



analysis in financial decision-making (Case study: University of Tehran academic entrepreneurs)

 Hassan Mahjoub Eshratabadi¹ |  Mohammad Mahdi Babaei^{2✉}

1- Associate Professor, Department of Management, Shahid Sattari Air University of Science and Technology, Tehran, Iran. hassanmahjub@alumni.ut.ac.ir

2- Visiting Professor Farhangian University and PhD in Economics and Financial Management Higher Education. University of Tehran, Tehran, Iran. Email: mmbabaei@ut.ac.ir

Article Info

Article type:

Research Article

Article history:

Received

2025 nov 27

Revised

2026 may 24

Accepted

2026 june 07

Published online

2026 june 12

Keywords:

*Cognitive data analysis,
financial decision-
making, academic
entrepreneurs*

ABSTRACT

Background and Objective: The cognitive approach in entrepreneurship research is younger than other approaches. This approach attempts to study the behavior of entrepreneurs using cognitive psychology methods. Therefore, the aim of the research was to identify the components of cognitive information analysis in the financial decision-making of academic entrepreneurs.

Methods: The qualitative research method is of the content analysis type and is applied in terms of purpose and exploratory in terms of nature. The statistical population of the research is all academic entrepreneurs of the University of Tehran. To select the sample in this research, snowball sampling method was used. Therefore, in this research, semi-structured interviews were conducted with 16 academic entrepreneurs who were based in the Science and Technology Park of the University of Tehran.

Findings: The results showed that "financial information processing", "being aware of the financial process", and "estimating and predicting financial mechanisms" were identified as subcomponents of cognitive information analysis.

Conclusions: Based on the findings, it can be concluded that information analysis in financial decision-making by academic entrepreneurs will result in their success or failure.

Cite this article: Hassan Mahjoub Eshratabadi, Mohammad Mahdi Babaei (1404). analysis in financial decision-making. *Quarterly Journal of Cognitive Warfare Sciences and Technologies*, 56 (1), 1-20

DOI: <http://doi.org/10.22034/jcwst.2026.562569.1018>



Publisher: IRI Military Command and Staff University



شناسایی مؤلفه‌های تحلیل اطلاعات شناختی در تصمیم‌گیری مالی

(مورد مطالعه: کارآفرینان دانشگاهی دانشگاه تهران)

حسن محبوب عشرت‌آبادی^۱ | محمد مهدی بابائی^۲

۱- دانشیار مدیریت آموزش عالی، دانشگاه علوم و فنون هوایی شهید ستاری، تهران، ایران. ایمیل: hassanmahjub@alumni.ut.ac.ir

۲- استاد مدعو دانشگاه فرهنگیان و دکتری اقتصاد آموزش عالی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) ایمیل: mmbabaei@ut.ac.ir

اطلاعات مقاله

چکیده

نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

تاریخچه مقاله:

تاریخ دریافت:

۱۴۰۴/۰۹/۰۶

تاریخ بازنگری:

۱۴۰۵/۰۳/۰۳

تاریخ پذیرش:

۱۴۰۵/۰۳/۱۷

تاریخ انتشار:

۱۴۰۵/۰۳/۲۲

کلیدواژه‌ها:

تحلیل اطلاعات

شناختی، تصمیم-

گیری مالی،

کارآفرینان دانشگاهی

زمینه و هدف: رویکرد شناختی در پژوهش‌های کارآفرینی نسبت به سایر رویکردها، از قدمت کمتری برخوردار می‌باشد، این رویکرد سعی دارد با استفاده از متدهای روان‌شناسی شناختی به مطالعه رفتار کارآفرینان بپردازد؛ بنابراین، هدف از پژوهش، شناسایی مؤلفه‌های تحلیل اطلاعات شناختی در تصمیم‌گیری مالی کارآفرینان دانشگاهی بود.

روش‌ها: روش پژوهش کیفی از نوع تحلیل محتوای است و از نظر هدف کاربردی و از لحاظ ماهیت یک پژوهش اکتشافی است. جامعه آماری تحقیق کلیه کارآفرینان دانشگاهی دانشگاه تهران می‌باشد. برای انتخاب نمونه در این پژوهش، از روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی استفاده شده است بنابراین در این پژوهش، با ۱۶ نفر از کارآفرینان دانشگاهی که در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران مستقر بوده‌اند مصاحبه نیمه‌ساختاریافته صورت گرفت.

یافته‌ها: نتایج نشان داد که "پردازش اطلاعات مالی"، "آگاه بودن در فرایند مالی"، "برآورد و پیش‌بینی سازوکارهای مالی" به‌عنوان زیر مؤلفه‌های تحلیل اطلاعات شناختی شناسایی شدند.

نتیجه‌گیری‌ها: بر اساس یافته‌ها می‌توان نتیجه گرفت؛ تحلیل اطلاعات در تصمیم‌گیری مالی توسط کارآفرینان دانشگاهی در نتیجه موفقیت و یا شکست آن‌ها منجر خواهد شد.

استناد: حسن محبوب عشرت‌آبادی، محمد مهدی بابائی (۱۴۰۴). شناسایی مؤلفه‌های تحلیل اطلاعات شناختی در تصمیم‌گیری مالی.

فصلنامه علمی علوم و فناوری‌های جنگ شناختی، ۲ (۴)، ۲۰-۲۰.

DOI: <http://doi.org/10.22034/jcwst.2026.562569.1018>



ناشر: دانشگاه فرماندهی و ستاد ارتش جمهوری اسلامی ایران.

مقدمه

احتمالاً مهم‌ترین تأثیر پیچیدگی محیطی مدرن بر شرکت‌های دانش‌بنیان تشدید فرآیندهای تحلیل اطلاعات است. اطلاعات به پیچیده‌ترین سلاح مدرن برای شکست دادن رقابت تبدیل شد. با این حال، تعداد بی‌شمار فرصت‌های جدید تنها یک سوی سکه است. این فرآیند همچنین می‌تواند یک تهدید واقعی برای برخی از شرکت‌ها باشد. جریان‌های اطلاعاتی آن قدر شدید و متنوع هستند که برای اکثر شرکت‌ها تشخیص داده‌های مرتبط و نامربوط دشوار است. اکثر کارآفرینان در انتخاب اطلاعات صحیح و تصمیم‌گیری در کوتاه‌مدت با مشکلاتی مواجه هستند. با گذشت زمان، محیط تصمیم‌گیری به رشد و گسترش ادامه می‌دهد. داده‌های جدید و جایگزین‌های جدید ظاهر می‌شوند. در حالت ایده‌آل، اطلاعات بیشتر باید تصمیم‌گیرندگان را قادر سازد تا احتمالات در مورد نتایج احتمالی را با دقت بیشتری ارزیابی کنند (ورملن، کورسئو، ۲۰۰۸). با این حال، زاچاراکیس و مایر (۱۹۹۸) بیان می‌کنند که داده‌های اضافی حتی زمانی که مرتبط هستند، تصمیم را پیچیده‌تر می‌کند. حتی اگر اطلاعات بیشتری در دسترس باشد، مردم معمولاً همه آن‌ها را تجزیه و تحلیل نمی‌کنند، اگرچه فکر می‌کنند این کار را انجام می‌دهند (به نقل از ورملن، کورسئو، ۲۰۰۸). علاوه بر این، پدیده اضافه‌بار اطلاعات نیز باید در نظر گرفته شود. مردم اغلب در انتخاب و پردازش داده‌های مورد نیاز از جریان‌های شدید محیطی با مشکل مواجه می‌شوند. یک دلیلش می‌تواند، خستگی ذهنی رخ دهد که منجر به کندی کار یا کیفیت پایین شود. این می‌تواند منجر به تصمیم‌گیری سریع، بی‌دقت یا حتی فلج تصمیم‌گیری شود یا اصلاً تصمیمی گرفته نشود (ورملن، کورسئو، ۲۰۰۸). به گفته مادور (۲۰۰۰)، فرآیند جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل اطلاعات در تصمیم‌گیری کارآفرینان اغلب آشفته و فرصت‌طلب است (به نقل از ورملن، کورسئو، ۲۰۰۸). کارآفرینان فرایندهای شناختی خاصی دارند که به تفسیرها و تصمیم‌گیری‌های متفاوتی در موقعیت‌های گوناگون کسب و کار می‌انجامد (نوری و همکاران، ۱۳۹۸). در این راستا؛ موج بعدی تحقیقات حوزه شناختی کارآفرینانه توسط بارون (۱۹۹۸) اتفاق افتاد که استدلال کرد که در نظر گرفتن چندین عوامل شناختی مانند تفکر خلاف واقع، سبک اسنادی، مغالطه برنامه‌ریزی و توجیه خود، ممکن است در توضیح اینکه چرا کارآفرینان کارها را انجام می‌دهند مفید باشد. میچل و

