

Explaining the Logic behind Entrepreneur's Decision-making in Entrepreneurship Ecosystem

Taraneh Farokhmanesh¹  Gholam Hosseini Hosseinnia²  Ali Davari³ - Mohammad Jahanbakht⁴ 

1. Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran. Email: tfarrokh@ut.ac.ir

2. Department of Business Creation, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran. Email: hosseinnia@ut.ac.ir

3. Department of Business Creation, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran. Email: ali_davari@ut.ac.ir

4. Department of Management, Graduate School of Management and Economics, Sharif University of Technology, Tehran, Iran. Email: mohammad.jahanbakht@sharif.edu

Article Info

ABSTRACT

Article type:
Research Article

Article history:
Received: July 01, 2022
Accepted: September 19, 2022
Received in revised form: August 08, 2022

Keywords:

bricolage, causation, decision, Ecosystem, effectuation

Confronted by various challenges to achieve their goals, entrepreneurs principally focus on the behavioral methods of causality, effect-generation and bricolage as the three decision-making tools which are used simultaneously in view of the circumstances. However, the researchers in their studies concentrate more on the factors at individual level rather than the contextual and ecosystemic factors. This study is deemed to be applied in terms of purpose and has been carried out within a structure designed for qualitative research and by applying the case study methodology based on a template or model certain criteria were identified as the three decision-making logic tools and then examined through semi-structured interviews. With this assumption in mind, twenty interview sessions arranged in two independent samples were conducted with the entrepreneurs located in the science and technology parks run by the University of Tehran, Sharif University of Technology, Shahid Bheshti University and Sharif Innovation Zone. The research findings demonstrate that the entrepreneurs based in the science and technology parks, being forced to abide by the requirements, tend to have causal behavior and the entrepreneurs based in the innovation zone, being less forced to comply with formal and written rules, tend to show effect-producing behavior and have tendency more towards bricolage. To this end, the subject was explained and a theory was followed by some suggestions for future researchers.

Cite this article: Farokhmanesh, T; Hosseinnia, Gh; Davari, A & Jahanbakht, M(2022). Explaining the Logic behind Entrepreneur's Decision-making in Entrepreneurship Ecosystem. *Journal of Entrepreneurship Development*, 15(3), 541-558

Published by University of Tehran, Faculty of Entrepreneurship

DOI: 10.22059/JED.2022.345263.653997

Article Type: Research Paper

© Authors



تبیین منطق تصمیم‌گیری کارآفرینان در اکوسیستم کارآفرینی

ترانه فرخ منش^۱ | غلامحسین حسینی نیا^۲ | علی داوری^۳ | محمد جهانبخت^۴

۱. دانشجوی دکتری، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: tfarrokh@ut.ac.ir

۲. (نویسنده مسئول) گروه کسب و کارجدید، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

رایانامه: hosseininia@ut.ac.ir

۳. گروه کسب و کارجدید، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: ali_davari@ut.ac.ir

۴. گروه مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه صنعتی شریف، تهران، ایران.

رایانامه: mohammad.jahanbakht@sharif.edu

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	کارآفرینان در مواجهه با شرایط مختلف در دستیابی به اهداف خود بر شیوه‌های رفتاری
تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۴/۱۰	علیت، اثرسازی و بریکلاژ برای تصمیم‌گیری تکیه می‌کنند. این سه منطق تصمیم‌گیری با توجه به موقعیت به‌طور همزمان به کار می‌روند. با این حال در مطالعات محققان بیشتر بر عوامل سطح فردی تمرکز داشته و کمتر به عامل زمینه و اکوسیستم توجه دارند. در واقع پژوهش‌ها کمتر تأثیر متقابل فرد، زمینه و اکوسیستم در تصمیم‌گیری کارآفرینانه توجه داشته‌اند. این تحقیق بر اساس هدف کاربردی است و در چارچوب یک تحقیق کیفی با استفاده از روش مورد کاوی مبتنی بر تمپلیت یا الگو، معیارهایی برای سه منطق تصمیم‌گیری تعیین شد و از طریق مصاحبه نیمه ساختاریافته وجود این معیارها بررسی گردید. بر این اساس بیست مصاحبه در دو نمونه مستقل، با کارآفرینان مستقر در پارک‌های علم و فناوری دانشگاه‌های تهران، صنعتی شریف، شهید بهشتی و ناحیه نوآوری شریف انجام شد. نتایج تحقیق نشان داد که کارآفرینان مستقر در پارک‌ها به دلیل اجبار به رعایت الزامات رفتار علیت‌گرا و کارآفرینان مستقر در ناحیه نوآوری به دلیل نیاز کمتر به رعایت قواعد رسمی و مکتوب رفتارهای اثرسازانه و تمایل به بریکلاژ بیشتری دارند. در ادامه این موضوع تبیین و یک قضایه مطرح شده است. در پایان پیشنهادهایی برای محققان بعدی ارائه شده است.
تاریخ ویرایش: ۱۴۰۱/۵/۱۷	
تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۶/۲۸	
واژه‌های کلیدی: اثرسازی، اکوسیستم، بریکلاژ، علیت، منطق تصمیم‌گیری	

استناد: فرخ منش، ترانه؛ حسینی نیا، غلامحسین؛ داوری، علی و جهانبخت، محمد (۱۴۰۱). تبیین منطق تصمیم‌گیری کارآفرینان

در اکوسیستم کارآفرینی. توسعه کارآفرینی، ۱۵(۳)، ۵۵۸-۵۴۱

ناشر: دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

©نویسندگان

مقدمه

در طول دو دهه گذشته، مفاهیم نظری نوین در مطالعه فرآیندهای کارآفرینی و ایجاد کسب‌وکار مورد توجه قرار گرفته‌اند (An et al., 2020). فرآیند ایجاد کسب‌وکار جدید با نیاز به تصمیم‌گیری تعریف می‌شود و کارآفرینان در مواجهه با عدم قطعیت در دستیابی به اهداف خود بر شیوه‌های رفتاری متفاوتی تکیه می‌کنند (I. Reymen et al., 2017). در ادبیات کارآفرینی مفاهیم اثرسازی و بریکلاژ به‌عنوان رویکردهای نوین تصمیم‌گیری در کنار علیت پیشنهاد شده‌اند (An et al., 2020; Servantie & Hlady-Rispal, 2021). این رویکردهای نوین در پژوهش‌های کارآفرینی بر درک رفتارهای کارآفرینان تمرکز دارند. در واقع اثرسازی، علیت و بریکلاژ نماینده سه نوع منطق تصمیم‌گیری کارآفرینان در کسب‌وکار می‌باشند (Wu et al., 2022). نظریه اثرسازی توسط ساراسواتی (۲۰۰۱) ارائه شده است و به‌عنوان یک پارادایم جدید منطق تصمیم‌گیری، در تقابل با رویکرد علیت که در محیط‌های با ثبات کارایی دارد، مطرح شده است (Cowden et al., 2022; Markowska et al., 2019).

