسیالیسم

پس از آنکه مضامین اگزستانسیالی (جدول ۲) و مؤلفه‌های کنش کارآفرینانه (جدول ۳) مشخص گردیدند، با تناظر و مقایسه تطبیقی آنها و تحلیل تفسیری‌شان، مؤلفه‌ها و مضامینی که در این دو حوزه به صورت مستقیم در ارتباط و همبستگی معنایی و مفهومی با یکدیگر هستند مشخص شدند که به تفصیل در جدول ۴ ارائه می‌شوند.

جدول ۴ مضامین مرتبط و همبسته کنش کارآفرینانه و اگزستانسیالیسم - نگارنده گان

ردیف	مضمون در کنش کارآفرینانه (شماره خوشه-شماره مضمون)	مضمون در اگزستانسیالیسم (شماره خوشه-شماره مضمون)
۱	قضاوت و تصمیم‌گیری در پاسخ به عدم قطعیت (۱-۱)	آزادی انتخاب برای تغییر و پذیرش مسئولیت نتیجه (۶-۲۷)
۲	اراده کنش‌گر کارآفرین برای تحمل عدم قطعیت (۱-۲)	گشودگی نسبت به جهان (۱-۱) ظرفیت مواجهه با نیستی (۸-۵۱) مرکز (کانون) کنترل درونی (۵-۱۹)
۳	توالی کنش بر بستری از عدم قطعیت (۱-۴)	ساخت واقعیت-ماهیت به موجب کنش (۵-۱۶)

^۱ - Intersubjective

۴	عدم قطعیت به مثابه مولد کنش کارآفرینانه (۵-۱)	آزادی در انتخاب پاسخ به واقع‌بودگی‌ها از مسیری متفاوت (۱۳-۴) توجه به امکانات (فرصت‌ها) علی‌رغم واقع‌بودگی‌ها و محدودیت‌ها (۱۵-۴) خلق راه خود (۲۱-۵) نوآوری به مثابه بودن در مسیر اصالت (۲۲-۵) اصالت و زیستن اصیل (۲۳-۵) آزادی در انتخاب و مسئولیت‌پذیری در موقعیت مرزی و اگزستانسیال (۲۶-۶)
۵	فرآیند جهان به مثابه چیزی-در-حال-شدن (۷-۲)	جهان به مثابه چیزی-در-حال-ساختن (۲-۱) ساخت واقعیت-ماهیت به موجب کنش (۱۶-۵) مؤلف خود و جهان بودن (اگزستانس به مثابه عامل محوری) (۱۷-۵)
۶	مفهوم‌سازی و نظم‌دهی جدید به محیط، تغییر محیط و یا رفع کمبودهای محیط (۸-۲)	جهان به مثابه چیزی-در-حال-ساختن (۲-۱) ساخت واقعیت-ماهیت به موجب کنش (۱۶-۵) مؤلف خود و جهان بودن (اگزستانس به مثابه عامل محوری) (۱۷-۵) آزادی انتخاب برای تغییر و پذیرش مسئولیت نتیجه (۲۷-۶)
۷	شکل‌پذیری دنیا در فضایی میان جبر و تصادف (۹-۲)	جهان به مثابه چیزی-در-حال-ساختن (۲-۱) بازخوانی گذشته و کنش در حال در راستای اهداف و امکانات آینده (۴-۲) کل خوشه اصلی شماره ۴: از واقع‌بودگی تا برون‌ایستایی پذیرش مسئولیت در قبال واقع‌بودگی‌ها و محدودیت‌ها (۲۲-۶)
۸	شناخت و بهره‌برداری از فرصت-اول-شخص از طریق کنش در شرایط احتمالی آینده و با اطلاعات کم (۱۰-۳)	گشودگی نسبت به جهان (۱-۱) آزادی در انتخاب پاسخ به واقع‌بودگی‌ها از مسیری متفاوت (۱۳-۴) توجه به امکانات (فرصت‌ها) علی‌رغم واقع‌بودگی‌ها و محدودیت‌ها (۱۵-۴) ساخت واقعیت-ماهیت به موجب کنش (۱۶-۵) تغییر و شکوفایی خود (۳۸-۷) کشف کردن (۴۸-۷)
۹	مبتنی بر کشف یا خلق فرصت و بهره‌برداری از آن (۱۱-۳)	گشودگی نسبت به جهان (۱-۱) توجه به امکانات (فرصت‌ها) علی‌رغم واقع‌بودگی‌ها و محدودیت‌ها (۱۵-۴) خلق ارزش به موجب کنش (۱۸-۵) خلق راه خود (۲۱-۵)
۱۰	مبتنی بر توجه به منابع در دسترس و کاری که می‌توان انجام داد (۱۲-۴)	خوشه اصلی شماره ۴: از واقع‌بودگی تا برون‌ایستایی آزادی انتخاب برای تغییر و پذیرش مسئولیت نتیجه (۲۷-۶) پذیرش مسئولیت در قبال واقع‌بودگی‌ها و محدودیت‌ها (۳۲-۶)
۱۱	خلاقیت و تفوق بر کمبود منابع (۱۳-۴)	خوشه اصلی شماره ۴: از واقع‌بودگی تا برون‌ایستایی خلق راه خود (۲۱-۵) نوآوری به مثابه بودن در مسیر اصالت (۲۲-۵)
۱۲	ارتباط موضوعات درونی و تحت کنترل با موضوعات بیرونی و غیرقابل کنترل (۱۵-۵)	گشودگی نسبت به جهان (۱-۱) کل خوشه اصلی شماره ۴: از واقع‌بودگی تا برون‌ایستایی مرکز (کانون) کنترل درونی (۱۹-۵) حضور و مشارکت در هستی (۴۵-۷)
۱۳	فهم کنش کارآفرینانه با توجه به معنای شخص کارآفرین و ارزش‌های او (۱۷-۵)	خوشه اصلی شماره ۷: معنا در کارآفرینی خلق ارزش به موجب کنش (۱۸-۵) اصالت و زیستن اصیل (۲۳-۵)
۱۴	کنش کارآفرینانه بر مبنای تفسیر شخص از واقعیت (۱۸-۵)	خوشه اصلی شماره ۷: معنا در کارآفرینی آینده‌نگری در راستای طرح و پروژه شخصی و در-انجای‌دازین (۳-۲) بازخوانی گذشته و کنش در حال در راستای اهداف و امکانات آینده (۴-۲) مرکز (کانون) کنترل درونی (۱۹-۵) اصالت و زیستن اصیل (۲۳-۵)
۱۵	وابسته به شرایط و فرد و اقتضائی (۱۹-۵)	خوشه اصلی شماره ۱: در-جهان-بودن خوشه اصلی شماره ۴: از واقع‌بودگی تا برون‌ایستایی آزادی انتخاب برای تغییر و پذیرش مسئولیت نتیجه (۲۷-۶)

