Journal of Cognitive psychology
Jun 2025, Volume 12, Issue 1

Designing a model of cognitive motivation in the financial decisions of academic entrepreneurs

Hassan Mahjoob Eshratabadi[1*], Mitra Ezati[2] &Mohammad Mahdi Babaei [3]
[1.] *Associate Professor, Department of Management, Shahid Sattari Air University of Science and Technology, Tehran, Iran.*
[2.] *Associate Professor, Department of Management and Educational Planning, University of Tehran, Tehran, Iran.*
[3.] *Visiting Professor Farhangian University and PhD in Economics and Financial Management Higher Education.University of Tehran, Tehran, Iran. Email: (mmbabaei@ut.ac.ir)*

Citation: Babaei, MM., Mahjoob Eshratabadi, H. & Ezati, M. Designing a model of cognitive motivation in the financial decisions of academic entrepreneurs**.** **J**ournal of **C**ognitive **P**sychology. 2025; 13 (1):1-18 [Persian].

Article Info:

Key words
academic entrepreneurs, motivation cognitive, financial decisions

Abstract

The purpose of this research was to design a model of cognitive motivation related to the financial decisions of university entrepreneurs in Tehran University. Research Methodology: The research method was investigated with a mixed exploratory approach and using the content analysis method through the qualitative software MaxQuda to investigate the most important cognitive motivation among the financial decisions of university entrepreneurs in the University of Tehran. The field of study and participants were university entrepreneurs in Tehran University, among them 16 people were selected in a purposeful and snowball way and in-depth interviews were conducted. In the second stage of the research, the model designed in the qualitative stage was quantitatively tested. The statistical population of the research included 185 academic entrepreneurs based in Science and Technology Park of Tehran University, 125 of whom were selected as a sample by simple random sampling. Structural equations and PLS software were used to check the relationships expressed in the model. Findings: Qualitative results showed that 1 factor "Entrepreneurial financial decision-making motivation" was identified as a cognitive motivation factor and 3 components "Tolerance of financial decision process uncertainties", "Financial self-efficacy in decision-making", "Entrepreneurial cognitive motivation" were identified. became In the quantitative part, it was evaluated through the structural equation model at three levels: 1) measurement model, 2) structural model, and 3) general model. From the evaluation of three levels, a strong and favorable fit was obtained, and the GOF index was 0.643, showing that the model has a strong fit.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

طراحی الگوی انگیزه شناختی مرتبط با تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی

حسن محجوب عشرت‌آبادی [۱]، میترا عزتی [۲] و محمد مهدی بابائی [۳*]

۱. دانشیار، گروه مدیریت، دانشگاه علوم و فنون هوایی شهید ستاری، تهران، ایران. *hassanmahjub@alumni.ut.ac.ir*

۲. دانشیار، گروه مدیریت و برنامه‌ریزی آموزشی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.*ezati.m@ut.ac.ir*

۳. (نویسنده مسئول) استاد مدعو دانشگاه فرهنگیان و دکتری اقتصاد و مدیریت مالی آموزش عالی. دانشگاه تهران، تهران، ایران. *mmbabaei@ut.ac.ir*

تاریخ دریافت
۱۴۰۳/۰۷/۲۸

تاریخ پذیرش نهایی
۱۴۰۴/۰۳/۳۱

چکیده

هدف از پژوهش حاضر به منظور طراحی الگوی انگیزه شناختی مرتبط با تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی در دانشگاه تهران بود. روش تحقیق آمیخته اکتشافی و با استفاده از روش تحلیل محتوا از طریق نرم‌افزار کیفی مکس‌کیودا پرداخته شد. میدان مطالعه و مشارکت‌کنندگان کارآفرینان دانشگاهی در دانشگاه تهران بودند، از بین آنها ۱۶ نفر به شیوه هدفمند و گلوله‌برفی انتخاب و مصاحبه عمیق انجام شد. در مرحله دوم پژوهش، الگوی طراحی شده در مرحله کیفی به صورت کمی آزمون شد. جامعه آماری تحقیق شامل ۱۸۵ نفر از کارآفرینان دانشگاهی مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران بودند که با نمونه‌گیری تصادفی ساده، ۱۲۵ نفر بعنوان نمونه انتخاب شده‌اند. برای بررسی روابط بیان شده در الگو از معادلات ساختاری و از نرم‌افزار PLS استفاده شد. یافته‌ها: نتایج کیفی نشان داد که "انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی" به عنوان عامل انگیزه شناختی و ۳ مولفه "تحمل ابهامات فرایند تصمیم مالی"، "خودکارآمدی مالی در تصمیم‌گیری"، "انگیزش شناختی کارآفرینی" شناسایی شدند. در بخش کمی، از مدل معادلات ساختاری برای ارزیابی استفاده شد و نشان داد مدل از برازش قوی برخوردار است.

واژگان کلیدی
انگیزه شناختی،
تصمیمات مالی،
کارآفرینان دانشگاهی

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

مقدمه

ادبیات کارآفرینی توجه فزاینده‌ای به اهمیت درک نحوه تفکر کارآفرینان و دلایلی که آنها را به انجام کارهایی که انجام می‌دهند معطوف کرده است. از این رو، مطالعات کارآفرینی باید نقشی را که کارآفرین بازی می‌کند، به ویژه زمانی که باید تصمیم‌گیری کند، در نظر بگیرد (کاپوتو و همکاران، ۲۰۱۹). تاکید قابل توجهی بر کارآفرینی در حوزه شناختی شده است. بنابراین در مورد درک چگونگی استفاده کارآفرینان از مدل‌های ذهنی مفید است. مباحث شناختی در حوزه کارآفرینان بر دو عنصر کلیدی متکی است: ساختارهای دانش و تصمیم‌گیری. در واقع، هر کارآفرین به گونه‌ای وارد تصمیم‌گیری می‌شود که تفاوت‌های عمده محتوای شناخت کارآفرین در مورد تصمیم‌هایی که می‌گیرند را حس کند. این نشان‌دهنده این است که، نحوه تشکیل ساختار دانش تصمیم‌گیرنده تعیین می‌کند که چه اطلاعاتی در طول فرآیند تصمیم-گیری در دسترس خواهد بود (ساستی و همکاران، ۲۰۲۲). در این ارتباط؛ یک موضوع ثابت در ادبیات شناختی این است که تصمیم‌گیری یکی از حوزه‌های کلیدی کارآفرینی شناختی است، در این مورد تصمیم-گیری شامل ساختارهای دانشی است که در ارزیابی و قضاوت قبل از تصمیم‌گیری نقش اساسی دارد (پینفولد، ۲۰۱۵). با توجه به مطالب فوق؛ ادبیات رو به رشد شناخت کارآفرینی نشان می‌دهد که نظریه‌های توسعه‌یافته در مطالعات در حوزه شناختی می‌توانند به طور بالقوه جنبه‌های مهم فرآیند کارآفرینی را روشن کنند، از جمله اینکه چگونه کارآفرینان چارچوب‌های شناختی مفیدی را به دست می‌آورند و عملکردهایی که باعث می‌شود تا آنها را قادر سازد در طول زمان رشد کنند (سو و همکاران، ۲۰۱۷). اگرچه تحقیقات شناختی در کارآفرینی به یک حوزه مطالعاتی مهم تبدیل شده است، همچنان از چالش‌های مفهومی مهمی رنج می‌برد. به عنوان مثال، بسیاری از آثار اینگونه معتقدند که بنیانگذاران و کارآفرینان متفاوت از سایر افراد یا مدیران فکر می کنند. اما روشن نیست که آیا این «تفاوت شناختی» از عوامل و رویدادهای منحصربه‌فرد اقدامات کارآفرینان سرچشمه می‌گیرد یا از تجربه کارآفرینی. در نتیجه، تحقیقات شناختی بر چگونگی، زمان، و چرایی نقش این تعاملات بین ذهن و محیط در توسعه، تغییر و استفاده از بازنمایی‌های ذهنی و سایر سازه‌های شناختی نقش دارند. این عناصر بر کنش انسان تأثیر می گذارند (و تحت تأثیر قرار می گیرند) (جریجویر و همکاران ۲۰۱۱). از همین رو، تصمیمات مالی یکی از مهم ترین تصمیماتی است که افراد می گیرند. کارآفرینانی که معمولاً تحصیلات بالایی دارند، تصمیماتی می‌گیرند که تحت تأثیر اعتماد و سابقه زیادی دارند است. بسیاری از این رفتارها را می توان با اصول شناخته شده علوم شناختی توضیح داد. به عبارت دیگر، نحوه تفکر کارآفرینان در مورد خود و موقعیتشان بر تمایل آنها در جهت دستیابی به هدف و تصمیمات‌شان تأثیر می‌گذارد (بابائی‌منقاری، ۱۴۰۳). از آنجا که کارآفرینان نیروی محرکه توسعه اقتصادی در جوامع هستند شناسایی و بررسی رویکردهای شناختی-رفتاری و انگیزه‌های کارآفرینان از منظر اقتصادی، اجتماعی و روانشناختی همواره مورد توجه صاحب نظران است (عزیزی و همکاران، ۱۴۰۱). آنچه در اینجا مورد تاکید است مولفه‌های انگیزه شناختی مرتبط با تصمیم-گیری مالی کارآفرینان دانشگاهی است. دهه ۱۹۵۰ یکی از دهه‌های پربار از نظر ارائه مفاهیم انگیزه بود. انگیزه به عواملی اشاره دارد که از طریق آنها رفتار هدفمند شروع شده، انرژی می‌گیرد و حفظ می‌شود (ورملن و همکاران، ۲۰۰۸). انگیزه در زمینه‌های مانند آموزش، ورزش، یا کار نقش مهمی دارد (رجبیان‌ده‌زیره و همکاران، ۱۴۰۲). رابینز[1] ۱۹۴۳ انگیزش را تمایل به انجام کار که در گرو توانایی فرد است می‌داند، تا بدان وسیله نوعی نیاز تأمین گردد (عزیزی و همکاران، ۱۴۰۱). نیازهایی مانند رئیس خود بودن، درآمد، رضایت شغلی، توفیق، فرصت پیشرفت قدرت تحت عنوان نیروی انگیزشی فرد برای کارآفرین شدن بیان شده‌اند (هیسریچ، پیترز[2]، ۲۰۰۲، ترجمه فیاض‌بخش و تقی‌یاری، ۱۳۹۰). در همین راستا رفتار انسان؛ از جمله تصمیم‌گیری، با تأثیر متقابل بین عوامل شناختی، انگیزشی و عاطفی تعیین می‌شود و از همه مهمتر عوامل انگیزشی نقش بسیار مهمی در تصمیم-گیریهای مالی بازی می‌کنند (بابائی‌منقاری، ۱۴۰۳). بنابراین؛ عوامل انگیزشی به عواملی اشاره می‌شود که از طریق آن رفتارهای هدفمند آغاز و تقویت شده و ادامه