همکاران (۲۰۰۰) از سازه‌های شناختی کارآفرینی برای توضیح تصمیم ایجاد سرمایه‌گذاری در محیط متقابل فرهنگی استفاده کرده‌اند (میشل و همکاران، ۲۰۰۲). 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 فرایندهای طی می‌شود، نیازمند تحقیق و مطالعه است (والیر، ۲۰۱۳)؛ بنابراین، مهم‌ترین مسئله و چالش‌های که در حوزه کارآفرینی و تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی در دانشگاه تهران وجود دارد از این‌قرار است که دانشگاه تهران بخشی از بودجه سالیانه خود را به حوزه کارآفرینی در بخش پارک و علم و فناوری اختصاص می‌دهند. با توجه به حساسیت جایگاه کارآفرینی و پیچیدگی محیطی و اهمیت تصمیمات مالی که کارآفرینان در حوزه کاری خود می‌گیرند، بروز هرگونه خطا و اشتباهی در فرایند تصمیم‌گیری مالی اتخاذشده، می‌تواند آسیب‌های مالی و اجتماعی زیادی را بر برند کارفرمایی و افراد این حوزه وارد کند. لذا یکی از راه‌های پیشگیری کاهش این خطاها و اشتباهات در تصمیم‌گیری ضعیف، شناسایی و فهم فرایند اطلاعات مرتبط با آن‌هاست؛ چراکه با شناخت آن‌ها می‌توان جلوی برخی از اشتباهات در تصمیم‌گیری و به‌ویژه تصمیم‌گیری مالی را گرفت تا انتخاب‌ها و تصمیم‌گیری‌های باکیفیت‌تری اتخاذ شود. علاوه بر این؛ پارک علم و فناوری دانشگاه تهران به‌عنوان یک مؤسسه آموزش عالی شامل کارآفرینان دارای شرکت دانش‌بنیان هست. مطالعه درک فرایند اطلاعات کارآفرینان دانشگاهی در دانشگاه تهران و رسیدن به تصمیمات مالی درست و منطقی اهمیت زیادی دارد. در بررسی‌های انجام‌شده در پایگاه‌های اطلاعاتی ایرانداک و نورمگز، سیلویکا، SID و سایر پایگاه‌های داخلی، درباره شناسایی مؤلفه‌های تحلیل اطلاعات آنان و رابطه آن با تصمیمات مالی پژوهشی یافت نشد.

بنابراین، دیدگاه شناختی عملکردهای مفیدی را در اختیار ما قرار می‌دهد که با آن می‌توانیم پدیده‌های مرتبط با کارآفرینی را بررسی کنیم و همچنین به برخی از مسائل معنادار پردازیم که تلبه‌حال در بررسی آن‌ها تا حد زیادی عاجز ملنده‌ایم. علاوه بر آن دیدگاه شناختی به ما کمک می‌کند تا بفهمیم کارآفرینان چگونه فکر می‌کنند و «چرا» برخی از کارها را انجام می‌دهند و در انجام آن کار هستند و ما باید استدلال نظری دقیق و قابل آزمون برای چنین تمایزی ارائه کنیم. اکنون به نظر می‌رسد برای محققین

ضروری باشد که به‌طور دقیق نقش کارآفرین را توضیح دهند و برای انجام تحقیقاتشان دیدگاه شناختی را مدنظر قرار دهند (میشل و همکاران، ۲۰۰۲). لذا؛ مباحث مربوط به کارآفرینی به‌ویژه تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی عمر چندان ندارد (طالبی و زارع‌یکتا، ۱۳۸۷). در طول بیش از ۵۰ 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 نمود:

جدول (۱) رویکردهای عمده در مطالعه کارآفرین

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

با بررسی اولیه، نشان می‌دهد اگرچه در خصوص کارآفرینان دانشگاهی و زیرمجموعه‌های مختلف آن پژوهش‌های بسیاری، در داخل کشور انجام شده، ولی موضوع تحلیل اطلاعات شناختی در تصمیم‌گیری مالی کارآفرینان دانشگاهی که رکن اصلی زیرمجموعه‌های دانشگاه‌هاست، چندان موردتوجه پژوهشگران نبوده است و همچنین مصاحبه‌های غیررسمی با کارشناسان حوزه آموزش عالی که نیاز به شناسایی چنین مؤلفه‌های را روشن ساخت، این مطالعه در پاسخ به این نیاز طراحی و اجرا گردید. به این منظور، در مرحله اول، ادبیات مرتبط موردبررسی قرار گرفت، اما این جستجوی نتایج رضایت‌بخشی به همراه نداشت. مسئله اصلی در پژوهش حاضر مؤلفه‌های تحلیل اطلاعات شناختی در تصمیم‌گیری مالی کارآفرینان دانشگاهی در دانشگاه تهران کدام اند؟

مرور پیشینه و مبانی نظری

مرور پیشینه

سلسبیل و همکاران (۱۴۰۱) در پژوهشی تحت عنوان "تبیین الگوی تصمیم‌گیری مصرف‌کننده مبتنی بر علوم شناختی و رفتاری با بهره‌گیری از روش فراترکیب" انجام داده‌اند. نتایج این پژوهش شامل سه ویژگی و ۱۶ مقوله مؤثر در تصمیم‌گیری بود که یکی از این سه ویژگی عوامل شناختی بوده‌اند که دارای زیر مقوله‌های مانند انگیزه‌ها و هیجان و

ناهشیار، تمایلات و علایق خودآگاه و ناخودآگاه، ادراک مانند اهمیت ادراک شده از محصول، اهمیت ادراک شده از پیامدهای منفی خرید، ریسک ادراک شده، ارزش ادراک، احساسات، موانع و تورش‌های خطای شناختی، خودپنداره مصرف‌کننده، هیجانات، درگیری ذهنی مصرف‌کننده، تصورات و ترجیحات. افجه و همکاران (۱۳۹۷) پژوهشی را تحت عنوان "عوامل شناختی اثرگذار بر ادراک در فرایند قانون‌گذاری" انجام داده‌اند. نتایج نشان داد که عوامل شناختی (مدل ذهنی، باورها و نگرش‌ها، فرایند ذهنی، توجه، آگاهی، قدرت تجزیه و تحلیل اطلاعات) از طریق ادراک بر قانون‌گذاری نمایندگان تأثیر می‌گذارد. زاهدی و همکاران (۱۳۹۳) پژوهشی را تحت عنوان "بررسی تأثیر عوامل شناختی و اجتماعی بر بهره‌برداری از سیستم‌های اطلاعاتی و عملکرد کاربران مطالعه صنعت خودروسازی ایران" پرداختند. نتایج تحقیق نشان داده بود که مدل تحقیق برازش مناسبی داشته و هر دو گروه عوامل شناختی و اجتماعی تأثیر مستقیمی بر بهره‌برداری سیستم اطلاعاتی و عملکرد کاربران دارند. مشهدی حاجی‌علی (۱۳۹۲) پژوهشی را تحت عنوان "الگوی تصمیم‌گیری شرکت‌های کوچک و متوسط دانش‌بنیان در شرایط پیچیده و عدم قطعیت عمیق" انجام داده‌اند. روش تحقیق به صورت میدانی و با روش توصیفی-پیمایشی در میان ۱۳۰ نفر از کارشناسان و مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان پارک علم و فناوری دانشگاه تهران بود. نتایج نشان داد که این شرکت‌ها در شرایط پیچیده از الگوی تصمیم‌گیری شهودی استفاده می‌کنند. همچنین مشخص شد که در این الگو ویژگی‌های تصمیم‌گیرنده و مسئله تصمیم نقش مؤثری در نحوه تصمیم‌گیری دارند. پور زمانی و همکاران (۱۳۹۲) پژوهشی را تحت عنوان "ارتباط بین افشاء داوطلبانه، سبک‌های شناختی تصمیم‌گیری و عدم تقارن اطلاعاتی: رویکرد مدل پردازش عدسی برنزویک" انجام داده‌اند. نتایج نشان داده بود که سبک تصمیم‌گیری با پیچیدگی شناختی بالا در مقایسه با پیچیدگی پایین در زمان تصمیم‌گیری از عدم تقارن اطلاعاتی کمتری برخوردارند. افشاء داوطلبانه توسط شرکت‌ها منجر به کاهش سطح عدم تقارن اطلاعاتی در بین سبک‌های تصمیم‌گیری با پیچیدگی شناختی بالا می‌شود.

