



ارائه الگوی تصمیم‌گیری کارآمد مالی کارآفرینان دانشگاهی (مطالعه فراترکیب)

محمد مهدی بابائی‌منقاری

دانشجو دکترای اقتصاد و مدیریت مالی آموزش عالی، دانشگاه تهران، ایران.

میترا عزتی (مسئول مکاتبات)

عضو هیات علمی گروه مدیریت و برنامه ریزی آموزشی، دانشگاه تهران، ایران.

ezati.m@ut.ac.ir

وحید مهربانی

عضو هیات علمی گروه مدیریت و برنامه ریزی آموزشی، دانشگاه تهران، ایران.

حسن محبوب عشرت آبادی

عضو هیات علمی گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه علوم و فنون هوایی شهید ستاری، ایران.

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱-۱۲-۲۶

تاریخ ارسال: ۱۴۰۱-۱۱-۰۵

چکیده

در سال‌های اخیر، تصمیم‌گیری مالی کارآفرینان دانشگاهی توجه بسیاری از پژوهشگران را به خود جلب کرده است. چندین جریان پژوهشی در این حوزه وجود دارد؛ اما این زمینه از مدل‌های مفهومی جامع بی‌بهره مانده است. پژوهش حاضر با هدف سنتز ادبیات گسترده در مورد تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی صورت گرفته تا چارچوبی نظام مند از مولفه‌های تصمیم‌گیری مالی کارآفرینان دانشگاهی ارائه نماید. این پژوهش از نظر هدف کاربردی است و با رویکرد کیفی با روش فراترکیب انجام شده است و برای گردآوری داده‌ها از روش کتابخانه‌ای استفاده شده است. جامعه مورد مطالعه پژوهش، تمامی منابع علمی مرتبط با موضوع تصمیم‌گیری کارآمد مالی کارآفرینان دانشگاهی در بازه زمانی (۱۴۰۰-۱۳۸۰ و همچنین ۱۹۹۰-۲۰۲۱) می‌باشد. کلید واژه‌های تصمیم‌گیری، تصمیمات مالی، تصمیم‌گیری کارآفرینان از پایگاه داده‌های داخلی پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی، نورمگز، مگیران، پرتال جامع علوم انسانی، پایان نامه دانشگاه تهران و گنج‌بنا، و پایگاه داده‌های خارجی همچون Elsevier، Scholar.google، Proquest مورد جستجو قرار گرفت. در این راستا ۲۱۵ پژوهش در زمینه موضوع مورد نظر ارزیابی و در نهایت ۴۴ مقاله به صورت هدفمند انتخاب گردید و با تحلیل مضمون و ترکیب ادبیات مربوطه در مجموع ۱۳۰ مضامین پایه، ۱۷ مضامین پیش‌سازمان‌دهنده ثانویه، ۷ مضامین پیش‌سازمان‌دهنده اولیه طی فرایند جستجو و ترکیب نظامند انتخاب و مورد تحلیل قرار گرفت و اعتبار آن از طریق آزمون کاپای تایید گردید. نتایج تحلیل نشان داد که مهمترین مضامین پیش‌سازمان‌دهنده اولیه شناسایی شده شامل؛ ویژگی فردی، ویژگی تصمیم‌گیری، عوامل محیطی، توجه و توسعه پایدارسازی منابع مالی، مدیریت مالی اثربخش، نقصان اطلاعاتی، تغییرات سیاسی و قانونی است و در نهایت پس از طی مراحل هفتگانه پژوهش الگوی تلفیقی تصمیم‌گیری کارآمد مالی کارآفرینان دانشگاهی تدوین گردید.

واژه‌های کلیدی: تصمیم‌گیری کارآمد مالی، کارآفرینان دانشگاهی، الگو، روش فراترکیب

مقدمه

است. اول اینکه کارآفرینان دانشگاهی مهمترین بازیگران در فرایند انتقال فناوری از دانشگاه به صنعت است و دوم، اینکه مطالعه کارآفرینان دانشگاهی به ما کمک می کند تا نقش تحقیقات دانشگاهی در توسعه اقتصاد ملی بهتر درک شود (فریدی، عزیزی، ۱۳۹۶). همچنین امروزه، منابع خلق ارزش از سرمایه های برونزا به سرمایه های درونزا و نهان تغییر جهت داده است. سرمایه های انسانی و اجتماعی و اخیرا سرمایه روانشناسی همچون ثروت هایی پنهان، به تولید دانش سازمانی منتهی می شوند و روش های سنتی ایجاد ارزش همچون سرمایه های مادی و فیزیکی، جایگاه گذشته خود را از دست داده اند. در حالی که به طور کلاسیک سرمایه های بکارگرفته توسط افراد به سه شکل سرمایه اقتصادی، سرمایه های انسانی و سرمایه اجتماعی، تعریف می شدند امروزه نوع چهارمی از سرمایه های نامرئی تحت عنوان سرمایه روانشناسی تعریف می شود (پرهیزگار، پیرعلی، سیادت، ۱۳۹۶). در دوره های گذشته و شاید آغاز تاریخ اندیشه و فلسفه، فرایند تصمیم گیری کاملاً قابل شناسایی تلقی می شد. اما در دوره مدرن این پیش فرض به صورت فزاینده ای به چالش کشیده شده است. از منظر علوم گوناگون به مسئله تصمیم گیری پرداخته شده و این امر بر پیچیدگی مقوله تصمیم گیری افزوده است (رضائیان، خرازی، جمالی، نادری، ۱۳۹۸). بنابراین، تصمیم گیری فرایندی است که از طریق آن، راه حل مسئله معینی انتخاب می گردد و مشتمل بر مجموعه فعالیت هایی است که به گزینش یک راهکار، از مجموع راهکارهای بدیل منجر می شود (حسینی، کلایی، مهرابی، ۱۳۹۱).

فرایند تصمیم گیری از دو جنبه ی اصلی مورد بررسی محققان واقع شده است: رویکرد هنجاری و رویکرد توصیفی. رویکرد هنجاری یا کمی، مبتنی بر رهیافت انتخاب عقلانی بوده و بر رده بندی پارامترهای مساله و حل مسئله براساس طیفی از ارزش های مشخص تاکید دارد. فرایند تصمیم گیری ذاتاً یک فرایند عقلایی است و تصمیم گیران کاملاً به صورت ابزاری عمل می کنند و قادرند به شیوه عقلایی بهینه ترین

امروزه در بیشتر کشورها توجه ویژه ای به کارآفرینی و کارآفرینان می شود. تقویت کارآفرینی و ایجاد بستر مناسب برای توسعه آن از ابزارهای پیشرفت اقتصادی کشورها به ویژه کشورهای در حال توسعه به شمار می آید؛ زیرا فعالیت های کارآفرینانه با اثربخشی بالا به توسعه اقتصادی (از جمله اشتغال، نوآوری در فعالیت ها و رقابت پذیری و غیره) منجر می شود (حسینی، ابوالقاسمی، مشبکی اصفهانی، ۱۳۹۷). از سوی دیگر، تجارب کشورهای مختلف دنیا اعم از توسعه یافته و در حال توسعه، نشان دهنده آن است که بهترین گزینه برای آماده کردن فارغ التحصیلان نظام آموزشی برای اشتغال در بازار کار، ایجاد بستر مناسب برای خود اشتغالی و کارآفرینی از سوی دانشگاه ها و موسسات آموزش عالی است (زنگ، ژانگ، لی^۱، ۲۰۱۵). امروزه تاکید ویژه ای بر مشارکت دانشگاه ها در زمینه های گوناگون یعنی انتقال فناوری دانشگاه و صنعت، ارتباط بین تحقیقات دانشگاهی و نوآوری بخش خصوصی، مکانیزم انتقال فناوری، تکامل فعالیت های انتقال تکنولوژی و ایجاد شرکتهای جدید برای بهره برداری از تکنولوژی و حمایت های دانشگاه شده است (کارستو^۲، ۲۰۱۱) و همچنین مسائل دیگر نظیر شاخص های اقتصادی و مدیریت انتقال تکنولوژی دانشگاه نیز مورد توجه بوده است (شفرده، پاتزلت^۳، ۲۰۱۱).