[1] - Robbins
[2] - Hisrich, Peters

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

می‌یابند. در ادبیات موضوعی سه دسته از این عوامل؛ یعنی خودکارآمدی، انگیزه‌های شناختی و تحمل ابهام اهمیت بسیاری دارند (محجوب و همکاران، ۱۳۹۷). یکی از عوامل انگیزشی که به آن اشاره شده، خودکارآمدی است. خودکارآمدی مفهومی است که به طور گسترده در روانشناسی بالینی و اجتماعی به کار گرفته شده است و به عنوان مجموعه‌ای از باورهای فردی در مورد توانایی فرد برای آماده‌سازی و استفاده از منابع شناختی و انگیزشی به منظور افزایش حس کنترل تعریف می‌شود (بابائی‌منقاری، ۱۴۰۳). وقتی می‌گوییم که کارآفرینان برای تبدیل شدن به آن حداقل باید تصمیم بگیرند که کسب و کار خود را راه اندازی و مدیریت کنند، خودکارآمدی در کارآفرینی یکی از تفاوتهای فردی است که توضیح می دهد چرا برخی افراد این تصمیم را می‌گیرند در حالی که دیگران این کار را نمی‌کنند. در نتیجه، خودکارآمدی در کارآفرینان «به قدرت باور یک فرد اشاره دارد که او قادر است نقشها و وظایف یک کارآفرین را با موفقیت انجام دهد» (ورملن و کورسئو، ۲۰۰۸). این باور، بیانگر اعتماد فرد به توانایی کنترل بر انگیزه‌ها، رفتار و محیط پیرامون خود است و تأثیرات فراگیری بر تجربه‌ها، هدف‌گذاری، تلاش، عملکرد و پایداری دارد (پازوکی و همکاران، ۱۴۰۳). به عبارت دیگر خودکارآمدی در فرایند تصمیم-گیری عبارت است از ارزیابی ذهنی فرد از توانایی خود در انجام وظایف ضروری در یک وضعیت تصمیم‌گیری. در صورتی که از مفهوم خودکارآمدی در زمینه مدیریت امور مالی فردی استفاده کنیم، می توان استدلال کرد که افرادی که اعتماد به نفس بالایی در تصمیم‌گیری مالی خود دارند، بیشتر می توانند به مشکلات و چالش های مالی خود غلبه کنند. این نگرش در نهایت منجر به موفقیت و برآیندهای تصمیم‌گیری مالی شخصی مطلوب‌تر می‌شود (فارل و همکاران، ۲۰۱۶). بنابراین؛ افرادی که به تواناییهای خودشان در مدیریت موفق فرایند تصمیم‌گیری مالی زندگی‌شان اعتماد دارد، خودکارآمدی در زمینه مالی دارند، خودکارآمدی رفتارهای انسانی را متاثر می‌کند و به عنوان یک نماینده برای سنجش تواناییهای واقعی در تصمیم‌گیری مالی فرد در نظرگرفته می‌شود (ایکسیاو و همکاران، ۲۰۱۴). انگیزش شناختی از دیگر عوامل انگیزه تأثیرگذار بر تصمیمات مالی محسوب می‌گردد. افراد با نیاز به شناخت بالا هنگام بررسی وظایف شناختی به جمع-آوری، کسب و تجزیه و تحلیل اطلاعات می‌پردازند در صورتی‌که افراد با نیاز به شناخت پایین بر شهود و مقایسه‌های اجتماعی اکتفا می‌کند. در یک مطالعه جامع کاسیپو ۱۹۹۶به بررسی رابطه نیاز به شناخت با خصیصه-های شخصیتی، ویژگی‌های شناختی و عملکرد پرداختند. در مقایسه با افراد با انگیزه شناخت پایین افراد با انگیزه شناختی بالا از انگیزه درونی بالاتری برای درگیری در فعالیتهای شناختی برخوردارند. آنها توانائی بازخوانی اطلاعات بیشتر و تحلیل بهتر و ارائه راه‌حلهای بیشتری دارند. این افراد روابط علی را بهتر تخمین می‌زنند و از دانش و توانائیهای تحلیلی بهتری برخوردارند. به علاوه افراد با انگیزه شناخت بالا عدم اطمینان‌شان نسبت به روابط علی پایینتر است و به دنبال حداکثر اطلاعات می-باشند. به طور خلاصه افراد با انگیزه شناخت بالاتر برای کاهش عدم اطمینان حداکثر اطلاعات را جمع‌آوری، از عزت‌نفس بالاتری برخوردارند، در تصمیم‌گیریها عدم اطمینان پایینتری را تجربه می‌کنند و نسبت به اریبی‌ها در تصمیم‌گیری حساسیت کمتری دارند (نادری و همکاران، ۱۳۹۴). همچنین تحمل ابهام یکی دیگر از ویژگی‌های انگیزشی است که در رابطه با محیط تصمیم-گیری کارآفرینانه می‌توان مورد بررسی قرار گرفت. یک بحث اصلی در ادبیات شناخت کارآفرینی این است که چون موقعیت‌های تصمیمی که کارآفرینان با آن مواجه می‌شوند به طور کلی مبهم هستند، توانایی کارآفرینان برای تحمل این موقعیت‌ها عامل کلیدی برای اثربخشی تصمیم‌گیری است. سکستون و بومن ۱۹۸۶ در بررسی چهار مطالعه که تفاوت‌های تحمل ابهام بین کارآفرینان و مدیران را بررسی کردند، استدلال کردند که مدیران در مقایسه با بنیان‌گذاران جدید سرمایه‌گذاری، تمایل کمتری به تحمل موقعیت‌های مبهم دارند. تحمل ابهام به توانایی تصمیم گیرندگان برای انتخاب با اطمینان زمانی که اطلاعات مربوطه وجود ندارد اشاره دارد (بابائی‌منقاری، ۱۴۰۳). پس، تحمل ابهام به معنای توانایی فرد در مواجهه با شرایط نامطمئن و مبهم است (رضا و همکاران، ۱۴۰۳). علاوه براین، تحمل ابهام را می‌توان از دیگر خصیصه‌های انگیزشی در ارتباط با تصمیم‌گیریهای مالی هم نام برد. با توجه به اینکه شرایط تصمیم‌گیریهای مالی از درجه ابهام بالائی برخوردار است، توانائی تحمل این شرایط بر اثربخشی این تصمیمات تأثیرگذار است (نادری و

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

همکاران، ۱۳۹۴). فرایندهای شناختی کارآفرینان در کشف و بهره‌برداری از فرصت‌ها متفاوت است و به عنوان عاملی موثر در گرایش کارآفرینانه عمل می‌کند. رویکرد ویژگی‌ها و پژوهش‌های شناختی، بعنوان برجسته‌ترین مطالعاتی که واحد تجزیه و تحلیل آنها شخص کارآفرین است، غالبا به همین موضوع می‌پردازد. از سوی دیگر، اینکه در بازه پس از شناسایی فرصت‌ها تا زمان تحقق تصمیم ایجاد کسب و کار، در ذهن کارافرینان موفق چه فرایندهای طی می‌شود، نیازمند تحقیق و مطالعه است (بابائی و همکاران، ۱۴۰۳). از طرفی؛ پژوهشگران قبل از شروع پژوهش مصاحبه‌ای را در خصوص مشکلات و مسائل کارآفرینان در تصمیمات مالی انجام داده‌اند که هدف پژوهشگران ارائه مسئله شفاف در خصوص موضوع بود. کارآفرینان این پژوهش به مسائل همچون"عدم اطلاعات کافی، نداشتن انگیزه در تصمیم گیری مالی، عدم شناخت کافی برای تامین مالی، یکی از مهمترین چالشها و ضعف-هاست که در بخش تامین مالی می‌توان مشاهده نمود. بنابراین؛ بدون شک نقش منابع مالی مهمترین مسئله برای کارآفرینی در حین تصمیم‌گیری است، علاوه بر آن؛ در بخش تحقیقات و سرمایه گذاری، یکی از مهمترین معیارها خود تیم کارافرینی هست، خود تیم کارآفرینی؛ انگیزه‌شان، راهکارهاشان، تجربه‌شان، مهترین عوامل شکست یا موفقیت کارآفرینان است." اشاره نموده‌اند. در این راستا برخی از پژوهشگران پژوهشی در مورد انگیزه شناختی انجام داده‌اند، که در جدول زیر آورده شده است.