مبانی نظری

تصمیم‌گیری مالی کارآفرینان

تصمیم‌گیری کارآفرینان جهت ایجاد کسب‌وکارهای جدید، ماهیتی خلاق و اثرگذار دارد و تغییر و تحولاتی که به دنبال آن صورت می‌پذیرد، منجر به ظهور اهداف، مسیرها و

ابزارهای جدید می‌شود. به همین دلیل، الگوهای حاصل از پیش‌فرض‌های مکاتب کلاسیک و نئوکلاسیک اقتصادی و همین‌طور، نظریه عقلانیت محدود سایمون ۱۹۷۹ که متأثر از اهداف موجود یا از پیش تعیین شده هستند، نمی‌توانند تبیین درستی از فرایند تصمیم‌گیری کارآفرینان به‌عنوان فرایند خالق اهداف جدید داشته باشند (زیودار، ایمانی‌پور، طالبی، حسینی، ۱۳۹۵). درحالی‌که محققان عرصه کارآفرینی الگوها و نظریه‌های هنجاری را از پاسخگویی به سؤال‌های موجود در زمینه فرایند تصمیم‌گیری کارآفرینان عاجز یافته و معتقدند کارآفرینان در عالم واقعی هنگام تصمیم‌گیری با کمبود اطلاعات یا اطلاعات نامربوط و زمان ناکافی برای تصمیم‌گیری (خصوصاً به‌منظور تجزیه و تحلیل) مواجه می‌شوند؛ از این‌رو تکیه بر دیدگاه‌های سنتی در کارآفرینی هر نوع فرصت و موقعیتی را که منجر به بروز خلاقیت کارآفرینان و رویارویی آن‌ها با ابهام یا هماهنگی با تغییرهای محیطی می‌شود از بین می‌برند و پوشش‌دهنده رشد و توسعه‌ای نیستند که نیروی محرکه‌اش بر مبنای تصمیم‌گیری غیرمعمول و غیر عقلایی کارآفرینان است (حسینی و همکاران، ۱۳۹۱). علاوه بر این موارد گوستافسون^۱ (۲۰۰۹) از آنجاکه محیط کارآفرینی محیط ابهام است، تفکر و تصمیم‌گیری کارآفرینان تحت شرایط عدم اطمینان رخ می‌دهد و در چنین شرایطی آن‌ها مجبور می‌شوند به‌منظور انتخاب از میان راه‌حل‌ها و گزینه‌های موجود خروجی‌های هر اقدام یا حالت‌های مختلف ناشی از آن‌را در نظر بگیرند. چنین عملی صرفاً با تکیه بر رویکردهای عقلایی ممکن نیست؛ از این‌رو کارآفرینان به تحلیل‌های کیفی، ذهنی و شهودی مبتنی بر رهیافت معرفت‌شناختی روی می‌آورند. مطالعات انجام‌شده توسط میشل و همکاران (۲۰۰۹) نشان داده است که به‌کارگیری مهارت‌های ادراکی-شناختی، جهت‌گیری‌های ذهنی و شهودی و قضاوت‌های مبتنی بر تجربه در این مرحله از تصمیم‌گیری مالی برای کارآفرینان اهمیت بیشتری پیدا می‌کند.

دسترسی به منابع برای کسب‌وکارهای تازه، تکیه‌گاه کارآفرینان است. میزان سرمایه و منابع انسانی، مهم‌ترین پشتوانه کارآفرینان هستند. بحث انتخاب منابع مالی و توجیه انتخاب بهترین ساختار سرمایه در شرایط مختلف کسب‌وکار، زمینه را برای بررسی نگرش مدیریت در انتخاب و توزیع مناسب منابع مالی در ادبیات مالی گشوده است (اعتمادی، داغانی، عزیزخانی، فرهبخش، ۱۳۹۳). دولت و توسعه مالی هر دو در ارتباط با هم تأثیر

^۱ - Gustafsson

مثبتی را بر دوش فعالیت‌های کارآفرینی می‌گذارند و از طرفی حکمرانی بهتر و افزایش توسعه مالی و فعالیت‌های کارآفرینی رسمی و غیررسمی اقتصاد نوظهور را ایجاد می‌کند (امری^۱، ۲۰۲۰). در این راستا، مطالعات مربوط به امور مالی کارآفرینان تا اوایل دهه ۱۹۹۰ تقریباً وجود نداشت. از آن زمان به بعد، تعداد مقالات منتشرشده امور مالی کارآفرینی به تدریج افزایش یافته است، اما هرگز در هر سال از شش مقاله منتشر شده فراتر نمی‌رود. با این حال، علائم زیادی وجود دارد که منبع مالی کارآفرینی یک زمینه تحقیقاتی است که به سرعت در حال رشد است. با جستجوی شبکه تحقیقات علوم اجتماعی که فقط از کلمات کلیدی "سرمایه‌گذاری مخاطره‌آمیز" استفاده می‌شود، ۱۲۳ مقاله در دسترس است؛ بنابراین به نظر می‌رسد که حجم تحقیقات دانشگاهی در امور مالی کارآفرینی در حال جابجایی با حجم فعالیت‌های تأمین مالی در این بخش از اقتصاد است. از لحاظ تاریخی، محققان امور مالی تمایل داشتند که کارآفرینی را کاملاً جدا از حوزه مالی شرکت‌ها بدانند. در این رویکرد تلویحی این ایده وجود دارد که مباحث مربوط به امور مالی کارآفرینی به اندازه کافی با مباحث شرکت‌های دولتی متفاوت است تا کاربرد تئوری سنتی مالی را محدود کند. با این حال اخیراً، اقتصاددانان مالی تشخیص داده‌اند که شرایط کارآفرینی با همان دو مشکل اساسی مشخص می‌شود که اساس بسیاری از نظریه‌های مالی شرکت‌ها را تشکیل می‌دهد: مشکلات نمایندگی و عدم تقارن اطلاعاتی. به عنوان مثال، تشخیص کیفیت و ارزش بالقوه نوآوری‌های تکنولوژیکی برای سرمایه‌گذاران خارجی دشوار است. در مقابل با این وجود، کارآفرینانی که غالباً خود مبتکر هستند، کیفیت نوآوری را درک می‌کنند. دوم، مشکل خطر اخلاقی بالقوه وجود دارد. هنگامی که کارآفرینان سرمایه‌های خارجی خود را جمع‌آوری کردند، انگیزه دارند که این بودجه را با هزینه صرف مواردی که به طور نامتناسب به نفع خود هستند، تخصیص ندهند. به عنوان مثال، یک کارآفرین/ دانشمند ممکن است سرمایه‌گذاری در فعالیت‌های تحقیقاتی را که موجب اعتبار دانشمند می‌شود، انتخاب کند اما برای سرمایه‌گذار بازده کمی دارد؛ بنابراین، متون جدیدتر مسائل مربوط به امور مالی کارآفرینی را در چارچوب نظریه مالی شرکت‌ها تحلیل می‌کنند (دیوید^۲، ۲۰۰۴). از دیدگاه ناودی (۱۹۹۹) دو نهاد در کاهش بلا تکلیفی که