در سالهای اخیر، ایجاد مراکز آموزش و ترویج کارآفرینی رشد چشم گیری در نظام های آموزش عالی دنیا و همچنین کشور ایران داشته است. ظهور دانشگاه کارآفرین، نظام های آموزش عالی را با چالشی بزرگ مواجه نموده است و مفاهیمی گسترده از قبیل تجاری سازی فناوری های دانشگاهی، ثبت اختراع، اعطای امتیازات، درآمدهای حاصل از واگذاری امتیازات و ایجاد شرکت های زایشی در نظام دانشگاهی وارد شده است. کارآفرینی دانشگاهی، از تلاش های دانشگاهی در دو زمینه مرتبط به هم گرفته شده

^۳ - Shepherd, Patzelt

^۱ - Zeng, Zheng, Lee
^۲ - Curseau

پشتوانه کارآفرینان هستند. بحث انتخاب منابع مالی و توجیه انتخاب بهترین ساختار سرمایه در شرایط مختلف کسب و کار، زمینه را برای بررسی نگرش مدیریت در انتخاب و توزیع مناسب منابع مالی در ادبیات مالی گشوده است (اعتمادی و همکاران، ۱۳۹۳).

دولت و توسعه مالی هر دو در ارتباط با هم تاثیر مثبتی را بر دوش فعالیتهای کارآفرینی می گذارند و از طرفی حکمرانی بهتر و افزایش توسعه مالی و فعالیتهای کارآفرینی رسمی و غیررسمی اقتصاد نوظهور شناختی را ایجاد می کند (امری، ۲۰۲۰). پس، شرایط مالی کارآفرینی با دو مشکل اساسی مشخص می شود. اول، عدم تقارن اطلاعاتی زیاد بین کارآفرینان و سرمایه گذاران وجود دارد. به عنوان مثال، تشخیص کیفیت و ارزش بالقوه نوآوری های تکنولوژیکی برای سرمایه گذاران خارجی دشوار است. در مقابل، کارآفرینانی که غالباً خود مبتکر هستند، کیفیت نوآوری را درک می کنند. دوم، مشکل خطر اخلاقی بالقوه وجود دارد. هنگامی که کارآفرینان سرمایه های خارجی خود را جمع آوری کردند، انگیزه دارند که این بودجه را با صرف هزینه واردی که به طور نامتناسب به نفع خود هستند، تخصیص ندهند. به عنوان مثال، یک کارآفرین / دانشمند ممکن است سرمایه گذاری در فعالیتهای تحقیقاتی را که موجب اعتبار دانشمند می شود، انتخاب کند اما برای سرمایه گذار بازده کمی دارد (دیوید، ۲۰۰۴). بنابراین، عموم تصمیمات دنیای واقعی در شرایط عدم اطمینان گرفته می شوند. از این لحاظ، کارآفرینان با چالش های جدی روبه رو هستند و ناچارند تصمیمات متفاوتی را اتخاذ کنند؛ مثلاً وی بیان می کند که کارآفرینان قادر نیستند نسبت به میزان تقاضا، اندازه بازار، سهم بازار مورد انتظار و سولاتی نظیر اینها که برای یک محصول کاملاً جدیدی که در بازار وجود ندارد، پاسخ هایی داشته باشند. همه اینها نیز در شرایطی است که کارآفرینان عموماً منابع مالی و غیرمالی لازم برای یافتن پاسخ سولات فوق را در اختیار ندارند (میرواحدی، ۱۳۹۶). یکی از

راهکار موجود را انتخاب و جهت افزایش مطلوب خود تلاش کنند. دیدگاه سنتی مانند تصمیم گیری هنجاری، عقلانیت از دیدگاه کلاسیک، عقلانیت محدود و عقلانیت نئوکلاسیک از جمله مواردی هستند که بر فرضیه عقلایی فرایند تصمیم گیری تاکید دارند (حسینی، کلابی، مهربانی، ۱۳۹۱). در مقابل این رویکرد، چارچوب توصیفی یا کیفی قرار دارد که نه تنها برای رده بندی و تعیین پارامترهای مساله تلاش نمی کند، بلکه مبتنی بر رهیافت روانشناسی معرفت شناختی بوده، به دنبال حل مسئله براساس تحلیل های کیفی مبتنی بر راهکارهای ذهنی و شهودی می باشد. دیدگاه های تصمیم گیری شهودی، تصمیم گیری ابتکاری، تصمیم گیری طبیعی و تصمیم گیری باز در رده رویکرد تصمیم گیری کیفی جای دارند (ورمولن، کورسوا، ۲۰۱۰). لذا؛ در مطالعات کارآفرینی و کارآفرینان، به جای تمرکز صرف بر موضوعاتی مانند اینکه کارآفرینان چه کسانی هستند و چه تفاوتی با دیگر افراد از نظر توانایی در شناسایی فرصت ها یا ویژگی های جمعیت شناختی دارند، باید به این نکته توجه شود که فرایند تصمیم گیری کارآفرینان چیست و کارآفرینان بعنوان گونه ویژه ای از تصمیم گیرندگان یا متخصصان تصمیم گیری چگونه تصمیم گیری می کنند. از سویی، فرایند تصمیم گیری کارآفرینان در هر جامعه ای، متأثر از زمینه و محیط کسب و کار آن جامعه است (زیودار، ایمانی پور، طالبی، حسینی، ۱۳۹۵). بنابراین، تصمیم گیری کارآفرینان جهت ایجاد کسب و کارهای جدید، ماهیتی خلاق و اثرگذار دارد و تغییر و تحولاتی که به دنبال آن صورت می پذیرد، منجر به ظهور اهداف، مسیرها و ابزارهای جدید می شود. به همین دلیل، الگوهای حاصل از پیش فرض های مکاتب کلاسیک و نئوکلاسیک اقتصادی و همینطور، نظریه عقلانیت محدود سایمون (۱۹۷۹) که متأثر از اهداف موجود یا از پیش تعیین شده هستند، نمی توانند تبیین درستی از فرایند تصمیم گیری کارآفرینان بعنوان فرایند خالق اهداف جدید داشته باشند (به نقل از زیودار و همکاران، ۱۳۹۵). دسترسی به منابع برای کسب و کارهای تازه، تکیه گاه کارآفرینان است. میزان سرمایه و منابع انسانی، مهمترین

² - Omri

¹ - Vermeulen, Curseu

شناخت هر چند ناقص، در شکل‌دهی رفتار و تصمیم‌گیری بسیار تاثیر می‌گذارد. از این رو، چیزی که انسان را در مسیر تصمیم‌گیری توانمندتر می‌کند، قدرت محاسبه اوست. انسان به واسطه توانمندی‌هایش، منابع دیگر را نیز در اختیار گرفته است و می‌تواند برای نیل به خواسته‌هایش آنها را مورد استفاده قرار دهد. در حقیقت، انسان به دنبال بهترین مولفه یا مولفه‌ای بهینه برای انتخاب است (کریشوگ، بلاک، مک-کی^۲، ۲۰۰۹). بنابراین، تصمیم‌گیری زمانی انجام می‌شود که یک مولفه بر سایر مولفه‌ها غالب شود و بیشترین ارزش را در نظر فرد کسب کند. بر این اساس، مشکلات تصمیم‌گیری زمانی آغاز می‌شود که مولفه‌ها نتوانند ارزش لازم را برای انتخاب کسب کنند و در نتیجه، ترجیح یکی بر دیگری میسر نباشد، اینجاست که تعارض در تصمیم‌گیری نمایان می‌شود (نجاتی، ۱۳۹۱).