جدول۱. مولفه‌های شناسایی شده انگیزه شناختی مرتبط با تصمیم‌گیری مالی کارآفرینان دانشگاهی در متون و پژوهش‌های اجرا شده (پیشینه پژوهش)

عامل	مولفه‌ها	صاحب‌نظران
انگیزه شناختی	خودکارآمدی	ردیانتو (۲۰۲۲)، لوکسی و همکاران (۲۰۲۱)، ژائو و همکاران (۲۰۲۰)، سلسبیل وهمکاران (۱۴۰۱)، سانتاس وهمکاران(۲۰۱۰)؛ گونزالس- آلوارز وهمکاران(۲۰۱۲)؛ شفرد و همکاران (۲۰۱۴)، فررو و بسیئر (۲۰۱۶)، مبارکی و همکاران (۱۳۹۵)، فررو و بسیئر (۲۰۱۵)، بارون (۲۰۰۷)، سانچزوهمکاران (۲۰۱۱)، فیلیپ‌پارت (۲۰۱۱)، ذوالیفیغار و همکاران (۲۰۲۲)، بکر وهمکاران (۲۰۰۷)، ورملن و کورسئو (۲۰۰۸)، مبارکی وهمکاران (۱۳۹۱)
	انگیزش شناختی	ردیانتو (۲۰۲۲)، سلسبیل وهمکاران (۱۴۰۱)، سانتاس وهمکاران(۲۰۱۰)؛ ورملن و کورسئو (۲۰۰۸)،گونزالس- آلوارز وهمکاران(۲۰۱۲)؛ شفرد و همکاران (۲۰۱۴)، فررو و بسیئر (۲۰۱۶)، مبارکی و همکاران (۱۳۹۵)، فررو و بسیئر (۲۰۱۵)، بارون (۲۰۰۷)، سانچزوهمکاران (۲۰۱۱)،
	تحمل ابهام	فیلیپ‌پارت (۲۰۱۱)، ذوالیفیغار وهمکاران (۲۰۲۲)، بکر و همکاران (۲۰۰۷)، ژائو و ایکسای (۲۰۲۰)، سلسبیل وهمکاران (۱۴۰۱)، ورملن و کورسئو (۲۰۰۸)، نوری و همکاران (۱۳۹۸)، مبارکی وهمکاران (۱۳۹۱)

بررسی اولیه نشان می‌دهد گرچه در خصوص کارآفرینان دانشگاهی و زیر مجموعه‌های مختلف آن پژوهش‌های بسیاری، در داخل کشور انجام شده، ولی موضوع طراحی الگوی انگیزه شناختی مرتبط با تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی که رکن اصلی زیر مجموعه های دانشگاه‌هاست، چندان مورد توجه پژوهشگران نبوده است. به این منظور، در مرحله اول، ادبیات مرتبط مورد بررسی قرار گرفت، اما این جستجوی نتایج رضایت‌بخشی به همراه نداشت. مسئله اصلی در پژوهش حاضر الگوی انگیزه شناختی مرتبط با تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی در دانشگاه تهران چگونه است؟

روش

در این پژوهش از رویکرد آمیخته از نوع اکتشافی متوالی استفاده شده است. در بخش کیفی، جهت تعیین تکنیک گردآوری داده‌ها، روش تحلیل محتوا کیفی پنهان با رویکرد استقرایی با استفاده از تکنیک مصاحبه انجام شد و بعد از مصاحبه، متن مصاحبه پیاده‌سازی و تحلیل گردید. میدان پژوهش این تحقیق در بخش کیفی، پارک و علم و فناوری و مراکز رشد دانشگاه تهران می‌باشد و مصاحبه-شوندگان کلیه‌ی کارآفرینان دانشگاهی دانشگاه تهران می‌باشند. 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. برای انتخاب نمونه در این پژوهش، از روش نمونه‌گیری گلوله‌برفی استفاده شده است. در این پژوهش، با ۱۶ نفر از کارآفرینان دانشگاهی که در

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

پارک علم و فناوری دانشگاه تهران مستقر بوده‌اند مصاحبه نیمه‌ساختاریافته صورت گرفت؛ به این صورت که در مصاحبهٔ شانزدهم اشباع نظری داده‌ها حاصل شد؛ اما به منظور اعتباربخشی به یافته‌ها چهار مصاحبهٔ 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 گزارش‌نویسی پژوهش آغاز شد.

در این پژوهش برای انجام تحلیل‌های محتوای کیفی از نرم‌افزار مکس کیودا با ورژن ۱۸ انجام شده است. به منظور تعیین قابلیت اطمینان مصاحبه، از معیار اعتبار درونی آزمون استفاده شد و برای اعتبار بیرونی که شامل چهار معیار تطابق، فهم‌پذیری، کنترل‌پذیری و عمومیت است و گوبا و لینکن (۱۹۸۵) ارائه داده‌اند، استفاده شد که در نتیجه این اعتبار، پژوهشگر با توصیف میدان پژوهش شرایط را برای استفاده از یافته‌ها توسط دیگران فراهم می‌کند. نتیجه به دست آمده اعتبار بیرونی در این پژوهش به خوبی نشان‌دهنده شناخت عمیق مولفه‌های انگیزش شناختی در تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی است.

در بخش کمی؛ روش پژوهش پیمایشی- توصیفی و همبستگی و از نظر زمان مقطعی استفاده شد. جامعه آماری شامل کلیه کارآفرینان دانشگاهی شامل (مدیر عامل مراکز رشد دانشگاه تهران و پارک علم و فناوری دانشگاه تهران) می‌باشند که بالغ بر ۱۸۵ نفر می‌باشند. برای تعیین حجم نمونه نیز از فرمول کوکران استفاده شد. با استفاده از فرمول کوکران، حجم نمونه ۱۲۵ نفر تعیین شد. در این پژوهش از روش نمونه گیری تصادفی ساده بهره برده شد و سطح تحلیل افراد می‌باشد و برای بررسی و برازش مدل از ابزار پرسشنامه استاندارد شده استفاده شده است که شامل، پرسشنامه تحمل ابهام نوع دوم (MSTAT-II): مک لین در سال ۱۹۹۳ پرسشنامه ای را برای ارزیابی تحمل ابهام تهیه کرد این پرسشنامه ۱۳ آیتم دارد و با عنوان پرسشنامه تحمل ابهام نوع دوم شناخته شد. در این پژوهش برای مولفه تحمل ابهام از گویه های این پرسشنامه استفاده شد. پرسشنامه خودکارآمدی عمومی GSE-17: این مقیاس توسط شرر، مادوکس، مرکاندانت، پرنتیک-دون، جاکوبس و راجرز (۱۹۸۲) ساخته شده است. نسخه اصلی آزمون شامل ۳۶ سوال بود. از این ۳۶ سوال ۱۷ سوال خودکارآمدی عمومی را می سنجد. ضریب پایایی از طریق روش آلفای کرونباخ برای خرده مقیاس خودکارآمدی عمومی و خرده مقیاس خودکارامدی اجتماعی به ترتیب ۰/۸۶ و ۰/۷۱ بود. در این پژوهش برای مولفه خودکارآمدی در تصمیم گیری از گویه‌های این پرسشنامه استفاده شده است. پرسشنامه انگیزش درونی(IMI) مک آلی و همکاران: این پرسشنامه دارای ۱۵ گویه و ۴ مولفه می باشد. در پژوهش (سلطانی عرب شاهی و همکاران، ۱۳۹۲) روایی پرسشنامه توسط اساتید و متخصصان این حوزه تأیید شده است و پایایی پرسشنامه از روش آلفای کرونباخ بالای ۰/۷۰ به دست آمده است. در پژوهش حاضر برای مولفه‌ی انگیزش درونی از گویه‌های این پرسشنامه استفاده شده است.

در این پژوهش از روش روایی محتوا از نظرات متخصصان و کارشناسان این حوزه استفاده شده است و برای ارزیابی میزان پایایی پرسشنامه در ابتدا از ۵۰ نفر از کارآفرینان دانشگاهی به صورت آزمایشی نمونه‌برداری شده و از فرمول آلفای کرونباخ برای پایایی استفاده شده است و میزان پایایی با استفاده از نرم افزار spss22 ۰/۸۲ محاسبه شده که بیانگر پایایی بسیار بالای آن است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها، برازش مدل یابی معادلات ساختاری مبتنی بر رویکرد کمترین مربعات جزئی، با نرم‌افزار SmartPLS4 به بررسی اعتباریابی الگوی پژوهش پرداخته شده است.

یافته‌ها

بخش کیفی، در این پژوهش با تعداد ۱۶ نفر از کارآفرینان دانشگاهی در دانشگاه تهران مصاحبه نیمه ساختاریافته انجام شد که مشخصات آنها به شرح جدول ذیل آمده است.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

جدول۲. سیمای مشارکت کنندگان 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	پسا رشد	مکانیک،الکترونیک و کنترل	۶ سال
۳	کارشناسی ارشد	جغرافیا(GIS)	رشد	نقشه‌برداری و اطلاعات مکانی	۳ سال
۴	کارشناسی ارشد	مهندسی صنایع	رشد	موادپیشرفته(پلیمر، سرامیک،فلزات)	۴ سال
۵	دکترا	مهندسی نرم‌افزار	پسارشد	علوم زمینی	۵ سال
۶	کارشناسی ارشد	مهندسی فناوری اطلاعات	پسا رشد	فناوری اطلاعات و ارتباطات و نرمافزارهای رایانه	۸ سال
۷	دکترا	مهندسی الکترونیک	توسعه	مکانیک،الکترونیک و کنترل	۴ سال
۸	کارشناسی ارشد	مهندسی سخت‌افزار	توسعه	فناوری اطلاعات و ارتباطات و نرمافزارهای رایانه	۳سال
۹	کارشناسی ارشد	مهندسی فضا	رشد	مکانیک،الکترونیک و کنترل	۷ سال
۱۰	دکترا	مهندسی عمران	پسا رشد	فناوری ساختمان ومسکن،راه‌سازی، ریلی و دریایی	۱۰ سال
۱۱	کارشناسی ارشد	مهندسی پزشکی	پسا رشد	وسایل، ملزومات و تجهیزات پزشکی	۸ سال
۱۲	دکترا	علوم دامی	پسا رشد	علوم کشاورزی و منابع طبیعی	۱۳ سال
۱۳	دکترا	تجهیزات دارویی	پسا رشد	تجهیزات پیشرفته ساخت، تولید وآزمایشگاهی	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	دکترا	مهندسی شیمی	رشد	محصولات شیمیایی پیشرفته	۷ سال

به منظور جمع‌بندی و شناسایی مقوله‌های اصلی انگیزه شناختی مرتبط با تصمیم گیری مالی، کدهای شناسایی شده که شامل ۷۱ کد می‌باشد. نتایج کدگذاری باز، محوری و انتخابی برای شناسایی مولفه‌های انگیزه شناختی مرتبط با تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی دانشگاه تهران در جدول (۳) ارائه شده است.