¹ - Omri

² - David

می‌تواند مانع فرایند کارآفرینی شود، نقش حیاتی دارند و این دو نهاد عبارت‌اند از حکومت و نهادهای مالی البته سرمایه‌گذاری بخش‌های دولتی و خصوصی در بخش تحقیق و توسعه در سال اخیر با روند تصاعدی همراه بوده است و بودجه‌های تحقیقاتی دانشگاه و موسسه‌های پژوهشی رشد چشم‌گیری داشته است. صرف‌نظر از نهادهای حکومت و مالی، سیستم‌های مالی در یک سازمان نقش تعیین‌کننده در جهت‌گیری صحیح فعالیت‌های پژوهشی دارند. البته این سیستم‌ها علاوه بر این، نقش یک سازوکار گزینشی را بازی می‌کند. این سیستم کارآفرینان بالقوه را ارزیابی کرده، تأمین مالی اثربخش فعالیت‌ها را بسیج می‌کند و باعث تنوع مخاطرات ناشی از نوآوری کارآفرینان می‌شود (حسینی، ابوالقاسمی، مشبکی اصفهانی، ۱۳۹۷). کارآفرینان دانشگاهی علاوه بر ایجاد فرصت مشارکت در توسعه اقتصادی برای دانشگاه‌ها، تحت تأثیر نیازهای روزافزون مالی آن‌ها و امکان کسب درآمدهای بالقوه از فعالیت‌های کارآفرینانه، نظیر لیسانس‌دهی یا تشکیل شرکت‌های انشعابی نیز قرار می‌گیرند (بابائی‌منقاری، ۱۴۰۳). ضعف بنیه مالی و در نتیجه محدودیت منابع یکی از دلایل ضعف دانشگاه‌هاست که نمی‌توانند در مراحل اولیه، طرح‌های پیشنهادی مفصل و مستحکمی را به صنعت ارائه دهند و به‌طور معمول طرح پیشنهادی تکراری و کلیشه‌ای را به صنعت می‌فرستند که چندان مساله‌محور و نیازمدار نیست. کاهش بودجه‌ی دولتی دانشگاه‌ها می‌تواند به استقلال مالی و همچنین توسعه‌ی فعالیت کارآفرینان دانشگاهی منجر می‌شود (حسنقلی‌پور، قلی‌پور، روشندل‌اربطانی، ۱۳۹۰).

تحلیل اطلاعات شناختی

در ادبیات پژوهش سه نوع فرایند تحلیل اطلاعات، پردازش اطلاعات، آگاه بودن و تشخیص الگو در تصمیم‌گیری کارآفرینان تشخیص داده شده است. بر اساس نظریه شناختی-تجربه‌گرایی (شهودی)، دنیا از طریق دو نظام پردازش اطلاعات در افراد مفهوم‌سازی می‌شود. خردگرایی و تجربه‌گرایی یا شهودگرایی. سبک خردگرایی (منطقی) به علت استدلال منطقی در موقعیت‌های اجتماعی، کاهش جانب‌داری‌ها و سوگیری‌ها و تمرکز بر جنبه‌های مهم اطلاعات اجتماعی باعث تصمیمات مؤثر شده و از خرافه‌گرایی پرهیز می‌کند. در مقابل، سبک تجربه‌گرایی یا شهودگرایی، فطری و انطباقی است و به ما این امکان را می‌دهد تا از تجربه یاد بگیریم (بشرپور، رحیم‌زادگان، ۱۳۹۹). سبک‌های پردازش اطلاعات تابع مهمی از مؤلفه‌های شناختی؛ شامل حافظه، دریافت حسی، درک و انتقال اطلاعات است. در فرایند شکل‌گیری بازدارنده و فعال‌سازی رفتاری همواره سیستم پردازشی مانند

کل یکپارچه عمل می‌نماید، به نحوی که تمامی پیش‌زمینه‌ها مانند: حافظه، استعداد، مسیرهای عصبی، سرعت پردازش، کارکردهای اجرایی و بسیاری دیگر از عوامل در شکل-گیری نهایی یک انتخاب یا رفتار دخیل می‌باشد. به‌طور کلی به روش‌های که افراد اطلاعات دریافت شده از محیط را مورد پردازش قرار می‌دهند، سبک‌های پردازش گفته می‌شود (توکلی، حسن‌زاده، عمادیان، ۱۳۹۹). مفهوم پردازش اطلاعات به این نکته اشاره می‌کند که انسان هم مثل کامپیوتر بر روی تجسم‌های درونی و ذهنی خویش عملیاتی را انجام می‌دهد، یعنی از زمانی که اطلاعات از طریق حواس انسان دریافت می‌شوند (مرحله درونداد) تا زمانی که انسان به آن اطلاعات دریافتی پاسخ می‌دهد (مرحله برونداد)، اطلاعات توسط ذهن انسان کدگذاری و سازمان‌دهی می‌شود و تغییر می‌کند. این فرایند از راه منطقی، قوانین و راهبردهای اطلاعات صورت می‌گیرد و برونداد این فرایند به محدوده اطلاعات دریافتی وابسته است (حسینی‌مهدی‌آبادی، رستمی، یاراحمدی، ۱۳۹۵).

از آنجاکه هرگونه قضاوت انسانی مستلزم پردازش اطلاعات است؛ اطلاعات می‌تواند مکانیزمی جهت تأخیر در تصمیمات عمل کند و مؤلفه حیاتی تصمیم‌گیری‌های مهم و تأثیرگذار باشد. این رفتار انسانی معمولاً به‌مثابه یک فرایند انطباقی شناخته می‌شود که به یادگیری، حل مسئله، تصمیم‌گیری و مواردی از این قبیل با این پیش‌فرض کمک می‌کند که پس از تشخیص نیاز اطلاعاتی، دسترسی به آن، به روشن شدن مسئله و رفع آن منجر خواهد شد. البته توصیف مقوله نیاز و رفتار اطلاعاتی به همین سادگی نیست و پرواضح است که رخداد آن‌ها از یک الگوی خطی تبعیت نمی‌کند (هادوی، فرهادپور، ۱۳۹۸). رفتار جستجوی اطلاعات می‌تواند با دانش تصمیم‌گیرنده در مورد چگونگی پردازش اطلاعات و همچنین امکان جمع‌آوری مقدار مناسب از اطلاعات محدود شود. کارآفرینان کم‌تجربه برعکس کارآفرینان باتجربه ممکن است از مدل‌های تصمیم‌گیری ساده برای هدایت جستجوی خود استفاده کنند. علاوه بر این، کارآفرینان با اعتمادبه‌نفس زیاد به دنبال اطلاعات کمتری بودند. باگذشت زمان، کارآفرینان عادت به احتمال زیاد اطلاعات و مخاطبی را به دست می‌آورند که جریان اطلاعات مربوط به فرصت‌ها را در اختیار آن‌ها قرار می‌دهد. توانایی کارآفرینان برای آموختن از تجربیات قبلی مالکیت مشاغل می‌تواند بر کمیت و کیفیت اطلاعات متعاقباً جمع‌آوری شده تأثیر بگذارد. علاوه بر این، به کارآفرینان آگاه و باتجربه اجازه می‌دهد تا از فرصت‌های سود عدم تعادل استفاده کنند (ورملن، کورسئو، ۲۰۰۸). آگاهی از نقاط ضعف و قوت، توانایی‌ها،

محدودیت‌ها، شناخت حقوق و مسئولیت‌ها، شناخت ارزش‌های خود و پذیرش انتقادات دیگران برای شناخت بهتر خویشتن از مهم‌ترین مؤلفه‌هاست (صفری، نجفی بهزادی، ۱۴۰۰). همچنین، آگاهی شامل مجموعه ویژگی‌هایی است که شخص به‌عنوان مجموعه منحصر به فرد از خود ادراک می‌کند و از طریق روابط اجتماعی کسب می‌شود (نجفی کلیانی، پورجم، جمشیدی، کریمی، نجفی کلیانی، ۱۳۸۸).

یکی از عواملی که بر تصور افراد از خودشان و قضاوتشان تأثیر می‌گذارد، آگاهی از احساسات، هیجانات و مدیریت هیجانات است، زیرا احساسات و هیجانات بخش مهمی از زندگی افراد را شکل می‌دهند و در هر اقدامی می‌توان رد پای آن را دید. می‌توان گفت، افراد باید به آگاهی برسند و از احساسات و هیجانات آگاهی کامل داشته باشند تا تصویری منسجم و واضح از خود بسازند و بتوانند در طی مراحل رشد مسیر شغلی آن‌را توسعه دهند (ظفری‌زاده، عابدی، باغبان، ۱۳۹۲). علاوه بر آن هر فرد در ذهن خود، تصویری از خویشتن دارد؛ به عبارت دیگر، ارزشیابی کلی فرد از شخصیت خویش را خودآگاهی یا خودپنداره می‌نامند. این ارزشیابی ناشی از ارزشیابی‌های ذهنی است که معمولاً از ویژگی‌های رفتاری خود به عمل می‌آوریم. در نتیجه، خودآگاهی ممکن است مثبت و منفی باشد (ایرجی‌راد، حاجی، ۱۳۹۷). خودآگاهی، چارچوبی شناختی است که به واسطه آن به سازمان‌بندی آنچه درباره خویش می‌دانیم، می‌پردازیم و اطلاعاتی را که به خود مربوط می‌شوند، بر پایه آن پردازش می‌کنیم. این قبیل طرح‌واره خود دربرگیرنده مؤلفه‌های خاص نیز است که در نقش‌گرایش‌های شخصیت عمل می‌کند. سه مورد از این مؤلفه‌ها عبارت‌اند از: تفاوت‌های فردی در شیوه ارزشیابی خود، باور کردن خود برای تلاش در جهت دستیابی به اهداف مطلوب و علاقه نشان دادن به میزان اثر گذاشتن بر روی دیگران از طریق رفتارهای خود (تقی‌زاده، ۱۳۹۰).

