



Identifying the Components of Complexity and Biases Cognitive Related to the Financial Decisions of Academic Entrepreneurs with the Qualitative Research Approach of Grand Theory

Mohammad Mahdi Babaei¹ , Mitra Ezati^{2*} , Hasan Mahjoob Eshrat Abadi³ ,
Vahid Mehrabani⁴ 

1. Department of Management and Educational Planning, Faculty of Psychology and Educational Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran. Email: mmbabaei@ut.ac.ir
2. Corresponding Author, Department of Management and Educational Planning, Faculty of Psychology and Educational Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran. Email: ezati.m@ut.ac.ir
3. Department of Management, Faculty of Management, Shahid Sattari Aeronautical University, Tehran, Iran. Email: hassanmahjub@alumni.ut.ac.ir
4. Department of Management and Educational Planning, Faculty of Psychology and Educational Sciences, University of Tehran, Tehran, Iran. Email: vmehrabani@ut.ac.ir

ARTICLE INFO

Article type:
Research Article

Article History:
Received: 20 Jul 2023
Revised: 16 Nov 2023
Accepted: 13 Dec 2023
Online Published: 22 Oct 2024

Keywords:
*Academic Entrepreneurs,
Complexity and Biases Cognitive,
Financial Decisions, Grand Theory.*

ABSTRACT

The purpose of this research was to identify the components of complexity and cognitive biases that are associated with the financial decisions of academic entrepreneurs. The research method with a qualitative approach and using the data-derived theory method has investigated the most significant components of complexity and bias among the financial decisions of academic entrepreneurs at the University of Tehran. The study population consisted of all university entrepreneurs at Tehran University in 2023. Sixteen of them were selected in a purposeful and snowball manner. In-depth interviews were conducted based on the principle of saturation, and 132 codes were identified using the MaxQuda qualitative software. The results indicated that the following sub-components were identified: "Differentiation," "Integration," "Complexity of conditions and financial decision process," "Overconfidence and optimism," "Availability," "Effectiveness," "Anchoring," "Adjustment," "Program error," and "Illusion and concentration of control of financial issues." Additionally, the primary components of "financial cognitive complexity" and "intellectual and cerebral bias" have been identified and presented through the combination and categorization of the sub-components. As a result of their success or failure, university entrepreneurs make financial decisions based on these complications and biases.

Cite this article: Babaei, M. M., Ezati, M., Mahjoob Eshrat Abadi, H., & Mehrabani, V. (2024). Identifying the Components of Complexity and Biases Cognitive Related to the Financial Decisions of Academic Entrepreneurs with the Qualitative Research Approach of Grand Theory. *Journal of Applied Psychological Research*, 15(3), 273-292. doi: 10.22059/japr.2024.362367.644679.



Publisher: University of Tehran Press
DOI: <https://doi.org/10.22059/japr.2024.362367.644679>

© The Author(s).



شناسایی مؤلفه های پیچیدگی و سوگیری های شناختی مرتبط با تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی با رویکرد پژوهش کیفی نظریه داده بنیاد

محمد مهدی بابائی^۱، میترا عزتی^{۲*}، حسن محبوب عشرت آبادی^۳، وحید مهربانی^۴

۱. دکتری اقتصاد و مدیریت مالی آموزش عالی، گروه مدیریت و برنامه ریزی آموزشی، دانشکده روان شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه:

mmbabaei@ut.ac.ir

۲. نویسنده مسئول، استادیار، گروه مدیریت و برنامه ریزی آموزشی، دانشکده روان شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه:

ezati.m@ut.ac.ir

۳. دانشیار، گروه مدیریت، دانشکده مدیریت، دانشگاه علوم و فنون هوایی شهید ستاری، تهران، ایران. رایانامه:

hassanmahjub@alumni.ut.ac.ir

۴. استادیار، گروه مدیریت و برنامه ریزی آموزشی، دانشکده روان شناسی و علوم تربیتی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه:

vmehrbani@ut.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

هدف پژوهش حاضر، شناسایی مؤلفه های پیچیدگی و سوگیری های شناختی مرتبط با تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی بود. روش پژوهش کیفی بود و با استفاده از روش نظریه بر خاسته از داده ها به بررسی مهم ترین مؤلفه های پیچیدگی و سوگیری در میان تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی در دانشگاه تهران پرداخت. جامعه آماری پژوهش کلیه کارآفرینان دانشگاهی تهران در سال ۱۴۰۲ بودند. از بین آن ها ۱۶ نفر به شیوه گلوله برفی به عنوان نمونه انتخاب شدند. براساس اصل اشباع، مصاحبه های عمیق انجام گرفت و ۱۳۲ کد از طریق نرم افزار کیفی مکس کیودا با ورژن ۱۸ شناسایی شدند. یافته ها نشان داد «تمایز»، «ادغام»، «پیچیدگی شرایط و فرایند تصمیم مالی»، «اعتماد به نفس بیش از حد و خوش بینی»، «دردسترس بودن»، «اثر نمایندگی»، «لنگر انداختن»، «تعدیل»، «خطای برنامه ریزی»، «توهم و تمرکز کنترل مسائل مالی» به عنوان زیرمؤلفه ها شناسایی شدند. همچنین از ترکیب و مقوله بندی زیرمؤلفه های مزبور، مؤلفه های اصلی «پیچیدگی شناختی مالی»، «سوگیری فکری و مغزی» حاصل و ارائه شده است. براساس یافته ها می توان نتیجه گرفت این پیچیدگی ها (تمایز و ادغام) و سوگیری ها (اعتماد به نفس بیش از حد و خوش بینی، دردسترس بودن، اثر نمایندگی، لنگر انداختن، تعدیل، خطای برنامه ریزی و توهم و کنترل مسائل مالی) به تصمیم گیری مالی توسط کارآفرینان دانشگاهی در نتیجه موفقیت یا شکست آن ها منجر می شود.

نوع مقاله:

پژوهشی

تاریخ های مقاله:

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۴/۲۹

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۲/۰۸/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۹/۲۲

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۸/۰۱

کلیدواژه ها:

پیچیدگی و سوگیری های شناختی، تصمیمات مالی، کارآفرینان دانشگاهی، نظریه داده بنیاد.

استناد: م. م. عزتی، م. محبوب عشرت آبادی، ح. و مهربانی، و. (۱۴۰۳). شناسایی مؤلفه های پیچیدگی و سوگیری های شناختی مرتبط با تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی با رویکرد پژوهش کیفی نظریه داده بنیاد. فصل نامه پژوهش های کاربردی روانشناختی، ۱۵(۳)، ۲۷۳-۲۹۲. doi: 10.22059/japr.2024.362367.644679

ناشر: انتشارات دانشگاه تهران

DOI: <https://doi.org/10.22059/japr.2024.362367.644679>

© نویسنده گان.



۱. مقدمه

روان‌شناسان توجه خود را به تجزیه و تحلیل فرد و متغیرهای شخصیتی و روان‌شناختی معطوف کرده‌اند و اغلب به دنبال کشف پاسخ به این سؤال هستند که کدام ویژگی‌های فردی کارآفرین، وی را از غیرکارآفرین متمایز می‌سازد. از این‌رو از تحقیقات این دانشمندان به‌عنوان رویکرد روان‌شناختی یاد می‌شود (انصاری و سلمانی‌زاده، ۱۳۹۰)؛ بنابراین براساس این رویکرد، نحوه تفکر و فرایندهای شناختی و ادراکی انسان‌ها یکسان نیست و زمانی که افراد در معرض اطلاعات مشابهی قرار می‌گیرند، انتظارات، ارزیابی‌ها و در نتیجه تصمیم‌گیری‌های متفاوتی دارند. تعمیم این رویکرد به حوزه کارآفرینی بدین معناست که فرایندهای شناختی کارآفرینان در کشف و بهره‌برداری از فرصت‌ها متفاوت است و به‌عنوان عاملی مؤثر در گرایش کارآفرینانه عمل می‌کند (نائیچی و اسفندیاری، ۱۳۹۴)؛ بنابراین می‌توان گفت تصمیمات افراد تابع متغیرهای بسیاری از جمله مشخصات و ویژگی‌های عمومی محیط تصمیم‌گیری، ویژگی‌های شخصیتی تصمیم‌گیرندگان و عوامل درون و برون‌سازمانی‌اند. به عبارت دیگر، عوامل مرتبط بر تصمیم‌گیری، ناظر بر مجموعه عواملی است که توجه به فرهنگ، فرایندها، ساختار، ویژگی‌های روان‌شناختی و مدیریتی را در یک سیستم جامع معطوف می‌دارد. آنچه در اینجا مورد تأکید است، مؤلفه‌های پیچیدگی و سوگیری‌های شناختی مرتبط با تصمیم‌گیری مالی است. تصمیمات انسان‌ها کاملاً عقلانی نیستند، بلکه آمیحه‌های ذهنی، سوگیری‌ها، اختلالات حافظه، آماده‌سازی‌های قبلی و هیجانات، همگی بر تصمیمات افراد تأثیر دارند. علاوه‌براین، هیچ‌کس نمی‌تواند همه گزینه‌های موجود را به‌هنگام تصمیم‌گیری واری و عوامل نامناسب و ناخواسته را حذف کند و براساس محاسبه دقیق هزینه-فایده به تصمیم نهایی خود برسد. انسان‌ها در عمل پس از بررسی محدود گزینه‌ها به اطمینان نسبی می‌رسند؛ به‌نحوی که گزینه انتخابی آنان در مجموع از سایر گزینه‌ها بهتر باشد. این وضعیت را رضایت نسبی می‌گویند (خرازی، ۱۳۹۵). به این ترتیب عموم تصمیمات دنیای واقعی در شرایط عدم اطمینان گرفته می‌شوند. سازاواتی معتقد است کارآفرینان با چالش‌های جدی روبه‌رو هستند و ناچارند تصمیمات متفاوتی را اتخاذ کنند؛ برای مثال وی بیان می‌کند که کارآفرینان قادر نیستند نسبت به میزان تقاضا، اندازه بازار، سهم بازار مورد انتظار و سؤالاتی نظیر این‌ها برای یک محصول کاملاً جدیدی که در بازار وجود ندارد، پاسخ‌هایی داشته باشند. همه این‌ها نیز در شرایطی است که کارآفرینان عموماً منابع مالی و غیرمالی لازم برای یافتن پاسخ سؤالات فوق را در اختیار ندارند (میرواحیدی، ۱۳۹۶). رویکرد ویژگی‌ها و پژوهش‌های شناختی، به‌عنوان برجسته‌ترین مطالعاتی که واحد تجزیه و تحلیل آن‌ها شخص کارآفرین است، غالباً به همین موضوع می‌پردازد. از سوی دیگر، اینکه در بازه پس از شناسایی فرصت‌ها تا زمان تحقق تصمیم ایجاد کسب‌وکار، در ذهن کارآفرینان موفق چه فرایندهایی طی می‌شود، نیازمند تحقیق و مطالعه است (والیر، ۲۰۱۳). پژوهشگران قبل از شروع پژوهش، مصاحبه‌ای درخصوص مشکلات و مسائل کارآفرینان در حین تصمیمات مالی انجام دادند که هدف پژوهشگران ارائه شفاف مسئله درخصوص موضوع بود. کارآفرینان به مسائل زیر اشاره کرده‌اند:

«مهم‌ترین مسئله و چالشی که در حوزه کارآفرینی و تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی در دانشگاه تهران وجود دارد از این قرار است: اول از همه فرهنگ دانشگاهی سیستم دولتی دانشگاه است. متأسفانه در آیین‌نامه‌های مالی معاملاتی دانشگاه‌ها بحث‌های سرمایه‌گذاری و تعامل و مدل مشارکت و اقتصادی و صنایع و بیرون‌چندان نوشته‌شده نیست. پس یک مانع، قوانین دست‌وپاگیر مالی و دیگری عدم شفافیت در مشارکت بخش خصوصی و پیچیدگی در فرایند تصمیم‌گیری است. نگاه دانشگاه تجاری‌سازی نیست. دانشگاه باید از سیستم دولتی رها شود و به سمت بخش خصوصی برود. همین‌طور که مسلم است، بخش خصوصی هم کار را می‌شناسد، هم قادر است پول دربیآورد و هم قادر است کارآفرینی کند. برای بحث توسعه کارآفرینی در بخش دانشگاهی چیزی که مهم است تجاری‌سازی است؛ یعنی دانشگاه با بخش تجاری و صنعتی در ارتباط باشد. صنعت چه چیزی از دانشگاه می‌خواهد و دانشگاه چه چیزی از صنعت می‌خواهد؟ پس یکی از مهم‌ترین موانع این است که ارتباط بین این دو یک‌سویه است که از دانشگاه به صنعت منتقل می‌شود و لزوماً به نیازهای صنعت پاسخ نمی‌دهد. این ارتباط باید برعکس شود، نیاز از طریق صنعت شناسایی شود و آن نیازها از طریق دانشگاه برآورده شود. نیاز کاملاً شناسایی شود و داخل دانشگاه آن نیاز تبدیل به ایده شود و سپس تأمین منابع مالی در قالب آن نیاز باشد. درواقع در صنعت هم شناسایی شده باشد و نیاز یک ضرورت

کاذب نباشد. نبود اطلاعات کافی، اشتباهات زیاد در تصمیم‌گیری مالی و نبود شناخت کافی برای تأمین مالی، یکی از مهم‌ترین چالش‌ها و ضعف‌ها است که در بخش تأمین مالی می‌تواند مانع ایجاد کند. یک سری محدودیت‌ها هم در رابطه با تضامین هستند (معمولاً بانک‌ها). موانع بسیار زیادی در حوزه تضامین وجود دارد. پس یک محدودیت هنوز هم می‌تواند تضامین باشد؛ بنابراین نقش منابع مالی مهم‌ترین مسئله برای کارآفرینی در حین تصمیم‌گیری است. علاوه بر آن در بخش تحقیقات و سرمایه‌گذاری، یکی از مهم‌ترین معیارها خود تیم کارآفرینی است: خود تیم کارآفرینی، انگیزه‌شان، راهکارهایشان و تجربه‌شان. این عوامل مهم‌ترین عوامل شکست استارت‌آپ‌ها و کارآفرینان است، ولی خود تأمین مالی و درواقع نقش منابع مالی به چه صورت است؟ مسلماً نقش خیلی مهمی دارد و تأثیرگذار بر رشد استارت‌آپ‌ها و یکی از مهم‌ترین مسائل است و نقش خیلی پربازده‌ای دارد. پس خود شناخت از روش تصمیم‌گیری مالی از سوی کارآفرین و کارآفرینان مهم‌ترین محدودیت محسوب می‌شود. مخصوصاً در خود دانشگاه تهران، هنوز این ذهنیت وجود دارد که دانشگاه نباید به سمت کارآفرینی برود. این موضوع در مجموع یک سری عواملی ایجاد می‌کند که دانشگاه‌ها خیلی نتوانند در منابع مالی، مؤثر عمل کنند.»

در پژوهش احمد، علیشا و عباس^۱ (۲۰۲۰) «نقش سوگیری‌های شناختی در تصمیم‌گیری راهبردی کارآفرینانه» را مطالعه کردند. برای بررسی رابطه بین سوگیری‌های شناختی و فرایند تصمیم‌گیری راهبردی کارآفرینانه، از پرسشنامه مقیاس پنج‌درجه‌ای لیکرت برای جمع‌آوری داده‌ها از نمونه ۱۶۹ کارآفرینی که در شرکت‌های کوچک و متوسط فعالیت می‌کنند، استفاده شد. نتایج نشان داد سوگیری‌های شناختی (تحریک و تعدیل، نمایندگی، دردسترس بودن و اعتماد بیش‌ازحد) تأثیری منفی بر تصمیم‌های راهبردی کارآفرینان در بازارهای نوظهور دارند. این بدان معناست که سوگیری‌های شناختی می‌تواند کیفیت فرایند تصمیم‌گیری راهبردی کارآفرینی را مختل کند. نوایجتن و همکاران^۲ (۲۰۲۰) «سوگیری‌های شناختی در تصمیم‌گیری‌های حیاتی پیش‌روی کارآفرینان دیدگاه حسابداران خارجی» را مطالعه کردند. نمونه پژوهش شامل ۱۴ نفر از حسابداران شرکت‌های نوپا بیش از ۳۰۰۰ کارآفرین در حال تصمیم‌گیری بود. یافته‌های این تحقیق نشان داد اهمیت سوگیری‌های شناختی از یک حوزه تصمیم‌گیری با حوزه دیگر متفاوت است. در این مطالعه پنج سوگیری شناختی در کارآفرینان بخش حسابداری و مالی شناسایی شد که شامل اثر نمایندگی^۳، اعتمادبه‌نفس و خوش‌بینی^۴، لنگرانداختن^۵، دردسترس بودن^۶، و اثر مغالطه‌کاری^۷ است. ایکساینگ و همکاران^۸ (۲۰۲۰) پژوهشی با عنوان «سوگیری شناختی، انگیزه کارآفرینانه و توجه به کارآفرینی» انجام دادند. برای بررسی رابطه بین سوگیری شناختی، احساسات کارآفرینی و قصد کارآفرینی در مجموع ۳۱۲ نمونه معتبر از دانشجویان دانشگاهی در چین انتخاب شدند. نتایج نشان داد احساسات کارآفرینان نقش واسطه‌ای را در رابطه با خوش‌بینی و قصد کارآفرینی دارد؛ درحالی‌که احساسات منفی کارآفرینان نقش رابطه با اعتمادبه‌نفس دارد. علاوه بر آن، سوگیری‌های شناختی و احساسات کارآفرینان در فرایند کارآفرینی اهمیت اساسی دارد. فررو و بسیئر^۹ (۲۰۱۵) پژوهشی با عنوان «کارآفرینان دانشگاهی: عوامل شناختی که محققان را برای شروع سرمایه‌گذاری خود سوق می‌دهد» انجام دادند. نتایج شواهد تجربی مشخص کرد خودکارآمدی و ریسک‌پذیری و اعتمادبه‌نفس و خوش‌بینی در رفتار انتقال محققان به سویه‌های تحصیلی مرتبط است؛ درحالی‌که مهارت‌های تشخیص فرصت، تأثیر قابل توجهی ندارند. بکر و همکاران^{۱۰} (۲۰۰۷) در مطالعه «عوامل شناختی در تصمیم‌گیری استراتژیک کارآفرینانه»، با تحلیل ادبیات تفاوت بین کارآفرینان و مدیران، به این نتیجه رسیدند که پیچیدگی شناختی (تمایز و ادغام) شاخص‌هایی هستند که در تصمیمات کارآفرینان در محیط راهبردی کارآفرینی نقش میانجی را بازی می‌کند. بارون^{۱۱} (۲۰۰۷) «تأثیر عوامل رفتاری و شناختی بر

1. Ahmad, Ali Shah, & Abbass
2. Nuijten et al.
3. effectiveness
4. overconfidence and optimism
5. Anchoring
6. Availability
7. planning error
8. Xing et al.
9. Ferrero & Bessiere
10. Bakker
11. Baron

فعالیت‌های کلیدی کارآفرینی» را مطالعه کرد. مطابق نتایج، عوامل رفتاری و شناختی در ایجاد سرمایه‌گذاری جدید تأثیرگذار است. ازب و همکاران (۱۴۰۰) پژوهشی با عنوان «شناسایی خطاهای شناختی در مذاکرات کارآفرینانه با تمرکز بر پروژه‌های تأمین مالی جمعی» انجام دادند. در این مطالعه، با ۱۵ نفر از خبرگان تأمین مالی جمعی در شهر تهران که در تأمین مالی فعالیت داشته‌اند، مصاحبه صورت گرفت. روش نمونه‌گیری هدفمند قضاوتی بود و برای تحقق هدف، از تحلیل محتوای کیفی استفاده شد. براساس نتایج، خطاهای شناختی شامل خطای نوآوری‌گرایی، لنگرانداختن و سوگیری تأییدی است. مشهدی حاجی‌علی (۱۳۹۲) پژوهشی با عنوان «الگوی تصمیم‌گیری شرکت‌های کوچک و متوسط دانش‌بنیان در شرایط پیچیده و عدم قطعیت عمیق» انجام داد. روش تحقیق میدانی و روش آن توصیفی-پیمایشی در میان ۱۳۰ نفر از کارشناسان و مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان پارک علم و فناوری دانشگاه تهران بود. نتایج نشان داد این شرکت‌ها در شرایط پیچیده از الگوی تصمیم‌گیری شهودی استفاده می‌کنند. همچنین مشخص شد در این الگو، ویژگی‌های تصمیم‌گیرنده و مسئله تصمیم نقش مؤثری در نحوه تصمیم‌گیری دارند. مبارکی و همکاران (۱۳۹۵) در «شناسایی مهم‌ترین عوامل مؤثر بر شکل‌گیری سوگیری تشدید تعهد در کارآفرینان: رویکرد نظریه برخاسته از داده‌ها» با رویکرد کیفی و با استفاده از روش نظریه برخاسته از داده‌ها، به بررسی مهم‌ترین عوامل ایجادکننده سوگیری در میان کارآفرینان دانش‌بنیان ایرانی پرداختند. با ۲۲ نفر مصاحبه عمیق انجام گرفت. نتایج مشخص کرد احساس مسئولیت و تمایل به حفظ وجهه به‌عنوان شرایط علی، فشار و محدودیت‌های محیطی و پیچیدگی محیطی به‌عنوان مداخله‌گر، اعتمادبه‌نفس، ریسک‌پذیری، خوش‌بینی و تجربه قبلی به‌عنوان عوامل زمینه‌ای شناسایی شده‌اند که بر شکل‌گیری سوگیری تشدید تعهد در کارآفرینان تأثیر دارند.

جدول ۱. مؤلفه‌های شناسایی‌شده پیچیدگی و سوگیری شناختی مرتبط با تصمیم‌گیری مالی کارآفرینان دانشگاهی در متون و پژوهش‌های اجراشده

پیچیدگی شناختی		سوگیری‌های شناختی					صاحب‌نظران
تمایز	ادغام	دسترسی	مغالطه‌کاری برنامه‌ریزی	لنگرانداختن	تعدیل	اثر نمایندگی	خوش‌بینی و اعتمادبه‌نفس
						*	یکساینگ و همکاران (۲۰۲۰)
		*		*	*	*	یزدی‌پور ^۱ (۲۰۰۹)
		*		*	*	*	احمد و همکاران (۲۰۲۰)
					*	*	مشتاقی و یزدانی (۱۳۹۵)
						*	نائیجی و اسفندیاری (۱۳۹۴)
						*	فررو و بسیتز (۲۰۱۶)
						*	مبارکی و همکاران (۱۳۹۵)
					*	*	باسنیتز ^۲ (۱۹۹۹)
						*	فررو و بسیتز (۲۰۱۵)
			*			*	بارون (۲۰۰۷)
						*	سانچز ^۳ و همکاران (۲۰۱۱)
						*	فیلیپ‌پارت (۲۰۱۱)
						*	نوری و همکاران (۱۳۹۸)
						*	ذوالفیگار و همکاران ^۴ (۲۰۲۲)
		*	*	*		*	نوابجن و همکاران (۲۰۲۰)
	*						بکر و همکاران (۲۰۰۷)
	*						ورمولن پاتریک و کورسوتیپترو ^۵ (۲۰۰۸)

بنابراین مباحث کارآفرینی به‌ویژه تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی عمر چندان ندارد (طالبی و زارعیکتا، ۱۳۸۷). در طول بیش از پنجاه سال پژوهش در زمینه کارآفرینی، پژوهشگران فراوانی به مطالعه کارآفرین در سطح فردی پرداخته‌اند. این پژوهش‌ها را می‌توان از نظر تاریخی در سه گروه دسته‌بندی کرد.