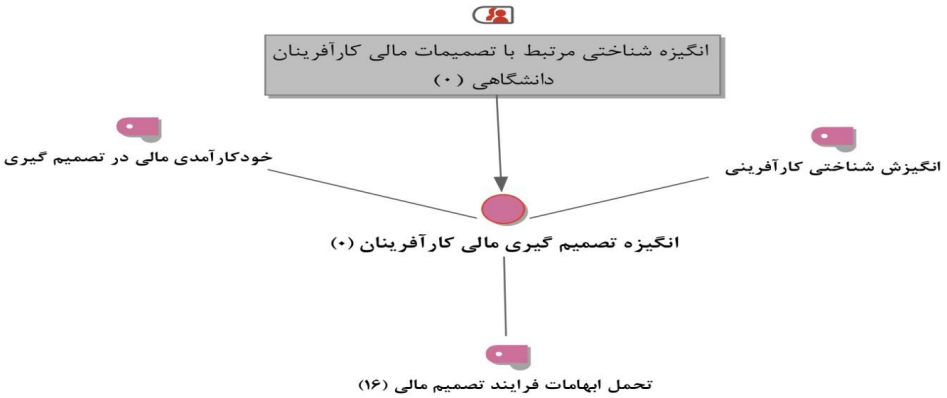
جدول۳. مفاهیم، زیرمقوله‌ها و مقوله مولفه‌های انگیزه شناختی مرتبط با تصمیمات مالی از دیدگاه کارآفرینان دانشگاهی

کد مصاحبه‌شوندگان	مفاهیم اولیه	زیرمقوله	مقوله	سطح
H1-H2-H5-H6-H12-H13-H14	*خودکارآمدی در فروش * انعطاف پذیری روی تجارت کاری *خودکارآمدی شغلی *انتخاب درست بازار هدف *خودکارآمدی در تصمیم گیری مالی *رشد و توسعه ورسیدن به خودکارآمدی *تکرار فعالیتها *رسیدن به خودکارآمدی	خودکارآمدی مالی در تصمیم گیری	انگیزه تصمیم گیری مالی کارآفرینی	الگوی مولفه انگیزه شناختی مرتبط با تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی
H1-H3-H4-H8-H9-H11-H13-H16	*ابهامات در تصمیم گیری مالی *ابهام در مصارف *تحمل داشتن همزمان عقل و منطق و تمایلات درونی *چالش ارتباطات، فروش، بازاریابی *تحمل کردن منابع مالی محدود *شک و ابهام در تصمیم گیری *ابهامات در تورم *مبهم بودن فرایند کاری *تحمل پیدا کردن مشتری و رفع سختی ها	تحمل ابهامات فرایند تصمیم مالی		

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

		* داشتن تحمل زیاد * فضا مبهم * توانایی تحمل در بازار ارز	
H3-H5-H6-H8-H11- H12-H14-H15	*علاقه و رضایت داشتن به کارآفرینی *انگیزه شغلی *انگیزه و رضایت نیروی انسانی *درک رضایت خاطر نیروی انسانی در کنار فرد کارآفرین *علاقه مند بودن به کار با توجه به تخصص *لذت کار کردن *رسیدن به خلاقیت و کیفیت *داشتن پیشرفت شغلی	انگیزش شناختی کارآفرینی	

همانطور که اطلاعات جدول (۳) نشان می‌دهد، از ترکیب و مقوله‌بندی مجموعه‌ای از مصادیق استخراج شده از متن مصاحبه با کارآفرینان دانشگاهی در ارتباط با انگیزه شناختی مرتبط با تصمیمات مالی، زیر مولفه‌های " تحمل ابهامات فرایند تصمیم مالی"، " خودکارآمدی مالی در تصمیم‌گیری"، " انگیزش شناختی کارآفرینی" حاصل گردید. همچنین از ترکیب و مقوله‌بندی زیر مولفه‌های مزبور، مولفه‌های اصلی"انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی" ارائه شده است. با در نظر گرفتن تمامی جداول فوق الگوی مفهومی زیر طراحی گردید.



نمودار ۱. الگوی مفهومی انگیزه شناختی مرتبط با تصمیمات مالی مبتنی بر مصاحبه با کارآفرینان دانشگاهی خروجی نرم افزار Maxqda

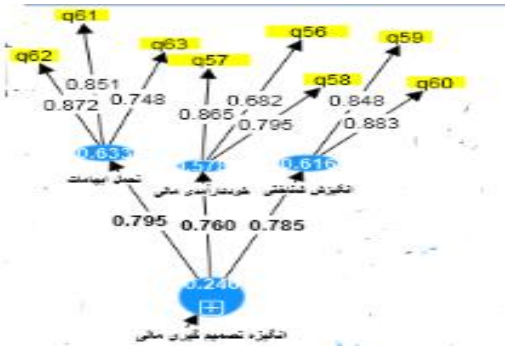
در بخش کمی، مطابق الگوریتم تحلیل مدل‌ها در روش PLS-SEM، برای بررسی برازش مدلهای اندازه‌گیری سه معیار پایایی (ضرایب بار عاملی، آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی)، روایی همگرا و روایی واگرا استفاده و نتایج حاصل شده است. الف) ضرایب بار عاملی مولفه‌های انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی: پایایی هر یک از گویه‌ها به مقدار بارهای عاملی هر یک از متغیرهای مشاهده‌شده، اشاره دارد و برای مشخص کردن اینکه شاخص‌های اندازه-گیری (متغیرهای مشاهده‌شده) تا چه اندازه برای سنجش متغیرهای پنهان قابل قبول‌اند، مورد استفاده قرار گرفته در جدول ۴ نشان داده شده است.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

جدول ۴. ضرایب بار عاملی برای مولفه‌های انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینان

انگیزه شناختی	مولفه‌ها	گویه‌ها	بارعاملی
انگیزه تصمیم گیری مالی کارآفرینی	تحمل ابهامات فرایند تصمیم مالی	۶۱	۰/۸۵۱
		۶۲	۰/۸۷۲
		۶۳	۰/۷۴۸
	خودکارامدی مالی در تصمیم گیری	۵۶	۰/۶۸۲
		۵۷	۰/۸۶۵
		۵۸	۰/۷۹۵
	انگیزش شناختی کارآفرینی	۵۹	۰/۸۴۸
		۶۰	۰/۸۸۳

چنانچه در جدول ۴ مشاهده می‌شود اعداد مندرج در ستون ضرایب بارهای عاملی نشان می‌دهد تمام سوال‌ها با سطح همبستگی بالا به خوبی مولفه‌های انگیزه تصمیم-گیری مالی (تحمل ابهامات فرایند تصمیم مالی، خودکارآمدی مالی در تصمیم‌گیری و انگیزش شناختی کارآفرینی) را اندازه گیری می‌کند. الگوی روابط انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی و مولفه‌های آن همراه با ضرایب بار عاملی به صورت الگوی ارائه شده در نمودار (۲) نشان داده شده است.



نمودار۲. الگوی روابط عامل مولفه‌های انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی همراه با ضرایب بار عاملی

ب) پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ مولفه‌های انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی: معیار کلاسیک برای سنجش پایایی و شاخص ارزیابی پایداری درونی محسوب می‌شود. پایایی ترکیبی، برای تعیین پایایی هر یک از سازه-ها علاوه بر معیار سنتی آلفای کرونباخ این است که پایایی سازه‌ها نه بصورت مطلق بلکه با توجه به همبستگی سازه-های‌شان با یکدیگر محاسبه می‌شود. برای سنجش بهتر پایایی هر دو معیار بکار برده می‌شود. علاوه بر آن زمانی که یکی از سازه‌ها پایایی پایین داشته باشد، پایایی ترکیبی آن را پوشش می‌دهد به شرط اینکه پایایی قابل قبولی داشته باشد. مقدار پایایی ترکیبی بالای ۰/۷ برای هر سازه، نشان از پایداری درونی مناسب برای مدل‌های اندازه‌گیری داشته و مقدار کمتر از ۰/۶ عدم وجود پایایی را نشان می‌دهد. چنانچه در جدول (۵) مشاهده می‌شود تمامی مقادیر پایایی ترکیبی در الگوی عوامل انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی بالاتر از میزان بحرانی ۰/۷ گزارش شده و همچنین آلفای کرونباخ بالای ۰/۶ است مولفه‌های این عوامل، نیازی به اعمال تغییرات در الگوی مورد بررسی از این لحاظ مشاهده نگردیده است.

جدول ۵. ضرایب پایایی ترکیبی و آلفای کرونباخ در الگوی برازش مولفه‌های انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی

انگیزه شناختی	مولفه‌ها	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی
انگیزه تصمیم گیری مالی کارآفرینی	تحمل ابهامات فرایند تصمیم مالی	۰/۷۶۵	۰/۸۶۴
	خودکارامدی مالی در تصمیم گیری	۰/۶۸۵	۰/۸۲۶
	انگیزش شناختی کارآفرینی	۰/۶۶۷	۰/۸۵۷

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

روایی همگرا: چنانچه در جدول ۶ مشاهده می‌گردد تمامی مقادیر فوق بزرگتر از میزان بحرانی ۰/۴ است که این امر نشانگر روایی همگرای قابل قبول الگوی اندازه‌گیری مولفه‌های انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی است.

جدول ۶. مقادیر میانگین واریانس استخراج‌شده در الگوی برازش مولفه‌های انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی

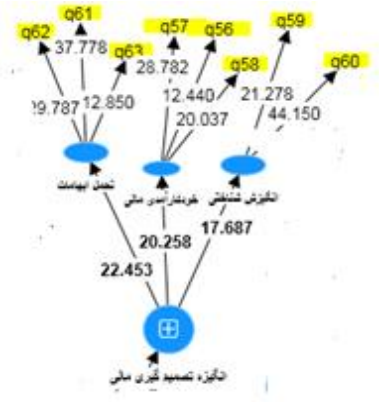
انگیزه شناختی	مولفه‌ها	AVE
انگیزه تصمیم گیری مالی کارآفرینی	تحمل ابهامات فرایند تصمیم مالی	۰/۶۸۱
	خودکارامدی مالی در تصمیم گیری	۰/۶۱۵
	انگیزش شناختی کارآفرینی	۰/۷۴۹

روایی واگرا مولفه‌های انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی در جدول (۷) ماتریس مربوط به مولفه‌ها نشان داده شده است. این الگو در صورتی روایی واگرای قابل قبولی دارد که اعداد مندرج در قطر اصلی از مقادیر زیرین خود بیشتر باشند. همانطور که در جدول مشاهده می کنیم این مقادیر برای مولفه‌های تحمل ابهامات فرایند تصمیم مالی، خودکارآمدی مالی در تصمیم‌گیری و انگیزش شناختی کارآفرینی مربوط به مولفه انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی بالاتر از مقادیر زیرین این سازه‌ها است.