بنابراین؛ بخش مهمی از آنچه هر فرد یاد می‌گیرد، از طریق درون‌سازی است. مدل‌سازی ناخودآگاه یا تأثیرپذیری از محیط اطراف، از عوامل مؤثر برای شکل‌دهی رفتار و تفکر تعریف شده است. درونی‌سازی از طریق محیط اطراف، فرد را به تجزیه و تحلیل گفته‌ها و اعمال درون‌فکنی خود و این خود موجب می‌گردد که فرد نگرش‌ها، عقاید، ارزش‌ها و رفتار خود را درونی کرده، تغییر ندهد و خود را هرچه بیشتر به الگوی مورد نظر شبیه و همانند می‌سازد (شهریاری‌نسب، دهقانی، ۱۳۹۴). افرادی که دارای مهارت آگاهی هستند می‌توانند با اعتماد به نفس زیاد، عقاید و نظرات خود را مطرح کنند. بااراده‌اند به

این معنی که برخلاف فشارها و دودلی‌ها، می‌توانند تصمیم‌گیری و احساسات و هیجانات خود را کنترل کنند (صفری، نجفی‌بهزادی، ۱۴۰۰). ناخودآگاه منبع انرژی است که احساسات و افکار انسان را تغذیه می‌کند. آرزوها، خواسته‌ها و امیال، پس‌رانده و فراموش‌شده در این بخش شخصیت انباشته می‌شود، اما پیوسته کوشش دارند که به ناحیه‌ی خودآگاه نفوذ کنند؛ یعنی خود را در افکار و رفتار ما جای دهند. تمام عقایدی که خودآگاه آن‌را تصویب نمی‌کند، به بخش ناخودآگاه رانده می‌شوند. دو گونه ناخودآگاه داریم: یکی ناخودآگاه نهفته که به سهولت خودآگاه می‌گردد و دیگر، ناخودآگاه سرکوب-شده که به‌خودی‌خود و بدون دشواری، خودآگاه نمی‌شود. این بینش درباره‌ی پویای ذهن، خواه‌ناخواه بر نحوه‌ی توصیف ذهن و نیز اصطلاحاتی که به این منظور به کار می‌بریم، تأثیر می‌گذارد. ناخودآگاه نهفته را که فقط به مفهومی توصیفی ناخودآگاه است و نه به مفهومی پویای شناسانه، "نیمه‌آگاه" می‌نامیم. هر آنچه سرکوب شده است، در ضمیر ناخودآگاه جای دارد، اما هر آنچه در ضمیر ناخودآگاه جای گرفته است، سرکوب‌شده نیست (شهریاری‌نسب، دهقانی، ۱۳۹۴). طراحی یک سیستم دقیق مسئله بسیار پیچیده است، چون احساسات مفهومی افراد مختلف، مرزهای نامشخص و تغییرات بسیار در پی دارد. این تغییرات ناشی از تفاوت‌های افراد در بیان و تجارب احساسی گذشته‌ی آن‌هاست. یک راهکار برای بهبود قابلیت سیستم، استفاده از معیارهای چندگانه در طراحی آن است؛ (زنگ، پانتیک، رویسمند، هانگ^۱، ۲۰۰۹)، الکساندر ۱۹۹۹ معتقد است که الگوها واقعیات اجتناب‌ناپذیری هستند که بشر برای حل مسائل گوناگون خود، ابداع می‌کند و استفاده از الگو، به‌اندازه‌ی سخن گفتن، ذاتی آدمی است و مبنای تمامی ساختار عالم ساخته‌ی انسان است. این نظریه به تأثیر متقابل مردم و محیط بر یکدیگر تأکید می‌کند. درواقع برای انسان، الگوها برداشت‌های تجربیدی از مفاهیم و ادراکات در زمان و مکان هستند که می‌توانند تعامل بین او و محیطش را به‌طور رمزگونه در خود جای دهند و به کمک یک ساختار منسجم و در هم‌تنیده، در مقیاس‌های گوناگون با یکدیگر ترکیب شوند و کلیتی زنده را ایجاد کنند؛ کلیتی زنده که به زبان مشترک میان انسان‌ها مبدل می‌شود و موضوع تعریفی از الگوها، انتظام ترکیبی و مطابقت آن‌ها با ساختار ذهن و معانی مشترک ادراک‌شده‌ی انسان‌ها را مطرح می‌کند (شریف، محمدعلی‌نژاد، ۱۳۹۱).

^۱ - Zeng, Pantic, Roisman, Huang

روش‌شناسی

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی و از نظر روش گردآوری و تحلیل داده‌ها، کیفی و با رویکرد تحلیل محتوا انجام شده است. دلیل انتخاب روش تحلیل محتوا، از آنجاکه هدف اصلی «شناسایی مؤلفه‌های تحلیل اطلاعات شناختی کارآفرینان در تصمیم‌گیری مالی» است، تحلیل محتوا به پژوهشگر اجازه می‌دهد تا داده‌های متنی (مصاحبه‌ها یا اسناد) را به صورت سیستماتیک کدگذاری کرده و مؤلفه‌های پنهان را به دقت استخراج کند. علاوه بر آن؛ این روش با استفاده از قواعد مشخص برای دسته‌بندی مفاهیم، امکان تکرارپذیری و کاهش خطاهای ذهنی در تفسیر داده‌های مربوط به تصمیم‌گیری مالی کارآفرینان دانشگاهی را فراهم می‌کند؛ بنابراین، با توجه به اینکه داده‌های این پژوهش مبتنی بر توصیفات کلامی و متنی کارآفرینان دانشگاهی دانشگاه تهران است، تحلیل محتوا بهترین ابزار برای تبدیل این داده‌های کیفی به مؤلفه‌های قابل اندازه‌گیری و طبقه‌بندی شده است. جامعه آماری تحقیق کلیه کارآفرینان دانشگاهی دانشگاه تهران می‌باشد. برای انتخاب نمونه در این پژوهش، از روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی استفاده شده است 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 به منظور اعتباربخشی به یافته‌ها چهار مصاحبه تکمیلی انجام گرفت ولی اطلاعات جدیدی حاصل نشد؛ و برای اطمینان بیشتر سطح اشباع داده‌ها توسط یک استاد متخصص در روش‌های کیفی و یک محقق کیفی مستقل، به موازات جمع‌آوری داده‌ها بررسی و تأیید شد تا از کاهش سوگیری‌های شخصی پژوهشگر اطمینان حاصل گردد. تحلیل به صورت نرم‌افزار مکس کیودا انجام شد، اما با رعایت دقیق مراحل و مستندسازی گام‌به‌گام آن، شفافیت و تکرارپذیری فرآیند تحلیل تضمین گردید. در گزارش نهایی، توصیفات دقیق و زمینه‌ای از مصاحبه‌ها ارائه شده است تا خواننده بتواند درک کند که چگونه به این مؤلفه‌ها رسیده‌ایم.