در اجرای تصمیم، شامل فعالیت‌های است که در چهار مرحله صورت می‌گیرد. این مراحل منطبق بر فراگرد مشکل‌گشایی است: ۱- تعریف و تشخیص مشکل؛ مستلزم آشنائی با زمینه و موقعیت مشکل و داشتن چارچوب نظری (فکری) معتبر است. چارچوب فکری شخص وابسته به تجربیات و دانش و معلومات اوست که او را در برخورد با مسائل و مشکلات با نگرش ویژه‌ای مجهز می‌سازد. ۲- دستیابی به راه‌حل‌ها؛ مستلزم خلاقیت ذهنی است. غالباً وسوسه قبول اولین راه‌حلی که به ذهن می‌رسد، مانع از آن می‌شود که افراد به جستجوی بهترین راه‌حل‌ها بپردازد. ۳- ارزشیابی و گزینش راه‌حل (اتخاذ تصمیم)؛ مستلزم بررسی راه‌حل‌های فرضی و جمع-آوری شواهد و اطلاعات است تا در پرتو آن اثربخشی راه-حل‌ها ارزشیابی شود. ۴- اجرای تصمیم؛ باید به علائق و انگیزه‌های زیردستان نیز توجه داشت. بدون آمادگی و همکاری، اجرای تصمیم مشکلاتی در پی خواهد داشت (علاقه بند، ۱۳۸۵). علاوه بر آن، در نظریه تصمیم‌گیری سایمون سه مرحله برای تصمیم‌گیری تبیین می‌کند: ۱- فهرست نمودن تمام راهکارهای بدیل، ۲- تعیین همه‌ی نتایج

مهمترین پرسشهای پژوهش‌های گذشته کارآفرینی این بوده است که چه کسی می‌تواند موقعیت‌های کارآفرینی را درک و ارزیابی کند و آن را مورد استفاده قرار دهد. علاوه بر این، پژوهش درباره کارآفرین، با مشکلات متعددی رو به رو است، زیرا روشهای تجربی و آزمایشی کمتر استفاده می‌شود (نجاتی، ۱۳۹۱). بنابراین، بررسی اولیه نشان می‌دهد گرچه در خصوص کارآفرینان دانشگاهی و زیر مجموعه‌های مختلف آن پژوهش‌های بسیاری، در داخل کشور انجام شده، ولی موضوع ارائه الگو تصمیم‌گیری کارآمد مالی کارآفرینان دانشگاهی که رکن اصلی زیر مجموعه‌های دانشگاه‌هاست، چندان مورد توجه پژوهشگران نبوده است و همچنین مصاحبه‌های غیررسمی با کارشناسان حوزه آموزش عالی نیاز به طراحی چنین الگویی را روشن ساخت، این مطالعه در پاسخ به این نیاز طراحی و اجرا گردید. انتظار می‌رود الگوی ارائه شده بتواند در مطالعات بعدی، مبنای طراحی ابزاری مناسب جهت تعیین وضعیت کارآفرینان دانشگاهی و شناخت قوت و ضعف‌ها را فراهم آورد. لذا هدف از این پژوهش تدوین چارچوب مفهومی مناسب از تصمیم‌گیری کارآمد مالی کارآفرینان دانشگاهی در قالب یک الگوی منسجم و شناسایی و تحلیل مولفه‌ها به شیوه فراترکیب است. چارچوب مذکور می‌تواند به درک بهتری از ماهیت تصمیم‌گیری کارآمد مالی کارآفرینان دانشگاهی منجر شده، بینش جدید و ارزشمندی در این زمینه ارائه دهد که در سیاست‌گذاری آموزش عالی موثر باشد و برخی راهنمایی‌ها برای تحقیقات آینده ارائه دهد. برای دستیابی به این هدف پرسشی طرح-ریزی شده است؛ مولفه‌های تشکیل‌دهنده تصمیم‌گیری کارآمد مالی کارآفرینان دانشگاهی کدام‌اند؟

ادبیات پژوهش

تصمیم‌گیری

بر اساس اصل منطقی بودن^۱، انسان موجودی منطقی است و بسیاری از جنبه‌های مرتبط با محیط خود را می‌شناسد. اما این

² -Krieshok, Black, McKay

¹- Bounded Rationality

که؛ با توجه به ساختارهای حکومتی و سیستم‌های حاکمیتی، ارتقاء و شایستگی دانشگاهیان (محققان دانشکده) عوامل منحصر به فردی در روند کارآفرینی محسوب می‌شوند. براین اساس، فعالیت کارآفرینی دانشگاهی می‌تواند از تقسیمات شرکتی و دیگر اشکال فعالیت شرکتی متفاوت باشد (سیمونز، هارنسبای^۱، ۲۰۱۴). سیاست‌های دانشگاهی که بر عملکرد کارآفرینی دانشگاهی تاثیر می‌گذارد، در سطح انتخاب و سرمایه‌گذاری در کارآفرینی دانشگاهی متفاوت است؛ دانشگاه‌ها در سراسر هیئت مدیره هنوز هم برای تعیین اینکه چه سیاست‌هایی مانع یا کمک به ماموریت‌های دانشگاه برای دستیابی به تعادل اثربخش آموزش، تحقیق و تجاری سازی می‌شود، آزمایش می‌کنند (فینی^۲، ۲۰۱۱).

از کارآفرینی دانشگاهی در کنار علم دانشگاهی، به سان موتور دوگانه رشد در اقتصاد دانش‌بنیان یاد کرده‌اند. کارآفرینی دانشگاهی افزون بر فرصت‌سازی برای مشارکت دانشگاهیان و دانشگاه در توسعه اقتصادی دانش‌بنیان و پاسخگویی به نیازهای جامعه، می‌تواند به تامین نیازهای روزافزون مالی دانشگاه‌ها و سودرسانی مالی به دانشگاهیان در نتیجه کسب درآمد از محل فعالیتهای تجاری و پیشبرد روند توسعه حرفه‌ای آنان در نتیجه سهیم شدن در فرایند کارآفرینی و تعامل حرفه‌ای بسان فرصتی برای یادگیری تجربی کمک کند (شریف‌زاده، عبداله‌زاده، ۱۳۹۵). از طرف دیگر، کارآفرینی دانشگاهی به حل مسائل علمی جامعه، دولت، بنگاه‌ها، ایجاد زمینه و بستر توسعه نوآوری در اعضای دانشگاه، عرضه نتایج تحقیقات دانشگاهی به بازار، تولید و عرضه فناوری‌های جدید و گسترش مرزهای دانش بشری کمک می‌کند. فعالیتهای مورد نیاز برای کارآفرینی دانشگاهی را آموزش در سطح بالاتر، بروز ویژگی‌های برتر از دانش‌آموختگان دانشگاه‌ها، مدیریت دارایی‌های معنوی دانشگاه، انتقال تکنولوژی و نوآوری از طریق ایجاد بنگاه‌های اقماری و همکاری نزدیک بین دانشگاه و صنعت می‌دانند (رضایی، عباس‌پور، نیکنامی، رحیمیان، دلاور، ۱۳۹۲).

حاصل از دنبال نمودن هر یک از این راهکارها و ۳- ارزیابی مقایسه‌ای این مجموعه نتایج (برومند، ۱۳۸۵). بنابراین، تصمیم‌گیری شرایط متنوعی دارد، تصمیم‌گیری در زمان حال صورت می‌گیرد و اقدام و عمل بر اساس آن به منظور رسیدن به هدفی در آینده است. در همه موقعیت‌های مهم تصمیم‌گیری، عناصر و جوانب ناشناخته‌ای وجود دارند که پیش‌بینی آینده را مشکل می‌سازند: تغییرات و تحولات اقتصادی، سیاسی، تکنولوژی، کمبود منابع مالی و غیره. بنابراین، تصمیمات مهم همواره متضمن درجاتی از عدم اطمینان است. شرایط تصمیم‌گیری، با توجه به قابلیت پیش-بینی نتایج، دارای سه حالت است: اطمینان قطعی، ریسک، عدم اطمینان.

الف) در شرایط اطمینان قطعی، تصمیم‌گیرنده از آنچه در آینده پیش خواهد آمد مطلع است. تحت این شرایط اطلاعات درست، سنجش‌پذیر، و قابل اطمینانی وجود دارد که بر اساس آن می‌توان تصمیم‌گیری کرد. ب) در شرایط ریسک قابلیت پیش‌بینی کمتر است. اطلاعات کاملی در دست نیست ولی تصمیم‌گیرنده می‌داند که احتمال نتایج ممکن تا چه اندازه است. در این شرایط می‌توان احتمال موفقیت تصمیمات را تخمین زد. ج) تحت شرایط عدم اطمینان، تقریباً اطلاعاتی درباره آنچه پیش خواهد آمد، در دست نیست و تصمیم‌گیرنده از احتمالات و حتی نتایج ممکن بی‌خبر است. امروزه، روشها و ابزارهای تصمیم‌گیری، پیش-بینی نتایج این نوع تصمیم‌گیری‌ها را تا اندازه‌ای تسهیل می‌کنند (علاقه بند، ۱۳۸۵).