جدول ۷. ماتریس سنجش روایی واگرا با روش فورنل لارکر

مولفه ها	تحمل ابهامات فرایند تصمیم مالی	خودکارامدی مالی در تصمیم گیری	انگیزش شناختی کارآفرینی
تحمل ابهامات فرایند تصمیم مالی	۰/۷۵۲	-	-
خودکارامدی مالی در تصمیم گیری	۰/۶۴۴	۰/۵۴۲	-
انگیزش شناختی کارآفرینی	۰/۶۲۳	۰/۵۱۲	۰/۶۷۴

مطابق با الگوریتم تحلیل داده‌ها در روش pls پس از برازش مدل‌های اندازه‌گیری، برازش مدل ساختاری پژوهش بررسی می‌شود. در بررسی مدل ساختاری روابط بین متغیرهای مکنون با همدیگر تجزیه و تحلیل شده و معیارهای ضرایب معناداری t-values معیار R Squares یا R^2، معیار Q^2 و معیار Redundancy برای برازش مدل ساختاری بررسی شده است. الف) مقادیر معناداری t-values: برای ارزیابی برازش مدل ساختاری پژوهش از چندین معیار استفاده می‌شود که اولین و اساسی‌ترین آن، ضرایب معناداری z یا همان مقادیر t-values است. در نمودار (۳) مقادیر t برای ارزیابی بخش ساختاری مدل نشان داده شده است. با توجه به این که تمام اعداد واقع بر مسیرها بالاتر از ۱/۹۶ هستند، این مطلب حاکی از معنادار بودن مسیرها، مناسب بودن مدل ساختاری پژوهش است.



شکل ۳. مقادیر t-values برای ارزیابی بخش ساختاری مدل پژوهش

ب) معیار R Squares یا R^2: دومین معیار ضروری برای بررسی برازش مدل ساختاری، بررسی ضرایب تعیین (R^2) مربوط به متغیرهای مکنون درون‌زا (وابسته) مدل است. مقادیر ضریب تعیین در جدول (۸) و نمودار (۲) قابل مشاهده است. مقدار R^2 برای مولفه تحمل ابهامات فرایند تصمیم مالی (۰/۶۳) بسیار قوی‌تر از سایر مولفه‌ها محاسبه شده است. با در نظر گرفتن سه مقدار ملاک مناسب بودن برازش مدل ساختاری تایید می‌شود.

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

جدول ۸. مقادیر R^2 برای انگیزه شناختی و مولفه‌های الگو

انگیزه شناختی	مولفه‌ها	R^2
انگیزه تصمیم گیری مالی کارآفرینی (۰/۲۴۶)	تحمل ابهامات فرایند تصمیم مالی	۰/۶۳۳
	خودکارامدی مالی در تصمیم گیری	۰/۵۷۸
	انگیزش شناختی کارآفرینی	۰/۶۱۶

ج) معیار Q^2: چنانچه در جدول (۹) مشاهده می‌شود مقادیر Q^2 برای مولفه‌ها از ۰/۱۵ بالاتر است که این امر نشان‌دهنده برازش متوسط به بالای الگو حکایت می‌باشد و در بسیاری از سازه‌ها برازش قوی الگو را نشان می‌دهد.

جدول ۹ . مقادیر Q^2 برای انگیزه شناختی و مولفه‌های الگو

انگیزش شناختی	مولفه‌ها		Q^2
انگیزه تصمیم گیری مالی کارآفرینی	تحمل ابهامات فرایند تصمیم مالی	۰/۱۱	۰/۲۷
	خودکارامدی مالی در تصمیم گیری	۰/۱۹	
	انگیزش شناختی کارآفرینی	۰/۱۷	

د) معیار Redundancy: هر چقدر مقدار Red بیشتر باشد (Red >۰/۰۹۵) نشان از برازش مناسبتر بخش ساختاری یک پژوهش است. در این پژوهش Red مولفه ها (Red =۰/۳۷۷) است پس برازش مناسب است.

$$Red_Y = communality_Y * R2$$

جدول۱۰. مقادیر Redundancy

مولفه‌ها	communality	R2	Red	$\overline{Red}$
تحمل ابهامات فرایند تصمیم مالی	۰/۷۹۵	۰/۶۳۳	۰/۵۰	۰/۳۷۷
خودکارامدی مالی در تصمیم گیری	۰/۷۶۰	۰/۵۷۸	۰/۴۴	
انگیزش شناختی کارآفرینی	۰/۷۸۵	۰/۶۱۶	۰/۴۸	

پس از اجرای آزمون‌های مراحل اول و دوم یعنی به ترتیب آزمون‌های مراحل برازش روابط اندازه‌گیری و ساختاری الگو نوبت به آزمون مرحله سوم یعنی آزمون کلی الگو از نظر برازش روابط اندازه‌گیری و ساختاری (معیار نیکویی برازش، شاخص ریشه میانگین مربعات باقیمانده استاندارد، شاخص تتای ریشه میانگین مربعات) به‌صورت کلی می‌رسد. الف) معیار نیکویی برازش (Gof): برای برازش الگوی کلی، معیاری به نام GOF وجود دارد که عبارت است از جذر حاصل‌ضرب میانگین مقادیر اشتراکی متغیرها در میانگین مقادیر R2 ، سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به‌عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای مقایسه استفاده می‌شوند.

$$\text{نیکوی برازش} = \sqrt{\text{روایی همگرا} \times \text{ضریب تعیین}}$$

$$= \sqrt{۰/681 \times ۰/609} = \sqrt{۰/414} = ۰/643$$

با عنایت به رابطه فوق، ابتدا میانگین روایی همگرا مولفه-های شناختی محاسبه شد. مقادیر مذکور بر اساس اطلاعات روایی همگرا مولفه‌های عوامل شناختی برابر با ۰/۶۸۱ بدست آمده است. برای محاسبه میانگین ضریب تعیین نیز باید مقادیر مربوط به تمام متغیرهای پنهان درون‌زا مدل مطابق با جدول (۸) در نظر گرفته شود و مقادیر میانگین‌شان محاسبه شود. بنابراین میانگین مقادیر ضریب تعیین برابر است با ۰/۶۰۹ است. در نتیجه، مقدار معیار GOF برابر است با ۰/۶۴۳ که این عدد با توجه به سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ به عنوان مقادیر ضعیف، متوسط و قوی برای GOF، نشان از برازش کلی قوی الگو می‌باشد. ب) شاخص ریشه میانگین مربعات باقیمانده استاندارد (SRMR): اگر مقدار شاخص SRMR از ۰/۱ کمتر باشد نشان از برازش مطلوب است. برخی نیز مقدار سخت‌گیرانه ۰/۸ را پیشنهاد کرده‌اند به این معنا که شاخص ریشه میانگین مربعات باید کمتر از ۰/۰۸ باشد. در این پژوهش مقدار شاخص SRMR ۰/۰۵ بدست آمده است که نشان دهنده‌ی برازش مطلوب است. ج) شاخص تتای ریشه میانگین مربعات (RMS_theta): در این پژوهش مقدار شاخص تتای ۰/۱۰ بدست آمده است که نشان دهنده‌ی مدل مناسبی است. در مرحله آخر، رابطه بین مولفه‌های انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی (متغیرهای پنهان) و گویه‌های هر یک از این مولفه‌ها (متغیرهای آشکار) بررسی می‌شود. بعبارتی به این موضوع می‌پردازیم که آیا بین مولفه‌های انگیزه تصمیم‌گیری مالی

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

کارآفرینی و گویه‌های هر یک از این مولفه‌ها همبستگی مثبت و معناداری وجود دارد.

جدول ۱۱. ضرایب معناداری Z انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی و مولفه‌های مربوط

عامل	مولفه	سوالات	شاخص-T مولفه	مولفه- عامل T
انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی	خودکارآمدی مالی در تصمیم‌گیری	۵۶	۱۲/۴۴۰	۲۰/۲۵۸
		۵۷	۲۸/۷۸۲	
		۵۸	۲۰/۰۳۷	
	تحمل ابهامات فرایند تصمیم مالی	۶۱	۳۷/۷۷۸	۲۲/۴۵۳
		۶۲	۲۹/۷۸۷	
		۶۳	۱۲/۸۵۰	
	انگیزش شناختی کارآفرینی	۵۹	۲۱/۲۷۸	۱۷/۶۸۷
		۶۰	۴۴/۱۵۰	

برای روشن شدن معنی‌دار بودن رابطه بین گویه‌ها و مولفه‌های مربوطه باید به ضرایب معناداری مسیرهای الگو رجوع نماییم. چنانچه در جدول (۱۱) مشاهده می کنیم، تمامی ضرایب بزرگتر از ۱/۹۶ بوده و بیانگر تایید تاثیر مثبت و معنی‌دار بین هر گویه‌ها و مولفه‌های (تحمل ابهامات فرایند تصمیم مالی، خودکارآمدی مالی در تصمیم‌گیری و انگیزش شناختی کارآفرینی) در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌باشد. ضرایب معنی‌داری مولفه‌ها (تحمل ابهامات فرایند تصمیم مالی، خودکارآمدی مالی در تصمیم‌گیری و انگیزش شناختی کارآفرینی) و عامل (انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی) نیز نشانگر این مطلب است که تمامی مولفه‌های تعریف شده بالاتر از ۱/۹۶ بوده و تاثیر مثبت و معنی‌دار همه‌ی مولفه‌ها بر روی عامل انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی در سطح اطمینان ۹۵ درصد تائید می‌گردد. شدت تاثیر هر یک از گویه‌ها بر مولفه‌های مربوطه و شدت تاثیر هر یک از مولفه‌ها بر عامل انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی در جدول (۱۲) گزارش گردیده‌اند.