تجزیه و تحلیل یافته‌ها

همان‌طور که از جدول زیر نشان می‌دهد کارآفرینان دانشگاهی در مصاحبه‌ها به طیف وسیعی از کدهای مرتبط با تحلیل اطلاعات شناختی در تصمیم‌گیری مالی اشاره کرده‌اند. در مرحله اول، کدگذاری نکات کلیدی (گزیده متن) که پژوهشگران تمام صحبت‌های

مصاحبه‌شوندگان را خط به خط مطالعه کرده^۱ و نکاتی که از نظرشان مورد تأکید است را در اصطلاح کدگذاری می‌کنند. به منظور جمع‌بندی و شناسایی مقوله‌های اصلی تحلیل اطلاعات شناختی مرتبط با تصمیم‌گیری مالی، کدهای شناسایی شده که در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول (۲) کدهای اولیه، مفاهیم و مقوله‌ها مؤلفه‌های فرایند تحلیل اطلاعات شناختی مرتبط با تصمیمات مالی از دیدگاه کارآفرینان دانشگاهی^۲

سطح	مقوله	زیر مقوله	مفاهیم اولیه	کد مصاحبه‌شوندگان
مؤلفه‌های فرایند تحلیل اطلاعات شناختی مرتبط با تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی	تحلیل اطلاعات در تصمیم‌گیری مالی	پردازش اطلاعات مالی	<ul style="list-style-type: none"> * ورود اطلاعات مالی * کدگذاری اطلاعات کافی در مباحث مالی * کسب اطلاعات مالی و تحلیل اطلاعات در تصمیم‌گیری مالی * داشتن کمبود اطلاعات * جمع‌آوری اطلاعات * داشتن اطلاعات فنی * عدم اطلاعات مالی، قوانین مالی و دارایی * کسب پردازش دانش و اطلاعات * افزایش دانش از طریق تجربه کاری * کسب اطلاعات و شناخت جذب نیروی انسانی * ارتباط داشتن دوسویه بازار با کارآفرین * داشتن حفظ ارتباط * داشتن مشتری از طریق روابط 	H1-H2-H3-H4-H5-H6-H7-H11-H13- H14-H15-H16

^۱ - به خاطر حجم زیاد متن مصاحبه در این مقاله آوردن متن مصاحبه صرف‌نظر شده است و فقط کدها در جدول فوق آورده شده است.

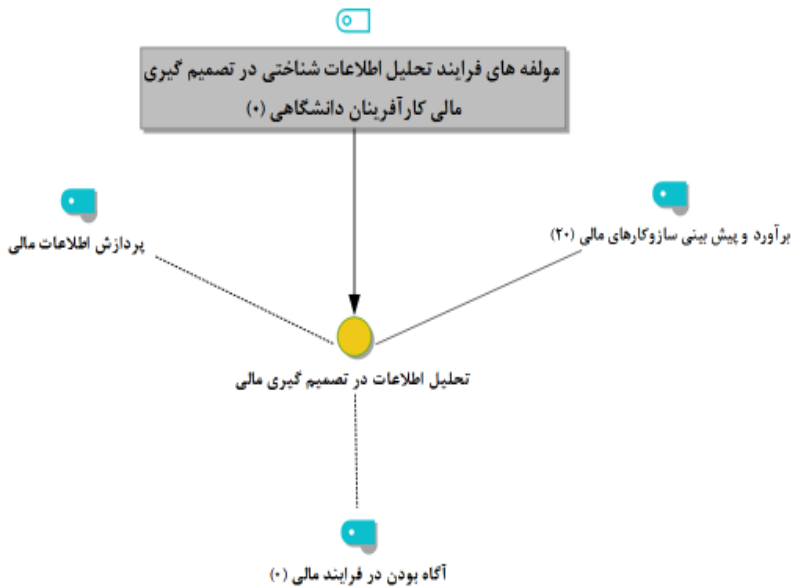
^۲ - جهت‌گیری مقوله‌بندی اطلاعات مستخرج از متن مصاحبه با کارآفرینان دانشگاهی، از مصادیق به سمت سطوح است. در واقع یک حرکت استقرانی از جز به کل در دسته‌بندی اطلاعات با استفاده از روش تحلیل محتوا مورد استفاده قرار گرفته است.

			<ul style="list-style-type: none"> * حفظ اطلاعات * تحلیل اطلاعات * جذب اطلاعات مالی * جذب اطلاعات قوی * کسب اطلاعات در بازاریابی فروش * نداشتن اطلاعات تصمیم ناآگاهانه * وجود اطلاعات، سرمایه ذهنی * پردازش اطلاعات باعث حل مشکل * داشتن تجربه و اطلاعات توأم * تعامل تجربه و دانش * پردازش مالی * نداشتن اطلاعات مالی * داده‌ها ناکافی در تجارت و بازار * کمبود اطلاعات در هزینه کرد * دانش مالی ناکافی * داشتن تجربه‌ای از اطلاعات در کنار دانش * کسب ورود اطلاعات از محیط * عدم شفافیت در مصارف منابع * سنجش وضعیت بازار * ثبت اطلاعات * جذب اطلاعات درست و شناخت بازار 	
	آگاه بودن در فرایند مالی		<ul style="list-style-type: none"> * آگاه بودن از فرایند کاری * پیش‌آگاهی ذهنی * کسب آگاهی از طریق مشورت * درک و آشنا شدن با مباحث مالی 	H1-H2 -H5-H6- H7- H8- H9- H10-H11-H13- H14- H15-H16

			<p>*خودآگاهی و دانش در حوزه تخصصی</p> <p>* مشاهده بازار فروش از طریق تجربه</p> <p>* توجه و آگاه شدن از بازار فروش</p> <p>* آشنایی و آگاه شدن از قوانین مالی</p> <p>* شناسایی نیاز بازار</p> <p>* رسیدن به آگاهی از طریق تجربه</p> <p>* داشتن پیش‌آگاهی از شغل</p> <p>* داشتن سیستم حسابداری روشن و آگاه</p> <p>* شناخت تحلیل بازار</p> <p>* به دست آوردن دانش از طریق تجربه</p> <p>* آگاهی نسبت به هزینه‌های شرکت</p> <p>* درک آگاهی و دانش</p> <p>* وجود پیش زمینه در مورد کسب و کار</p> <p>* آگاهی دشوار</p> <p>* داشتن تجربه شغلی برای تصمیم‌گیری خوب</p> <p>* مشورت گرفتن از تیم برای درک شناخت</p> <p>* عبرت از تجربه و رسیدن به آگاهی</p> <p>* داشتن پیش‌آگاهی در مدیریت هزینه</p> <p>* شناسایی کردن زنجیره فروش</p> <p>* تحقیق کردن از بازار و کسب آگاهی</p>
--	--	--	---

			*کسب کردن دانش و تجربه در تصمیم‌گیری *کسب کردن تجربه و آگاهی *داشتن تجربه و آگاهی در تصمیمات *دانش کافی *آگاه بودن بازار، محصول، خدمات	
		برآورد و پیش‌بینی سازوکارهای مالی	*پیش‌بینی کردن روش تصمیم‌گیری و چگونگی طی کردن فرایند تصمیم توسط اعضای اصلی *پیش‌بینی کردن سازوکار مدیریت نقدینگی *پیش‌بینی کردن درآمد شرکت *پیش‌بینی نادرست در فروش *پیش‌بینی آینده *پیش‌بینی منابع مالی نامحدود *پیش‌بینی مالی و بودجه‌بندی *پیش‌بینی تصمیم‌گیری نادرست	H1-H2 -H4- H5- H6-H8- H10-H12 -H15

همان‌طور که اطلاعات جدول (۲) نشان می‌دهد، از ترکیب و مقوله‌بندی مجموعه‌ای از مصادیق استخراج شده از متن مصاحبه با کارآفرینان دانشگاهی در ارتباط با فرایند تحلیل اطلاعات شناختی در ارتباط با تصمیمات مالی، زیر مؤلفه‌های "برآورد و پیش‌بینی سازوکارهای مالی"، "پردازش اطلاعات مالی"، "آگاه بودن در فرایند مالی" حاصل گردید. همچنین از ترکیب و مقوله‌بندی زیر مؤلفه‌های مزبور، مؤلفه‌های اصلی "تحلیل اطلاعات در تصمیم‌گیری مالی" ارائه شده است. با در نظر گرفتن تمامی جداول فوق‌الگوی مفهومی زیر طراحی گردید.