1. Yazdipour
2. Busenitz
3. Sánchez
4. Zulifqar
5. Vermeulen Patrick & Curseu Petru

جدول ۲. رویکردهای عمده در مطالعه کارآفرین

رویکرد	مسئله اصلی	متغیرهای اصلی
ویژگی‌های شخصیتی	کارآفرین چگونه شخصیتی دارد؟	ویژگی‌های شخصیتی کارآفرین به‌عنوان پیش‌بینی‌کننده عملکرد او
الگوهای رفتاری	چرا افراد اقدام به کارآفرینی می‌کنند؟	حالت‌ها و عوامل انگیزشی و تعامل فرد با این‌ها
رویکرد شناختی	کارآفرینان چگونه تصمیم می‌گیرند؟	رفتارهای فردی شخص کارآفرین و ویژگی‌های شناختی

بررسی اولیه نشان می‌دهد گرچه درخصوص کارآفرینان دانشگاهی و زیرمجموعه‌های مختلف آن، پژوهش‌های بسیاری در داخل کشور انجام شده، موضوع شناسایی مؤلفه‌های پیچیدگی و سوگیری‌های شناختی مرتبط با تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی که رکن اصلی زیرمجموعه‌های دانشگاه‌ها است، چندان مورد توجه پژوهشگران نبوده است و همچنین مصاحبه‌های غیررسمی با کارشناسان حوزه آموزش عالی که نیاز به شناسایی چنین مؤلفه‌های روشن ساخت، این مطالعه در پاسخ به این نیاز طراحی و اجرا شد. به این منظور، در مرحله اول، ادبیات مرتبط بررسی شد، اما این جستجو نتایج رضایت‌بخشی نداشت. مسئله اصلی در پژوهش حاضر این است که مؤلفه‌های پیچیدگی و سوگیری شناختی مرتبط با تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی در دانشگاه تهران کدام‌اند.

۲. روش

۲-۱. جامعه، نمونه و روش اجرا

روش پژوهش در این تحقیق کیفی از نوع نظریه داده‌بنیاد، از نظر هدف کاربردی و از لحاظ ماهیت یک پژوهش اکتشافی است. جامعه آماری تحقیق شامل کلیه کارآفرینان دانشگاهی دانشگاه تهران در سال ۱۴۰۲ است. کارآفرینان دانشگاهی افرادی هستند که نتایج تحقیقاتی خود را به سرانجام می‌رسانند، حق ثبت اختراع یا مجوز می‌گیرند و شرکت یا مؤسسه تجاری به کمک دانشگاه در محوطه دانشگاه یا بیرون از دانشگاه زیر نظر دانشگاه تأسیس می‌کنند. کارآفرینان دانشگاهی، پیش‌زمینه علمی و فناورانه خوبی دارند و در مراکز آموزشی و آکادمیک بالاتر از سطح آزمایشگاه کار می‌کنند. برای انتخاب نمونه در این پژوهش، از روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی استفاده شد. در این روش، اولین عضو نمونه به طریقی انتخاب می‌شود که بیشترین ارتباط را با موضوع مورد تحقیق دارد. از طریق ارتباط این عضو با اعضای دیگر جامعه آماری، دسترسی به سایر نمونه‌ها میسر می‌شود. به این ترتیب اعضای نمونه مانند یک شبکه اجتماعی با یکدیگر پیوند دارند و می‌توانند بیشترین اطلاعات را درمورد موضوع تحقیق و شناخت پدیده مورد نظر در اختیار محقق قرار دهند. نمونه‌گیری تا جایی ادامه یافت که پژوهشگران به این نتیجه رسیدند که اطلاعات جدید همان تکرار اطلاعات قبلی (اشباع نظری) است و دیگر اطلاعات مفهومی جدیدی به‌دست نمی‌آید که نیاز به کد جدید یا گسترش کدهای کنونی داشته باشد.

۲-۲. روش اجرا

برای انتخاب افراد مورد مصاحبه پژوهشگران پس از دریافت مجوز رسمی پژوهش، به پارک و علم و فناوری دانشگاه تهران مراجعه کرده‌اند و پس از دریافت لیست مشخصات کارآفرینان از روابط عمومی پارک علم و فناوری دانشگاه در همان ابتدا از ۲ نفر کارآفرینان دانشگاهی که سابقه طولانی در این حوزه داشتند، مصاحبه انجام شد و آن‌ها طبق لیست موجود کارآفرینان بعدی را بنا بر پیشینه تجارب و سوابق کارآفرینی ارزشمند در شرکت‌های کارآفرینی در پارک و علم و فناوری دانشگاه تهران داشتند برای مصاحبه معرفی کردند. ملاک ورود داشتن حداقل مدرک کارشناسی ارشد، اشتغال به کار تمام‌وقت کارآفرینان در شرکت، داشتن زمان برای مصاحبه و سابقه کاری بیش از دو سال بود و ملاک خروج مدرک پایین‌تر از کارشناسی ارشد، تأسیس شرکت نوپا و عدم تصمیم‌گیری مالی کارآفرین در شرکت بود. بنابراین در این پژوهش، با ۱۶ نفر از کارآفرینان دانشگاهی که در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران مستقر بوده‌اند مصاحبه نیمه‌ساختاریافته صورت گرفت؛ به این صورت که در مصاحبه شانزدهم اشباع نظری داده‌ها حاصل شد؛ اما به‌منظور اعتباربخشی به یافته‌ها چهار مصاحبه تکمیلی انجام گرفت ولی اطلاعات جدیدی حاصل نشد؛ و برای اطمینان بیشتر سطح اشباع داده‌ها توسط یک استاد روانشناس مطلع از روش‌های کیفی و یک محقق کیفی مستقل

دیگر در فرایندی تأیید شد که به موازات جمع‌آوری داده‌ها صورت گرفت و فرایند مصاحبه به اتمام رسید و گزارش نویسی پژوهش آغاز شد.

۲-۳. ابزار

بعد از تصویب پیشنهاد و مطالعه مبانی نظری درباره پیچیدگی و سوگیری شناختی در ارتباط با تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی و سؤالات طراحی شد. این سؤالات عبارت‌اند از: ۱. از تجربیاتتان به‌عنوان یک کارآفرین تصمیم‌گیرنده مالی بگوئید. ۲. فرایندی که برای تشخیص و تصمیم‌گیری مالی دنبال می‌کنید شرح دهید یا درمورد نحوه تصمیم‌گیری‌تان بیشتر توضیح دهید. ۳. در هنگام تصمیم‌گیری مالی برای رسیدن به نتایج مطلوب چگونه فکر می‌کنید یا در هنگام تصمیم‌گیری مالی در سیستم فکری شما چه اتفاقی می‌افتد؟ ۴. به نظر شما چه چیزهایی سبب تصمیم‌گیری مالی خوب کارآفرینان می‌شود؟ ۵. مهم‌ترین موانع و محدودیت‌های شما قبل، هنگام و بعد از تصمیم‌گیری مالی کدام‌اند؟ ۶. به نظر شما در اخذ تصمیمات مالی، کارآفرینان دانشگاهی اطلاعات و دانش نقش و اهمیت بیشتری دارند یا قضاوت‌های ذهنی و تجربیات تصمیم‌گیرنده؟ چرا؟ دیدگاه خود را در این خصوص تشریح کنید. ۷. به نظر شما در اخذ تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی، عقل و منطق نقش و اهمیت بیشتری دارند یا تمایلات درونی؟ چرا؟ دیدگاه خود را در این خصوص تشریح کنید.

سؤالات مصاحبه از نوع توصیفی و اکتشافی بود که با کمک استادان راهنما و مشاور برای مصاحبه نیمه‌ساختاریافته طراحی شد. در مصاحبه نیمه‌ساختاریافته، سؤالات مصاحبه از قبل مشخص است و از تمام پاسخ‌دهندگان پرسش‌های مشابه طرح می‌شود، اما افراد آزادند به هر روشی که می‌خواهند به آن‌ها پاسخ دهند. البته در راهنمای مصاحبه، جزئیات مصاحبه، شیوه بیان و ترتیب آن‌ها ذکر نمی‌شود. این موارد طی فرایند مصاحبه تعیین می‌شود که در آن، از طریق مصاحبه با کارآفرینان، تجربه‌های زندگی و کاری آن‌ها بررسی شد. در پژوهش حاضر، با ۱۶ نفر برای به‌دست‌آوردن داده‌های پژوهش از مصاحبه عمیق و نیمه‌ساختاریافته و نیز گفتگوی دوطرفه بهره گرفته شد. مدت هر مصاحبه ۴۰ تا ۶۰ دقیقه بود. مصاحبه‌ها به‌صورت انفرادی انجام گرفت. سپس از مشارکت‌کننده خواسته شد اگر صحبتی باقی مانده، بیان کند. پاسخ‌ها بررسی شد و در صورت ابهام یا نیاز به توضیحات بیشتر به‌صورت مجازی و حضوری موارد لازم پیگیری شد.

به‌منظور تعیین روایی مصاحبه، از معیار اعتبار آزمون استفاده شد. هدف از این معیار این است که مشخص شود آیا بین گزارش ارائه‌شده پژوهشگر و مصاحبه شرکت‌کنندگان همخوانی وجود دارد یا خیر. براساس این روش، با چند نفر از مشارکت‌کنندگان، جلسه‌ای ترتیب داده شد و نظر آنان درباره مؤلفه‌های ایجادشده و کدها و شرح آن‌ها دریافت شد.

جدول ۳. تعیین روایی مصاحبه مبتنی بر اعتبارسنجی توسط مشارکت‌کنندگان

پرسش	مشارکت‌کننده	پاسخ
قوت تحلیل‌های انجام‌شده در راستای رسیدن به الگوی پژوهش را در کدام بخش می‌بینید؟	۱۳	بیشتر مؤلفه‌ها به‌طور منطقی و مبتنی بر مباحث نظری تفکیک شده‌اند و به نظر من اشاره به نقش خطاهای مورد اشاره به‌عنوان یک شرط مهم برای تصمیم‌گیری مالی جالب توجه بود.
آیا سیر روایت مطرح‌شده درخصوص موضوع پژوهش به‌درستی بیان شده است؟	۹	به نظر من، مؤلفه‌های پیچیدگی شناختی، یک ویژگی روان‌شناختی مهم بود و مهم‌تر اینکه به‌درستی و بدون تعصب انتخاب شد. شما در بخش سوگیری و پیچیدگی شناختی به نقش تمایز و ادغام و انواع سوگیری‌ها اشاره کردید که این بخش گرچه در مبانی نظری تأیید شده است، اما تمرکز بر آن به‌عنوان مؤلفه بسیار حائز اهمیت بود.
آیا نکته‌ای درخصوص تقویت بیشتر تحلیل‌ها و انسجام بیشتر وجود دارد که بیان نشده است؟	۶	تفکیک مربوط به هر یک از مؤلفه‌ها با توضیح مربوط به هر یک از آن‌ها به افزایش سطح قابلیت انجام‌پذیری پژوهش شما کمک کرده است. به نظر من در انتخاب مطالعات مرتبط‌تر با حوزه کارآفرینی به‌خصوص کارآفرینی دانشگاهی تمرکز بیشتری شود. در باقی موارد بسیار عالی عمل کرده‌اید.
آیا نکته‌ای درخصوص تقویت بیشتر تحلیل‌ها و انسجام بیشتر وجود دارد که بیان نشده است؟	۱	حتماً تلاش شود جملات و تحلیل‌ها قبل از رسیدن به الگو، مجدداً مرور و کمی بازنگری شوند.