۱۶	دارای خواست، باور، انتظار، نیت، مقصود و دلیل برای کارآفرین (۲۰-۵)	خوشه اصلی شماره ۷: معنا در کارآفرینی خوشه اصلی شماره ۲: زمان اصالت و زیستن اصیل (۲۳-۵)
۱۷	دارای "چه" و "چرایی" (۲۱-۵)	خوشه اصلی شماره ۷: معنا در کارآفرینی خوشه اصلی شماره ۲: زمان اصالت و زیستن اصیل (۲۳-۵)
۱۸	ارزش‌های شخصی به مثابه هدایت‌کننده کنش: گشودگی به سوی تغییر و خود-تعالی (۲۲-۵)	خوشه اصلی شماره ۲: زمان خوشه اصلی شماره ۵: ساخت خود و جهان با کنش در مسیر اصالت خوشه اصلی شماره ۷: معنا در کارآفرینی
۱۹	مبتنی بر انگیزه خلق و قدرت (۲۳-۵)	خوشه اصلی شماره ۵: ساخت خود و جهان با کنش در مسیر اصالت خوشه اصلی شماره ۷: معنا در کارآفرینی
۲۰	کنش‌گر کارآفرین، عامل تخیل‌مند و مشتاق (۲۵-۵)	گشودگی نسبت به جهان (۱-۱) ارتباط با خود وجودی (۶-۳) ارتباط من-تویی با دیگران (۷-۳) خوشه اصلی شماره ۷: معنا در کارآفرینی
۲۱	مبتنی بر فرآیندهای پویا تکاملی (۲۸-۶)	در-مسیر-بودن (۲۰-۵)
۲۲	کنش کارآفرینانه مبتنی بر انجام کار جدید، ارائه ترکیب‌های جدید و نوآوری (۲۹-۶)	نوآوری به مثابه بودن در مسیر اصالت (۲۲-۵)
۲۳	مبتنی بر پیش‌بینی آینده و یا کنترل (۳۱-۶)	خوشه اصلی شماره ۲: زمان خوشه اصلی شماره ۴: از واقع‌بودگی تا برون‌ایستایی
۲۴	در طول زمان و در راستای (۳۲-۶)	خوشه اصلی شماره ۲: زمان
۲۵	در تعامل با دیگر کنشگران، در راستای فهم نظرات و شرایط دیگران، مهارت‌های سیاسی، اجتماعی و کنش‌های جمعی (۶-۳۴)	خوشه اصلی شماره ۳: ارتباط و هم‌بودی (در-جهان-بودن)
۲۶	تلاش آگاهانه انسان برای دستیابی به اهداف (۳۵-۶)	خوشه اصلی شماره ۷: معنا در کارآفرینی آینده‌نگری در راستای طرح و پروژه شخصی و در-آن‌جای دازاین (۳-۲)
۲۷	همراه با احتمال شکست بالا (۳۶-۶)	پذیرش مسئولیت در قبال واقع‌بودگی‌ها و محدودیت‌ها (۳۲-۶)
۲۸	موجب حل مسائل جاری، خلق و آشکارسازی ارزش و ایجاد تغییر (۳۷-۷)	مؤلف خود و جهان بودن (اگزستانس به مثابه عامل محوری) (۱۷-۵) خلق ارزش به موجب کنش (۱۸-۵)
۲۹	پویا و بر هم زننده تعادل (۳۸-۷)	جهان به مثابه چیزی-در-حال-ساختن (۲-۱) مؤلف خود و جهان بودن (اگزستانس به مثابه عامل محوری) (۱۷-۵)
۳۰	موجب بهره‌برداری از فرصت‌ها (۴۰-۷)	خوشه اصلی شماره ۴: از واقع‌بودگی تا برون‌ایستایی خوشه اصلی شماره ۵: ساخت خود و جهان با کنش در مسیر اصالت خوشه اصلی شماره ۶: آزادی، انتخاب و مسئولیت