نمودار ۱. الگوی مفهومی شناسایی مؤلفه‌های فرایند تحلیل اطلاعات شناختی در تصمیم‌گیری مالی مبتنی بر مصاحبه با کارآفرینان دانشگاهی خروجی نرم‌افزار Maxqda

بحث و نتیجه‌گیری:

رویکرد شناختی در پژوهش‌های کارآفرینی نسبت به سایر رویکردها، از قدمت کمتری برخوردار می‌باشد، این رویکرد سعی دارد با استفاده از متدهای روان‌شناسی شناختی به مطالعه رفتار کارآفرینان بپردازد. در حقیقت، این رویکرد علاوه بر مطالعه رفتار کارآفرینان، به مطالعه تعاملات موجود با محیط پیرامونی‌شان می‌پردازد. پس نکته کلیدی این رویکرد مطالعه رفتار فرد کارآفرین بر اساس متدهای شناختی وی در ارتباط با محیط پیرامونشان است (صادقی و کاظمی، ۱۳۹۴). هدف از این پژوهش شناسایی مؤلفه‌های تحلیل اطلاعات شناختی در تصمیم‌گیری مالی کارآفرینان دانشگاهی در دانشگاه تهران بود. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که مؤلفه‌های «آگاهی در فرایند مالی»، «پردازش اطلاعات مالی» و «برآورد و پیش‌بینی سازوکارهای مالی» به‌صورت ایزوله عمل نمی‌کنند، بلکه یک فرایند زنجیره‌ای و تکاملی را شکل می‌دهند که ارزش کاربردی پژوهش را برای کارآفرینان

دانشگاهی دوچندان می‌کند. در این الگو، «آگاهی در فرایند مالی» به‌عنوان زیرساخت اولیه عمل می‌کند؛ چراکه بدون درک صحیح از جریان‌های مالی و قوانین حاکم، هیچ داده‌ای قابل تحلیل نیست. این آگاهی، بستر لازم را برای «پردازش اطلاعات مالی» فراهم می‌کند؛ یعنی کارآفرین با داشتن آگاهی کافی، می‌تواند داده‌های پراکنده را با دقت و مهارت پردازش کند و از خطاهای شناختی بپرهیزد. درنهایت، خروجی یک پردازش دقیق و آگاهانه، منجر به توانمندسازی در «برآورد و پیش‌بینی سازوکارهای مالی» می‌شود. به‌عبارت‌دیگر، هرچه آگاهی و پردازش اطلاعات قوی‌تر باشد، دقت پیش‌بینی‌های مالی نیز افزایش یافته و کارآفرین می‌تواند ریسک‌های آینده را بهتر مدیریت کند.

بنابراین، تعامل این سه مؤلفه نشان می‌دهد که موفقیت مالی در اکوسیستم دانشگاهی، نیازمند ترکیب هم‌زمان دانش پایه (آگاهی)، مهارت تحلیلی (پردازش) و دیدگاه آینده‌نگر (پیش‌بینی) است. نادیده گرفتن هر یک از این حلقه‌ها، کل زنجیره تصمیم‌گیری را تضعیف می‌کند. یافته‌های این پژوهش با یافته‌های سلسبیل و همکاران (۱۴۰۱) افجه و همکاران (۱۳۹۷) زاهدی و همکاران (۱۳۹۳) مشهدی حاجی‌علی (۱۳۹۲) پورزمانی و همکاران (۱۳۹۲) هم‌سو است. یکی از مهم‌ترین مواردی که در فرایند تصمیم‌گیری کارآفرینان به چشم می‌خورد تکیه بر شهود ادراکات و جهت‌گیری ذهنی است. قضاوت‌های شهودی جهت‌گیری‌ها و فرایندهای ذهنی به‌منزله راهکارهایی هستند که کارآفرینان به‌عنوان رفع ابهام موجود در محیط مسئله بکار می‌برند. آن‌ها به‌منظور ساده‌سازی، فرایند تصمیم‌گیری شهود و ادراکات ذهنی خود را به کار گرفته و بدین واسطه تصمیمات خود را مورد ارزیابی قرار می‌دهند. در این پژوهش‌ها برای موضوع تأکید شده است که سازوکارهای شناختی کارآفرینان، به آن‌ها کمک می‌کنند که در محیط‌های نامطمئن میان اطلاعات مبهم ارتباط برقرار نموده و بتوانند به‌درستی تصمیم‌گیری کنند. از سوی دیگر بنابر نظر کورسو و همکاران (۲۰۰۷) قرار گرفتن در شرایط عدم قطعیت باعث می‌شود که کارآفرینان هنگام تصمیم‌گیری از دانش و تجربه پیشین خود بیشتر کمک بگیرند. این مورد توسط کارآفرینان مشارکت‌کننده در پژوهش نیز تأیید گردید. درنهایت این‌گونه برآورد شد که کارآفرینان در مواجهه با کمبود یا پراکندگی اطلاعات، بیشتر به دانسته‌های ذهنی و تجربه خود اکتفا می‌کنند. با توجه به این موارد قرار گرفتن یک کارآفرین در شرایط محیطی پیچیده، پر ابهام و عدم دسترسی وی به اطلاعات به این ختم می‌شود که پیچیدگی تصاویر دانشی و ساختارهای دانشی یا به عبارتی پیچیدگی سیستم

پردازش اطلاعات خود را با پیچیدگی محیط تصمیم‌گیری منطبق نماید. از این رو شاخص‌های محیط تصمیم‌گیری کارآفرینی در مجموع تأثیری مثبت بر سطح درک فرایند اطلاعات کارآفرینان دارد.

- در این مطالعه فقط فرایند تحلیل اطلاعات که یکی از عوامل شناختی می‌باشد مورد مطالعه قرار گرفته شد؛ بنابراین در تحقیقات آتی می‌توان تأثیر سایر عوامل شناختی مانند توهم کنترل، ریسک، انگیزه و غیره را بر شروع فعالیت‌های نوآورانه بررسی کرد.

- تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی شامل مطالعاتی است که با ذهن کارآفرین آغاز می‌شود و اقدامات را تا انتخاب نهایی دنبال می‌کند. این پژوهش عوامل محیطی و زمینه‌ها و پیامدهای تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی که در پژوهش روشن شود را در نظر نمی‌گیرد. - با توجه به اینکه اهمیت جستجو اطلاعات به‌عنوان قدم حیاتی در فرایند تصمیم‌گیری مالی کارآفرینانه بسیار مهم است، به کارآفرینان دانشگاهی توصیه می‌شود به‌منظور افزایش مهارت و کاهش خطای خود جهت تصمیم‌گیری در محیط‌های پویا، نامطمئن و مبهم کارآفرینی قابلیت جستجوی بهینه، گردآوری، پردازش و تجزیه و تحلیل اطلاعات را در خود تقویت نمایند. با توجه به اینکه کارآفرینان در مقایسه با مدیران شرکت‌های بزرگ به حوزه گسترده‌ای از اطلاعات دسترسی ندارند، پیشنهاد می‌شود در جهت تقویت قابلیت‌های ذهنی و شناختی خود تلاش نمایند؛ چراکه این کار به آن‌ها کمک می‌کند تا به‌جای تجزیه و تحلیل‌های منطقی و حساب‌های سرانگشتی از راهکارهای ابتکاری مبتنی بر پردازش ذهنی استفاده کنند و با متمایزسازی راهکارهای جایگزین و ترکیب مجدد آن‌ها با یکدیگر به یک راهکار تصمیم‌گیری همه‌جانبه و رضایت‌بخش دست یابند. با توجه به دستاوردهای پژوهش به کارآفرینان پیشنهاد می‌شود که به‌منظور اتخاذ تصمیم‌گیری‌های مالی صحیح و همه‌جانبه، محیط داخلی و خارجی کسب‌وکار خود را به‌طور مرتب مورد پایش قرار دهند و با رصد کردن شرایط بازار، وضعیت رقبا، شناسایی نیازهای بازار و درصد تغییر در شرایط اقتصادی فرایند تصمیم‌گیری مالی کارآفرینانه خود را بهبود ببخشند. با توجه به محدودیت‌های پژوهش پیش‌رو در دسترسی به جامعه بزرگ‌تری از کارآفرینان در سراسر دانشگاه‌ها، امکان بومی‌سازی و تعمیم نتایج در این پژوهش فراهم نگردید، از این رو تمرکز بر تعمیم نتایج پژوهش حاضر به حیطة وسیع‌تری از جامعه کارآفرینان سایر دانشگاه‌ها به پژوهشگران آتی پیشنهاد می‌گردد.

توصیه کلیدی برای سیاست‌گذاران دفاعی

با توجه به یافته‌های این پژوهش که تعامل میان «آگاهی فرایندی»، «پردازش اطلاعات» و «پیش‌بینی سازوکارها» را نشان می‌دهد، پیشنهاد می‌شود سیاست‌گذاران دفاعی و فرماندهان ارشد، دکترین‌های تصمیم‌گیری نظامی را از حالت «واکنشی» (پاسخ به تهدیدات پس از وقوع) به حالت «پیش‌دستانه و هوشمند» تغییر دهند.