جدول ۱۲. ضرایب بارعاملی انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی و مولفه‌های مربوط

عامل	مولفه	سوالات	بار عاملی شاخص-مولفه	بارعاملی مولفه- عامل
انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی	خودکارآمدی مالی در تصمیم‌گیری	۵۶	۰/۶۸۲	۰/۷۶۰
		۵۷	۰/۸۶۵	
		۵۸	۰/۷۹۵	
	تحمل ابهامات فرایند تصمیم مالی	۶۱	۰/۸۵۱	۰/۷۹۵
		۶۲	۰/۸۷۲	
		۶۳	۰/۷۴۸	
	انگیزش شناختی کارآفرینی	۵۹	۰/۸۴۸	۰/۷۸۵
		۶۰	۰/۸۸۳	

ضریب استاندارد مسیر مولفه خودکارآمدی مالی در تصمیم‌گیری و انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی (۰/۷۶۰) نشان‌دهنده این مطلب است که مولفه خود کارآمدی مالی در تصمیم‌گیری به میزان ۵۷ درصد (نمودار ۲) از تغییرات انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی را تبیین می‌کند. ضریب استاندارد مسیر مولفه تحمل ابهامات فرایند تصمیم مالی و انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی (۰/۷۹۵) نشان‌دهنده این مطلب است که مولفه تحمل ابهامات فرایند تصمیم مالی به میزان ۶۳ درصد (نمودار ۲) از تغییرات انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی را تبیین می‌کند. ضریب استاندارد مسیر مولفه انگیزش شناختی کارآفرینی و انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی (۰/۷۸۵) نشان‌دهنده این مطلب است که مولفه انگیزش شناختی کارآفرینی به میزان ۶۱ درصد (نمودار ۲) از تغییرات انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی را تبیین می‌کند.

بحث و نتیجه‌گیری

در دوره‌های گذشته فرآیند تصمیم‌گیری یک امر کاملا مشخص و قابل شناسایی تلقی می‌شد. انسان به صورت ساده شده‌ای یک انسان عقلایی فرض می‌شده است. این در حالی است که انسان عقلایی یک انسان غیر واقعی است و نمی‌تواند رفتار را به درستی تبیین کند. ورود علوم شناختی و رفتاری به حوزه تبیین تصمیمات و رفتار، آورده‌های قابل ملاحظه‌ای را در زمینه رفتار افراد به همراه

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

داشته است. بنابراین این پژوهش، به منظور طراحی الگوی انگیزه شناختی مرتبط با تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی دانشگاه تهران، مولفه‌های مرتبط با تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی از ادبیات و مصاحبه با کارآفرینان با کمک نرم‌افزار Maxqda شناسایی و با تحلیل داده‌های میدانی با روش مربعات جزئی بعنوان یکی از جدیدترین رویکردها در مدل‌سازی معادلات ساختاری (PLS-SEM)، هدف پژوهش محقق شد و از این نظر که این الگو به تصمیم‌گیری مالی در کارآفرینان دانشگاه تهران می‌پردازد و کمتر پژوهشگری این پژوهش را انجام داده‌اند می‌توان در حوزه شناختی و کارآفرینی نوآور باشد. در ادامه به تشریح هر یک از عوامل و نتایج بدست آمده می‌پردازیم.

در بخش کیفی، تحلیل یافته‌های بدست آمده از انجام مصاحبه با کارآفرینان دانشگاهی در تایید ادبیات موجود در این زمینه نشان می‌دهد که تصمیم‌گیری مالی کارآفرینان، فرایندی شناختی است و کیفیت آن تا حدود زیادی به نقش انسان بستگی دارد. با کدگذاری داده‌های بدست آمده در این مرحله، مرحله کیفی ۱ عامل شناختی و ۳ مولفه به دست آمد که عبارتند از: انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی که شامل مولفه‌های خودکارآمدی مالی در تصمیم‌گیری، تحمل ابهامات فرایند تصمیم مالی، انگیزش شناختی کارآفرینی است، که این مولفه‌ها در راستای انگیزه و علایق کارآفرینان در تصمیمات مالی قرار دارد. بررسی و تحلیل مولفه‌های مربوط به عامل انگیزه تصمیم-گیری مالی کارآفرینی در بخش کمی نشان می‌دهد که؛ تحمل ابهامات فرایند تصمیم مالی ۰/۶۳، مهمترین مولفه-های مرتبط با عامل انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی است که با پژوهش (فیلیپ‌پارت ۲۰۱۱؛ ذوالیفیغار وهمکاران ۲۰۲۲؛ بکر و همکاران ۲۰۰۷؛ ژائو و ایکسای ۲۰۲۰؛ مبارکی و همکاران ۱۳۹۱؛ سلسبیل وهمکاران ۱۴۰۱) همسو است، دلیل این هم‌خوانی می‌تواند محیط کاری کارآفرینان یا روش پژوهش یکسان باشد. در تبیین چنین یافته‌ای می‌توان گفت؛ یکی از ویژگی های شخصیتی که معمولاً کارآفرینان با آن شناخته می شوند و یکی از عوامل مؤثر در گرایش به فعالیت های کارآفرینانه ابهام پذیری یا تحمل ابهام است. رویکرد ویژگی های شخصیتی کارآفرینانه معتقد است ویژگی های شخصیتی وجود دارد که می تواند زمینه ساز گرایش به کارآفرینی باشد و روحیه کارآفرینی را در افراد تقویت کند. در واقع، در شروع یک تصمیم‌گیری مالی کارآفرینانه که با ایده های خلاقانه شروع می شود هیچ قطعیتی برای موفقیت این ایده و تصمیم‌گیری وجود ندارد. اما تصمیمات کارآفرینانه و فعالیت های این چنینی از آنجایی که خلاقانه، تازه و بدیع است و خیلی از آنها برای اولین بار قرار است اجرا شود معمولاً هیچ قطعیتی را به دنبال ندارد اما کارآفرینان این ابهام و آشفتگی را می پذیرند و دست به اقدام و برنامه ریزی می زنند و همین ویژگی است که یکی از وجوه تمایز عمده کارآفرینان و غیر کارآفرینان است یعنی توانایی تحمل ابهام یا ابهام پذیری. پس به این نتیجه می‌رسیم که قدرت تحمل ابهام در کارآفرینان به مراتب بیشتر از دیگران است و آنها این توانایی را دارند که بدون احساس ناراحتی، اضطراب و پریشانی به طور مؤثری با شرایط و اطلاعات مبهم، ناقص، غیرقطعی، سازمان‌نیافته و غیر شفاف مواجه شوند. می‌توان گفت ابهام موجب افزایش انگیزش کارآفرینان می شود و شاید هیجانی که در ابهام تجربه می کنند برای آنها لذت بخش باشد. از طرفی، کارآفرینی که قادر به تحمل ابهام در محیط است، هنگام مواجه با عدم اطمینان و کمبود اطلاعات، تصمیمات خود را با اطمینان بیشتری اتخاذ می‌کند. در این حالت وی سیستم شناختی خود را کمتر با فرایندهایی همچون جستجو و پردازش اطلاعات درگیر می‌نماید و تصاویر شناختی و ساختارهای دانشی موجود در نقشه ادراکی وی از مرغوبیت کمتری برخوردار خواهد بود.

انگیزش شناختی کارآفرینی با (۰/۶۱)، یکی دیگر از مولفه‌های مرتبط با عامل انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی است که با پژوهش‌های (سلسبیل وهمکاران ۱۴۰۱؛ ردیانتو ۲۰۲۲؛ سانتاس وهمکاران۲۰۱۰؛ گونزالس- آلوارز وهمکاران۲۰۱۲؛ شفرد و همکاران ۲۰۱۴؛ فررو و بسیئر ۲۰۱۶؛ مبارکی و همکاران ۱۳۹۵؛ فررو و بسیئر ۲۰۱۵؛ بارون ۲۰۰۷؛ سانچزوهمکاران ۲۰۱۱) همسو است. دلیل این هم‌خوانی می‌تواند شخص کارآفرین به عنوان جامعه پژوهشی یا فرایند تصمیم‌گیری کارآفرینان باشد. در تبیین چنین یافته‌ای می‌توان گفت؛ اهمیت انگیزش شناختی برای کارآفرینان در این است که این نیرو به عنوان قدرتمندترین عامل پیشران در زندگی افراد شناخته می‌شود. انگیزش شناختی یک مهارت

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

کلیدی است که دستیابی به اهداف ارزشمند را امکان‌پذیر می‌کند. در عین حال، می‌توان آن را از اصلی‌ترین بخش‌های زندگی به حساب آورد. بنابراین، برخورداری از این نیرو را می‌توان از مهم‌ترین عوامل موثری دانست که تعیین اهدافی بزرگ را ممکن می‌کند. برای رسیدن به توفیق، کافی است کارآفرینان خوش‌بینی و خودانگیزشی را چاشنی فعالیت‌های خود کرده و اهداف خویش را پیوسته به یاد داشته باشند.

در همین راستا، تحقیقات در حوزه کارآفرینان، تا حدودی شناخت را در سطح فردی مورد بحث و بررسی قرار داده‌اند، به عنوان مثال، بررسی تشخیص فرصت، نقش کارآفرینی، تمایل به شروع کسب و کار جدید، سوگیریها در تصمیم‌گیری فردی و سیاستهای تصمیم‌گیری افراد، این مطالعات هیچ‌گونه روشی بر ماهیت، اندازه‌گیری، یا تأثیر باورها و بازنمایی‌های شناختی در سطح گروهی، جایی که تصمیم‌گیری‌ها و اقدامات انجام می‌شود، تحلیل نمی‌کنند. همچنین تمرکز بر شناخت فردی نمی‌تواند تنوع شناختی یا تفاسیر آشکار در سطح گروه را توجیه کند و روش‌های مورد استفاده برای بررسی شناخت سطح فردی، زمانی که برای تیم‌ها اعمال می‌شوند، محدودیت‌های قابل‌توجهی وجود دارند (وست، ۲۰۰۷).