۱۲	اصول روش‌شناسی قوت کار شماسست و تحلیل‌ها به‌درستی انجام شده است.	آیا نکته‌ای درخصوص تقویت بیشتر تحلیل‌ها و انسجام بیشتر وجود دارد که بیان نشده است؟
۳	تلاش درخصوص این موضوع قابل‌تحسین است؛ زیرا این پژوهش می‌تواند به افزایش سطح شناخت کارآفرینان در محیط تصمیم‌گیری مالی و ناهم‌بندی‌ها و مشکلات موجود کمک کند.	

برای پایایی مصاحبه، از چهار معیار تطابق، فهم‌پذیری، کنترل‌پذیری و عمومیت استفاده شد (استراوس و کوربین^۱ ۱۹۹۸) به نقل از دانایی‌فرد و امامی، ۱۳۸۶). این روش در جدول ۴ آمده است.

جدول ۴. پایایی مصاحبه بخش کیفی

معیارهای نظریه‌برخاسته از داده‌ها	توضیحات
تطابق	میزانی که نشان می‌دهد یافته‌ها با ساختار ذهنی افراد نسبت به پدیده تطبیق دارد. نتیجه: با پالایش مقوله‌ها مشخص شد مفاهیم ارائه‌شده با مباحث نظری پیچیدگی و سوگیری شناختی در تصمیمات، دارای تطابق است.
فهم‌پذیری	میزانی که نشان می‌دهد نتایج پژوهش تا چه اندازه نماینده‌ای از جهان واقعی مصاحبه‌شوندگان است. نتیجه: یافته‌های پژوهش در بخش کیفی برای پنج نفر از متخصصان ارسال شد که قابلیت فهم نتایج را تأیید کردند.
کنترل‌پذیری	اینکه تا چه میزان بر ابعاد قابل‌کنترل پدیده بررسی شده تمرکز شده است. نتیجه: مؤلفه‌های ارائه‌شده در الگو می‌تواند پیامدهای مطرح‌شده در الگو را تأیید کند.
عمومیت	میزانی که نشان می‌دهد یافته‌ها ابعاد مختلف پدیده بررسی شده را در خود جای داده‌اند. نتیجه: تعداد مصاحبه‌ها و مؤلفه‌های شناسایی شده نشان‌دهنده شناخت عمیق پیچیدگی و سوگیری شناختی در تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی است.

۲-۴. روش تجزیه و تحلیل اطلاعات

برای تجزیه و تحلیل اطلاعات، گروهی از نرم‌افزارها تحت عنوان کلی «تحلیل داده‌های کیفی»^۲ در حوزه تحقیقات کیفی وجود دارند که به پژوهشگران این حوزه در سازمان‌دهی و تحلیل داده‌های تحقیق کمک می‌کنند تا از قابلیت رایانه‌های شخصی نظیر حجم پردازش و سرعت بسیار زیاد بهره‌گیری کنند. نرم‌افزار مکس کیودا^۳ نمونه‌ای کامل و پیشرو از این نرم‌افزارها است که ضمن پشتیبانی کامل از زبان فارسی، برای تجزیه و تحلیل کمی و کیفی انواع داده‌های متنی، صوتی و تصویری و نیز برای ایجاد نظریه‌های مختلف نظیر داده‌بنیاد مفید است. در این تحقیق برای انجام تحلیل‌های محتوای کیفی و داده‌بنیاد که به‌منظور کدگذاری باز مفاهیم، مقوله‌بندی کدها و مفاهیم و درنهایت تعیین اهم مضامین در حوزه تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی انجام گرفت، هم از نرم‌افزار مکس کیودا نسخه ۱۸ استفاده شد و هم برای اطمینان بیشتر، تحلیل‌ها به‌صورت دستی انجام گرفت. کلیه اسناد موجود در سامانه اسناد با دقت واکاوی و کدگذاری شد که حاصل آن ۱۳۲ کد و قطعه کد بود. تقریباً مطالعات صورت‌گرفته الگوی کدگذاری پارادایمی را برای تحلیل داده‌های حاصل از گراندد تئوری معرفی می‌کنند که در قالب فرایند کدگذاری سیستماتیک در سه مرحله باز، محوری و انتخابی به ایجاد این الگو منجر می‌شود. در کدگذاری باز، پژوهشگران با ذهنی باز مفاهیم را نام‌گذاری می‌کنند. در مرحله بعد که کدگذاری محوری نامیده می‌شود، فرایند اختصاص کد به مفاهیم موجود، از حالت کاملاً باز خارج می‌شود و شکلی گزیده به خود می‌گیرد. سومین مرحله کدگذاری انتخابی یا گزینشی است که در آن، پژوهشگر به تکوین نظریه در رابطه میان مقوله‌های به‌دست‌آمده در الگوی کدگذاری محوری می‌پردازد. این مرحله فرایند یکپارچه‌سازی و بهبود نظریه است. درنهایت با استفاده از تحلیل داده‌پردازی بنیادی داده‌ها، یافته‌ها خلاصه و طبقه‌بندی و سپس نتیجه‌گیری شده است.

1. Strauss, A. L., & Corbin, J.
2. Qualitative Data Analysis (QDA)
3. MAXQDA

۳. یافته‌ها

۳-۱. توصیف جمعیت شناختی

در این پژوهش با ۱۶ کارآفرین دانشگاهی در دانشگاه تهران مصاحبه نیمه ساختاریافته انجام گرفت که مشخصات آن‌ها به شرح جدول ۳ است.

جدول ۳. سیمای مشارکت‌کنندگان در پژوهش

نفرات	مدرک تحصیلی	رشته تحصیلی	موقعیت شرکت	حوزه فعالیت	سابقه فعالیت
۱	کارشناسی ارشد	مهندسی نرم‌افزار	توسعه	فناوری اطلاعات و ارتباطات	۴ سال
۲	دکتری	مهندسی هوافضا	پسارشد	مکانیک، الکترونیک و کنترل	۶ سال
۳	کارشناسی ارشد	جغرافیا (GIS)	رشد	نقشه‌برداری و اطلاعات مکانی	۳ سال
۴	کارشناسی ارشد	مهندسی صنایع	رشد	مواد پیشرفته (پلیمر، سرامیک، فلزات)	۴ سال
۵	دکتری	مهندسی نرم‌افزار	پسارشد	علوم زمینی	۵ سال
۶	کارشناسی ارشد	مهندسی فناوری اطلاعات	پسارشد	فناوری اطلاعات و ارتباطات و نرم‌افزارهای رایانه	۸ سال
۷	دکتر	مهندسی الکترونیک	توسعه	مکانیک، الکترونیک و کنترل	۴ سال
۸	کارشناسی ارشد	مهندسی سخت‌افزار	توسعه	فناوری اطلاعات و ارتباطات و نرم‌افزارهای رایانه	۳ سال
۹	کارشناسی ارشد	مهندسی فضا	رشد	مکانیک، الکترونیک و کنترل	۷ سال
۱۰	دکتری	مهندسی عمران	پسارشد	فناوری ساختمان و مسکن، راه‌سازی، ریلی و دریایی	۱۰ سال
۱۱	کارشناسی ارشد	مهندسی پزشکی	پسارشد	وسایل، ملزومات و تجهیزات پزشکی	۸ سال
۱۲	دکتری	علوم دامی	پسارشد	علوم کشاورزی و منابع طبیعی	۱۳ سال
۱۳	دکتری	تجهیزات دارویی	پسارشد	تجهیزات پیشرفته ساخت، تولید و آزمایشگاهی	۹ سال
۱۴	کارشناسی ارشد	مهندسی پزشکی	رشد	وسایل و تجهیزات پزشکی	۷ سال
۱۵	کارشناسی ارشد	مهندسی کامپیوتر	رشد	فناوری اطلاعات و ارتباطات و نرم‌افزارهای رایانه	۶ سال
۱۶	دکتری	مهندسی شیمی	رشد	محصولات شیمیایی پیشرفته	۷ سال

همان‌طور که جدول ۴ نشان می‌دهد، کارآفرینان دانشگاهی در مصاحبه‌ها به طیف وسیعی از کدهای مرتبط با پیچیدگی و سوگیری‌های شناختی تصمیم‌گیری مالی اشاره کرده‌اند. مرحله اول، کدگذاری نکات کلیدی (گزیده متن) که پژوهشگران تمام صحبت‌های مصاحبه‌شوندگان را مطالعه^۱ و نکاتی را که از نظرشان مورد تأکید است کدگذاری کردند.

۳-۲. شناسایی و بررسی مضامین

به منظور جمع‌بندی و شناسایی مقوله‌های اصلی پیچیدگی و سوگیری‌های شناختی مرتبط با تصمیم‌گیری مالی، کدهای شناسایی شده (شامل ۱۳۳ کد) در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴. خلاصه مضامین شناسایی شده از متن مصاحبه با کارآفرینان دانشگاهی

کد مصاحبه‌شونده	مضامین
H1 ^۲	۱. اعتماد بیش از حد؛ ۲. نمایندگی تولیدات خارجی؛ ۳. تفاوت و تمایز قائل شدن میان محصولات خارجی و ایرانی؛ ۴. ناشناخته بودن شرکت؛ ۵. ساختار متمایز شرکت؛ ۶. اثر نمایندگی شخص مدیرعامل؛ ۷. استفاده کردن از تخصص فرد؛ ۸. خوش بینی در کار.
H2	۱. اعتماد به نفس بیش از حد در توسعه شرکت؛ ۲. دسترسی و دنبال کردن تولید محصول؛ ۳. سخت بودن قیمت گذاری دقیق محصولات با توجه به شرایط؛ ۴. درخواست تأمین مالی از طرف دولت؛ ۵. ادغام کردن تصمیم‌گیری‌ها در حوزه‌های مختلف؛ ۶. نگاه فرایند مالی متفاوت و متمایز.
H3	۱. سوءاستفاده دیگران از سرمایه‌های شرکت؛ ۲. سپردن مسائل مالی به دیگران (نماینده)؛ ۳. خوش بینی و اعتماد به همکاران مالی؛ ۴. بهره‌گیری از تیم خوب.
H4	۱. دسترسی به موارد مهم کاری؛ ۲. شرایط محیطی عامل تصمیم‌گیری احتمالی؛ ۳. شناسایی راهکارهای متعدد؛ ۴. حساسیت بحث‌های مالی؛ ۵. تمایز؛ ۶. پیچیدگی کار.

۱. به خاطر حجم زیاد متن مصاحبه، در این مقاله از آوردن متن مصاحبه صرف نظر شده و فقط کدها در جدول آمده است.
 ۲. H1 به این معناست که، مصاحبه‌شونده اول این کد را دریافت کرده است.