ملاحظه می‌شود ۳۰ تا از ۴۰ مؤلفه کنش کارآفرینانه در ارتباط چندگانه و مستقیم با مضامین اگزستانسیالیسم و دارای مشابهت و همبستگی معنایی هستند. در هر خانه از این جدول با ذکر شماره کد مشخص شده است که هر کدام از مؤلفه‌های کنش کارآفرینانه دقیقاً با کدامیک از مضامین اگزستانسیالیسم ارتباط دارد. به طوری که عدد سمت راست داخل هر پرانتز نشان‌دهنده خوشه اصلی مضامین و عدد سمت چپ آن نشان‌دهنده خود مضمون است.^۱ این مفاهیم مرتبط و مشترک در هر دو حوزه، مستقلاً و مشخصاً قابل مشاهده و تشخیص هستند.

^۱ - به عنوان مثال در ردیف شماره ۵ جدول، مضمون "فرآیند جهان به مثابه چیزی-در-حال-شدن (۷-۲)" مضمون شماره ۷ از کنش کارآفرینانه است که در خوشه اصلی ۲ کنش کارآفرینانه "کنش کارآفرینانه در ارتباط با محیط پیرامون" جای دارد که در ارتباط با مضمون "جهان به مثابه چیزی-در-حال-ساختن (۲-۱)" از مضامین اگزستانسیالیسم است که آدرس آن مضمون شماره ۲ اگزستانسیالیسم از خوشه اصلی اول آن یعنی "در-جهان-بودن" است.