خودکارآمدی مالی در تصمیم‌گیری (۰/۵۷)، یکی دیگر از مولفه‌های مرتبط با عامل انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی هست. که با پژوهش‌های (ژائو و همکاران ۲۰۲۰؛ سلسبیل وهمکاران ۱۴۰۱؛ سانتاس وهمکاران۲۰۱۰؛ گونزالس- آلوارز وهمکاران۲۰۱۲؛ شفرد و همکاران ۲۰۱۴؛ فررو و بسیئر ۲۰۱۶؛ مبارکی و همکاران ۱۳۹۵؛ فررو و بسیئر ۲۰۱۵؛ بارون ۲۰۰۷؛ سانچزوهمکاران ۲۰۱۱؛ فیلیپ‌پارت ۲۰۱۱؛ ذوالیفیغار و همکاران ۲۰۲۲؛ بکر وهمکاران ۲۰۰۷) همخوانی دارد. در تبیین چنین یافته‌ای می‌توان گفت؛ خودکارآمدی با هدفگذاری و دستیابی، موفقیت، شروع رفتار، تلاش برای مقابله و پایداری در مواجهه با تجربیات نامطلوب مرتبط است. این مهارتها و کیفیتها نقش مهمی در دستیابی به رفتار مالی بهینه دارند. افرادی که خودکارآمدی بالا و اعتماد به نفس بیشتری در ظرفیت‌های مالی خود دارند احتمال بیشتری دارد که در کارشان سرمایه‌گذاری کنند. هرچه سطح خودکارآمدی بالاتری باشد احتمال لغزش‌های عمل کمتر می‌شود و می‌تواند به تصمیم‌گیری کمک شایانی نماید. علاوه برآن، کارآفرینی که از سطح خودکارآمدی بالایی برخوردار است باور دارد که می‌تواند با تکیه بر توانایی خود در فعالیتهایی مانند جستجوی اطلاعات و تحلیل محیط به نتایج خوبی دست یابد و بتواند بر تمامی جوانب محیطی که در آن به فعالیت مشغول است، اشراف داشته باشد. با توجه به این موارد می‌توان این گونه برآورد نمود که کارآفرینی با خودکارآمدی بالا بیشتر از سایرین خود را در فرایند جستجو و تحلیل و پردازش اطلاعات و دریافت بازخور از محیط، طبقه‌بندی موضوعات مختلف و برقراری ارتباط میان آنها، درگیر می‌نماید.

افرادی که دارای سطح خودکارآمدی بالاتری هستند امکانات شغلی گسترده‌ای را مورد توجه قرار می‌دهند و موفقیت شغلی بیشتری دارند (نبوی و همکاران، ۱۳۹۶).از طرفی، خودکارآمدی به باور کارآفرینان اطلاق می‌شود که می‌توانند منابع شناختی و انگیزشی خود را برای کنترل موقعیتهای تصمیم‌گیری بسیج کنند. نیاز به شناخت یک مفهوم مرکزی برای انگیزش شناختی است و افرادی که نیاز زیادی به شناخت دارند از درگیر شدن در فعالیتهای شناختی پرتلاش لذت می‌برند. در رابطه با تصمیم‌گیری و به‌ویژه با عقلانیت در تصمیم‌گیری، کورسو ۲۰۰۶ نشان داد که نیاز به شناخت به طور مثبت با عقلانیت در تصمیم‌گیری مرتبط است. بنابراین بسیار محتمل است که افرادی که نیاز به شناخت بالایی دارند، بازنمایی‌های شناختی پیچیده‌تری را در محیط حافظه‌کاری خود ایجاد کنند. کارآفرینانی که در تصمیم‌گیری احساس راحتی می‌کنند، زمانی که معلوم است اطلاعات از دست رفته است، به احتمال زیاد بازنمایی‌های شناختی کم‌پیچیده‌تری را در فضای حافظه‌کاری خود ایجاد می‌کنند. در نتیجه، اهرم شناختی که از طریق آن ویژگی‌های انگیزشی بر نتایج تصمیم‌گیری در محیط کارآفرینی تأثیر می گذارد (ورملن و همکاران، ۲۰۰۸).

همچنین؛ عامل انگیزه تصمیم‌گیری مالی کارآفرینی به میزان ۰/۲۴ مرتبط با عوامل شناختی موجود است که در نمودار (۲) قابل ملاحظه می‌باشد که با یافته‌های (سلسبیل و همکاران ۱۴۰۱؛ مبارکی و همکاران ۱۳۹۱؛ فررو و همکاران ۲۰۱۵؛ ورملن و کورسئو ۲۰۰۸؛ بارون ۲۰۰۷) همسو است. در تبیین یافته‌ها می‌توان گفت؛ در فرایند تصمیم‌گیری و اقدام دلایل و انگیزه‌های دیگری هم

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

نیز مطرح است. لذا هرچند در بیشتر موارد، نیاز مالی به عنوان محرک اصلی بـه حسـاب می‌آید اما اولا ، تنها انگیزه، انگیزه مالی نبوده و ثانیا افرادی هم بودند که اصلا انگیزه مالی نداشتند و موتور محرک‌شان ایده یا برند یا خلاقیت بوده است. همچنین انگیزش یکی از ابزارهای مهم در القای افراد برای تولید نتیجه مؤثر و کارآمد و خلق محیط کاری مثبت و اجرای موفقیت آمیز برنامه‌ها پیش-بینی شده است و یکی از مهمتر نیازهای کارکنان در شرکت‌های کارآفرینی، برقراری اعتماد میان اعضای شرکت و فرد کارآفرین است. وجود سطح بالای اعتماد در شرکت کارآفرینی باعث ایجاد هزینه‌های پایین ارزیابی و دیگر مکانیزم‌های کنترل خواهد بود و کارکنان شرکت خود را کنترل و دارای انگیزه‌های درونی خواهند بود که به نوعی در بهبود فعالیتها تصمیم‌گیری مالی اثرگذار خواهد بود و بر این اساس می‌توان چنین استنباط نمود که وجود اعتماد در بین اعضای شرکت و فرد کارآفرین نقش موثری در ایجاد انگیزه و درونی کردن اهداف شرکت در حین و بعد از تصمیم‌گیری مالی دارد و باعث تاثیرگذاری در موفقیت فرد کارآفرین و شرکت می‌شود.

رفتارهای انسانی از جمله تصمیم‌گیری مالی با سه عامل ذکر شده یعنی انگیزش، شناخت و عوامل هیجانی تعیین می‌شوند. عوامل انگیزشی به عواملی اشاره می‌کنند که از طریق آن رفتارهای هدفمند آغاز و تقویت می‌شوند و ادامه می‌یابند. در ادبیات موضوعی سه دسته از این عوامل؛ یعنی خودکارآمدی، انگیزه‌های شناختی و تحمل ابهام اهمیت بسیاری دارند (محجوب و همکاران، ۱۳۹۷). از طرفی عوامل انگیزشی نقش بسیار مهمی در تصمیم-گیریهای مالی بازی می‌کنند. به طورکلی انگیزه‌ها به عواملی اشاره می‌کنند که از طریق آن رفتارهای هدفمند آغاز، تقویت و ادامه می‌یابند (نادری و همکاران، ۱۳۹۴). با توجه به ادبیات نظری و نتایج پژوهش، بهتر است که تصمیم‌گیران در کنار سایر عوامل تاثیرگذار بر قضاوت و تصمیم‌گیری، انگیزه شناختی خود آگاهی یابند و در صورتی که در این موارد مشکلاتی داشته باشند در انجام فرایند تصمیم‌گیری احتیاط کرده و نسبت به آموزش‌های شناختی و افزایش انگیزه شناختی خود اقدام نمایند. چرا که گستره شناخت به عنوان یکی از عوامل مهم رشد فرد در سیستم پردازش تحلیلی در تصمیم‌گیری به شمار رفته و حتی می‌تواند انگیزه شناختی را نیز کاهش دهد.

همچنین، بهتر است که تصمیم‌گیران کارآفرینی، علاوه بر اطلاعات حسابداری و حسابرسی موجود در صورت‌های مالی، به اطلاعات غیرحسابداری شامل کیفیت مدیریت مالی، سرمایه انسانی، فرهنگ شغلی، رضایتمندی مشتریان توجه نموده و در تصمیم‌گیری‌های مالی خود آنها را مدنظر قرار دهند. چرا که امروزه مواردی چون اهداف و استراتژی‌های مدیر عاملان شرکت، رضایتمندی مشتریان و سرمایه انسانی می‌تواند عملکرد شرکت را به طور اساسی تحت تاثیر قرار دهد و آگاهی از این موارد، می‌تواند در تصمیم‌گیری کارآفرینان به خصوص تصمیمات مالی آنها مفید باشد.

- دسته‌بندی ارائه شده در این پژوهش از انگیزه‌های تصمیم‌گیری مالی کارآفرینان، به سیاستگذاران نشان می-دهد که نباید انگیزه همه کارآفرینان را کسب منافع مالی قلمداد کنند بلکه طیف گستردهای از کارآفرینان با انگیزه‌های کاملاً متفاوت وجود دارند که متناسب با انگیزه‌های هر یک می‌بایست برای رشد کسب وکارها برنامه‌ریزی نمود.- پیشنهادها با توجه به نتایج به دست آمده در خصوص شاخص‌های شکل‌دهندی الگوی عوامل شناختی، به کارآفرینان توصیه می‌شود تا ساختارهای دانشی و قوه تصویرسازی ذهنی خود را تقویت نمایند. در واقع توجه کارآفرینان به کسب دانش و اطلاعات بیشتر، همچنین توجه مضاعف به تجربیات و تخصصهای پیشین منجر به بهبود قدرت پردازش اطلاعات در سیستم شناختی آنها می‌شود. تقویت قدرت پردازش اطلاعات، کارآفرین را به فردی با انگیزه شناختی بالا تبدیل می‌کند که قادر است تصمیماتی سنجیده‌تر اتخاذ نماید. - با توجه به اینکه آشکار شد بعد محیط تأثیر قابل توجهی بر سطح شناختی کارآفرینان دارد، به کارآفرینان نوپا توصیه می-شود از رویارویی با محیط‌های پر ابهام و پیچیده واهمه‌ای نداشته باشند؛ زیرا سرو کار داشتن با یک محیط پر از ابهام، توانایی تجزیه و تحلیل اطلاعات را در آنها افزایش می‌دهد و در واقع برای آنها اطلاعات، دانش و تجربه بیشتری به همراه خواهد داشت. به عبارتی شرایط پیچیده محیطی برای آنها به منزله تمرینی جهت افزایش قوه شناخت و پردازش اطلاعات می باشد و آنها را به کارآفرینانی با انگیزه شناختی بالا تبدیل می‌کند که قادراند جزئیات بیشتری را در تصمیم‌گیری خود لحاظ نمایند. - به کارآفرینان پیشنهاد می‌گردد به منظور بهبود