دیدگاه اثرسازی (امکان‌گرایی) معطوف به کنترل آینده، انعطاف‌پذیری و همکاری است (Cowden et al., 2022) تا بر محیط غیرقابل پیش‌بینی کنترل داشته باشند و ابزارهای موجود را به اهداف جدید همگرا تبدیل نموده و فرصت‌های جدید ایجاد کنند (باقرصاد و همکاران، ۱۴۰۰). کارآفرین با استفاده از ابزارها (شامل دانش، مهارت‌ها، توانایی‌ها و شبکه ارتباطی) شروع می‌کند و اقدامات و تصمیمات وی تحت تأثیر زیان قابل‌تحملی است که می‌تواند متقبل شود و بر کنترل و نه پیش‌بینی آینده تأکید دارد (Hauser et al., 2020). بریکلاژ (سرهم‌بندی و ترکیب خلاق)، چاره‌اندیشی با استفاده از منابع در دسترس برای حل مشکلات جدید یا بهره‌برداری از فرصت‌ها است (Liu et al., 2021). بریکلاژ کارآفرینانه توسط بیکر و نلسون (2005) به‌عنوان شکلی از رفتار کارآفرینانه معرفی شده است که به کسب و کارهای جدید اجازه می‌دهد با محیط‌های دارای کمبود منابع سازگار شوند. دیدگاه سوم، فرآیند تصمیم‌گیری عقلایی یک کارآفرین مبتنی بر اصول تشخیص فرصت، ارزیابی و بهره‌برداری هدفمند است

(Servantie & Rispal, 2018) که علیت (هدف گرایی) نامیده می‌شود و برای توصیف دیدگاه سنتی تصمیم‌گیری یعنی پیش‌بینی، هدف‌گذاری و تعیین بازده مورد انتظار بکار می‌رود (S. D. Sarasvathy, 2001; Smolka et al., 2018).

بررسی‌ها نشان می‌دهد کارآفرینان با توجه به ویژگی‌های موقعیت و زمینه، تصمیم‌گیری می‌نمایند (Hubner et al., 2021). با این حال در تحقیقات علیت، اثرسازی و بریکلاژ، محققان بیشتر بر عوامل سطح فردی (Frese et al., 2020; Markowska et al., 2019) تمرکز داشته و کمتر محیط، زمینه و اکوسیستم توجه دارند (Frese et al., 2020). از سوی دیگر پژوهش‌های اکوسیستم کارآفرینی عمدتاً بر تجزیه و تحلیل ویژگی‌های زیست بوم (مانند عوامل سیاسی، بازار، منابع مالی، حمایت‌های غیر مالی)، بازده اقتصادی و نتایج منطقه‌ای متمرکز است (Wurth et al., 2021) و تأثیر ویژگی‌های اکوسیستم بر رفتارهای فردی و تصمیم‌گیری کارآفرینان کمتر بررسی شده است. بنابراین این پژوهش در تلاش برای بررسی تعامل رفتار کارآفرینانه و زمینه با یکدیگر است در این راستا سوال پژوهش حاضر عبارت است از: "آیا نوع منطقی تصمیم‌گیری کارآفرینان (علیت، اثرسازی، بریکلاژ) در زیراکوسیستم‌های کارآفرینی تفاوت دارد؟" به منظور پاسخ به این سوال در چارچوب یک تحقیق کیفی مورد کاوی مصاحبه‌های نیمه ساختاریافته با بیست کارآفرین در دو نمونه مجزا شامل ده نمونه در پارک‌های علم و فناوری دانشگاه تهران، صنعتی شریف و شهید بهشتی (نمونه اول) و ده مصاحبه در ناحیه نوآوری شریف (نمونه دوم) انجام شد که در بخش‌های بعدی نتایج آنها بررسی می‌گردد.

مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

سه دیدگاه علیت، اثرسازی و بریکلاژ به‌عنوان رویکردهای اصلی مورد بررسی در تصمیم‌گیری کارآفرینانه هستند (Fisher, 2012) که علاوه بر ویژگی‌های مشترک دارای رویکردهای متمایز (Hindle & Senderovitz, 2010) و ارزش‌ها و تأکیدات متفاوت هستند (Daniel et al., 2015). بر این اساس ابتدا رویکردهای تصمیم‌گیری اثرسازی، علیت و

۱ در منابع مختلف این سه دیدگاه را برخی منطبق تصمیم‌گیری و برخی رفتار کارآفرینانه می‌نامند. در این مقاله بر منطبق تصمیم‌گیری بیشتر تأکید می‌گردد و در برخی موارد نیز واژه رفتار کارآفرینانه بکار رفته است.

بریکلاژ معرفی شده و سپس بحث می‌شود که چگونه اکوسیستم کارآفرینی می‌تواند بر منطق تصمیم‌گیری کارآفرینانه موثر باشد.

اثرسازی (یا امکان‌گرایی)

اثرسازی نوعی منطق تصمیم‌گیری کارآفرینانه است که در مقایسه با تصمیم‌گیری علیت‌گرا، که اغلب اوقات مکتب برنامه‌ریزی نیز نامیده می‌شود (Hauser et al., 2020) بکار می‌رود. اثرسازی با ابزارهای موجود از جمله هویت کارآفرین (من که هستم)، دانش (آنچه می‌دانم) و شبکه‌ها (کسی که می‌شناسم) شروع می‌شود و همه اثرات ممکن را در نظر می‌گیرد (Hubner et al., 2021). هنگام بکارگیری اثرسازی، هدف کارآفرینان به جای پیش‌بینی آینده، کنترل است. آنها در یک فرآیند پویا و غیرخطی فکر می‌کنند، کنش‌های خود را بر اساس ابزاری که در دست دارند شروع می‌کنند و بر ایجاد مشارکت با ذینفعان تمرکز می‌کنند. اثرسازی دارای چهار بعد است (Brettel, Mauer, Engelen, & Küpper, 2012). که در ادامه بیان می‌شود:

۱) آزمایشگری: ایجاد و تحول بازار مستلزم تکرار، تغییرات کوچک و آزمون و خطا است (Fisher, 2012) آزمایشگری در سطوح بالای عدم قطعیت به نتایج بهتری منجر می‌گردد (Chandler et al., 2011) ۲) زیان‌قابل‌تحمل: کارآفرینان اثرساز مسیری را انتخاب نمی‌کنند که سود بالقوه بالاتری دارد، و برای موفقیت، تحلیل‌های رقابتی پیچیده انجام نمی‌دهند (Daniel et al., 2015). زیان‌قابل‌تحمل موجب کاهش هزینه‌های شکست شده و زیان‌های متحمل شده را مقرون به صرفه می‌کند (Taghvaei & Talebi, 2022). ۳) انعطاف‌پذیری: کارآفرینان در برخورد با رویدادها انعطاف‌پذیر عمل می‌کنند. انعطاف‌پذیری بخشی از فرآیند تصمیم‌گیری است. کارآفرینان اثرساز ترجیح می‌دهند از اقدامات سازمانی که انعطاف‌پذیری و سازگاری را محدود می‌کند اجتناب کنند، (Fisher, 2012; S. D. Sarasvathy, 2008). ۴) ایجاد تعهدات اولیه با شرکای بالقوه: کارآفرینان اثرساز برای کاهش میزان عدم اطمینان، وارد تعداد قابل توجهی از توافقات رسمی و غیررسمی با مشتریان، تامین‌کنندگان و سایر سازمانها می‌شوند (Chandler et al., 2011; S. D. Sarasvathy, 2008). آنها از منابع و شبکه‌های خود استفاده می‌کنند که منجر به مشارکت ذینفعان می‌شود (Servantie & Rispal, 2018).