کارآفرینی دانشگاهی

فرایند کارآفرینی دانشگاهی همراه با مالکیت معنوی ایجاد می‌شود، که در محیط دانشگاه پرورش می‌یابد و بعد از آن خود را درگیر بازیگران اقتصادی می‌کند و سپس با وجود مالکیت معنوی ایده‌ها و محصولات را به بازارهای تجاری تزریق می‌کنند. دانشگاه‌ها، نهادهای منحصر به فردی هستند

² - Fini

¹ - Simmons, Hornsby

این دانشگاه‌ها وظیفه مهم گسترش و توسعه مرزهای دانش را نیز به عهده دارند که گاهی ممکن است در ظاهر با کارآفرینی هماهنگ به نظر نیاید. برخی به این عقیده‌اند که نباید محور اصلی حرکت این نوع دانشگاه‌ها را به سمت کارآفرینی سمت و سو داد. ولی در هر حال توسعه فرهنگ کارآفرینی در توسعه مرزهای دانش نیز می‌تواند موثر باشد. در این قبیل دانشگاه‌ها باید کارآفرینی به عنوان یک فرهنگ در تمام سطوح دانشگاه و دانشگاه‌یان اعم از اعضای هیات علمی یا دانشجویان و یا حتی کارکنان رخنه کند. کارآفرینی بخشی از پاسخ به گردش برنامه و بودجه از مراکز صاحب بودجه چه دولتی و چه غیردولتی به دانشگاه‌ها و بالعکس می‌باشد (آقایی، تیمورنژاد، اخوان‌هزاوه، ۱۳۹۱).

تصمیم‌گیری مالی کارآفرینان دانشگاهی

فرایند تصمیم‌گیری کارآفرینان بنا بر تعریف شوماکر ۱۹۹۳ "انتخاب‌های ارادی یا واکنش‌های سریع در حوزه موضوعاتی است که اساسا بر بقاء و ماهیت سازمان تاثیر می‌گذارد (حسینی و همکاران، ۱۳۹۱). عموم تصمیمات دنیای واقعی در شرایط عدم اطمینان گرفته می‌شوند (میرواحدی، ۱۳۹۶). بنابراین با تکیه بر قواعد جبری رویکرد غایت‌گرا، نمی‌توان به تبیین جامع و کاملی از فرایند تصمیم‌گیری کارآفرینان دست یافت، زیرا نقش چندانی برای خلاقیت، نیت‌ها و آزادی در انتخاب‌های انسانی در نظر گرفته نمی‌شود و عموماً تصمیم‌گیری و کنشگری در بازار، مبتنی بر الگوها تصمیم‌گیری عقلایی و منطقی اتفاق می‌افتد. در این رویکرد که مبتنی بر پیش‌فرض‌های پارادایم اثبات‌گرا است، اهداف از پیش تعیین شده و موجود می‌باشند و کنش کارآفرین، تلاشی است جهت دستیابی به اهداف مشخص، از طریق مسیرهای مشخص و با ابزار مشخص است (زیودار، ایمانی-پور، طالبی، حسینی، ۱۳۹۵). علاوه بر آن؛ سارازواتی (۱۹۹۹)

رویکرد به کارآفرینی دانشگاهی افزون بر ایجاد فرصت مشارکت و حضور و نظریه‌پردازی در توسعه اقتصادی برای دانشگاه‌ها، به نیاز دانشگاه‌ها به استقلال مالی و کسب درآمد از فعالیت‌های کارآفرینانه تبدیل شده است (هانی، فلیکس، مارگرت، نیلسون^۱، ۲۰۱۱). بنابراین، فعالیت‌های مختلفی از قبیل همکاری‌های پژوهشی با صنعت، برنامه‌های ثبت اختراع، افشای ایده در بنگاه‌های جدید و آموزش کارآفرینی افراد با مهارت و توسعه تجاری، ابزاری است که دانشگاه‌ها برای دستیابی به پیکربندی کارآفرینی خود در قالب کارآفرینی دانشگاهی استفاده می‌کنند (سیگل، رایت^۲، ۲۰۱۵). لذا؛ کارآفرینی دانشگاهی عبارت است از: حل مسائل علمی جامعه، دولت و بنگاه‌ها، ایجاد زمینه توسعه نوآوری در اعضای دانشگاه، عرضه نتایج تحقیقات دانشگاهی به بازار، تولید و عرضه فناوری‌های جدید و نوآوری در گسترش مرزهای دانش بشری است (آستبروا، بزازیان، براگوینسکی^۳، ۲۰۱۲). همچنین محققان دیگری وجود دارند که کارآفرینی دانشگاهی را شامل تمام فعالیت‌های کارآفرینی می‌دانند که تنها به صدور مجوز، ایجاد شرکت‌های جدید در دانشگاه، انتقال فناوری، مراکز توسعه، پارک فناوری، ثبت اختراع و توسعه مناطق محدود نمی‌شود (جوررو، آربانو^۴، ۲۰۱۵). در واقع، کارآفرینی دانشگاهی را می‌توان در چارچوب اقتصاد خلاقیت مبتنی بر برتری ایده‌ها مورد توجه قرار داد (شریف‌زاده، عبدالله‌زاده، ۱۳۹۵).

البته باید بین دانشگاه کارآفرین و کارآفرینی دانشگاهی تفاوتی قائل شد. دانشگاه کارآفرین، دانشگاهی است که بر اساس برنامه‌ریزی در رابطه با نقش آفرینی در مقوله کارآفرینی به ویژه در رابطه با دانش‌آموختگان، شکل گرفته است، در حالی که کارآفرینی دانشگاهی شامل همه دانشگاه‌ها می‌شود زیرا به نظر می‌آید تمام دانشگاه‌ها علاقمند به توسعه کارآفرینی هستند. این مسئله در دانشگاه‌های بزرگ و جامع باید هم از نظر رشته‌های تحصیلی و هم از نظر اهداف و برنامه‌ها برای آموزش عالی با دقت بیشتری بررسی شود زیرا

³ - Åstebro, Bazzazian, Braguinsky

⁴ - Guerrero, Cunningham, Urbano

¹ - Hanny, Felix, Margaret, Nelson

² - Sigel, Wright

اندازی کسب و کار جدید توجه بیشتری کنند (امینی‌نژاد، قلی‌پور، اسلامی‌بیگدلی، ۱۳۸۹).

در این خصوص، دسترسی به منابع مالی تصمیم‌گیری برای کارآفرینان محسوب می‌گردد (رایت^۲ و همکاران، ۲۰۰۶). بنابراین؛ اگرچه سرمایه داخلی یک انتخاب مهم برای افزایش تامین منابع مالی است، ولی کارآفرینان بزرگ و جدید بر تامین منابع مالی خارجی متکی هستند و اینکار باعث می‌شود تا منابع مالی داخلی هزینه کمتری را دنبال کند. دولتهای چندین کشور برای اطمینان از تامین منابع مالی مداخله می‌کنند، شرکتهای کارآفرین تمایزی بین سرمایه سهام عمومی و خصوصی قائلند (کلمبو، فرانزونی، راسی‌لاماسترا^۳، ۲۰۱۵). در ادامه پیشینه داخلی و خارجی بررسی شده است: کولومبو و همکاران (۲۰۱۸) تحقیقی در استرالیا انجام داده‌اند، از ادبیات اخیر مربوط به امور مالی کارآفرینی برای مستندسازی تحول و مقایسه اثرات انواع مختلف حمایت دولتی که وام گرفته اند استفاده شد. آنها به این نتیجه رسیده‌اند که صندوق سرمایه‌گذاری نوآوری در استرالیا تاثیر فراوانی دارد. براتون^۴ (۲۰۱۵) در مطالعه‌ای تحت عنوان "توجه تامین منابع مالی نوین در کارآفرینی، منابع مالی خرد، سرمایه‌گذاری جمعی و نوآوری برابر" انجام داده‌اند و به این نتیجه رسیدند که، برای تامین منابع مالی کارآفرینان می‌توانند از رشد سرمایه‌ی موسسه علمی و آکادمی استفاده کنند. آهلرز و همکاران^۵ (۲۰۱۵) پژوهشی را تحت عنوان "نشانه‌های سرمایه‌گذاری سهام جمعی" انجام داده‌اند. این مقاله برای اولین بار بررسی تجربی اثر سیگنالهایی را که کارآفرینان برای ترغیب سرمایه‌گذاران به تعهد منابع مالی در یک زمینه سهام سرمایه‌گذاری جمعی استفاده می‌کنند، ارائه می‌دهد. مین، سو، داس-