نکته دیگر اینکه تقریباً تمام مؤلفه‌های کنش کارآفرینانه که بر امر شخصی و تجربی بودن کنش و پدیده کارآفرینی دلالت دارند (خوشه اصلی شماره ۵ در کنش کارآفرینانه)، می‌توانند از منظر اگزستانسیالیسم تحلیل و تفسیر شوند. به عنوان نمونه وقتی در مضمون شماره ۱۷ کنش کارآفرینانه (جدول شماره ۳) بیان می‌شود که "برای فهم کنش کارآفرینانه باید به معنای شخص کارآفرین و ارزش‌های او نگریست" و یا اینکه در مضمون شماره ۱۸ آمده است "کنش کارآفرینانه بر مبنای تفسیر شخص از واقعیت است" و نیز در مضمون شماره ۲۰ اشاره شده است که "کنش کارآفرینانه دارای خواست، باور، انتظار، نیت، مقصود و دلیل برای کارآفرین است"، تمام این موارد را می‌توان بر مبنای سائق‌ها و پیش‌ران‌های تعریف شده در مضامین اگزستانسیال تفسیر و تحلیل نمود. به عنوان مثال وقتی برای کارآفرین معنای شخصی و ارزش‌های او مهم باشد (مضمون شماره ۱۷)، این موضوع بر پدیده معناخواهی اگزستانس در جهان بی‌معنا دلالت دارد. این نگاه تفسیری می‌تواند برای تمامی مضامین خوشه اصلی شماره ۵ کنش کارآفرینانه (مضمون شماره ۱۵ تا ۲۷) که بر امر شخصی و تجربی بودن کنش و پدیده کارآفرینی دلالت دارند مورد استفاده قرار بگیرد. بنابراین ارتباط میان مضامین کنش کارآفرینانه هم از منظر توصیفی و هم از منظر تفسیری قابل تشخیص است. همچنین ملاحظه می‌شود که آن مؤلفه‌های کنش کارآفرینانه که بیشترین ارتباط کمی و کیفی با مضامین اگزستانسیال را دارند عبارتند از: عدم قطعیت به مثابه مولد کنش کارآفرینانه (۱-۵)، شناخت و بهره‌برداری از فرصت-اول-شخص از طریق کنش در شرایط احتمالی آینده و با اطلاعات کم (۳-۱۰)، کل خوشه اصلی (۲) کنش کارآفرینانه در ارتباط با محیط پیرامون) و کل خوشه اصلی (۵) کنش کارآفرینانه به مثابه پدیده شخصی). کمیت و کیفیت این ارتباطات بیان‌گر آن است که کنش کارآفرینانه از منظرهای خواست و انگیزه‌های درونی و معنای کارآفرینی، نقش و جایگاه کارآفرین در جهان و شرایط عدم قطعیت و عاملیت او در اثرگذاری بر جهان، می‌تواند به خوبی در چارچوب فلسفه اگزستانسیال و مضامین آن فهم و تفسیر شود.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

این مقاله با هدف استخراج و معرفی مضامین اگزستانسیال در کارآفرینی، مؤلفه‌های کنش کارآفرینانه و همچنین بررسی مضامین مرتبط و هم‌بسته میان حوزه‌های اگزستانسیالیسم و کنش کارآفرینانه انجام شده است و چگونگی ارتباط میان مضامین این دو حوزه را ترسیم می‌کند.

بدین منظور پس از مرور ادبیات کنش کارآفرینانه و اگزستانسیالیسم، ابتدا با انجام مصاحبه‌هایی با رویکرد پدیدارشناسی توصیفی، ۵۱ مضمون اگزستانسیال مرتبط با کارآفرینی استخراج و در قالب ۸ خوشه اصلی (۱) در-جهان-بودن، (۲) زمان، (۳) ارتباطات و همبودی (در-جهان-انسانی-بودن)، (۴) از واقع‌بودگی تا برون‌ایستایی، (۵) ساخت خود و جهان خود به موجب کنش در مسیر اصالت، (۶) آزادی مسئولیت و انتخاب، (۷) معنا در کارآفرینی و (۸) مرگ صورت‌بندی شدند.

سپس ۴۰ مؤلفه کنش کارآفرینانه که در مقالات و منابع به آنها اشاره و دلالت شده بود استخراج شدند و در دنبال به واسطه قرابت مفهومی و مشابهت‌های معنایی، این مؤلفه‌ها در قالب ۷ خوشه اصلی (۱) کنش کارآفرینانه در ارتباط با عدم قطعیت، (۲) محیط پیرامون، (۳) فرصت، (۴) ابزار و منابع، (۵) پدیده شخصی برای کنشگر، (۶) ماهیت کنش و (۷) کارکرد کنش دسته‌بندی شدند.

در پایان با تناظر، مقایسه تطبیقی، تحلیل تفسیری و با استفاده از کدگذاری (شماره خوشه-شماره مضمون) هر یک از مؤلفه‌های کنش کارآفرینانه با مضامین اگزستانسیال، ارتباط دقیق هر کدام از آنها با یکدیگر مشخص و نشان داده شد که کدامیک از مؤلفه‌های کنش کارآفرینانه با کدامیک از مضامین اگزستانسیالیسم مرتبط هستند. معلوم گردید که ۳۰ از ۴۰ مؤلفه کنش کارآفرینانه به صورت مستقیم و چندگانه با مضامین اگزستانسیال ارتباط معنایی و مفهومی دارند. همچنین مؤلفه‌هایی از کنش کارآفرینانه که بیشترین ارتباط کمی و کیفی را با مضامین اگزستانسیال دارند عبارتند از: عدم قطعیت به مثابه مولد کنش کارآفرینانه (۱-۵)، شناخت و بهره‌برداری از فرصت-اول-شخص از طریق کنش در شرایط احتمالی آینده و با اطلاعات کم (۳-۱۰)، کل خوشه اصلی (۲) کنش کارآفرینانه در ارتباط با محیط پیرامون) و کل خوشه اصلی (۵) کنش کارآفرینانه به مثابه پدیده شخصی) مشخص شدند.