بریکلاژ (یا سرهم بندی و یا ترکیب خلاق)

بریکلاژ نوعی رفتار منبع یابی است که برای شرکت های کارآفرین حیاتی است (An et al., 2020). مفهوم بریکلاژ، ابتدا توسط لوی استراوس (1966)) توسعه یافت و بعداً توسط بیکر و نلسون (2005) به حوزه کارآفرینی وارد شد. لوی استراوس بریکلاژ را اینگونه تعریف می کند: «با آنچه در دست است چاره اندیشی می کنیم». کارآفرینان خلاقیت خود را از طریق استفاده مجدد یا ترکیبی از منابع در دست برای تحقق اهداف خود نشان می دهند (Crupi et al., 2021). منابع در دسترس شامل مصنوعات فیزیکی، ایده ها، مخاطبین، مهارت ها و منابع خارجی می باشند که به صورت ارزان قیمت در دسترس هستند و یا ممکن است به عنوان منبع منسوخ یا بی ارزش کنار گذاشته شوند (Servantie & Rispal, 2018).

علیت (و یا هدف گرایبی)

علیت از فرض عقلانیت در اقتصاد نئوکلاسیک نشئت می گیرد (Deligianni et al., 2022; Yu et al., 2018). رویکرد علیت تصمیم گیری منطقی را در پرتو اطلاعات موجود میسر می کند و بازده مورد انتظار گزینه های ممکن را محاسبه می کند (Arvidsson & Coudounaris, 2020; Shirokova et al., 2020). کارآفرین علیت گرا، کنش کارآفرینانه را با یک هدف از پیش تعیین شده آغاز نموده و بازده مورد انتظار را بر اساس هدف از پیش تعریف شده تجزیه و تحلیل می کند (Alzamora-Ruiz et al., 2021). برخلاف اثر سازی که «بر جنبه های قابل کنترل آینده ای غیرقابل پیش بینی تمرکز می کند، در رویکرد علیت، کارآفرینان با داشتن چشم انداز، تعیین هدف و برنامه ریزی بر جنبه های قابل پیش بینی آینده تمرکز می کنند. در این رویکرد کارآفرین هوشیار به کشف و بهره برداری از فرصت های از پیش موجود می پردازد (Servantie & Rispal, 2018) و با در نظر گرفتن یک نتیجه و هدف معین فعالیت ها را شروع و سپس منابع مورد نیاز برای دستیابی به هدف خاص خود را جمع آوری می کنند (Shirokova et al., 2020). عباراتی نظیر تحلیل رقابتی و بازار، انتخاب بخش های بالقوه سودآور، اهداف

رسمی، تلاش‌های تولید و بازاریابی برنامه‌ریزی شده و اجرای فرآیندهای کنترلی به رویکرد علیت اشاره دارد (Servantie & Rispal, 2018).

اکوسیستم کارآفرینی

اکوسیستم‌های کارآفرینی اجتماع منطقه‌ای منسجمی از کارآفرینان و عوامل پشتیبانی کننده از آنها هستند (Spigel & Harrison, 2018) و به افراد، نهادها، سیاست‌ها و منابعی اشاره دارند که تبدیل ایده‌های جدید را به محصولات، فرآیندها و خدمات در یک مکان خاص تشویق می‌کنند (Bhawe & Zahra, 2019). اکوسیستم‌ها محیط‌های حمایتی کسب‌وکار مخاطره‌آمیز را خلق می‌کنند (داوری، باقرصاد و سفیدبری، ۱۳۹۶). بازیگران در اکوسیستم‌های کارآفرینی شامل کارآفرینان، سرمایه‌گذاران فرشته، مراکز رشد، مشتریان، تامین‌کنندگان، سرمایه‌گذاران خطرپذیر، مراکز تحقیقاتی، دانشگاه‌ها و دولت‌ها می‌باشند (Davari et al., 2022a). نگرش‌ها، تصمیمات و کنش‌های کارآفرینان تحت تأثیر عوامل محیطی مانند فرهنگ، ویژگی‌های صنعت و در دسترس بودن منابع است (Davari et al., 2022b). بنابراین مکانیسم‌های چگونگی تأثیر اکوسیستم‌ها بر فرایند کارآفرینی همچنان مورد پژوهش است (Roundy & Fayard, 2019; Spigel & Harrison, 2018; Wurth et al., 2021).

اکوسیستم کارآفرینی و منطق تصمیم‌گیری

اثرسازی، علیت و بریکلاژ با وجود دارا بودن مولفه‌های متفاوت رفتاری، به‌طور همزمان وجود دارند (Servantie & Hlady-Rispal, 2022) درحالی که شرایط زمینه و محیط نقش مکمل برای بروز هر یک از این رفتارها دارد. برای مثال پژوهش‌های مختلفی اثرسازی، بریکلاژ و علیت را در زمینه‌های مختلف بررسی کرده‌اند (Fisher, 2012; Laine & Galkina, 2017; Servantie & Hlady-Rispal, 2022; Servantie & Rispal, 2018). به بیان دیگر نمی‌توان فرض کرد که همه کارآفرینان به یک اندازه به منابع دسترسی دارند و کارآفرینانی که درون اکوسیستم‌ها هستند احتمالاً توانایی بالاتری در دریافت منابع مالی، فیزیکی و غیره را دارند (Spigel & Harrison, 2018).

یافته های پژوهش شاید گن (۲۰۲۰) نشان می دهد اهمیت منابع برای کارآفرینان در سه زیر اکوسیستم در شهر برلین تفاوت دارد. تحقیق دیگر در زمینه شرکت های زایشی نشان می دهد کارآفرینان نیاز دارند تا منابع را از اکوسیستم کارآفرینی به دست آورند (Keating et al., 2014). شرایط اولیه تأسیس - یعنی اینکه آیا کسب و کارهای جدید از یک دانشگاه، یک انکوباتور و یا خارج دانشگاه شروع می شوند - بر کسب منابع تأثیر می گذارد (Elfring & Hulsink, 2007). نتایج تحقیق هابنر و همکاران (2021) در مقایسه رفتار علیت و اثر سازانه در اکوسیستم ها نشان می دهد که در اکوسیستم های مختلف محدودیت دسترسی به منابع تمایل به رفتار اثر سازانه را بیشتر می کند، و از سویی دیگر دسترسی به منابع، تمایل به رفتار علیت گرا را بیشتر می کند. این یافته ها نشان می دهد که انواع مختلف کارآفرینان - برای مثال، کارآفرینان مستقر در پارک ها و نواحی نوآوری - ممکن است به طور متفاوتی با اکوسیستم کارآفرینی تعامل داشته باشند، بنابراین یک اکوسیستم کارآفرینی خاص ممکن است انواع مختلفی از کارآفرینان را به روش های متفاوتی ارتقا دهد (Scheidgen, 2021). در واقع ویژگی های مادی و اجتماعی اکوسیستم (Spigel, 2017)، جریان منابع را تحت تاثیر قرار می دهد و کنش و اقدام کارآفرینانه را محدود و یا فعال می کند. اکوسیستم ها با ایجاد یک محیط حمایتی، رقابت پذیری کسب و کارها را افزایش و به کارآفرینان در کسب دانش فناوری و بازار، دسترسی به مشتریان و تامین کنندگان کمک نموده و ریسک سرمایه را کاهش می دهند (Spigel, 2017). به بیان دیگر اکوسیستم کارآفرینی میزان دسترسی به منابع را گسترش و یا کاهش داده و در نهایت بر تصمیم گیری و رفتار کارآفرینانه تاثیر دارند.