معتقد است که کارآفرینان با چالش‌های جدی روبه‌رو هستند و ناچارند تصمیمات متفاوتی را اتخاذ کنند؛ مثلاً وی بیان می‌کند که کارآفرینان قادر نیستند نسبت به میزان تقاضا، اندازه بازار، سهم بازار مورد انتظار و سوالاتی نظیر اینها برای یک محصول کاملاً جدیدی که در بازار وجود ندارد، پاسخ‌هایی داشته باشند. همه اینها نیز در شرایطی است که کارآفرینان در تصمیم‌گیری، عموماً منابع مالی و غیرمالی لازم برای یافتن پاسخ سوالات فوق را در اختیار ندارند (میرواحدی، ۱۳۹۶). بنابراین، از نظر کارآفرینی، زمانیکه صحبت از تصمیم‌گیری مالی می‌شود، طیف وسیعی از موضوعات را پوشش می‌دهد که نمونه‌اش ریسک مالی است که نشان دهنده علاقه به، بعد مالی کارآفرینی است (مصطفی، طلاطی^۱، ۲۰۱۸).

از طرفی دیگر، تامین منابع مالی یکی از نکات مهم در سرعت دادن به فرایند کارآفرینی و افزایش سطح مطلوبیت و امکان-پذیری راه‌اندازی کسب و کار در نزد افراد جامعه و کارآفرینان بالقوه است. تامین مالی کارآفرینی سازوکارهایی متفاوت با تامین مالی رایج در نظام بانکی را می‌طلبد. به نظر می‌رسد در کشور ماسعی می‌شود از سازوکارهای رایج تامین منابع از نظام بانکی استفاده شود و به نتایج چشمگیری نیز در توسعه کارآفرینی نیانجامیده است. از این رو بررسی علت شکل نگرفتن این سازوکارهای جدید و پیدا کردن ریشه‌ها در برنامه‌ریزی درست از سوی دولت، برای ترویج و آموزش و تصمیم‌گیری‌های صحیح برای تامین مالی و شکل‌دهی به رفتار کارآفرینانه از سوی کارآفرینان بالقوه و بالفعل اهمیت بالایی دارد. دیده‌بان جهانی کارآفرینی نیز از سیاست‌گذاران و محققان می‌خواهد به منابع غیررسمی تامین مالی برای راه-

⁴ - Bruton

⁵ - Ahlers, Cumming, Günther, Schweizer

¹ - Mustapha, Tlaty

² - Wright

³ - Colombo, Franzoni, Rossi-Lamastra

عالی پرداخته بودند. نتایج نشان داد که پنج شیوهی کارآفرینی دانشگاهی رتبه‌بندی بندی شدند. بر این پایه، تاسیس شرکت دانش‌بنیان بالاترین رتبه و تاسیس شرکت تعاونی دانشگاهی بعد از آن و همینطور فروش امتیاز اختراع-ها، انجام طرح تحقیقاتی برون‌دانشگاهی و ارائه خدمات مشاوره ای به ترتیب رتبه‌بندی شدند.

روش شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت داده‌ها و سبک تحلیل در گروه تحقیقات کیفی قرار گرفته است. روش جمع‌آوری داده‌ها در این تحقیق مبتنی بر اطلاعات اسنادی است. در تحقیق حاضر جامعه آماری؛ کلیه‌ی پژوهش‌های منتشر شده در پایگاه اطلاعاتی علمی معتبر داخلی و خارجی هستند که بر اساس کلیدواژه‌های تعریف شده و به منظور دستیابی به نمونه‌ای که اشباع نظری را موجب شود، پیمایش شدند. در زمینه نمونه‌گیری، مرتبط‌ترین مطالعات با استفاده از رویکردی هدفمند انتخاب شدند. برای سنجش پایایی در این پژوهش، آزمون کاپای کوهن (۱۹۶۰) به کاربرده شده است. فرمول کاپا را برای محاسبه توافق مورد انتظار ابداع کرد (معادله ۱).

$$\text{Kappa} = \frac{p_o - p_e}{1 - p_e} \quad (1)$$

که در آن p_o ، میزان توافق مشاهده شده و p_e ، میزان توافق مورد انتظار است. مقدار کاپا، بین صفر تا یک نوسان دارد و هر چه مقدار آن به عدد یک نزدیک‌تر باشد، نشان می‌دهد که توافق بیشتری بین مرورگران وجود دارد (حاجی‌پور، مومنی، طیبی‌ابوالحسنی، ۱۳۹۵). در این پژوهش، شاخص

سانتوس^۱ (۲۰۱۵) پژوهشی تحت عنوان بررسی نقش تصمیم‌گیری کارآفرینان در خلق فرصت و تشخیص فرصت پرداخته است. جامعه آماری پژوهش، کسب و کارهای فعال در حوزه زیست‌فناوری و نمونه مورد مطالعه، شرکتهایی بوده‌اند که نانوفناوری را نیز در فناوری‌های زیرساختی خود گنجانده بودند. در این پژوهش، محققان الگویی از تصمیم‌گیری کارآفرینان ارائه کردند که هر دو حالت خلق و تشخیص فرصت در آن وجود داشت. بر اساس نتایج آنها، کارآفرینان می‌توانند در فرایند تصمیم‌گیری، ترکیبی از هر دو منطق علی و اثرساز را به شکل یکپارچه بکار گیرند ولی تفکر اثرساز، همواره به خلق فرصت منتهی نمی‌شود. راج و همکاران (۲۰۰۹) به منظور بررسی ارتباط میان کارآفرینانه و عملکرد بایستی عناصر تعدیل‌کننده مانند نوع صنعت، اندازه کسب و کار، زمینه‌های داخلی نیز مورد ارزیابی قرار گیرد. ارتباط میان گرایش کارآفرینانه و عملکرد مالی نسبت به ارتباط میان کارآفرینی و عملکرد غیرمالی بالاتر است. جباری، عزیزی، صالحی، نوازی (۱۳۹۹) پژوهشی تحت عنوان طراحی مدل کارآفرینی دانشگاهی بین‌المللی پرداختند. جامعه مورد مطالعه خبرگان نظری و تجربی کارآفرینی دانشگاهی بودند. در این پژوهش، به این نتایج دست یافته‌اند که برای موفقیت کارآفرینی دانشگاهی راهبرد مالی و قانونی، راهبرد عملیاتی، راهبرد بین‌المللی و راهبرد سیاست‌گذاری نیاز است. زمینه‌های مالی و اقتصادی، پشتیبانی و سیاست‌گذاری‌های مناسب در محیط متغیر و فضای رقابتی شدید بین‌المللی به راهبردهای کارآفرینی دانشگاهی کمک می‌کند تا با شرایط مناسب عملیاتی شود. در این زمینه چالشها و موانع علمی، انسانی، مدیریتی، ساختاری و مالی مطرح شد. شریف‌زاده، عبداله‌زاده (۱۳۹۵) محققان به بررسی شناسایی اولویت‌بندی سازوکارهای کارآفرینی دانشگاهی در آموزش

1 - Maine, Soh, Dos Santos

خبرگان و برخی از متخصصان این حوزه استفاده شد. برای قابلیت تایید نیز، در مرحله پایانی، طبقات بدست آمده به چند نفر از خبرگان به منظور بازبینی و تایید برگردانده شد و نکات پیشنهادی اعمال گردید.