کمیت و کیفیت این ارتباطات بر پیوند عمیق این دو حوزه دانشی و فلسفی دلالت دارد. تأکید و تمرکز کنش کارآفرینانه و اگزیتانسیالیسم بر مضامین و مفاهیمی همچون؛ کنش به مثابه اقدام آگاهانه و آزادانه، اهمیت تجربه ذهنی شخص و دنیای زیسته، آزادی اراده و انتخاب در کنش، قضاوت و تصمیم‌گیری برای کنش در شرایط عدم قطعیت، فراتر رفتن از محدودیت‌ها و تفوق بر کمبودهای وضع موجود، استفاده از فرصت‌ها و شرایط بیرونی، تأکید بر وزن مسئولیت شخصی، اهمیت تجربه ذهنی، خواست، دانش و انگیزه‌های درونی، خودآفرینی و خلق خود، خلق پدیده‌های جدید، خلق و ارائه ارزش، خلق-کشف معنا در کار و زندگی، کنش در راستای هدف، اصالت و تمایز، ارتباط معنادار و عمیق با دیگران در خلق جهان انسانی-اجتماعی، نقش و جایگاه کارآفرین در بودن-در-جهان و مواجهه با عدم قطعیت و نیز عاملیت و در اثرگذاری او بر جهان برجسته و مشهود است. این مشابهت‌ها بیانگر ارتباط عمیق و فلسفی میان این دو حوزه بوده و بر این امر دلالت دارد که کنش کارآفرینانه می‌تواند به خوبی در چارچوب اگزیتانسیالیسم و مضامین آن فهم و تفسیر شود.

با این وجود تفاوت‌هایی نیز در این دو حوزه مشاهده می‌شود که مهم‌ترین آنها از این قرار است که تأکید کنش کارآفرینانه بر شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها به منظور خلق ارزش اقتصادی و بیشینه سازی سود در شرایط عدم قطعیت است در حالی که اگزیتانسیالیسم بر خلق معنا در زندگی و دستیابی بر اصالت شخص در جهانی فاقد معنا تمرکز دارد. بنابراین می‌توان بیان داشت با وجود این اینکه این دو دیدگاه از منظر انسان‌شناسی، روان‌شناسی و هستی‌شناسی و معرفت‌شناسی دارای مشابهت هستند، اما از نظر اهداف و زمینه کاربرد دارای تفاوت‌های هستند.

کمک نظری پژوهش حاضر در این است که در حوزه پژوهشی جوان و میان‌رشته‌ای کارآفرینی (Rocha & Birkinshaw, 2007) گامی در راستای مفهوم‌سازی و ارائه‌ی شناخت جدید از کنش کارآفرینانه از منظر مکتب فلسفی اگزیتانسیالیسم برداشته و با مشخص نمودن ارتباط میان اصلی‌ترین مفاهیم و مضامین هم‌بسته میان آنها، حوزه‌های کارآفرینی و فلسفه اگزیتانسیالیسم را به یکدیگر نزدیکتر کرده است.

حال در ادامه پژوهش حاضر و با توجه به ظرفیت فراوان حوزه پژوهشی میان‌رشته‌ای کارآفرینی، پیشنهاد می‌شود که مطالعات میان‌رشته‌ای بیشتری با تأکید بر حوزه‌های فلسفی و روانشناختی به منظور گسترش و تعمیق درک و فهم ریشه‌های کنش کارآفرینان انجام شود و در این میان فلسفه و روان‌درمانی اگزیتانسیالیسم حوزه‌هایی هستند که به لحاظ غنای معنایی و قرابت مفهومی با کارآفرینی می‌توانند زمینه و مبنایی قابل اتکا برای این شناخت را فراهم آورند.