روش شناسی

برای درک ترکیب بکارگیری رویکرد های اثر سازانه، علیت گرا و بریکلاژ در اکوسیستم های کارآفرینی رویکرد پژوهشی کیفی که از نظر زمان مقطعی و از جنبه هدف تحقیق کاربردی است و مطالعه موردی مبتنی بر تمپلایت (الگوی و یا قالبی) استفاده شده

است (Langley, 1999). این روش برای مقایسه دیدگاه‌های نظری مختلف بکار می‌رود. (Fisher, 2012) در این نوع مطالعه موردی یک الگو به‌عنوان تمپلیت و یا قالب در نظر گرفته می‌شود و تطابق رفتارهای نمونه‌ها با آن الگو مقایسه می‌شود. در این روش ابتدا ادبیات مرتبط با اثرسازی علیت و بریکلاژ برای تحلیل و تفسیر داده‌ها انتخاب شده است، سپس مقالات اصلی مربوط به هر یک از این دیدگاه‌های نظری، بررسی شده (مانند Chandler et al., 2017; I. M. M. J. Reymen et al., 2015; al., 2011; Fisher, 2012; Servantie & Hlady-Rispal, 2022) برای بریکلاژ کنش‌های فردی که زیربنای هر یک از تئوری‌ها هستند، شناسایی و در جدولی به‌عنوان الگو قرار گرفته است. سپس رفتارهای نمونه‌ها با ابعاد منطق‌های تصمیم‌گیری اثرسازی، بریکلاژ و علیت (جداول ۳ الی ۵) انطباق داده شد. برای دستیابی به این هدف تا مرحله اشباع نظری ۲۰ مصاحبه نیمه ساختاریافته انجام و کدگذاری شد. نوع نمونه و دلایل انتخاب آنها در دو بخش زیر بیان شده است.

نمونه اول) پارک‌های علم و فناوری: پارک‌ها خدمات پشتیبانی، فضای کار، معافیت‌های مالیاتی و بیمه‌ای را برای شرکت‌ها با هدف توسعه اکوسیستم کارآفرینی فراهم می‌کنند. مهمترین پارک‌های علم و فناوری شامل پارک علم و فناوری دانشگاه تهران، دانشگاه صنعتی شریف، شهید بهشتی می‌باشد. در این تحقیق ده نمونه از سه پارک تهران، صنعتی شریف و شهید بهشتی به‌عنوان نماینده بخشی از اکوسیستم انتخاب گردید. ویژگی این گروه دریافت منابعی مانند محل استقرار، معافیت‌های بیمه‌های و مالیاتی و غیره بود. **نمونه دوم) ناحیه نوآوری شریف:** در منطقه پرشت واقع شده است. شرکت‌های مستقر در این منطقه خصوصی بوده و هیچ ارتباطی به لحاظ دریافت منابع با دانشگاه صنعتی شریف ندارند و دانشگاه هیچ امکاناتی مانند فضای فیزیکی، متورینگ، و یا امتیاز دیگری برای این شرکت‌ها ندارد. با این حال هویت ناحیه نوآوری شریف از هم‌جواری با دانشگاه صنعتی شریف نشئت گرفته است و این شرکت‌ها فقط از مزیت حضور در یک منطقه نوآورانه برخوردارند. توسعه ناحیه نوآوری شریف با محوریت بخش خصوصی و بدون مشارکت مستقیم نهادهای دولتی انجام شده است. لذا نمونه‌ای ده نفره از بین کارآفرینانی انتخاب شد که در این منطقه به فعالیت مشغول هستند و

هیچگونه وابستگی به دانشگاه یا پارک شریف نداشته و تسهیلاتی مانند فضای فیزیکی و سایر حمایت ها دریافت نکرده بودند.

دو گروه نمونه ذکر شده به عنوان نماینده اکوسیستم کارآفرینی انتخاب شدند. این دو گروه زیرا اکوسیستم های کارآفرینانه هستند و همانطور که در مبانی نظری بحث شد، زیرا اکوسیستم ها یک منطقه نیز نسبت به یکدیگر نامتجانس و ناهمگون هستند. دو گروه نمونه مذکور به دلیل تفاوت در نوع دسترسی به منابع نسبت به هم دارای واریانس و ناهمگونی بوده و امکان تفکیک آنها مجاز است. توجه به معیار نامتجانس بودن و واریانس داشتن دو نمونه نسبت به یکدیگر به تحلیل تفاوت منطق تصمیم گیری در زمینه های مختلف کمک می کند.

جدول ۱. ویژگی های دو نمونه

حوزه فعالیت	ویژگی جمعیت شاخشی	مصاحبه شونده		محل استقرار
		شغل	تعداد	
نرم افزار، بهداشت و سلامت، گردشگری	جنسیت: ۸۰٪ مرد و ۲۰٪ زن تحصیلات: ۳۰٪ کارشناسی، ۵۰٪ کارشناسی ارشد و ۲۰٪ دکترا	بنیانگذار	۱۰	پارک تهران، شریف، بهشتی
نرم افزار، فین تک، سلامت، حمل و نقل، امنیت شبکه، رویداد آنلاین	جنسیت: ۹۰٪ مرد و ۱۰٪ زن تحصیلات: ۴۰٪ کارشناسی و ۶۰٪ کارشناسی ارشد	بنیانگذار	۱۰	ناحیه نوآوری شریف

برای محاسبه پایایی بازآزمون دو مصاحبه انتخاب و به وسیله یک فرد مطلع دیگر کدگذاری شدند. سپس بر اساس فرمول (مجموع کدها/تعداد توافقات $\times 100$) پایایی محاسبه گردید. بر این اساس برای الگوی اثرسازی میزان توافق ۷۸٪، برای الگوی علیت ۸۳٪ و برای الگوی بریکلاژ ۷۱٪ محاسبه گردید. همانطور که مشاهده می گردد کدگذاری انجام شده برای سنجش پایایی مورد تایید می باشد. همچنین به منظور ارزیابی روایی نتایج مستخرج از جداول ۲ الی ۴، نتایج برای ۸ نفر از منتورها و متخصصان ارسال و نظرخواهی انجام گردید و در مرحله بعد ضریب CVR محاسبه گردید. مقدار این ضریب برای الگوی اثرسازی ۸۵٪، برای الگوی علیت ۸۸٪ و برای الگوی بریکلاژ ۸۶٪ محاسبه گردید. با توجه به اینکه مقدار این ضریب بالای ۰/۸۵ محاسبه گردید، نتایج مورد تایید قرار گرفتند. در واقع می توان گفت از نظر خبرگان نتایج دارای روایی و اعتبار می باشد.

یافته ها

الف) توصیف جمعیت شناختی

یافته‌های تحقیق در قالب جداول زیر برای سه رفتار ارائه شده است. در این جداول معیارهای و مصداق‌های رفتاری در دو گروه نمونه درون پارک (Park=P) و ناحیه نوآوری شریف (Sharif Innovation District=S) مشخص شده‌اند. همچنین علامت (√) به معنی مشاهده رفتار و علامت (×) عدم مشاهده رفتار می‌باشد.

منطق اثرسازی: در رویکرد اثرسازی افراد در شرایط عدم قطعیت و غیرقابل پیش‌بینی مرتبط با محصول و بازار تصمیم‌گیری می‌کنند. در اثرسازی، هدف کارآفرینان به جای پیش‌بینی آینده، کنترل است، اقدامات خود را بر اساس ابزارهای موجود آغاز می‌کنند و بر مشارکت تمرکز می‌کنند (Hubner et al., 2021). اثرسازی شامل ابعاد آزمایشگری، پیش‌تعهدات، زیان‌قابل‌تحمل و انعطاف‌پذیری می‌باشد (Chandler et al., 2011).