کد مصاحبه‌شونده	مضامین
H5	۱. وابسته‌بودن سرمایه شرکت به بازار فروش؛ ۲. مشارکت ذی‌نفعان؛ ۳. تعدیل؛ ۴. مغالطه‌کاری برنامه‌ریزی‌شده در هزینه؛ ۵. نداشتن دانش و تجربه منجر به تصمیم نادرست و خطا؛ ۶. اشتباه‌بودن روش بازاریابی؛ ۷. اعتمادبه‌نفس؛ ۸. پیداکردن مشتری، بازاریابی و فروش.
H6	۱. خوش‌بینی و موفقیت در تصمیم‌گیری مالی با توجه به نیاز بازار؛ ۲. پیچیدگی شغلی؛ ۳. داشتن اعتماد به تجربه و تخصص؛ ۴. تمرکزکردن روی محصولات و درآمد؛ ۵. شرایط پیچیده بازار؛ ۶. تمرکز روی خرید محصول؛ ۷. تمایز قائل شدن میان حسابداری در شرکت‌های مختلف؛ ۸. نگاه متمایز در سیستم فروش؛ ۹. خطای گذشته‌نگر (داشتن خطا در تصمیم‌گیری‌های قبلی)؛ ۱۰. تمرکزداشتن؛ ۱۱. سخت‌گیری در دادن مجوزها؛ ۱۲. تمایز فرهنگ بومی؛ ۱۳. استفاده از دانش و تجربه اقتصاددانان بومی.
H7	۱. خطا در جذب نیروی انسانی؛ ۲. دسترسی به وام و کمک‌های دولتی؛ ۳. کسب‌کردن اطلاعات در بازاریابی فروش؛ ۴. روش‌های متنوع مدیریت هزینه؛ ۵. کم‌شدن آزمون و خطا.
H8	۱. مشخص‌بودن روند فروش محصول؛ ۲. پیچیدگی تورم در کشور؛ ۳. پیچیدگی مالی؛ ۴. تمرکز و دقت در مباحث مالی؛ ۵. عدم برنامه‌ریزی دقیق؛ ۶. منطقی در برنامه.
H9	۱. دسترسی به بازار هدف؛ ۲. ناشناخته‌بودن بازار، محصول و خدمات؛ ۳. قوانین دولتی اشتباه؛ ۴. پیچیدگی در فرایند مالی؛ ۵. مغالطه‌کاری در برنامه‌ریزی؛ ۶. بدبینانه رفتارکردن؛ ۷. اعتمادبه‌نفس؛ ۸. کمک‌گرفتن از مشاور مالی؛ ۹. سعی و خطا داشتن در فرایند کار استارت‌آپ‌ها.
H10	۱. کنترل جریان مالی و نقدینگی؛ ۲. برنامه‌ریزی کردن جریان مالی و نقدینگی؛ ۳. برنامه‌ریزی مغالطه‌کاری؛ ۴. عدم دسترسی به منابع مالی بانکی و صندوقی؛ ۵. پوشش منابع مالی توسط خود شرکت؛ ۶. موفقیت و اعتمادبه‌نفس؛ ۷. خوش‌بینی؛ ۸. کسب عایدی‌ها؛ ۹. توجه‌کردن به تعادل مالی؛ ۱۰. کنترل کردن مسائل مالی؛ ۱۱. داشتن برنامه‌ریزی؛ ۱۲. عدم ثبات بازار ارز؛ ۱۳. ایجاد خطای مالی؛ ۱۴. اشتباه در فرایند تصمیم‌گیری.
H11	۱. سختی و پیچیدگی کار کارآفرینی و حوزه‌های دانش‌بنیان؛ ۲. بهانه‌جویی و تعدیل در فرایند تصمیم؛ ۳. پیچیدگی سیستم؛ ۴. داشتن توانایی جذب منابع مالی؛ ۵. داشتن پیچیدگی زیاد در تصمیم‌گیری مالی؛ ۶. داشتن اشتباه زیاد در تصمیم‌گیری؛ ۷. مقصدانستن شرایط محیطی؛ ۸. خوش‌بین بودن در کار.
H12	۱. دسترسی به تصمیمات مناسب؛ ۲. کنترل‌پذیری؛ ۳. داشتن اعتمادبه‌نفس از طریق جذابیت پروژه؛ ۴. مشخص‌کردن اولویت‌ها در تصمیم‌گیری؛ ۵. داشتن پیشرفت شغلی و افزایش اعتمادبه‌نفس؛ ۶. مشورت‌گرفتن درمورد مباحث مالی از دوستان؛ ۷. داشتن برنامه‌ریزی مالی درست؛ ۸. نمایندگی؛ ۹. انتخاب سرمایه؛ ۱۰. تهدیدها؛ ۱۱. اعتمادبه‌نفس بیش‌ازحد؛ ۱۲. ادغام احساسات با منطق.
H13	۱. همکاری و مشارکت داشتن با شرکت‌ها برای کسب تجربه؛ ۲. خطا در تصمیم‌گیری؛ ۳. داشتن محدودیت منجر به اشتباه؛ ۴. کسب دانش و تجربه در تصمیم‌گیری؛ ۵. پیچیدگی در تصمیم مالی؛ ۶. تمایل داشتن به اشتباه در حین تصمیم‌گیری.
H14	۱. سرمایه‌گذاری با قدم کوچک و مرحله به مرحله (پیچیدگی)؛ ۲. دسترسی و ارتباط با منابع انسانی؛ ۳. خوش‌نامی؛ ۴. عدم تعهد کارآفرینان به چارت زمانی تأمین مالی؛ ۵. ادغام احساسات با منطق؛ ۶. مشارکت ذی‌نفعان در خرید محصول؛ ۷. دسترسی به کمک مالی.
H15	۱. خوش‌بینی؛ ۲. اعتماد به خود؛ ۳. پیچیدگی در بازار؛ ۴. تمایز و ادغام در بازار؛ ۵. مغالطه‌کاری؛ ۶. سختی و پیچیدگی کار؛ ۷. داشتن خطا در سیستم فکری؛ ۸. جرئت‌ورزی مدیر در تصمیم‌گیری؛ ۹. قضاوت اشتباه.
H16	۱. پیچیدگی در فرایند تصمیم‌گیری مالی؛ ۲. داشتن نماینده در فروش؛ ۳. داشتن خطا از طریق اضطراب؛ ۴. خطای محاسباتی؛ ۵. داشتن جذابیت پروژه‌ها؛ ۶. اتفاق نیفتادن خطا در تصمیم‌گیری؛ ۷. شرایط سخت تصمیم‌گیری؛ ۸. ارتباط سخت با شرکت‌ها؛ ۹. دسترسی شرکت‌ها برای مشورت؛ ۱۰. کشف و دادن ایده جدید؛ ۱۱. خطا در فرایند مالی؛ ۱۲. تمایز میان قراردادهای مالی.

نتایج کدگذاری باز، محوری و انتخابی برای شناسایی مؤلفه‌های پیچیدگی و سوگیری‌های شناختی مرتبط با تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی دانشگاه تهران با رویکرد نظریه‌پردازی داده‌بنیاد در جدول ۵ ارائه شده است. جهت‌گیری مقوله‌بندی اطلاعات مستخرج از متن مصاحبه با کارآفرینان دانشگاهی، از مصادیق حرکت به سمت سطح است. در واقع یک حرکت استقرائی از جزء به کل در دسته‌بندی اطلاعات با استفاده از روش گراند تئوری استفاده شده است. بدین ترتیب که از غربال مضامین شناسایی‌شده، مصادیق کلیدی تعیین شدند. سپس با ترکیب مستدل و مبتنی بر مبانی نظری، مصادیق در سطح بالاتر دسته‌بندی و براین اساس زیرمؤلفه‌ها مشخص شدند. با همین استدلال، از ترکیب زیرمؤلفه‌ها نیز مؤلفه‌های اصلی گروه‌بندی و تعیین شد. در نهایت مؤلفه‌های اصلی ذیل سطح مؤلفه‌های پیچیدگی و سوگیری شناختی مرتبط با تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی جایابی شدند.

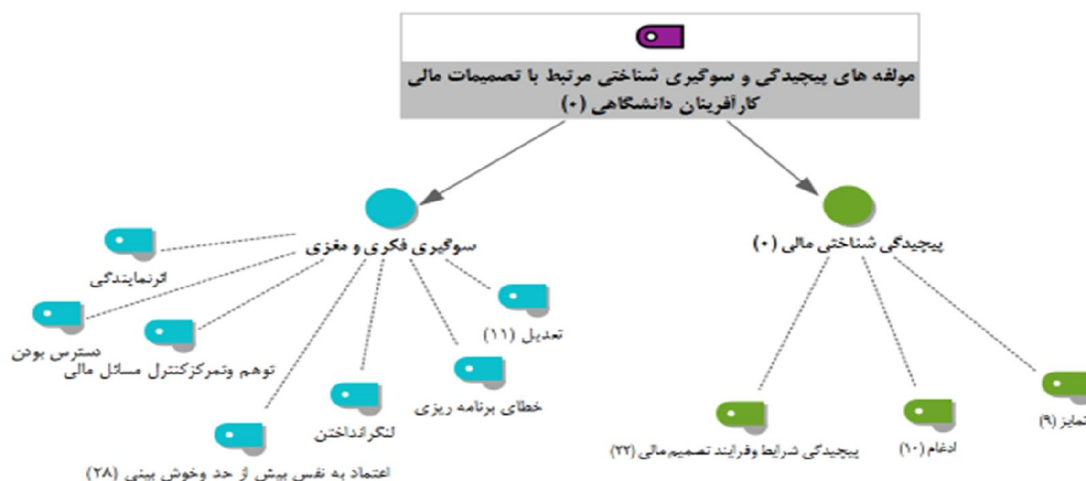
جدول ۵. مفاهیم، زیرمقوله‌ها و مؤلفه‌های پیچیدگی و سوگیری شناختی مرتبط با تصمیمات مالی از دیدگاه کارآفرینان دانشگاهی

سطح	مقوله	زیرمقوله	مفاهیم اولیه	کد مصاحبه‌شونده
مؤلفه‌های پیچیدگی و سوگیری شناختی در تصمیم‌گیری مالی کارآفرینان دانشگاهی	پیچیدگی شناختی در تصمیم‌گیری مالی	تمایز	* ساختار متمایز شرکت * تمایز قائل شدن در حسابداری در شرکت‌های مختلف * نگاه متمایز در سیستم فروش * تمایز فرهنگ بومی * نگاه استارت‌آپ، نگاه سرمایه‌گذاری * متمایز کردن قراردادهای مالی	H1-H2-H4-H6- H15-H16
		ادغام	* ادغام کردن احساسات با منطق * ادغام کردن تصمیم‌گیری در حوزه‌های مختلف * ادغام در بازار * مشخص کردن عامل‌های تأثیرگذار	H1-H2-H4-H9-H10- H12-H14-H15
		پیچیدگی شرایط و فرایند تصمیم‌گیری مالی	* پیچیدگی شغلی * شرایط پیچیده بازار * پیچیدگی پدیده تورم در کشور * سختی و پیچیدگی کار کارآفرینی و حوزه‌های دانش‌بنیان * پیچیدگی سیستم * داشتن پیچیدگی زیاد در تصمیم‌گیری مالی	H4-H6-H8-H9-H11- H13-H15-H16
	سویگیری فکری و مغزی	اعتماد به نفس بیش از حد و خوش‌بینی	اعتماد به نفس بیش از حد و خوش‌بینی	* اعتماد به نفس بیش از حد در توسعه شرکت * خوش‌بینی و اعتماد به همکاران مالی * خوش‌بینی و موفقیت در تصمیم‌گیری مالی با توجه به نیاز بازار * داشتن اعتماد به تجربه و تخصص * اعتماد به توانایی خود * کسب موفقیت * داشتن اعتماد به جذابیت پروژه * خوش‌نام‌بودن * نداشتن رقیب * خوش‌بینی در مورد کیفیت کار
در دسترس بودن			* دسترسی شرکت‌ها برای مشورت * دسترسی به وام و کمک‌های دولتی * کمک‌گرفتن از مشاور مالی * دسترسی به کمک مالی * بهره‌گیری از تیم خوب	H4-H5-H9-H10-H12-H14-H16
لنگر انداختن		اثر نمایندگی	* نمایندگی شخص مدیرعامل * خطای شناختی (دیگران) * سپردن مسائل مالی به دیگران (نماینده) * کمک‌گرفتن از خبرگان * وابستگی تولیدکنندگان به منابع خارجی و خاص * کمک‌گرفتن از فرد مالی * نیروی قراردادی برای انجام امور مالی * مشورت‌گرفتن در مباحث مالی از دوستان	H1-H3-H4-H12- H16
مؤلفه‌های پیچیدگی و سوگیری شناختی در تصمیم‌گیری مالی کارآفرینان دانشگاهی	مغزی	لنگر انداختن	* دفاع منطقی * تثبیت و تکرار فرایند * پافشاری در تصمیمات فرد کارآفرین * داشتن اشتباه در تصمیم‌های قبلی * خطا در جذب نیروی انسانی (لنگر)	H6-H9-H12-H13-H15-H16