در نهایت به نظر می‌رسد مفاهیم استنتاج شده این پژوهش قابلیت تعمیم‌پذیری و کاربست در حوزه عمل کارآفرینان را داشته باشد و ترویج آنها می‌تواند شرایطی ایجاد کند تا کارآفرینان درک بهتری از خود و ریشه‌های کنش خود داشته باشند و بدین ترتیب بتوانند شایستگی و عاملیت لازم برای کارآفرینی را در خود ایجاد کرده و توسعه دهند. به همین منظور می‌توان یافته‌های انتزاعی این پژوهش را اتخاذ کرده و در ساحت کاربرد مورد استفاده قرار داد.

منابع

- استیونسون، ل.، هابرم، د.، و متیوز رایت، پ. (۱۳۹۸). *دوازده نظریه در باب طبیعت بشر* (م. محمدامینی، ویراستار؛ ویراست پنجم). نشر نو. الوانی، س. م.، و بودلایی، ح. (۱۳۸۹). پدیدارشناسی در مطالعات کارآفرینی. *فصلنامه علوم مدیریت ایران*، ۵(۱۹)، ۱-۲۰.
- رستمیان، ع.، و متوسلی، م. (۱۴۰۳). پراکسولوژی هرمنوتیکی و واکاوی کنش کارآفرینانه. *نشریه توسعه کارآفرینی*، ۱۷(۱)، ۱-۲۱.
- سارتر، ژ. پ. (۱۴۰۰). اگزیتانسیالیسم و اصالت بشر (م. رحیمی، ویراستار؛ ویراست نوزدهم). نشر نیلوفر.
- شین، ا. (۱۳۹۱). تئوری عمومی کارآفرینی؛ رویکرد فرد-فرصت (ه. زارع، ح. اکباتانی، و پ. پ. خاکبار، ویراستاران). نشر آزاد.
- عربیون، ا.، دهکری، ع. م.، و سلاجقه، ن. (۱۳۹۸). مفهوم‌پردازی کنش کارآفرینانه. *توسعه کارآفرینی*، ۱۲(۲)، ۲۴۱-۲۶۰.
- <https://doi.org/10.22059/jed.2024.364827.654265>
- <https://doi.org/10.22059/jed.2019.270544.652814>
- فارسی، ج. ی.، محمدکاظمی، ر.، و خادم‌الرضا، ع. (۱۴۰۴). مطالعه پدیدارشناسانه کنش: ریشه‌ها و مضامین اگزیتانسیالیسم در کارآفرینی.

<https://doi.org/10.22059/jed.2025.388589.654476>. فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۱۴(۳)، ۱۴۴-۱۷۴.

فلین، ت. (۱۴۰۰). اگزیستانسیالیسم (ح. کیانی، ویراستار). نشر حکمت سینا.
 قصیری، و.، طالبی، ک.، و ایمانی‌پور، ن. (۱۳۹۴). نقش تفکر کارآفرینانه بر راهبردهای رشد در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط. توسعه کارآفرینی، ۱۲(۱)، ۱۹۵-۲۱۴. <https://doi.org/10.22059/jed.2015.55976>
 گروندن، ژ. (۱۴۰۰). هرمنوتیک) م. ابولقاسمی (ed.); سوم. نشر ماهی.
 مککواری، ج. (۱۳۹۹). وجودگرایی) محمدسعید حنایی کاشانی (ed.); دوم. نشر هرمس.
 می، ر. (۱۴۰۰). کشف وجود؛ روانشناسی وجودی) م. میلانی (ed.); چهارم. نشر دانژه.
 می، ر.، انجل، ا. و النبرگر، ه. (۱۴۰۱). هستی (اگزیستانس)) س. حبیب (ed.); سوم. نشر نی.
 هایدگر، م. (۱۴۰۱). هستی و زمان) ع. رشیدیان (ed.); یازدهم. نشر نی.