شیوه انجام این پژوهش به روش فراترکیب است. فراترکیب یک فرا تحلیل کیفی روی مفاهیم و نتایج مطالعات گذشته با شیوه کدگذاری متداول در پژوهش کیفی است (سهرابی و همکاران، ۱۳۹۰). این روش متمرکز بر مطالعات کیفی است و به ترجمه‌ی مطالعات کیفی به یکدیگر و فهم عمیق پژوهشگر برمی‌گردد؛ به عبارتی فراترکیب، ترکیب و تفسیر داده‌های اصلی مطالعات منتخب است (زیمر، ۲۰۰۶). مهمترین مزیت روش فراترکیب برای محققان "توانایی آن در شناسایی مضامین مشترک و ساختن چارچوب‌های مفهومی از ادبیات مرتبط است (کالسون، پالمر، ۲۰۱۶). با در نظر گرفتن چنین مزیتی، فراترکیب یک روش مناسب برای مشخص کردن مضامین مشترک در خصوص اجزا و مولفه‌های تصمیم‌گیری کارآمد مالی کارآفرینان دانشگاهی است که به عنوان روش مناسبی برای تحقق اهداف این پژوهش بکار گرفته شده است. انجام روش فراترکیب طی ۷ مرحله صورت می‌گیرد. مراحل اصلی آن از نظر سندولسکی و باروسو (۲۰۰۷) به شرح زیر است:



شکل (۱): مراحل فراترکیب

در این بخش نتایج مربوط به هر یک از گام‌ها ارائه می‌گردد: **گام یک: تنظیم سوال‌های پژوهش:** طرح سوالات پژوهش در تحلیل فراترکیب قبل از شروع مراحل بعدی پژوهش، چارچوب کلی آن را مشخص می‌نماید.

کاپا در جدول (۱) محاسبه شد که نشان دهنده توافق بالا بین کدگذاران است.

جدول (۱): جدول توافقی در محاسبه ضریب کاپا

		نظر پژوهشگر		
کدگذار تائویه	بلی	بلی	خیر	مجموع
		A=۷	B=۱	۸
	خیر	C=۱	D=۰	۱
مجموع		۸	۱	N=۹

$$\text{توافق‌های} = A+D/N=7/9=0/777 \text{ مشاهده شده}$$

تصادفی

$$=(A+B/N)(A+C/N)(C+D/N)(B+D/N)=0/009$$

$$Kappa= Pi= (PA_{O^1} - PA_{e^2})$$

$$K=(0/777-0/009)/(1-0/009)=0.76$$

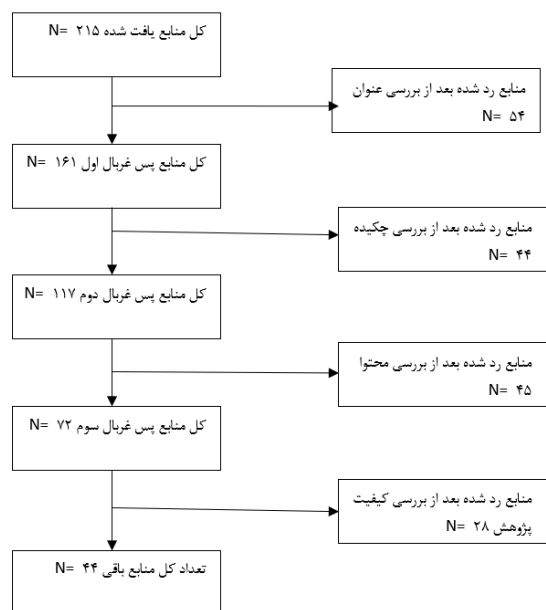
نحوه اعتبارسنجی در مطالعات کیفی فراترکیب، از ابتدا مورد بحث بوده است، اما آنچه مورد اجماع بیشتر پژوهشگران است، اعتبارسنجی یا به عبارتی کنترل کیفیت این مطالعات به یکی از دو روش زیر است (حاجی‌پور و همکاران، ۱۳۹۵):

۱- با استفاده از نظر خبرگان در تایید دستاوردهای پژوهش،
۲- با ارائه یک نتیجه جامع از مطالعه مبانی نظری و پژوهش‌های قبلی که با استفاده از مطالعات موردی جدید اثبات می‌شود. در این پژوهش، برای اعتبارسنجی الگوی پیشنهادی از روش اول، یعنی نظر گروه کانونی (خبرگان) استفاده شد؛ به گونه‌ای که با طراحی نظام‌مند و به کارگیری نظر خبرگان این حوزه و انجام دادن اصلاحات چندباره و اعمال فنونی مانند سه‌سوسازی یا چندجانبه‌نگری، اعتباریابی یا بازبینی توسط افراد، اعتبار پژوهش بررسی و تایید گردید. بعبارت دیگر، برای اطمینان از اعتبار نتایج با معیارهای خاص پژوهش کیفی، بررسی‌های لازم شامل مقبولیت و قابلیت تایید صورت گرفت. جهت افزایش مقبولیت، از روش‌های بازنگری توسط

¹ - میزان توافق دو ارزیاب

² - میزان تفاوت دو ارزیاب

مقاله و کتاب مانند عنوان، چکیده، محتوای متن را با استفاده از معیارهای ابزار CASP مورد مطالعه قرار گرفته است. این ابزار به کمک ۱۰ سوال به محقق کمک می‌کند تا دقت، اعتبار و اهمیت مطالعات کیفی تحقیق را مشخص کند. همانطور که در شکل ۲ نشان داده شده است، تعداد مقالات یافت شده اولیه برای انجام فراترکیب ۲۱۵ عدد مقاله بود، که از این میان، پس از بررسی عنوان مقاله‌های نمایه شده با توجه به موضوع، پرسش و هدف پژوهش، حدود ۷۲ مقاله مورد بررسی دقیق‌تر قرار گرفتند. در این میان، ۲۱ مقاله امتیاز بیش از ۴۰ (خیلی خوب)، ۱۷ مقاله امتیاز بین ۳۵-۳۰ (خوب)، ۶ مقاله امتیاز بین ۳۰-۲۵ (سطح متوسط) و مابقی زیر ۲۵ (سطح پایین) گرفتند. در نهایت، با توجه به معیارهای ذکر شده، ۴۴ مقاله که دارای کیفیت خیلی خوب، خوب و متوسط بودند، برای استخراج اطلاعات انتخاب شده‌اند.



شکل (۲): فرایند غربال منابع و انتخاب منابع نهایی

گام چهارم: استخراج اطلاعات از متون: در این پژوهش اطلاعات مقاله‌ها بر اساس مرجع مربوط به هر مقاله شامل نام و نام‌خانوادگی نویسندگان، به همراه سال انتشار مقاله و اجزای هماهنگی بیان شده در هر مقاله طبقه‌بندی شد. پس از گزینش مقالات و منابع اقدام به استخراج مضامین پایه از متون گردید.

در این پژوهش سوال پژوهش عبارت‌اند از: - با توجه به مطالعات ادبیات، مولفه‌های تصمیم‌گیری کارآمد مالی کارآفرینان دانشگاهی کدام است؟ و الگوی مناسب تصمیم‌گیری کارآمد مالی کارآفرینان دانشگاهی چگونه است؟ **گام دوم: بررسی متون به صورت نظام‌مند:** در این پژوهش از موتورهای جستجوی مختلف با قابلیت اختصاصی‌سازی و تخصصی‌سازی جستجو از قبیل گوگل، پایگاه‌های داده‌ی قابل استناد داخلی و خارجی ژورنال‌ها و موتورهای جستجوی مختلفی بین سالهای ۲۰۲۱-۱۹۹۰؛ ۱۳۸۰-۱۴۰۰ استفاده شده است. برای جستجوی متون پژوهشی از کلیدواژه‌های مختلفی استفاده شد. بررسی کلیدواژه‌ها از طریق جستجوی عنوان، متن، چکیده، کلمات کلیدی و متن مقالات به صورت جداگانه در پایگاه‌های داده‌ها انجام شد. کلمات کلیدی برای جستجو در جدول (۲) آمده است. معیار ورود به مطالعه اصلی شامل (زبان پژوهش فارسی و انگلیسی، زمان انجام، شرایط مورد مطالعه که مرتبط با سوال پژوهش باشد، نوع مقالات چاپ شده در مجلات) و معیار خروج مطالعه شامل (زبان پژوهش غیر از زبان فارسی و انگلیسی، زمان انجام پژوهش قبل از سال ۱۳۸۰؛ ۱۹۹۰، مواردی غیر از سوال پژوهش، مقالات کنفرانسی و نظرات شخصی و مقالات نامعتبر) بوده است.