جدول ۲. مصداق‌های رفتاری اثرسازی در دو نمونه

ابعاد	رفتار	نمونه	شماره نمونه									
			۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
آزمایشگری	نسخه‌های متعددی از محصول یا خدمات تولید می‌کند تا به نسخه پیشنهادی نهایی تجاری دست یابد.	P	×	√	×	×	×	√	√	√	×	×
	آزمایش روش‌های مختلف برای فروش یا تحویل محصول	S	√	√	×	×	√	√	×	√	×	×
		P	√	×	×	√	×	×	×	√	×	×
		S	√	×	√	×	×	×	×	√	×	×
پیش‌تعهدات	تغییر محصولات یا خدمات همگام با پیشرفت کسب‌وکار	P	√	×	×	×	×	×	×	×	×	×
	توافق با مشتریان، عرضه‌کنندگان تا ریسک کاهش یابد.	S	√	√	×	×	×	×	×	×	×	×
		P	×	×	×	√	×	√	×	×	×	×
		S	√	√	√	×	×	√	×	√	√	√
زیان‌قابل‌تحمل	مذاکره با ذی‌نفعان قبل از توسعه کامل محصول با هدف بستن قرارداد.	P	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
	مصرف منابع به‌میزانی که تحمل از دست دادن آنها باشد.	S	√	√	×	×	×	×	×	×	×	×
		P	×	×	√	×	×	×	×	√	×	×
		S	√	√	√	×	×	×	×	√	×	√
انعطاف‌پذیری	بیشتر از میزان پولی که بر اساس ایده اولیه پیش‌بینی کرده‌اند، ریسک نمی‌شود.	P	×	×	×	×	×	×	×	×	×	×
	در صورت بروز فرصتهای برنامه‌ریزی نشده، اقدام می‌شود.	P	×	√	×	×	×	×	×	×	×	×
		S	√	√	×	×	×	×	×	√	×	√
		P	×	×	√	√	×	√	×	×	×	×
	فعالیت‌ها با منابع موجود تطبیق می‌دهند.	S	√	×	×	×	√	√	×	×	√	

برخی از کدهای مستخرج عبارتند از: "ما هنگام ورود به بازار خیلی با سعی و خطا پیش رفتیم (آزمایشگری)". "ما روش‌های مختلفی را برای فروش امتحان کردیم (آزمایشگری)", "توی شش ماه اول مشکلات زیاد داشتیم، آزمون و خطا زیاد داشتیم خیلی جریمه بابتش دادیم. اما یواش یواش خطاهامون کم شد و شد ۱۰ تا ۱۵ درصد از صدور بلیط‌ها به خطا

می خورد (آزمایشگری)". "ما همزمان روی توسعه محصولات جدید کار می کردیم، همچنین سرویس های قبلی مون که رفته بود زیر کار باگک هاش درمیومد و می بایست رفعش می کردیم (آزمایشگری)". "ما برای سرمایه گذاری با PSP ها وارد مذاکره شدیم با خیلی ها صحبت کردیم به پرداخت، سداد، سامان کیش تا نهایتا با فناپ به توافق رسیدیم (پیش تعهدات)" دیجی کالا با اینکه هزینه های بازاریابی بالایی برای ما داره ولی کانال خیلی خوبی برای فروش ما هست و وارد تفاهم شدیم، ما با داروخانه ها هم کار کردیم و فیدبک خوبی هم گرفتیم (پیش تعهدات)". "ما به جز تخصص برنامه نویسی خودمون هیچ سرمایه دیگری نگذاشتیم هرچه بود از توان خودمون بود (زیان قابل تحمل)". "خیلی وقت ها امکاناتی که مشتری از ما می خواست رو نداشتیم اما وقتی درخواست می کرد سریع برنامه نویسی می کردیم (انعطاف پذیری)".

منطق بریکلاژ: کارآفرینان به دلایل زیادی با محدودیت منابع مواجه هستند. بریکلورها از طریق فرآیندهای آزمون و خطا، با استفاده مجدد نوآورانه از منابعی که در دست دارند برای رسیدن به هدف خود، بداهه سازی می کنند (Hindle & Senderovitz, 2010). کارآفرینان تلاش می کنند «با منابع ناکافی به حل مشکلات یا بهره برداری از فرصت ها بپردازند (Davidsson et al., 2017)

جدول ۳. مصداق های رفتاری بریکلاژ در دو نمونه

شماره نمونه										نمونه	رفتار	ابعاد
۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱			
×	×	√	√	×	×	√	√	×	×	P	کنش و عمل برای حل مشکلات (به جای پرسش در مورد اینکه راه حل قابل اجراست)	چاره اندیشی
√	√	√	×	×	√	×	×	√	√	S		
×	√	×	√	√	√	×	×	×	√	P	با مشتریان، عرضه کنندگان و سایر سازمان ها وارد توافق می شوند.	ترکیب منابع برای اهداف
√	×	√	×	√	×	√	√	√	√	S		
×	×	×	√	√	×	√	√	×	×	P	استفاده مجدد از منابع برای اهدافی که که منابع برای آن طراحی نشده است	
√	√	×	×	×	√	×	×	√	√	S		
×	×	√	√	×	×	√	×	×	×	P	استفاده از منابع موجود (به جای جستجوی منابع از بیرون)	
√	×	√	×	×	√	√	×	×	×	S		
×	×	√	×	×	√	×	×	×	×	P	منابع یا ورودی های فیزیکی - از مواد فراموش شده، دور انداخته، فرسوده برای ایجاد راه حل های جدید استفاده می شود	محدوده های بریکلاژ
√	√	×	√	×	×	√	√	×	√	S		
×	×	√	×	√	×	×	×	×	×	P	منابع یا ورودی های نیروی کار - شامل مشتریان، تامین کنندگان و فعالان در ارائه کار روی پروژه ها	
√	×	√	×	×	×	×	√	√	√	S		
×	×	×	×	×	√	√	×	×	×	P	منابع یا ورودی های مهارتی: تشویق به استفاده از مهارت های خودآموز	
√	×	×	×	×	×	√	×	×	√	S		
×	√	√	×	√	√	×	×	√	√	P		

شماره نمونه										نمونه	رفتار	ابعاد
۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱			
√	×	√	×	√	√	×	√	√	√	S	محیط نهادی: رفع محدودیت‌های محیطی، قوانین و استانداردها	

برخی از کدهای مستخرج عبارت است از: " سال ۹۹ بخاطر کرونا درآمدمون صفر شد مجبور شدیم در حوزه نرم افزار هر پروژه ای رو انجام بدیم، حتی نرم افزار آموزشگاهی نوشتیم و سعی کردیم با شرایط کرونا تطبیق پیدا کنیم (چاره اندیشی)" زمانی که علی بابا بزرگترین سرویس خرید بلیط داخلی رو لانچ کرد، همکارم از من پرسید ما می‌تونیم انجام بدیم؟ گفتم هر چیزی که در دنیای آی تی امکان پذیر باشه من انجامش می‌دم. و تونستیم یک ماهه بلیط داخلی رو آنلاین بفروشیم (چاره اندیشی)". "می‌تونستیم برای پرزنت محصول برای مشتریان، نیرو بگیریم ولی اینکار رو نکردیم و خودمون انجام دادیم (استفاده از منابع موجود)". "خیلی برای مجوز دویدیم نمی‌دونستیم از چه کسی مجوز بگیریم نهایتاً به مجوز نزدیک به کار خودمون پیدا کردیم و از وزارت کار مجوز تامین نیرو گرفتیم (محدوده بریکلاژ، محیط نهادی و قانونی)", "تحریم‌ها که شروع شد یکی از شرکت‌های تامین کننده از دبی ایمیل زد که نمی‌تونیم با شرکت ایرانی همکاری کنیم کسی را باید معرفی کنید که خارج دفتر داشته باشه و پول از طریق اون فرد جابجا بشه و ما مجبور شدیم به اینکار را انجام بدیم (محدوده بریکلاژ، محیط نهادی و قانونی)".