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

قابلیتهای خود در رویارویی با فشارهای محیطی و افزایش توانایی خود در ارائه راه‌حلهای موفقیت‌آمیز برای حل تضاد و تناقض در حین تصمیم‌گیری و در مجموع بالا بردن سطح شناختی خود، ویژگی عوامل شناختی را در خود تقویت کنند و همینطور به سیاست‌گذاران این حوزه پیشنهاد می‌شود تا آموزش‌های لازم را در این خصوص برای کارآفرینان دانشگاهی پیاده‌سازی کنند.- به زعم کارآفرینان دانشگاهی مورد مصاحبه درصد مشکلات و تنگناهایی که در طول فرایند تصمیم‌گیری مالی ایجاد می‌شود یکی از مواردی است که تصمیم‌گیری آنها را تحت تأثیر قرار می‌دهد. البته نوع این مشکلات برای هرکارآفرین متفاوت است؛ مثلاً مشکلات مالی، محدودیتهایی که به واسطه قراردادها یا مجوزهای موجود بر کارآفرین تحمیل می‌شود، یا قوانین و مقررات و موانع قانونی. در کل اعتقاد کارآفرینان دانشگاهی بر این است که بسته به نوع فعالیتشان با مشکلات متفاوت و منحصر به فردی مواجه می‌شوند و این موارد مسیر فرایند تصمیم-گیری کارآفرینانه آنها را جهت‌دهی می‌نماید. پس مطالعه این تحقیق به کارآفرینان دانشگاهی و حتی سیاست‌گذاران توصیه می‌شود.- با توجه به اینکه اهمیت جستجو اطلاعات بعنوان قدم حیاتی در فرایند تصمیم‌گیری مالی کارآفرینانه بسیار مهم است، به کارآفرینان دانشگاهی توصیه می‌شود به منظور 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 و خودکارآمدی خود را در این زمینه 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؛ چرا که این کار به آنها کمک می‌کند تا به جای 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 همه جانبه و رضایت‌بخش دست یابند.- زمانی که فضای تصمیم‌گیری کارآفرینان دانشگاهی دارای ابهام زیادی است، جنبه‌های مثبت انگیزه به عنوان تقویت‌کننده فعالیت‌های نوآورانه عمل می‌کند. پیشنهاد می‌شود برای تقویت کارآفرینی بر برخی جنبه های مثبت انگیزه شناختی مانند توانایی کنترل رویدادهای نامطلوب تکیه کرد. تزریق روحیه علاقه و اعتماد به نفس در جامعه تجاری به عنوان خط‌مشی توسعه‌ی کارآفرینی در سطح ملی و محلی دنبال شود. - در زمینه مسیر پژوهشی تحقیق حاضر، توجه به چند موضوع برای تحقیقات آتی راهگشاست. نخست اینکه در این مطالعه فقط انگیزه شناختی مطالعه شده است که در تحقیقات آتی می‌توان تاثیر سایر عوامل شناختی مانند پیچیدگی، ریسک، سوگیری و غیره را بر شروع فعالیت‌های نوآورانه بررسی کرد. دوم اینکه، تحلیل در این مطالعه، بر اساس سطح فرد صورت گرفته است. در نظر گرفتن عواملی مانند پویایی محیطی می‌تواند به تبیین مناسبتر رابطه‌ی انگیزه شناختی و کارآفرینی کمک کند.- پژوهشگران رشته‌های مالی، شناختی و کارآفرینی نیز می‌توانند با انجام مطالعات و تحقیقات لازم در مورد انگیزه شناختی، موجب توسعه و غنای ادبیات نظری در این بخش شده و این موضوعات را در سایر حوزه‌ها از قبیل حسابداری مدیریت، آموزش کارآفرینی و ..... نیز بررسی قرار دهند. همچنین، از آنجایی که تحقیقات محدودی در این حوزه انجام شده است جهت پشتیبانی از نتایج این پژوهش، تحقیقات بیشتری لازم می‌باشد.

References

Azizi, K;. Hosseinpour, M;. Rezaei, B. (2022). Providing a framework for classifying entrepreneurial motivations based on the direction and source of motivation. Public Administration Perspective Quarterly, 13(1), 117-136. (in Persian).

Babaei Manghari, M. M. (2024). Representation a Model of Cognitive Factors Related to the Financial decisions Academic Entrepreneurs (Case study: Tehran University). for the Degree of PHD in ECONOMICS AND FINANCIAL MANAGEMENT OF HIGHER EDUCATION, UNIVERSITY OF TEHRAN. Iran.

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. (in Persian).

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

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

Naderi, A; Kharazi, K; Etziri, Y. Mahjoub, H. (2014). Financial strategic decisions with a cognitive approach. Quarterly Journal of Human Resource Studies, 5 (17): 85-116. (in Persian).

Nouri, P., Ahmadi Kafeshani, A., Rezvani, M. (2019). Exploring the antecedents and consequences of illusion of control in entrepreneurs. *Organizational Behavior Studies Quarterly. 8(2),* 61-82. 20.1001.1.23221518.1398.8.2.3.6 (in Persian).

Pazooki, M., Jafarpour, E., Hajati, Z., & Malek Mohammadi, S. (2025). The mediating role of cognitive self-efficacy in the relationship between early maladaptive schemas and psychological vitality in individuals with essential anxiety. Journal of Cognitive Psychology. 2024; 12 (4):1-15 [Persian]

Philippart, R. (2011). Entrepreneurial Strategic Decision-Making: An Exploratory Qualitative Analysis. master dissertation**.** Organization and Strategy: University of Tilburg,Tilburg, Netherlands. ۱ http://arno.uvt.nl/show.cgi?fid=114218

PINFOLD, L. (2015). RE CURRENT MODELS OF ENTREPRENEURIAL DECISION-MAKING AND COGNITIVE COPING RELEVANT TO NOVICE ENTREPRENEURS?. A thesis submitted to The University of Manchester for the degree of Doctorate of Business Administration in the Faculty of Manchester Business School. SCHOOL OF HUMANITIES / Manchester Business School.

Vermeulen Patrick, A.M., Curseu Petru, L. (2008). *Entrepreneurial strategic decision-making a cognitive perspective.* Published by: Edward Elgar Publishing Limited.

Radianto, W. E, Christian Efrata, T, Dewi. L, Effendi, L. V, Salim, I.R, (2022),"THE ROLES OF FINANCIAL SELF EFFICACY AND MENTAL ACCOUNTING IN INCREASING FINANCIAL MOTIVATION AND BEHAVIOR,International Journal of Economics, Business, and Accounting Research (IJEBAR), e-ISSN: 2614-1280 p-ISSN: 2622-4771.

Radianto, W. E. D. Salim, I. Christian, S. Efrata, T. C. & Dewi, L. (2022)." Does Mental Accounting Play an Important Role in Young Entrepreneurs? Studies on Entrepreneurship Education". Journal of Educational and Social Research, 12(2), 140-151. doi:10.36941/jesr2022-0040.

Rajabiyan Dehzireh M, Maghami HM, Hoseini SM. The effect of interactive educational simulation on the perceived motivational climate and emotional self-awareness of 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.

Caputo, A., Pellegrini, M. M. (2019). An Overview of The Anatomy of Entrepreneurial Decisions. In The Anatomy of Entrepreneurial Decisions, 1(6). Springer.

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.

Farrell, L., Fry, T.R.L., Risse, L. (2016). The significance of financial self-efficacy in explaining women's personal finance behavior. Journal of Economic Psychology,1 (54), 85-99.

Grégoire, D.A., Corbett., A.C., McMullen, J.S. (2011). The Cognitive Perspective in Entrepreneurship: An Agenda for Future Researchjoms. Journal of Management Studies. (1), 1443-1477. doi: 10.1111/j.1467-6486.2010.00922.x

- Hiserich, R. D.; Peters, M. P. (2002). Entrepreneurship (first volume). Translators: Alireza Fayaz Bakhsh, Hamidreza Taghiyari 2019. Publications: Sharif University of Technology. (in Persian).

- Mahjoub, H; Naderi, A; Kharazi, K; Inteziri, Y. (2017). Financial strategic decisions in comprehensive state universities. Research and Planning Quarterly in Higher Education, 24 (2), 53-83. (in Persian).

Mobaraki, M. H., Nori, 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://jpap.sbu.ac.ir/article_95666.html?lang=fa(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).

Nabavi, S., Sohrabi, F., Afrooz, GH., Delavar, A., Hosseinian, S. (2017). Relationship between self-efficacy and mental health among teachers: the role of perceived social support. Research in psychological Health, 1 1 (2), 50 -69. http://dx.doi.org/10.29252/rph.11.2.50 [Persian]

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]

student primary school. Journal of Cognitive Psychology. 2023; 11 (3):30-44. [Persian].

Reza, F., Asadi, J., Mirani, A., Khajevand Khoshli, A. The effectiveness of emotion-focused therapy on anxiety sensitivity and intolerance of uncertainty in students with obsessive-compulsive disorder. Journal of Research in Psychological Health. 2025; 18 (4):1-15 http://rph.khu.ac.ir/article-1-4628-fa.html [Persian].

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*. Tehran, Iran. (in Persian).

Sassetti , S., Cavaliere, V., Lombardi, S. (2022). The rhythm of effective entrepreneurs' decision‐making process. The pathways of alertness scanning and search and cognitive style. A mediation model. *International Entrepreneurship and Management Journal. (18),* 555–578. https://doi.org/10.1007/s11365-021-00759-1.

Su, J., Zhai, Q., & Karlsson, T. (2017). Beyond Red Tape and Fools: Institutional Theory in Entrepreneurship Research, 1992–2014. ENTREPRENEURSHIPTHEORY and PRACTICE. 1(1), 505- 531. DOI: 10.1111/etap.12218.

West, G.P. (2007).Collective Cognition: When Entrepreneurial Teams, Not Individuals, Make Decisions. *Entrepreneurship Theory and Practice, 31 (1),* 77-102.

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. 10.2991/assehr.k.220107.006

Xiao, J. J. Chen, C. Chen, F. (2014). "Consumer financial capability and financial satisfaction". Social Indicators Research, 118(1).

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 .

[Downloaded from isharat.khu.ac.ir on 2026-10-29]