۱. ایجاد سامانه‌های یکپارچه هوش مصنوعی: به جای تکیه بر تحلیل‌های سنتی و جداگانه، باید زیرساخت‌های داده‌ای ایجاد شود که بتواند اطلاعات پراکنده (آگاهی) را به‌صورت بلادرنگ پردازش کرده و سناریوهای آینده (پیش‌بینی) را با دقت بالا شبیه‌سازی کند. این امر به فرماندهان اجازه می‌دهد قبل از وقوع بحران، نقاط ضعف دشمن یا تهدیدات احتمالی را شناسایی کنند.

۲. آموزش فرماندهان بر مبنای «بینش آینده‌نگر»: در دوره‌های آموزشی فرماندهی، باید بر تقویت مهارت «پیش‌بینی سازوکارهای مالی و لجستیکی» تأکید شود. فرماندهان باید یاد بگیرند که چگونه با پردازش دقیق داده‌های میدانی، الگوهای پنهان در رفتار دشمن را کشف کرده و استراتژی‌های خود را بر اساس آن‌ها تنظیم کنند، نه صرفاً بر اساس گزارش‌های لحظه‌ای.

۳. تقویت تاب‌آوری سیستم‌های دفاعی: با درک تعامل این سه مؤلفه، می‌توان سیستم‌های دفاعی را طوری طراحی کرد که در صورت اختلال در یک بخش (مثلاً قطع ارتباطات)، بخش‌های دیگر (مانند پردازش داده‌های جایگزین) به‌صورت خودکار جبران‌کننده عمل کنند. این «تاب‌آوری هوشمند» تضمین‌کننده تداوم مأموریت‌ها در شرایط جنگی است.

تضاد منافع:

بدین‌وسیله نویسندگان تصریح می‌نمایند که هیچ‌گونه تضاد منافی در خصوص پژوهش حاضر وجود ندارد.

منابع

اعتمادی، حسین؛ داغانی، رضا؛ عزیز خانی، مسعود و فرهبخش، سارا. (۱۳۹۳). زمان‌سنجی در ارزیابی پرتفوی سرمایه‌گذاری، شواهدی از بازار سرمایه. تحقیقات مالی، ۱۶ (۱): ۳۶-۲۵.
بابائی‌منقاری، محمدمهدی. (۱۴۰۳). طراحی الگوی عوامل شناختی مرتبط با تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی (مورد مطالعه: دانشگاه تهران). رساله دکتری دانشکده روان‌شناسی و علوم تربیتی دانشگاه تهران. تهران.

بشرپور، سجاد و رحیم‌زادگان، شیوا. (۱۳۹۹). رابطه باورهای خرافی با سبک‌های پردازش اطلاعات و حس عاملیت در افراد مراجعه‌کننده به رمال. پژوهش‌های روانشناسی اجتماعی، (۳۹): ۳۸-۲۳. توکلی، نغمه؛ حسن‌زاده، رمضان و عمادیان، علیا. (۱۳۹۹). بررسی نقش واسطه‌ای سبک‌های پردازش اطلاعات بین انگیزش پیشرفت و استرس تحصیلی ادراک‌شده در دانشجویان پرستاری. پژوهش در آموزش علوم پزشکی، ۱۲ (۲): ۷۰-۶۱.

حسینی، زهره؛ ابوالقاسمی، محمود و مشبکی‌اصفهانی، اصغر (۱۳۹۷). طراحی الگوی مفهومی تأثیر مؤلفه‌های کارآفرینی دانشگاهی. فصلنامه علمی- پژوهشی علوم اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی واحد شوشتر. سال دوازدهم، شماره سوم، (۴۲): ۱۷۱-۲۰۲.

حسنقلی‌پور، حکیمه؛ قلی‌پور، آرین و روشندل‌اربطانی، طاهر. (۱۳۹۰). موانع تجاری‌سازی دانش در کارآفرینی دانشگاهی. توسعه کارآفرینی، سال چهارم، (۱۴): ۱۸۳-۱۶۵.

حسینی‌مهدی‌آبادی، مهدی؛ رستمی، چنگیز و یاراحمدی، یحیی. (۱۳۹۵). بررسی رابطه سبک‌های پردازش اطلاعات و ناگویی خلقی (مطالعه موردی زنان تحت پوشش کمیته امداد امام خمینی شهر کرمانشاه. مجله علوم پزشکی زانکو، ۴-۳۲.

زیودار، مهدی؛ ایمانی‌پور، نرگس؛ طالبی، کامبیز و حسینی، رسول. (۱۳۹۵). الگوی برای تصمیم‌گیری در مورد ایجاد کسب‌وکار جدید با رویکرد نظریه داده بنیاد. نشریه علمی-پژوهشی مدیریت نوآوری، سال پنجم، (۲): ۱۳۴-۱۰۹.

صادقی، علی‌اکبر و کاظمی، بهاره. (۱۳۹۴). بررسی عوامل مؤثر بر شکل‌گیری رفتار تصمیم‌گیری کارآفرینانه مدیران شهرداری تهران. دومین کنفرانس بین‌المللی پژوهش در علوم و تکنولوژی. تهران، ایران.

صفری، جهانگیر و نجفی‌بهزادی، سجاد. (۱۴۰۰). بررسی مهارت‌های تفکر انتقادی، خودآگاهی، همدلی، تصمیم‌گیری و ارتباطی در داستان‌های فرهاد حسن‌زاده. فصلنامه علمی تفسیر و تحلیل متون زبان و ادبیات فارسی دهخدا، ۱۳ (۴۹): ۱۸۳-۲۰۸.

طالبی، کامبیز و یکتا، محمدرضا. (۱۳۸۷). آموزش کارآفرینی دانشگاهی و نقش آن در ایجاد و توسعه شرکت‌های کوچک و متوسط دانش‌بنیان. مجله توسعه کارآفرینی. (۱۱)، ۱۳۱-۱۱۱.

مبارکی، محمدحسین؛ نوری، پوریا و احمدی کافشانی، عبدالله. (۱۳۹۵). شناسایی مهم‌ترین عوامل مؤثر بر شکل‌گیری سوگیری تشدید تعهد در کارآفرینان: رویکرد نظریه برخواسته از داده‌ها. چشم‌انداز مدیریت دولتی. ۷ (۲۵)، ۱۷۸-۱۶۳.

مبارکی، محمدحسین؛ رضاییان، علی؛ مهرابی، روزا و کلابی، امیرمحمد. (۱۳۹۱). شناسایی ابعاد تأثیرگذار بر سطح پیچیدگی شناختی کارآفرینان تصمیم‌گیرنده. پژوهشنامه مدیریت تحول. ۴ (۸)، ۱۴۵-۱۲۵.

نجفی کلیانی، مجید؛ پورجم، الهه؛ جمشیدی، ناهید؛ کریمی، شهناز؛ نجفی کلیانی، وحید. (۱۳۸۸). بررسی استرس، اضطراب، افسردگی و خودپنداره دانشجویان دانشگاه علوم پزشکی فسا. مجله دانشگاه علوم پزشکی فسا، ۳ (۳): ۲۴۰-۲۳۵.

نوری، پوریا؛ احمدی کافشانی، عبدالله و رضوانی، مهران. (۱۳۹۸). واکاوی پیشایندها و پیامدهای توهم کنترل در کارآفرینان. *مطالعات رفتار سازمانی*. ۸ (۲)، ۸۲-۶۱.

هادوی، شهناز و فرهادپور، محمدرضا. (۱۳۹۸). تأثیر سبک‌های پردازش اطلاعات بر رفتار اطلاع-جویی دانشجویان با توجه به نقش میانجی اضطراب و سودمندی ادراک شده. *کتابداری و اطلاع-رسانی*، ۲۲ (۴): ۵۱-۲۴.

Baron, R. A. (2007). Behavioral and cognitive factors in entrepreneurship: entrepreneurs as the active element in new venture creation. *Strategic Entrepreneurship Journal Strat. Entrepreneurship J.* 1(1), 167-182. <https://onlinelibrary.wiley.com/doi/pdf/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.researchgate.net/publication/254803403_Cognitive_factors_in_entrepreneurial_strategic_decision_making

Mitchell, R.K. Busenitz, L. Lant, TH, Patricia, P.M. Eric, M & Smith, J.B. (2002). Toward a Theory of Entrepreneurial Cognition: Rethinking the People Side of Entrepreneurship Research. *Entrepreneurship Theory and Practice.* (4): 93-104.

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.