جدول (۲): برخی از مفاهیم کلیدی موردنظر برای جستجو و معادل

فارسی آنها

معادل فارسی مفاهیم کلیدی	معادل انگلیسی مفاهیم کلیدی
تصمیمات مالی	financial decisions
تصمیم‌گیری	Decision making
کارآفرینان دانشگاهی	Academic Entrepreneurs
تصمیم‌گیری کارآفرینان	Entrepreneurs Decision making
کارآفرینی دانشگاهی	Academic Entrepreneurship
تصمیم‌گیری کارآمد مالی کارآفرینان دانشگاهی	financial Efficient Decision making Academic Entrepreneurs

گام سوم: جستجو و انتخاب متون مناسب: در این گام، تناسب یا عدم تناسب پژوهش‌های یافته شده به این صورت سنجیده شده است که پژوهشگر پس از تکرار چندباره این گام و جستجوی مقالات در منابع معتبر، بخش‌های مختلف

جدول (۳): تصمیم‌گیری کارآمد مالی کارآفرینان دانشگاهی

مضامین فراگیر	مضامین پیش سازمان‌دهنده اولیه	مضامین پیش سازمان‌دهنده ثانویه	مضامین پایه	منابع
تصمیمات منابع مالی کارآمد کارآفرینان دانشگاهی	ویژگی‌های فردی	هدف گذاری موثر	تعیین موضوع یا مسئله تصمیم‌گیری / تنظیم هدف برای تصمیم‌گیری / تعیین معیار جهت دستیابی به اهداف تصمیم / وجود هدف از پیش تعیین شده / توجه به اهداف جدید /	بالتار و دی کولون (۲۰۱۴) / فورلانی و مولینز (۲۰۰۰) / ایوانووا و گییکوس (۲۰۰۳) / حاجی پور و همکاران (۱۳۹۵) / موسی خانی و همکاران (۱۳۹۶) / کالینیک و همکاران (۲۰۱۳) / بیچ و کامرون (۲۰۰۶)
	استراتژی‌های	سیک تصمیم‌گیری / ویژگی‌های شخصی تصمیم‌گیران / زمان مورد نیاز برای تصمیم‌گیری /	سبک تصمیم‌گیری / ویژگی‌های شخصی تصمیم‌گیران / زمان مورد نیاز برای تصمیم‌گیری /	
	جامع‌نگری و توجه به پیامدها	توجه به بازار جدید / توجه به روشهای جدید / توجه به فرصت‌های درونی (خلق) / توجه به ارتقای کیفیت تصمیمات مالی / طراحی محصول کم - هزینه / توجه به تمایز محصول / هزینه‌های اجرای تصمیم / نقش فعال فرد /	توجه به بازار جدید / توجه به روشهای جدید / توجه به فرصت‌های درونی (خلق) / توجه به ارتقای کیفیت تصمیمات مالی / طراحی محصول کم - هزینه / توجه به تمایز محصول / هزینه‌های اجرای تصمیم / نقش فعال فرد /	کالینیک و همکاران (۲۰۱۳) / بالتار و دی کولون (۲۰۱۴) / موسوی و همکاران (۱۳۹۶) / مین و همکاران (۲۰۱۵) / کارو بلتر (۲۰۱۰)
	ویژگی‌های تصمیم‌گیری	فرایند تصمیم‌گیری مالی	مرحله طراحی و اجرای ایده / جستجو مداوم اطلاعات / انتخاب بین گزینه‌های مختلف / مرحله اطلاع‌دهنده / مرحله ارزیابی و انتخاب ایده‌ها / تفاوت و انتشار اطلاعات بین افراد /	گییکوس و ون‌هوسل (۲۰۰۸) / بالتار و دی کولون (۲۰۱۴) / موسوی و همکاران (۱۳۹۶)
	ریسک‌پذیری در تصمیمات مالی	پذیرش ریسک / تمایل به ریسک / ریسک مالی / ریسک روانی / ریسک رقابتی / تحمل ابهام / نگرش نسبت به رویدادهای پیش‌بینی نشده / تصمیم غیرقابل انتظار / سطح ریسک /	فورلانی و مولینز (۲۰۰۰) / علیزاده و همکاران (۱۳۹۹) / امینی و همکاران (۱۳۹۹) / (مرادیان و همکاران (۱۳۹۹) / وی و هیسریچ (۲۰۱۶)	
عوامل محیطی	پیش‌بینی محیطی	پویایی محیط / عدم اطمینان محیطی / اولویتهای منحصر به فرد / توهم کنترل / دسترسی به منابع / فرصت‌های منحصر به فرد / موانع قانونی /	کالینیک و همکاران (۲۰۱۳) / بالتار و دی کولون (۲۰۱۴) / مین و همکاران (۲۰۱۵) / کارو بلتر (۲۰۱۰) / گییکوس و ون‌هوسل (۲۰۰۸)	

در این مرحله ۱۳۰ کد استخراج شد که بیشترین کد به تصمیمات مالی مربوط می‌شود. کدهای مربوط به تفکیک در جدول ۳ بیان شده است. **گام پنجم: تحلیل و ترکیب یافته‌های کیفی:** در این مرحله از پژوهش، ابتدا تمام عوامل استخراج شده از مطالعات پیشین را مضامین پایه در نظر می‌گیریم.

سپس با در نظر گرفتن مفهوم هر یک از این مضامین پایه، آنها را در مفهومی مشابه دسته‌بندی می‌نماییم و به این ترتیب مفاهیم پژوهش مشخص می‌شوند، با انجام این کار تفسیری فراتر از هر یک از مطالعات گنجانده شده در فراترکیب از پدیده‌ی مورد نظر ارائه شده که در عین حال در برگیرنده‌ی همه‌ی آنها نیز خواهد بود، بگونه‌ای که اثر هر یک از مطالعات اولیه را می‌توان در این کل جستجو نمود. این مرحله که شاید حساس‌ترین مرحله فراترکیب باشد، باید با دقت خاصی انجام شود.

زیرا یافته‌های این گام مبنایی برای مدل نهایی پژوهش به شمار می‌روند و باید در ترکیب آنها دقت داشت. براساس تحلیل‌های صورت گرفته با کمک روش تحلیل مضمون بر روی ۴۴ مقاله نهایی انتخاب شده، در مجموع ۱۳۰ مضامین پایه، ۱۷ مضامین پیش سازمان‌دهنده ثانویه و ۷ مضامین پیش-سازمان‌دهنده اولیه شناسایی شدند.

در جدول (۳)، کدهای نهایی استخراج شده‌ی مرتبط با هر مضامین و منابع استخراج کدها بیان شده است. یافته‌های این مرحله بیانگر ترکیب نظر صاحب‌نظران براساس تحلیل فراترکیب مطالعات انجام شده در خصوص تصمیم‌گیری کارآمد مالی کارآفرینان دانشگاهی در چارچوبی منسجم و نظام‌مند است.