منطق علیت: در علیت، چشم انداز کارآفرینان قابل پیش بینی است و کارآفرینی یک فرآیند خطی در نظر گرفته می‌شود (Smolka et al., 2018). کارآفرینان استراتژی‌ها را تدوین و منابع و فعالیت‌هایی را که باید جمع‌آوری و سازماندهی کنند را شناسایی می‌کنند. تلاش‌های تولید و بازاریابی نیز برنامه‌ریزی شده و فرآیندهای کنترلی در دستیابی به استراتژی اجرا می‌شوند. (Hindle & Senderovitz, 2010).

جدول ۴. مصداق‌های رفتاری علیت در دو نمونه

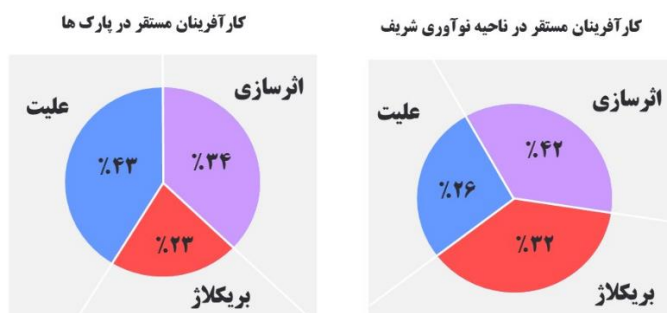
شماره نمونه										نمونه	کدها	ابعاد
۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱			
√	√	×	×	×	×	×	√	√	√	P	اقدام بر اساس روندهای بازار، فناوری و پیش‌بینی‌ها	هدف گرایی
×	√	×	×	√	√	×	√	×	×	S		
√	√	√	√	×	×	×	√	√	×	P		

ابعاد	کدها	نمونه	شماره نمونه									
			۱۰	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱
	تعریف و پیگیری پیشرفت اهداف پروژه، محصول یا اهداف بازار	S	×	×	√	×	√	√	×	×	√	√
	تعریف نیازهای سازمانی (پرسنل، ساختار، فناوری و ...)	P	√	√	×	×	×	√	×	×	√	√
اجتناب از موارد غیرمنتظره	تداوم اجرای طرح های تعریف شده حتی در موارد پیش بینی نشده	S	×	×	×	×	×	×	×	×	√	√
	عقب نشینی از پروژه یا حل و فصل در مواجهه با موارد پیش بینی نشده	P	√	×	×	×	×	×	×	×	√	√
تحلیل رقابتی	کسب اطلاعات رقبا از طریق معامله یا قرارداد با ذی نفعان	P	√	√	√	×	×	×	×	√	√	×
	تجزیه و تحلیل رقبا و موقعیت یابی رقابتی	S	×	×	×	√	√	×	×	×	×	×
ارزیابی بازده مورد انتظار	انجام فعالیت های تحقیقات بازار به طور منظم	P	√	×	√	×	√	×	√	×	√	×
	محاسبه و ارزیابی نتایج/بازده مورد انتظار	S	×	×	×	√	√	×	×	×	×	×
	تدوین برنامه مدون و رسمی	P	√	√	×	×	√	√	×	√	×	√
		S	×	×	×	√	×	×	×	×	×	×

برخی از کدهای مستخرج عبارت است از: "جمعیت کشور هم رو به سالمندی رفته و سبک زندگی عوض شده بود"(هدف گرای)، "ما همیشه KPI داشتیم و بر مبنای مدیریت پروژه کار می کردیم"(هدف گرای)، "علی رغم بحران تقریباً هیچ تغییری در مدل کسب و کار ایجاد نشد و با همین چیزی که از ابتدا متصور بودیم جلو رفتیم"(اجتناب از موارد غیرمنتظره)، "سرمایه گذارها تحلیل رقابتی می خواستن مجبور شدیم پلتفرم های مشابه مثل اسنپ فود را کاملاً بررسی کنیم حتی با اسنپ فود جلسه هم گذاشتیم(تحلیل رقابتی)" رقیب هم داشتیم مثل تپسی، آچاره و ما اینها رو تحلیل کرده بودیم"(تحلیل رقابتی)"، در ابتدای کار اصلاً BP ندا شتیم اما بعداً که قرار شد برای چند سرمایه گذار ارائه کنیم و مجبور شدیم بنویسیم و آن را اجرا کنیم"(بازده مورد انتظار)"هیچ کدام از ما سر رشته نرم افزار ندا شتیم و مبلغ زیادی بابت اپلیکیشن هزینه کردیم و امید داشتیم که جواب میده"(بازده مورد انتظار)

جمع بندی: بر اساس نتایج مستخرج از جداول ۳، ۴ و ۵ کدهای مربوط تصمیم گیری در پارک های علم و فناوری ۱۲۱ کد می باشد که از بین آنها رفتار علیت گرا ۵۲ مورد، رفتار اثرسازانه ۴۱ مورد و رفتار بریکلاژ دارای ۲۸ مورد مشاهده است. در ناحیه نوآوری شریف ۱۳۷ کد استخراج شد که از بین آنها رفتار علیت گرا ۳۶ مورد، رفتار اثرسازانه ۵۸ مورد و رفتار بریکلاژ دارای ۴۳ مورد است. در مجموع نتایج نشانگر آن است که در پارک ها رفتارهای

علیت‌گرا و در ناحیه نوآوری رفتارهای اثرسازانه بیشتر مشاهده می‌شود. همچنین رفتار بریکلاژ در ناحیه نوآوری شریف هم درصد بالاتری دارد که در خصوص دلایل احتمالی در نتیجه‌گیری بحث خواهد شد. شکل (۱) درصد فراوانی کدها را به صورت مقایسه‌ای نشان می‌دهد. همچنین همانطور که در بخش روش‌شناسی تحقیق گفته شد نتایج دارای پایایی و روایی قابل قبول می‌باشد.