مؤلفه‌های پیچیدگی و سوگیری شناختی در تصمیم‌گیری مالی کارآفرینان دانشگاهی	سوگیری فکری و مغزی	تعدیل	<ul style="list-style-type: none"> * قوانین دولتی اشتباه * تصمیم اشتباه مالی * بدبینانه * تهدیدها * اتخاذ نکردن تصمیم واحد توسط تیم تصمیم‌گیرنده * داشتن خطا از طریق اضطراب * مداخله عوامل بیرونی بر تصمیم‌گیری کارآفرین * اشتباه کردن در روش بازاریابی * نداشتن دانش و تجربه منجر به تصمیم نادرست و خطا 	H3-H5-H6-H9-H12-H13-H15-H16
		خطای برنامه‌ریزی	<ul style="list-style-type: none"> * داشتن برنامه‌ریزی در فرایند کار * مغالطه کاری برنامه‌ریزی شده در هزینه * مغالطه کاری * داشتن برنامه‌ریزی جریان مالی و نقدینگی * داشتن برنامه‌ریزی درست درآمد و منابع * عدم تحقق برنامه‌ریزی در شروع کار * داشتن برنامه‌ریزی برای مصرف هزینه * داشتن خطای محاسباتی * داشتن مدیریت عملیات * عدم برنامه‌ریزی دقیق * داشتن منطق در برنامه‌ریزی * داشتن برنامه‌ریزی مالی 	H4-H5-H6-H8-H9-H10-H12-H15-H16
		توهم و تمرکز کنترل مسائل مالی	<ul style="list-style-type: none"> * داشتن خودکنترلی در مدیریت مالی * تمرکز اندازه کوچک شرکت طبق منابع مالی و سرمایه * داشتن تمرکز روی محصولات و درآمد * داشتن تمرکز روی خرید خوب محصول * توهم کنترل در سود * تمرکز روی شرایط بازار * تمرکز و دقت در مباحث مالی * کنترل جریان مالی و نقدینگی * توجه به تعادل مالی * کنترل مسائل مالی * کنترل‌پذیری 	H2-H4-H6-H8-H10-H12 H2-H4-H6-H8-H10-H12

همان‌طور که اطلاعات جدول ۵ نشان می‌دهد، از ترکیب و مقوله‌بندی مجموعه‌ای از مصادیق استخراج شده از متن مصاحبه با کارآفرینان دانشگاهی در ارتباط با پیچیدگی و سوگیری شناختی مرتبط با تصمیمات مالی، زیرمؤلفه‌های «تمایز»، «ادغام»، «پیچیدگی شرایط و فرایند تصمیم مالی»، «اعتمادبه‌نفس بیش‌ازحد و خوش‌بینی»، «دردسترس بودن»، «اثر نمایندگی»، «لنگرانداختن»، «تعدیل»، «خطای برنامه‌ریزی»، «توهم و تمرکز کنترل مسائل مالی» حاصل شد. همچنین از ترکیب و مقوله‌بندی زیرمؤلفه‌های مزبور، مؤلفه‌های اصلی «پیچیدگی شناختی مالی»، «سوگیری فکری و مغزی» حاصل و ارائه شده است.

علاوه‌براین، با توجه به پاسخ‌های سؤالات در بخش مصاحبه، مؤلفه‌های پیچیدگی و سوگیری شناختی تصمیم‌گیری مالی کارآفرینان دانشگاهی در دسته‌بندی و سازمان‌دهی به صورت طرحواره نظری الگوی تدوین‌شده زیر طراحی شد.



شکل ۱. الگوی مفهومی پیچیدگی و سوگیری شناختی مرتبط با تصمیمات مالی مبتنی بر مصاحبه با کارآفرینان دانشگاهی خروجی نرم‌افزار Maxqda

جدول ۶. نمایی از فراوانی کدهای تشخیص داده‌شده پیچیدگی و سوگیری شناختی تصمیم‌گیری مالی

کارآفرینان دانشگاهی در خروجی نرم‌افزار Maxqda

مؤلفه‌ها	زیرمؤلفه‌ها	فراوانی کدها
پیچیدگی شناختی مالی	تماز	۹
	ادغام	۱۰
	پیچیدگی شرایط و فرایند تصمیم مالی	۲۲
	کل زیرمؤلفه	۴۱
سوگیری فکری و مغزی	اعتماد به نفس بیش از حد و خوش بینی	۲۸
	لنگرانداختن	۵
	دردسترس بودن	۹
	خطای برنامه‌ریزی	۱۶
	اثر نمایندگی	۶
	تعدیل	۱۱
	توهم و تمرکز کنترل مسائل مالی	۱۵
	کل زیرمؤلفه	۹۱

۴. بحث و نتیجه‌گیری

رویکرد شناختی در پژوهش‌های کارآفرینی، از سایر رویکردها قدمت کمتری دارد، بر استفاده از روش‌های روان‌شناسی شناختی در مطالعه رفتار کارآفرینان تأکید دارد و دقیقاً به همین دلیل است که در عوض تمرکز بر شخصیت یا رفتار، دارای حوزه نفوذی در رابطه با رفتار شناختی فرد است. در حقیقت، این رویکرد علاوه بر مطالعه رفتار کارآفرینان، به مطالعه تعاملات موجود با محیط پیرامون آنان نیز اقبال دارد. نکته کلیدی این رویکرد عبارت است از مطالعه رفتار فرد کارآفرین بر اساس روش‌های شناختی وی در ارتباط با محیط. به عبارتی، این رویکرد مانند ابزاری برای بررسی هردو جنبه مثبت و منفی رفتار شناختی کارآفرینان است (صادقی و کاظمی، ۱۳۹۴). هدف این پژوهش شناسایی مؤلفه‌های پیچیدگی و سوگیری‌های شناختی مرتبط با تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی در دانشگاه تهران بود. در همین راستا مؤلفه‌ها با دو مقوله اصلی سوگیری فکری و مغزی و پیچیدگی شناختی و ده زیرمقوله‌های شناختی شدند. زیرمقوله‌های تماز، ادغام، پیچیدگی شرایط و فرایند تصمیم مالی، اعتماد به نفس و خوش بینی، دردسترس بودن، اثر نمایندگی، لنگرانداختن، تعدیل، خطای برنامه‌ریزی و توهم و کنترل مسائل مالی به دست آمد. یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های احمد و همکاران (۲۰۲۰)، بارون (۲۰۰۷)، فررو و همکاران (۲۰۱۵)، نوایچتن و همکاران (۲۰۲۰)، بکر و همکاران (۲۰۰۷)، ایکساینگ (۲۰۲۰)، ازنب و همکاران (۱۴۰۰)، مشهدی حاجی‌علی (۱۳۹۲) و مبارکی و همکاران (۱۳۹۵)

همسو است. با وجود اهمیت پیچیدگی محیط کار و سوگیری‌های شناختی در تصمیم‌گیری کارآفرینان دانشگاهی و نتایج احتمالی آن بر سرنوشت کسب‌وکارها، کمتر می‌توان پژوهشی را یافت که به بررسی مؤلفه‌های به‌وجودآورنده پیچیدگی و سوگیری کارآفرینانه پرداخته باشد.

ارائه پاداش مالی و مادی به ایده‌های نو و تخصیص منابع کافی برای تجاری‌سازی ایده‌های نو و مناسب، نقش مهمی در کارآفرینی دانشگاه‌ها دارد. در مقابل، دستیابی به منابع مالی برای سرمایه‌گذاری، از موانع و بازدارنده‌های کارآفرینان دانشگاهی شناخته می‌شود. به این ترتیب برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری برای شناسایی، هدایت، حمایت مادی و معنوی از کارآفرینان، جذب، حفظ و پشتیبانی از آنان در راستای ارتقای تولید فناوری و ایجاد فرصت‌های اشتغال‌زا ضرورت دارد. پیشنهاد می‌شود نهادهای ذی‌ربط مانند پارک‌های علم و فناوری، مراکز رشد، صندوق‌های توسعه و حمایت از سرمایه‌گذاری و بنیاد ملی نخبگان به‌طور ویژه از کارآفرینان دانشگاهی و دانشجویان خلاق و کارآفرین حمایت مالی و اقتصادی کنند (بیژنی و همکاران، ۱۳۹۴). سوگیری‌های شناختی غالباً به‌عنوان متغیر محرک، ضمن اثرگذاری بر ادراک مخاطره، کارآفرینان نوپا را به‌سوی تصمیم‌گیری برای ایجاد کسب‌وکار و بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینی سوق می‌دهند (هایک^۱، ۲۰۱۲). همچنین سوگیری‌های شناختی بر پایه فعالیت‌های ناخودآگاه ذهنی پردازش اطلاعات هستند که به‌صورت ذاتی در هر انسانی وجود دارد و «انحراف‌های پیش‌بینی‌پذیری از عقلانیت» ایجاد می‌کنند. سوگیری‌های شناختی موجب می‌شود تصمیم‌گیرندگان اطلاعات را به‌صورت نادرست پردازش کنند که به تصمیمات و قضاوت‌های نادرست منجر می‌شود (مشتاقی و یزدانی، ۱۳۹۵). اما اگر افراد بر خطاهای خود تسلط بیشتری داشته باشند، در تصمیمات مالی موفق‌ترند و بهتر می‌توانند بر مشکلات پیش‌رو فائق آیند. از طرفی خطاهای شناختی در فرایند پردازش اطلاعات مداخله می‌کنند و مانع دستیابی فرد به اطلاعات ناب می‌شوند (موسوی و همکاران، ۱۳۹۶). کارآفرینان با مشکلاتی از جمله شرایط ناخواسته و بحرانی که سبب عقب‌نشینی می‌شود یا مانع دستیابی به هدف است، روبه‌رو هستند؛ بنابراین یکی از مشکلات کارآفرینان، خطاها است که کارآفرینان را درگیر کرده است. سوگیری‌های سیستماتیک و غیرسیستماتیک در تصمیم‌گیری‌های کارآفرینان می‌تواند آن‌ها را در برابر خطاهای ادراکی-شناختی آسیب‌پذیر کند. پژوهش‌های اخیر نشان داده است کارآفرینان بیشتر از دیگران دچار سوگیری‌های شناختی می‌شوند؛ برای مثال، بیشتر احتمال دارد که شرایط دوپهلوی و مبهم کسب‌وکاری را مثبت‌تر فرض کنند. یا اینکه برخی از خصوصیات مانند اعتمادبه‌نفس در آن‌ها بیشتر است (باسنیتز و بارنی^۲، ۱۹۹۷ به نقل از مبارکی و همکاران، ۱۳۹۵). کارآفرینان در زمان‌های فراغت خود بیشتر به بررسی و غربال اطلاعات می‌پردازند و از روش‌های غیرسنتی‌تر استفاده می‌کنند. آن‌ها همچنین از میانبرهای شناختی^۳ برای مقابله با شرایطی مانند سرریز اطلاعات، عدم قطعیت بالا و نداشتن زمان کافی استفاده می‌کنند. کارآفرینان دست به پیش‌بینی‌های همراه با ریسک می‌زنند و این کار تا حدود زیادی کسب‌وکار آن‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. گاهی استفاده از میانبرهای شناختی می‌تواند به سوگیری در تصمیم‌گیری منجر شود. کارآفرینان به‌طور کلی به موفقیت کسب‌وکارشان بسیار خوش‌بین‌تر از دیگران هستند. از این‌رو بیشتر از دیگران موقعیت‌های کسب‌وکار را مثبت تلقی می‌کنند (مبارکی و همکاران، ۱۳۹۵).