- Aberšek, B. (2024). From Chaos to the Absurd: Existentialism for the 21st Century. *Philosophies*, 9(6). <https://www.mdpi.com/2409-9287/9/6/168>
- Agarwal, J., & Cruise Malloy, D. (2000). The role of existentialism in ethical business decision-making. *Business Ethics: A European Review*, 9(3), 143–154. <https://doi.org/10.1111/1467-8608.00185>
- Alvarez, S. A., & Barney, J. B. (2007). DISCOVERY AND CREATION: ALTERNATIVE THEORIES OF ENTREPRENEURIAL ACTION. *Strategic Entrepreneurship Journal*, November, 11–26. <https://doi.org/10.1002/sej.4>
- Anker, T. B. (2023). Meaningful choice: Existential consumer theory. *Marketing Theory*, October. <https://doi.org/10.1177/14705931231207317>
- Baker, T., & Nelson, R. E. (2005). Creating Something from Nothing: Resource Construction through Entrepreneurial Bricolage. *Administrative Science Quarterly*, 50(3), 329–366. <https://doi.org/10.2189/asqu.2005.50.3.329>
- Barrett, W. (1964). What is existentialism? In *Philosophical Writings*. INC, Grove Press. <https://www.jstor.org/stable/40401073>
- Berglund, H. (2015). Between cognition and discourse: Phenomenology and the study of entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 21(3), 472–488. <https://doi.org/10.1108/IJEER-12-2013-0210>
- Cooper, M. (2016). *existential therapies*. SAGE.
- Dean, T. J., & McMullen, J. S. (2007). Toward a theory of sustainable entrepreneurship: Reducing environmental degradation through entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing*, 22(1), 50–76. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2005.09.003>
- Dowling, M. (2007). From Husserl to van Manen. A review of different phenomenological approaches. *International Journal of Nursing Studies*, 44(1), 131–142. <https://doi.org/10.1016/j.ijnurstu.2005.11.026>
- Fisher, G. (2012). Effectuation, causation, and bricolage: A behavioral comparison of emerging theories in entrepreneurship research. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 36(5), 1019–1051. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00537.x>
- Frese, M. (2007). The psychological actions and entrepreneurial success: An action theory approach. *The Psychology of Entrepreneurship*, January 2007, 151–188. <https://psycnet.apa.org/record/2006-11785-008>
- Frese, M. (2009). Toward a psychology of entrepreneurship - An action theory perspective. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 5(6), 437–496. <http://dx.doi.org/10.1561/03000000028>
- Frese, M., & Gielnik, M. M. (2023). The Psychology of Entrepreneurship: Action and Process. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 10, 137–164. <https://doi.org/10.1146/annurev-orgpsych-120920-055646>

- Fu, X. (2019). Existential authenticity and destination loyalty: Evidence from heritage tourists. *Journal of Destination Marketing and Management*, 12(November 2018), 84–94. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2019.03.008>
- Gulbrandsen, P., Clayman, M. L., Beach, M. C., Han, P. K., Boss, E. F., Ofstad, E. H., & Elwyn, G. (2016). Shared decision-making as an existential journey: Aiming for restored autonomous capacity. *Patient Education and Counseling*, 99(9), 1505–1510. <https://doi.org/10.1016/j.pec.2016.07.014>
- Hunt, R. A., & Lerner, D. A. (2018). Entrepreneurial action as human action: Sometimes judgment-driven, sometimes not. *Journal of Business Venturing Insights*, 10(November). <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2018.e00102>
- Iswari, H. R., Handayati, P., Ery Tri Djatmika Rudijanto Wahju, W., & Restuningdiah, N. (2024). Philosophy meets culture: How existential reflection and ‘Arema Spirit’ shape startup bootstrapping strategies? *Research Journal in Advanced Humanities*, 5(4), 580–617. <https://doi.org/10.58256/s7tq7a08>
- Kirkley, W. W. (2016). Entrepreneurial behaviour: the role of values. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 22(3), 290–328. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-02-2015-0042>
- Krueger, N. F. (2007). E T & P What Lies Beneath ? The. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 208, 123–139. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00166.x>
- Mascaro, N., & Rosen, D. H. (n.d.). AS A BUFFER AGAINST STRESS. 46(2), 168–190. <https://doi.org/10.1177/0022167805283779>
- McMullen, J. S. (2017). Are we confounding heroism and individualism ? Entrepreneurs may not be lone rangers , but they are heroic nonetheless. *Business Horizons*, 60(3), 257–259. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2017.02.001>
- McMullen, J. S. (2015). Entrepreneurial Action. *Wiley Encyclopedia of Management, January 2015*, 1–2. <https://doi.org/10.1002/9781118785317.weom030026>
- McMullen, J. S., & Shepherd, D. A. (2006). Entrepreneurial Action and the Role of Uncertainty in the Theory of the Entrepreneur. In *A Psychological Approach to Entrepreneurship* (Vol. 31, Issue 1, pp. 132–152). Edward Elgar Publishing. <https://doi.org/10.5465/amr.2006.19379628>
- Mises, L. von. (1954). *The Theory of Money and Credit* (2nd ed.). Yale University Press. <https://mises.org/library/book/theory-money-and-credit>
- Mises, L. von. (1998). Human Action; A Treatise on Economics. In *The Mental as Physical*. The Ludwig von Mises Institute. <https://doi.org/10.4324/9781315739908-11>
- Morales, C., Masuda, A. D., & Holtschlag, C. (2019). The Why and How of Entrepreneurial Action: An Integrative Model Based on Individual Values and Action Theory. *Spanish Journal of Psychology*, 22, 1–11. <https://doi.org/10.1017/sjp.2019.62>
- Morhart, F., Malär, L., Guèvremont, A., Girardin, F., & Grohmann, B. (2013). Brand authenticity: An integrative framework and measurement scale. *Journal of Consumer Psychology*, 25(2), 200–218. <https://doi.org/10.1016/j.jcps.2014.11.006>
- North, D. (2005). *understanding the process of economic change*. PRINCETON UNIVERSITY PRESS.
- Oluwafemi, T. B., & Duff, A. J. (2024). Entrepreneurship as existential transformation: a review of entrepreneurial identity with a typology of career and personal change. *Cogent Business and Management*, 11(1). <https://doi.org/10.1080/23311975.2024.2418424>
- Packard, M. D. (2017). Where did interpretivism go in the theory of entrepreneurship? *Journal of Business Venturing*, 32(5), 536–549. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2017.05.004>
- Plantinga, A. (1983). On existentialism. *Philosophical Studies*, 44(1), 1–20. <https://doi.org/10.1007/BF00353411>
- Rocha, H., & Birkinshaw, J. (2007). Entrepreneurship Safari: A Phenomenon-Driven Search for Meaning. *Foundations and Trends® in Entrepreneurship*, 3(3), 205–255. <https://doi.org/10.1561/0300000016>