شکل ۱. درصد کدهای مستخرج

بحث و نتیجه‌گیری

سوال اصلی این تحقیق عبارت بود از اینکه آیا نوع منطق تصمیم‌گیری کارآفرینان (علیت، اثرسازی، بریکلاژ) در زیراکو سیستم‌های کارآفرینی تفاوت دارد؟ در پژوهش‌های پیشین به بررسی جنبه‌های فردی در تصمیم‌گیری کارآفرینانه تمرکز شده است، و پژوهش حاضر بر نقش عوامل زمینه‌ای و اکوسیستم کارآفرینی در رفتار کارآفرینانه تاکید می‌نماید. بنابراین برای پاسخ به این سوال ۲۰ کسب‌وکار به روش مبتنی بر تمپلیت موردکاوی شدند. نتایج پژوهش حاضر در خصوص رفتار کارآفرینانه نشان داد که رفتار کارآفرینان مستقر در پارک بیشتر از نوع علیت‌گرا است و کارآفرینان ناحیه نوآوری که تسهیلات و خدماتی ویا منابع دریافت نمی‌کنند و بیشتر بر بکارگیری رویکردهای اثرسازانه و بریکلاژ تمایل دارند. می‌توان گفت کارآفرینان در درون پارک‌های دانشگاهی به دلیل الزامات این زیراکو سیستم‌ها، مجبور به رعایت قواعدی هستند تا بتوانند تداوم حضور خود را در این پارک‌ها افزایش داده و مشروعیت کسب کنند. مثلاً بایستی برنامه کسب‌وکار و یا پیش‌بینی میزان درآمد و یا اشتغال و

بومی سازی فناوری ها داشته باشند تا بتوانند با استفاده از برند (برای مثال دانشگاه تهران) وارد قرارداد با شرکت ها و سازمان های بزرگ شوند و یا اینکه در زمره شرکت های دانش بنیان قرار بگیرند. در حالیکه کارآفرینان مستقر در ناحیه نوآوری به دلیل عدم دسترسی به این نوع منابع، چنین الزاماتی را ندارند. بنابراین در خارج از پارک شرکت رفتار اثرسازانه و بریکلاژ بیشتری از خود نشان می دهند. در واقع نتایج پژوهش حاضر نشان می دهد منابع دریافتی می تواند بر رفتار کارآفرینانه موثر باشد. نتیجه این تحقیق با نتایج تحقیق هابنر و همکاران (۲۰۲۱) در مقایسه رفتار کارآفرینانه همگرایی دارد و به زعم آنها محدودیت دسترسی به منابع رفتار اثرسازانه را بیشتر می کند و کثرت دسترسی به منابع رفتار علیت گرا را بیشتر می کند (Hubner et al., 2021). بر این اساس یک قضیه مطرح می گردد.

قضیه: منابع موجود در زیراکو سیستم ها در تمایل به بکارگیری بیشتر یکی از رویکرهای سه گانه علیت و اثرسازی و بریکلاژ نقش دارد.

اکوسیستم کارآفرینی ها در مناطق مختلف دارای ویژگی های خاص خود هستند و همواره بر ناهمگونی و عدم تجانس بین مناطق تاکید می گردد (Feldman, 2001; Spigel, 2017). علی رغم این دیدگاه، تحقیقات اخیر نشان می دهد که زیراکو سیستم های درون یک منطقه هم با هم تفاوت دارند. در نتیجه کارآفرینان ممکن است دسترسی یکسانی به منابع نداشته باشند و در واقع بین زیراکوسیستم ها هم ناهمگونی وجود دارد. بنابراین می توان استدلال کرد که زیرسیستم های مختلف در یک اکوسیستم کارآفرینی واحد ممکن است انواع مختلفی از کارآفرینان را ارتقا دهند (Scheidgen, 2021). برای نمونه در فرآیند تامین سرمایه حتی کارآفرینان مستقر در پارک ها که گرایش های اثرسازانه بیشتری نسبت به بقیه داشتند معتقد بودند که "برای تامین مالی باید برنامه کسب و کار و تحلیل های رقابتی با تمرکز بر رقبا داشته باشند" بنابراین در فرآیند جذب سرمایه به سمت علیت سوق داده شده اند. در واقع کارآفرینان مستقر در پارک نیازمند ارائه مستندات رسمی برای ارزیابی های سالانه می باشند، در حالیکه کارآفرینان ناحیه نوآوری این نوع فعالیت های رسمی و مکتوب را کمتر مطرح می کردند زیرا الزام چندانی به داشتن مستندات و ارائه آن نداشتند. با این وجود در کنار موارد ذکر شده

بایستی توجه داشت که کارآفرینان مستقر در زیر اکوسیستم‌های مختلف ترکیبی از منطق‌های تصمیم‌گیری علیت و اثرسازی و بریکلاژ را دارند. به بیان دیگر اگر چه ممکن است که یک رفتار بیشتر مشاهده گردد ولی به معنای عدم وجود رفتارهای کارآفرینانه دیگر نمی‌باشد. به محققان آینده توصیه می‌گردد در بررسی رفتار کارآفرینانه در زمینه‌ها و اکوسیستم‌های کارآفرینی به ویژگی‌های فرهنگی و هنجاری و شبکه‌های موجود بین بازیگران مختلف اکوسیستم توجه داشته باشند. همچنین بکارگیری ابزارهای کمی برای مقایسه رفتار کارآفرینانه در اکوسیستم‌های مختلف توصیه می‌گردد. پیشنهاد می‌شود در یک پژوهش طولی رفتارهای مختلف کارآفرینان و منطق تصمیم‌گیری که در فرآیند ایجاد کسب و کار بکار می‌گیرند، بررسی شود.

منابع

- داوری، علی، باقر صاد، وجیهه و سفیدبری، لیلا (۱۳۹۶) عوامل اکو سیستم کارآفرینی ایران بر اساس مدل آیزنبرگ، توسعه کارآفرینی، دوره ۱۰ ش ۱، صص ۱۰۰-۱۲۰.
- غلامحسین حسینی نیا؛ علی داوری؛ وجیه باقر صاد؛ ترانه فرخ منش (۱۴۰۰) علیت، اثر سازی و عملکرد کسب و کار: یک رویکرد فازی، توسعه کارآفرینی، دوره ۱۴ ش ۱، صص ۲۱-۴۰.
- Alzamora-Ruiz, J., del Mar Fuentes-Fuentes, M., & Martinez-Fiestas, M. (2021). Together or separately? Direct and synergistic effects of Effectuation and Causation on innovation in technology-based SMEs. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17(4), 1917–1943
- An, W., Rüling, C. C., Zheng, X., & Zhang, J. (2020). Configurations of effectuation, causation, and bricolage: implications for firm growth paths. *Small Business Economics*, 54(3), 843–864.
- Arvidsson, H. G. S., & Coudounaris, D. N. (2020). Effectuation versus causation: A case study of an IT recruitment firm. *International Journal of Entrepreneurship*, 24(4), 1–13.
- Baker, T., & Nelson, R. E. (2005). Creating something from nothing: Resource construction through entrepreneurial bricolage. *Administrative Science Quarterly*, 50(3), 329–366.
- Bhawe, N., & Zahra, S. A. (2019). Inducing heterogeneity in local entrepreneurial ecosystems: the role of MNEs. *Small Business Economics*, 52(2), 437–454.
- Brettel, M., Mauer, R., Engelen, A., & Küpper, D. (2012). Corporate effectuation: Entrepreneurial action and its impact on R&D project performance. *Journal of Business Venturing*, 27(2), 167–184.
- Chandler, G. N., DeTienne, D. R., McKelvie, A., & Mumford, T. V. (2011). Causation and effectuation processes: A validation study. *Journal of Business Venturing*, 26(3), 375–390.
- Cowden, B., Karami, M., Tang, J., & Ye, W. (2022). The spectrum of perceived uncertainty and entrepreneurial orientation : Impacts on effectuation The spectrum of perceived uncertainty and entrepreneurial orientation: Impacts on effectuation. *Journal of Small Business Management*, 00(00), 1–34.
- Crupi, A., Liu, S., & Liu, W. (2022). The top-down pattern of social innovation and social entrepreneurship. Bricolage and agility in response to COVID-19: cases from China. *R&D Management*, 52(2), 313-330.
- Daniel, E. M., Di Domenico, M. L., & Sharma, S. (2015). Effectuation and home-based online business entrepreneurs. *International Small Business Journal: Researching Entrepreneurship*, 33(8), 799–823.
- Davari, A., Akbari, M., Baghersad, V., Rezvani, A., (2022) Entrepreneurial ecosystem and competitiveness in different regions: A fuzzy set qualitative comparative approach, *European Journal of International Management*, 1-38
- Davari, A., Sefidbari, L., Khazaei, M., Mousavi Jahromi, Y., (2022) Causal relationships between entrepreneurship, unemployment and economic growth in selected countries, *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 27 (3) , 1-30