از زمانی که مسیر پژوهش‌های کارآفرینی به‌سمت روان‌شناسی شناختی گرایش پیدا کرد، مطالعات شناختی به زیرشاخه مهم کارآفرینی تبدیل شده‌اند. امروزه علم شناخت، نقش مهمی در شکل‌دهی به رفتار انسان از تعاملات اجتماعی تا فرایندهای تصمیم‌گیری ایفا می‌کند و نظریه‌های شناختی جدید، تأکید بسیاری بر شناخت ابعاد مختلف مؤثر بر فرایند تصمیم‌گیری کارآفرینانه دارند (مبارکی و همکاران، ۱۳۹۱). در این بین، پژوهش‌های روبه‌رشدی وجود دارد که نشان می‌دهد فرایندهای شناختی کارآفرینان با غیرکارآفرینان متفاوت است (هاینی و همکاران^۴، ۲۰۱۰؛ میشکل و همکاران^۵، ۲۰۰۷). در این پژوهش‌ها بر این موضوع تأکید شده است که سازوکارهای شناختی کارآفرینان، روش‌هایی برای کاهش پیچیدگی محیطی هستند و به آن‌ها کمک می‌کنند که در محیط‌های نامطمئن میان اطلاعات مبهم ارتباط برقرار کنند و بتوانند به‌درستی تصمیم‌گیری کنند. در این

1. Hayek
2. Busenitz & Barney
3. cognitive shortcut
4. Haynie et al.
5. Mitchell et al.

میان، تأثیرگذارترین الگوی شناختی که تاکنون برای تشریح میزان اثربخشی تصمیمات کارآفرینان به کار رفته، الگوی پیچیدگی شناختی کارآفرین تصمیم‌گیرنده است که بنا به تحقیقات، به‌طور مثبتی بر نتایج تصمیمات وی اثرگذار است (بلاند و همکاران، ۲۰۰۱). در تحقیقات اخیر بر این نکته تأکید شده است که فرایند تصمیم‌گیری کارآفرینان به‌طور ذاتی با پیچیدگی همراه است. از این رو کارآفرینان برای تصمیم‌گیری در محیط‌های پویا و پیچیده نیازمند برخورداری از پیچیدگی شناختی قابل‌قبول هستند. درواقع عنصر پیچیدگی شناختی به‌عنوان عاملی معرفی شده که کارآفرین را قادر می‌سازد تا در موقعیت‌های تصمیم‌گیری، رویکردها و راهکارهای بهینه‌تری را اعمال کند. این در حالی است که این عنصر شناختی ذاتاً عنصری دوبعدی معرفی شده است که از یک سو تحت تأثیر صفات و مشخصه‌های شخصیتی و روان‌شناختی کارآفرین و از سوی دیگر تحت تأثیر محیط و شرایط مسئله تصمیم‌قرار دارد (مبارکی و همکاران، ۱۳۹۱). پیچیدگی شناختی ارتباط نزدیکی با توانایی‌های شناختی عمومی (برای مثال، هوش عمومی) دارد و بنابراین برخی از افراد به‌طور کلی قادر به ایجاد بازنمایی‌های شناختی پیچیده‌تری درمورد موقعیت‌های تصمیم‌گیری خاص نسبت به دیگران هستند (ورملن پاتریک و کورسوتپرو، ۲۰۰۸).

محیط‌های بسیار انعطاف‌پذیر، پویا و پیچیده که بیشتر شرکت‌های کوچک و متوسط در آن فعالیت می‌کنند، تقاضاهای زیادی برای پیچیدگی شناختی برای کارآفرینان ایجاد می‌کند. محیط سازمانی فشار بسیار بیشتری بر کارآفرینان شرکت‌های کوچک و متوسط نسبت به مدیران شرکت‌های بزرگ وارد می‌کند. اول به این دلیل که بسیاری از مؤسسات در سازمان‌های بزرگ به‌عنوان ابزاری برای کاهش پیچیدگی محیطی برای مدیران که مجبور به اتخاذ تصمیمات راهبردی در بالاترین سطوح سازمان هستند ایجاد می‌شوند. دوم، سازمان‌های بزرگ به‌وضوح مسئولیت را متمایز و اغلب واحدهای خاصی را ایجاد می‌کنند که مسئول تصمیمات و برنامه‌ریزی راهبردی هستند. این امر پیچیدگی محیطی را نیز که مدیر در فرایند تصمیم‌گیری با آن مواجه است کاهش می‌دهد. کارآفرینان نسبت به مدیران شرکت‌های بزرگ، مؤسسات کمکی کمتری در کاهش پیچیدگی محیطی و تفاوت وظایف کمتری دارند (ورملن پاتریک و کورسوتپرو، ۲۰۰۸). با توجه به ادبیات نظری و نتایج پژوهش، بهتر است تصمیم‌گیران در کنار سایر عوامل تأثیرگذار بر قضاوت و تصمیم‌گیری، از پیچیدگی و سوگیری شناختی خود آگاهی یابند و در صورتی که در این موارد مشکلاتی داشته باشند، در انجام فرایند تصمیم‌گیری احتیاط ورزند و نسبت به آموزش‌های شناختی و کاهش پیچیدگی و سوگیری‌های شناختی خود اقدام کنند؛ چرا که گستره شناخت به‌عنوان یکی از عوامل مهم رشد فرد در سیستم پردازش تحلیلی در تصمیم‌گیری به‌شمار می‌رود و حتی می‌تواند سوگیری‌های شناختی را نیز کاهش دهد. همچنین بهتر است تصمیم‌گیران کارآفرینی، علاوه بر اطلاعات حسابداری و حسابرسی صورت‌های مالی، به اطلاعات غیرحسابداری شامل کیفیت مدیریت مالی، سرمایه انسانی، فرهنگ شغلی و رضایتمندی مشتریان توجه کنند و در تصمیم‌گیری‌های مالی خود آن‌ها را مدنظر قرار دهند؛ چرا که امروزه مواردی مانند اهداف و راهبردهای مدیرعاملان شرکت، رضایتمندی مشتریان و سرمایه انسانی می‌تواند عملکرد شرکت را به‌طور اساسی تحت تأثیر قرار دهد و آگاهی از این موارد می‌تواند در تصمیم‌گیری کارآفرینان به‌خصوص تصمیمات مالی آن‌ها مفید باشد.

زمانی که فضای تصمیم‌گیری کارآفرینان دانشگاهی دارای ابهام زیادی است، جنبه‌های مثبت سوگیری به‌عنوان تقویت‌کننده فعالیت‌های نوآورانه عمل می‌کنند. پیشنهاد می‌شود برای تقویت کارآفرینی، بر برخی جنبه‌های مثبت سوگیری شناختی مانند توانایی کنترل رویدادهای نامطلوب تکیه شود. تزریق روحیه خوش‌بینی و اعتمادبه‌نفس در جامعه تجاری به‌عنوان خط‌مشی توسعه کارآفرینی در سطح ملی و محلی دنبال شود. در زمینه مسیر پژوهشی تحقیق، توجه به چند موضوع برای تحقیقات آتی راهگشا است. نخست اینکه در این مطالعه، فقط دو عامل شناختی مطالعه شد که در تحقیقات آتی می‌توان تأثیر سایر عوامل شناختی مانند توهم کنترل، ریسک، انگیزه و... را بر شروع فعالیت‌های نوآورانه بررسی کرد. دوم اینکه تحلیل در این مطالعه، براساس سطح فرد صورت گرفته است. در نظر گرفتن عواملی مانند پویایی محیطی می‌تواند به تبیین مناسب‌تر رابطه سوگیری و پیچیدگی شناختی و کارآفرینی کمک کند. پژوهشگران رشته‌های مالی، شناختی و کارآفرینی نیز می‌توانند با انجام مطالعات و تحقیقات لازم درمورد پیچیدگی و سوگیری‌های شناختی، موجب توسعه و غنای ادبیات نظری در این بخش شوند و این موضوعات را در

سایر حوزه‌ها از قبیل حسابداری مدیریت، آموزش کارآفرینی و... نیز بررسی کنند. همچنین از آنجا که تحقیقات محدودی در این حوزه انجام شده، برای پشتیبانی از نتایج این پژوهش، تحقیقات بیشتری لازم است.

۵. ملاحظات اخلاقی

در این پژوهش، ملاحظات اخلاقی مانند دریافت رضایت آگاهانه از مشارکت‌کنندگان در پژوهش، محافظت از فایل صوتی جلسه و رازداری رعایت شد. در ابتدای مصاحبه، علاوه بر شرح اهداف پژوهش، محرمانه بودن محتوای مطرح شده و حق ترک مصاحبه و کناره‌گیری از پژوهش در هر زمان، برای مشارکت‌کنندگان توضیح داده شد. همچنین بیان شد که اطلاعات، بدون ذکر مشخصات مشارکت‌کنندگان و فقط برای اهداف پژوهشی استفاده می‌شود.

۶. سپاسگزاری و حمایت مالی

مقاله حاضر برگرفته از رساله دکتری نویسنده اول مقاله در دانشگاه تهران است. از تمامی کارآفرینان دانشگاهی واقع در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران که در این پژوهش مشارکت کردند قدردانی می‌شود. این مطالعه حامی مالی ندارد.

۷. تعارض منافع

بنا بر اظهارات نویسندگان، در این مقاله تعارض منافی وجود ندارد.

منابع

- ازنب، ا.، محمدیان، ب.، و کریمی، آ. (۱۴۰۰). شناسایی خطاهای شناختی در مذاکرات کارآفرینانه با تمرکز بر پروژه‌های تأمین مالی جمعی. *نشریه علمی مدیریت نوآوری*. ۱۰(۳)، ۸۹-۱۱۳. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.23225386.1400.10.3.3.2>
- انصاری، م. ت.، و سلمانی‌زاده، ع. (۱۳۸۷). ویژگی‌های جمعیت‌شناختی کارآفرینان کشور. *فصلنامه علمی-پژوهشی رفاه اجتماعی*. ۷(۲۹)، ۳۱۶-۲۹۹. <http://refahj.uswr.ac.ir/article-1-2096-fa.html>
- بیژنی، م.، فلاح حقیقی، ن.، کرمی، غ.، عسگری قدس، م.، و زند، م. (۱۳۹۴). واکاوی ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینانه و عوامل پیش‌برنده و بازدارنده کارآفرینی در دانشکده‌های کشاورزی (مورد مطالعه: واحدهای منطقه ۵ دانشگاه آزاد اسلامی). *مجله پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی*. ۹۴، ۷۹-۲۹. https://journals.srbiau.ac.ir/article_7856_614f01ac8cbc6b988a9d196dfa01719e.pdf
- خرازی، ک. (۱۳۸۵). یادگیری در رویکرد شناختی. *تازه‌های علوم شناختی*. ۱۱(۴)، ۸۹-۸۶. <https://icssjournal.ir/article-1-271-fa.html>
- دانایی‌فرد، ح.، و امامی، م. (۱۳۸۶). استراتژی‌های پژوهش کیفی: تأملی بر نظریه‌پردازی داده‌ها. *مجله اندیشه مدیریت*. ۱(۲)، ۹۷-۶۹. <https://ensani.ir/file/download/article/20120325151825-1040-10.pdf>
- طالبی، ک.، و یکتا، م. ر. (۱۳۸۷). آموزش کارآفرینی دانشگاهی و نقش آن در ایجاد و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط دانش‌بنیان. *مجله توسعه کارآفرینی*. ۱(۱)، ۱۳۱-۱۱۱. https://jed.ut.ac.ir/article_22439.html?lang=fa
- صادقی، ع. ا.، و کاظمی، ب. (۱۳۹۴). بررسی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری رفتار تصمیم‌گیری کارآفرینانه مدیران شهرداری تهران. *دومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش در علوم و تکنولوژی*، ۲۳ آذر ۱۳۹۴، تهران، ایران. <https://civilica.com/doc/447120>
- مبارکی، م. ح.، نوری، پ.، و احمدی کافشانی، ع. (۱۳۹۵). شناسایی مهم‌ترین عوامل مؤثر بر شکل‌گیری سوگیری تشدید تعهد در کارآفرینان: رویکرد نظریه برخاسته از داده‌ها. *چشم‌انداز مدیریت دولتی*. ۷(۲۵)، ۱۷۸-۱۶۳. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.22516069.1395.7.1.6.7>
- مبارکی، م. ح.، رضاییان، ع.، مهرابی، ر.، و کلابی، ا. م. (۱۳۹۱). شناسایی ابعاد تأثیرگذار بر سطح پیچیدگی شناختی کارآفرینان تصمیم‌گیرنده. *پژوهشنامه مدیریت تحول*. ۴(۸)، ۱۴۵-۱۲۵.