- Saras Sarasvathy. (2001). Causation and Effectuation: Toward a Theoretical Shift from. *Academy of Management Review*, 26(2), 243–263. <https://doi.org/10.2307/259121>
- Sarasvathy, S. D. (2008). Effectuation: Elements of Entrepreneurial Expertise. In *Effectuation: Elements of Entrepreneurial Expertise*. Edward Elgar Publishing Limited. <https://doi.org/10.4337/9781839102585>
- Seymour, R. G. (2006). Hermeneutic phenomenology and international entrepreneurship research. *Journal of International Entrepreneurship*, 4(4), 137–155. <https://doi.org/10.1007/s10843-007-0011-5>
- Stenmark, M. (2012). Theories of human nature: Key issues. *Philosophy Compass*, 7(8), 543–558. <https://doi.org/10.1111/j.1747-9991.2012.00489.x>
- Strang, P., Strang, S., Hultborn, R., & Arnér, S. (2004). Existential pain—an entity, a provocation, or a challenge? *Journal of Pain and Symptom Management*, 27(3), 241–250. <https://doi.org/10.1016/j.jpainsymman.2003.07.003>
- Swedberg, R. (2007). Rebuilding Schumpeter's Theory of Entrepreneurship. *Conference on Marshall, Schumpeter and Social Science, Hitotsubashi University*. <https://doi.org/https://doi.org/10.4337/9781848446168.00018>
- Tan, S. Z. K., & Lim, L. W. (2021). An existentialist approach to authentic science. *IBRO Neuroscience Reports*, 11(January), 52–55. <https://doi.org/10.1016/j.ibneur.2021.07.001>
- Townsend, D. M., & Hunt, R. A. (2019). Entrepreneurial action, creativity, & judgment in the age of artificial intelligence. *Journal of Business Venturing Insights*, 11(June). <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2019.e00126>
- Townsend, D. M., Hunt, R. A., McMullen, J. S., & Sarasvathy, S. D. (2018). Uncertainty, knowledge problems, and entrepreneurial action. *Academy of Management Annals*, 12(2), 659–687. <https://doi.org/10.5465/annals.2016.0109>
- Tuohy, D., Cooney, A., Dowling, M., Murphy, K., & Sixsmith, J. (2013). An overview of interpretive phenomenology as a research methodology. *Nurse Researcher*, 20(6), 17–20. <https://doi.org/10.7748/nr2013.07.20.6.17.e315>
- Vos, J., Craig, M., & Cooper, M. (2015). Existential therapies: A meta-analysis of their effects on psychological outcomes. *Journal of Consulting and Clinical Psychology*, 83(1), 115–128. <https://doi.org/10.1037/a0037167>
- West, A. (2008). Sartrean existentialism and ethical decision-making in business. *Journal of Business Ethics*, 81(1), 15–25. <https://doi.org/10.1007/s10551-007-9477-2>
- Yalom, I. D. (1980). *existential psychotherapy*. New York: Basic Books.