- Davidsson, P., Baker, T., & Senyard, J. M. (2017). A measure of entrepreneurial bricolage behavior. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 23(1), 114–135.
- Deligianni, I., Sapouna, P., Voudouris, I., & Lioukas, S. (2022). An effectual approach to innovation for new ventures: The role of entrepreneur's prior start-up experience. *Journal of Small Business Management*, 60(1), 146–177.
- Elfring, T., & Hulsink, W. (2007). Networking by entrepreneurs: Patterns of tie-formation in emerging organizations. *Organization Studies*, 28(12), 1849–1872.
- Feldman, M. P. (2001). The entrepreneurial event revisited: firm formation in a regional context. *Industrial and Corporate Change*, 10(4), 861–891.
- Fisher, G. (2012). Effectuation, causation, and bricolage: A behavioral comparison of emerging theories in entrepreneurship research. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 36(5), 1019–1051.
- Frese, T., Geiger, I., & Dost, F. (2020). An empirical investigation of determinants of effectual and causal decision logics in online and high-tech start-up firms. *Small Business Economics*, 54(3), 641–664.
- Hauser, A., Eggers, F., & Güldenbergs, S. (2020). Strategic decision-making in SMEs: effectuation, causation, and the absence of strategy. *Small Business Economics*, 54(3), 775–790.
- Hindle, K., & Senderovitz, M. (2010). Unifying the three principal contending approaches to explaining early-stage entrepreneurial decision-making and behavior. *2010 BCERC Proceedings*, 1–15.
- Hubner, S., Most, F., Wirtz, J., & Auer, C. (2021). Narratives in entrepreneurial ecosystems: drivers of effectuation versus causation. *Small Business Economics*, 59(0123456789), 211–242.
- Keating, A., Geiger, S., & Mcloughlin, D. (2014). Riding the practice waves: Social resourcing practices during new venture development. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 38(5), 1207–1235.
- Laine, I., & Galkina, T. (2017). The interplay of effectuation and causation in decision making: Russian SMEs under institutional uncertainty. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 13(3), 905–941.
- Langley, A. (1999). Strategies for Theorizing from Process Data. *The Academy of Management Review*, 24(4), 691. doi:10.2307/259349. *The Academy of Management Review*, 24(4), 691–710.
- Lévi-Strauss, C. (1966). *The savage mind*, Chicago (The University of Chicago Press) 1966.
- Liu, W., Kwong, C. C. Y., Kim, Y. A., & Liu, H. (2021). The more the better vs. less is more: Strategic alliances, bricolage and social performance in social enterprises. *Journal of Business Research*, 137(August), 128–142.
- Markowska, M., Grichnik, D., Brinckmann, J., & Kapsa, D. (2019). Strategic orientations of nascent entrepreneurs: antecedents of prediction and risk orientation. *Small Business Economics*, 53(4), 859–878.
- Reymen, I., Berends, H., Oudehand, R., & Stultiëns, R. (2017). Decision making for business model development: a process study of effectuation and causation in new technology-based ventures. *R and D Management*, 47(4), 595–606.
- Reymen, I. M. M. J., Andries, P., Berends, H., Mauer, R., Stephan, U. T. E., & Burg, E. V. A. N. (2015). UNDERSTANDING DYNAMICS OF STRATEGIC DECISION

- MAKING IN VENTURE CREATION : A PROCESS STUDY OF EFFECTUATION AND CAUSATION. 379(July), 351–379.
- Roundy, P. T., & Fayard, D. (2019). Dynamic Capabilities and Entrepreneurial Ecosystems: The Micro-Foundations of Regional Entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship*, 28(1), 94–120.
- Sarasvathy, S. (2001). Causation and Effectuation : Toward a Theoretical Shift from Economic Inevitability to Entrepreneurial Contingency Authors (s): Saras D . Sarasvathy Source : The Academy of Management Review , Vol . 26 , No . 2 (Apr . , 2001), pp . 243-263 Published by: The Academy of Management Review, 26(2), 243–263.
- Sarasvathy, S. D. (2008). Effectuation: elements of entrepreneurial expertise. In Edward Elgar publishing.
- Scheidgen, K. (2021). Degrees of integration: how a fragmented entrepreneurial ecosystem promotes different types of entrepreneurs. *Entrepreneurship and Regional Development*, 33(1–2), 54–79.
- Servantie, V., & Hlady-Rispal, M. (2022). Born globals' decision-making logics during their entrepreneurial process. *Journal of International Entrepreneurship*, 20(2), 255–281.
- Servantie, V., & Rispal, M. H. (2018). Bricolage, effectuation, and causation shifts over time in the context of social entrepreneurship. *Entrepreneurship and Regional Development*, 30(3–4), 310–335.
- Shirokova, G., Osiyevskyy, O., Laskovaia, A., & MahdaviMazdeh, H. (2020). Navigating the emerging market context: Performance implications of effectuation and causation for small and medium enterprises during adverse economic conditions in Russia. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 14(3), 470–500.
- Smolka, K. M., Verheul, I., Burmeister–Lamp, K., Heugens, P. P. M. A. R., Burmeister-Lamp, K., & Heugens, P. P. M. A. R. (2018). Get it together! Synergistic effects of causal and effectual decision-making logics on venture performance. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 42(4), 571–604.
- Spigel, B. (2017). The Relational Organization of Entrepreneurial Ecosystems. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 41(1), 49–72.
- Spigel, B., & Harrison, R. (2018). Toward a process theory of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12(1), 151–168.
- Taghvaei, S., & Talebi, K. (2022). Market orientation in uncertain environments: The enabling role of effectuation orientation in new product development. *European Management Journal*. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.emj.2022.01.005>
- Wu, L., Liu, H., & Zhang, J. (2022). How does bricolage release the tensions in organisational ambidexterity for resource-constrained SMEs? A moderated mediation framework. *Technology Analysis & Strategic Management*, 1–14. <https://doi.org/10.1080/09537325.2022.2054317>
- Wurth, B., Stam, E., & Spigel, B. (2021). Toward an Entrepreneurial Ecosystem Research Program. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 46(3), 729–778. <https://doi.org/10.1177/1042258721998948>
- Yu, X., Tao, Y., Tao, X., Xia, F., Li, Y., Jun, M., Ariyesti, F. R., Ali, S., & Xiaobao, P. (2018). Managing uncertainty in emerging economies: The interaction effects between causation and effectuation on firm performance. *Technological Forecasting and Social Change*, 135(February 2017), 121–131.