- مشتاقی، ی.، و یزدانی، ن. (۱۳۹۵). بررسی و شناخت تأثیر عوامل روان‌شناختی با رویکرد خطاهای ادراکی بر فرایند تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران فردی. *تحقیقات مالی*. ۱۸ (۴)، ۷۵۲-۷۳۵. <https://doi.org/10.22059/jfr.2017.62589>
- مشهدی حاج‌علی، ف.، رفیعی، م.، و علیمیری، م. (۱۳۹۲). الگوی تصمیم‌گیری شرکت‌های کوچک و متوسط دانش‌بنیان در شرایط پیچیده و عدم قطعیت عمیق. *مجله مدیریت نوآوری*. ۲ (۲)، ۱۴۰-۱۱۳. https://www.nowavari.ir/article_14636.html?lang=fa
- موسوی، ا.، گرایبی، ب.، رضانی فرانی، ع.، و طارمیان، ف. (۱۳۹۶). مقایسه خطاهای شناختی و نشخوارهای فکری در بیماران مبتلا به اختلال وسواس فکری عملی و فوبی اجتماعی. *روان‌پزشکی و روان‌شناسی بالینی ایران*. ۱ (۱)، ۲۱-۱۰. <http://ijpcp.iuums.ac.ir/article-1-2390-fa.html>
- میرواحدی، س. (۱۳۹۶). بررسی منطق تصمیم‌گیری کارآفرینان ایرانی مبتنی بر نظریه امکان‌گرایی. *پژوهش‌های نوین در تصمیم‌گیری*. ۲ (۴)، ۲۵۴-۲۲۹. https://journal.saim.ir/article_30561.html?lang=fa
- نائیجی، م. ج.، و اسفندیاری، ز. (۱۳۹۴). تأثیر اعتمادبه‌نفس بیش‌ازحد و خوش‌بینی بر تصمیم به شروع فعالیت‌های نوآورانه؛ نقش میانجی ادراک از خطر. *توسعه کارآفرینی*. ۱ (۳)، ۵۵۰-۵۳۱. <https://doi.org/10.22059/jed.2015.57649>
- نوری، پ.، احمدی کافشانی، ع.، و رضوانی، م. (۱۳۹۸). واکاوی پیشایندها و پیامدهای توهم کنترل در کارآفرینان. *مطالعات رفتار سازمانی*. ۲ (۲)، ۸۲-۶۱. https://obs.sinaweb.net/article_36391.html

References

- Ahmad, M., Ali Shah, S. Z., & Abbass, Y. (2020). The role of heuristic-driven biases in entrepreneurial strategic decision-making: evidence from an emerging economy. *Management Decision*, 59(3), 669-691. <https://doi.org/10.1108/MD-09-2019-1231>
- Ansari, M. T., & Salmanizadeh, A. (2008). Demographic characteristics of Iranian entrepreneurs. *Refahj*, 7(29), 299-316. <http://refahj.uswr.ac.ir/article-1-2096-en.html> (In Persian)
- Aznab, E., Mohammadian, B., & Karim, A. (2021). Identifying the cognitive errors of entrepreneurial negotiation with focusing on crowdfunding projects. *Journal of Innovation Management*, 10(3), 89-113. <https://dorl.net/dor/20.1001.1.23225386.1400.10.3.3.2> (In Persian)
- Baron, R. A. (2007). Behavioral and cognitive factors in entrepreneurship: entrepreneurs as the active element in new venture creation. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1-2), 167-182. <https://doi.org/10.1002/sej.12>
- Bakker, R. M., Curseu, P. L., & Vermeulen, P. (2007). Cognitive factors in entrepreneurial strategic decision-making. *Romanian Association for Cognitive Scienc Cognition, Brain, Behavior*, 1(1), 195-219. <https://www.cbbjournal.ro/index.php/en/2007/51-11-1/336-cognitive-factors-in-entrepreneurial-strategic-decision-making>
- Bijani, M., Faallahghighi, N., Karami, Gh., Asgari Ghods, M., & Zand, M. (2015). An investigation of entrepreneurial psychological characteristics and driving forces and hampering factors affecting of entrepreneurship in colleges of agriculture (the case of Islamic azad university branches). *Agricultural Extension and Education Research*, 8(29), 29-79. https://journals.srbiau.ac.ir/article_7856_614f01ac8cbc6b988a9d196dfa01719e.pdf (In Persian)
- Boland, R. J., Singh, J., Salipante, P., Aram, J. D., Fay, S. Y., & Kanawattanachai P. (2001). Knowledge representations & knowledge transfer. *Academy of Management Journal*, 44(2), 393-417. <https://doi.org/10.2307/3069463>
- Busenitz, L. (1999). Entrepreneurial Risk and Strategic Decision Making: It's a Matter of Perspective. *The Journal of Applied Behavioral Science*, 35, 325-340. <https://doi.org/10.1177/0021886399353005>

- Ferrero, M. C. A., & Bessiere, V. (2016). From lab to venture: cognitive factors influencing researchers' decision to start a venture. *Journal of Enterprising Culture*, 24(2), 101-131. <https://doi.org/10.1142/S0218495816500059>
- Ferrero, M. C. A., & Bessiere, V. (2015). Academic entrepreneurs: cognitive factors driving researchers to start their own venture. Access to this paper is restricted to registered delegates of the EURAM 2015 (European Academy of Management) Conference. <https://econpapers.repec.org/RePEc:hal:journl:hal-02084237>
- Hayek, M. (2012). Control beliefs and positive psychological capital: can nascent entrepreneurs discriminate between what can and cannot be controlled? *Journal of Management Research*, 12(1), 3-13. <https://www.indianjournals.com/ijor.aspx?target=ijor:jmr&volume=12&issue=1&article=001>
- Haynie, J. M., Shepherd, D., Mosakowski, E., & Earley, C. (2010). A situated metacognitive model of the entrepreneurial mindset. *Journal of Business Venturing*, 25, 217-229. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.10.001>
- Kharazi, K. (2005). Learning in a cognitive approach. *Advances in Cognitive Sciences*, 8(4), 89-86 <https://icssjournal.ir/article-1-271-fa.html> (In Persian)
- Mitchell, R. K., Busenitz, L. W., Bird, B., Gaglio, C. M., McCullen, I. S., Morse, E. A., & Smith, IB. (2007). The central question in entrepreneurial cognition research. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 31(1), 1-27. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00161.x>
- Mobaraki, M. H., Nouri, P., & Ahmadi Kafshani, A. (2016). Identifying the most important factors affecting the formation of commitment escalation bias in entrepreneurs: a data-driven theory approach. *Public Administration Perspective*, 7(25), 163-178. <https://dori.net/dor/20.1001.1.22516069.1395.7.1.6.7> (In Persian)
- Mobaraki, M. H., Rezaeian, A., Mehrabi, R., & Kolabi, A. M. (2012). Identifying influential dimensions affecting level of decision maker entrepreneurs' cognitive complexity. *Transformation Management Journal*, 4(8), 125-145. <https://doi.org/10.22067/pmt.v4i8.23476> (In Persian)
- Moshtaghi, Y., & Yazdani, N. (2016). Studying the influence of psychological factors with orientation perceptual errors on Decision making process of individual investors. *Financial Research Journal*, 18(4), 735-752. <https://doi.org/10.22059/jfr.2017.62589> (In Persian)
- Mashhadi Haji Ali, F., Rafiee, M., & Ali Miri, M. (2013). The decision-making models of knowledge-based small and medium enterprises in complex situation and deep uncertainty. *The Journal of Innovation Management*, 2(2), 113-140. https://www.nowavari.ir/article_14636.html (In Persian)
- Mousavi, E., Gharraee, B., Ramazani Farani, A., & Taremi, F. (2017). Comparison of Cognitive Errors and Rumination in Obsessive-Compulsive and Social Phobia Disorders. *Iranian Journal of Psychiatry and Clinical Psychology*, 23(1), 10-21. <http://dx.doi.org/10.18869/nirp.ijpcp.23.1.10> (In Persian)
- Mirvahedi, S. (2017). An investigation of Iranian entrepreneurs' decision-making logic based on effectuation theory. *Modern Researches in Decision Making*, 2(4), 254-229. https://journal.saim.ir/article_30561.html?lang=en (In Persian)
- Naeiji, M. J., & Esfandiari, Z. (2015). The effect of overconfidence and optimism on decision to start innovative activities: the mediating role of risk perception (case Study: the companies of university incubators). *Journal of Entrepreneurship Development*, 8(3), 531-550. <https://doi.org/10.22059/jed.2015.57649> (In Persian)
- Nouri, P., Ahmadi Kafshani, A., & Rezvani, M. (2019). Exploring the antecedents and consequences of illusion of control in entrepreneurs. *Organizational Behavior Studies Quarterly*, 8(2), 61-82. https://obs.sinaweb.net/article_36391.html (In Persian)

- Nuijten, A., Nick Benschop, A. R., & Kristinka, W. (2020). Cognitive biases in critical decisions facing SME entrepreneurs: an external accountants' perspective. *Administrative Sciences*, 10(89), 1-23. <https://doi.org/10.3390/admsci10040089>
- Philippart, R. (2011). *Entrepreneurial Strategic Decision-Making: An Exploratory Qualitative Analysis*. Master Dissertation. Organization and Strategy: University of Tilburg, Tilburg, Netherlands. <https://arno.uvt.nl/show.cgi?fid=114218>
- Sadeghi, A. A., & Kazemi, B. (2015). Investigating the effective factors on the formation of entrepreneurial decision-making behavior of Tehran municipality managers. *The Second International Research Conference in Science and Technology*, 14 December 2015, Tehran, Iran. <https://civilica.com/doc/447120/> (In Persian)
- Sánchez, J. C., Carballo, T., & Gutiérrez, A. (2011). The entrepreneur from a cognitive approach. *Psicothema*, 23(3), 433-438. <https://pubmed.ncbi.nlm.nih.gov/21774897/>
- Talebi, K., & Yekta, M. R. (2008). Academic entrepreneurship education and its role in the creation and development of small and medium-sized knowledge-based companies. *Journal of Entrepreneurship Development*, 1(1), 111-131. https://jed.ut.ac.ir/article_22439.html?lang=en (In Persian)
- Valliere, D. (2013). Towards a schematic theory of entrepreneurial alertness. *Journal of Business Venturing*, 28(3), 430-442. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2011.08.004>
- Vermeulen Patrick, A. M., & Curseu Petru, L. (2008). *Entrepreneurial strategic decision-making a cognitive perspective*. Published by: Edward Elgar Publishing Limited. <https://www.e-elgar.com/shop/gbp/entrepreneurial-strategic-decision-making-9781849801584.html>
- Xing, R., Zhou, N., Dang, Z., & Wang, G. (2020). The relationship between cognitive adaptability and entrepreneurial decision-making quality: a moderating effect of environmental uncertainty. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 4(635), 125-136. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.220107.006>
- Yazdipour, R. (2009). Decision Making in Entrepreneurial Finance: A Behavioral Perspective. *The Journal of Entrepreneurial Finance*, 13(2), 56-75. <https://doi.org/10.57229/2373-1761.1021>
- Zulifiqar, B., Asad, S., Mathkur, N. M., Ahmed, I., & Haleema, S. (2022). Impact of cognitive factors on financial behavior with mediating role of financial anxiety. *Journal of Positive School Psychology*, 6(8), 8354-8340. <https://journalppw.com/index.php/jpsp/article/view/11309>