مضامین فراگیر	مضامین پیش سازمان دهنده اولیه	مضامین پیش سازمان دهنده ثانویه	مضامین پایه	منابع
	مدیریت مالی اثربخش	تامین و تخصیص بهینه منابع مالی	استفاده از منابع مالی متنوع (جذب منابع مالی از نهادهای مختلف و ظرفیت های قانونی موجود در قوانین مختلف) / دسترسی به منابع مالی / توجه به گردش مالی بازار مورد نظر / توانایی تامین و مدیریت بر پول و اعتبار مورد نیاز / توجه به جریان نقدینگی سازمان و تخصیص مناسب منابع به فعالیت های مختلف آن / تامین مالی شرکت / چگونگی اتخاذ راهبردهای تامین مالی مختلف / فرشتگان کسب و کار / دوستان و خانواده / منابع شخص کارآفرین / هدایا و گرنت / تقویت چارچوب مالی و مالیاتی / دسترسی به منابع مالی بخش خصوصی / افزایش کمک های بلاعوض به نهادهای کارآفرین در دانشگاه / فراهم سازی بستر مناسب در راستای دستیابی کارآفرینان به منابع مالی مخاطره آمیز / عرضه اوراق بهادار در بورس و فرابورس / افزایش طرح های تامین مالی کارآفرینانه	<p>صوره و همکاران (۲۰۱۱) / اسپیر و همکاران (۲۰۱۶) / یوکویاما (۲۰۰۶) / زو و پنک (۲۰۰۸) / مزده (۲۰۱۳) / فیلی (۲۰۰۴) / بهزادی و همکاران (۱۳۹۳) / موسوی و همکاران (۱۳۹۶) / مرادیان و همکاران (۱۳۹۹) / نیرومند و میرجلیلی (۱۳۸۹) / حاجی پور و همکاران (۱۳۹۵) / موسی خانی و همکاران (۱۳۹۶) / میثمی و همکاران (۱۳۹۶) / بیدختی و همکاران (۱۳۹۷) / نیک رفتار و فرید (۱۳۹۴) / بت شکن و سیف الدینی (۱۳۸۹) / دیورکس و استیین (۲۰۱۰)</p>

مضامین فراگیر	مضامین پیش سازمان دهنده اولیه	مضامین پیش سازمان دهنده ثانویه	مضامین پایه	منابع
		رقابت	رفتار سایر تیم ها / تنوع محصول / تعامل فرد با سایرین / دانش منحصر به فرد /	
		توجه به توسعه و پایداری منابع مالی	عدم وابستگی دولت / استقلال مالی / مشارکت روسای دانشگاه و اعضای هیات علمی در تامین مالی و افزایش درآمد / خودکفایی مالی /	<p>گلدستین (۲۰۱۰) / آبرنو و گریونوچ، چنچ و همکاران (۲۰۰۶) / دیک و همکاران (۲۰۱۵) / اتزکوینز (۲۰۰۶) / گیب (۲۰۱۲) / گوئرو و اوربانو (۲۰۱۰) / گوئرو (۲۰۰۶) / نیرو صالحی مرند (۱۳۹۲) / کردنائیجو همکاران (۱۳۹۱)</p>
		تجاری سازی دستاوردهای	استفاده تجاری سازی از دانش / سرمایه گذاری دانش از طریق خدمات جدید / ارائه مشاوره و خدمات آموزشی / اعطای مجوز دارایی های فکری و ثبت اختراع / قرارداد تحقیق / انتشارات کتاب و مقاله / انجام پژوهش های کاربردی و تولید ثروت / تفکر بنگاهی در پژوهش - های تقاضا محور / وجود آیین نامه حمایت از تجاری سازی نتایج پژوهش ها و خدمات دانشگاهی / ایجاد و خلق ارزش	<p>جاکوب و همکاران (۲۰۰۳) / مارکر کیاگا و همکاران (۲۰۱۴) / اوشی و همکاران (۲۰۰۵) / روتامل (۲۰۰۷) / اوسی ای دی (۲۰۱۲) / پرکمن و همکاران (۲۰۱۳) / سلام زاده و همکاران (۲۰۱۵) / فیلیوت و همکاران (۲۰۱۱) / شمیتز و همکاران (۲۰۱۷) / تربیل (۲۰۱۵) / یوکویاما (۲۰۰۶) / زو و پنک (۲۰۰۸) / روپکه (۱۹۹۸) / صوره (۲۰۱۱) / کربی و همکاران (۲۰۱۱) / کلارک (۱۹۹۸) / هانون (۲۰۰۸) / گنتز و واگنر (۲۰۰۸) / جعفری رستمی و همکاران (۱۳۹۹) / نیرو صالحی مرند (۱۳۹۲) / بیدختی و همکاران (۱۳۹۷) / بت شکن و سیف الدینی (۱۳۸۹)</p>
		ارتباط و تعامل موثر و سازنده دانشگاه صنعت و	مشارکت در صنعت / انتقال دانش دانشگاهی به صنعت / مشارکت در توسعه اقتصادی / مشارکت در توسعه اجتماعی / کارآفرین بازیگر کلیدی سیستم اقتصادی / اعتماد متقابل جهاد دانشگاهی و صنعت	<p>بارسیک و همکاران (۲۰۱۷) / اسپیر و همکاران (۲۰۱۶) / گارسیا و همکاران (۲۰۱۳) / آرانها و گارسیا (۲۰۱۴) / مزده (۲۰۱۳) / فیلی (۲۰۰۴) / بهزادی و همکاران (۱۳۹۳) / موسوی و همکاران (۱۳۹۶) / بیدختی و همکاران (۱۳۹۷)</p>

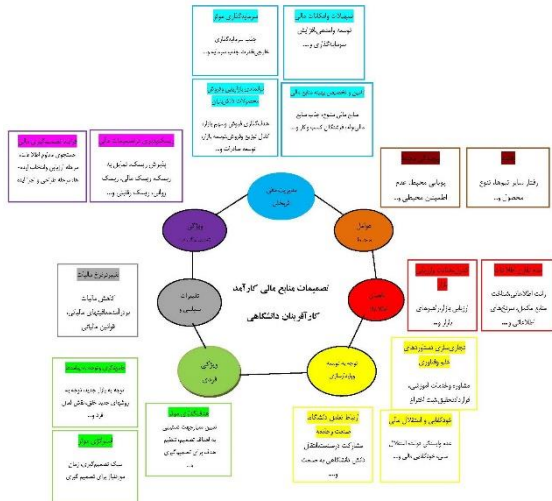
مضامین فراگیر	مضامین پیش سازمان دهنده اولیه	مضامین پیش سازمان دهنده ثانویه	مضامین پایه	منابع
			هدف گذاری فروش و سهم بازار / بکارگیری کانال توزیع و فروش / توسعه بازار / توسعه صادرات / قیمت گذاری محصول / مشتری مداری و خدمات پس از فروش به مشتریان / ایجاد و توسعه برند / ارائه خدمات نوآورانه در بازاریابی / موسسات مالی - اقتصادی و پولی / ارتباط با موسسات مالی - فرهنگی / داشتن درآمد از بخش خصوصی / دسترسی به راه های بازاریابی	حاجی پور و همکاران (۱۳۹۵) / اوگوناد و ساسکتچین (۲۰۱۹) / بیدختی و همکاران (۱۳۹۷) / نیک رفتار و فرید (۱۳۹۴)
	نقصان اطلاعاتی	عدم تقارن	رانت اطلاعاتی / عدم شناخت منابع مکمل / عدم اطلاعات متنوعی در رابطه با منابع / نداشتن سرخ های اطلاعات	مفتاحی و همکاران (۱۳۹۹) / حسن پور گل افشانی و همکاران (۱۳۹۱) / پیچ و کامرون (۲۰۰۶)
		کنترل، هدایت و	ارزیابی بازار / راهبرهای بازار / نداشتن اطلاعات پولی و مالی در بازار / مطالعه و تحلیل بازار	
	تغییرات سیاسی و قانونی	ساختار سیاست گذاری ها و قانون گذاری ها	کاهش مالیات بر درآمد / معافیت های مالیاتی / قوانین مالیاتی / کاهش نرخ بهره / عملیات بازار باز / ظرفیت پولزایی / موانع صادرات / موانع سرمایه گذاری / جهانی - شدن بازارها	مفتاحی و همکاران (۱۳۹۹) / میثمی و همکاران (۱۳۹۶)

مضامین فراگیر	مضامین پیش سازمان دهنده اولیه	مضامین پیش سازمان دهنده ثانویه	مضامین پایه	منابع
		سرمایه گذاری موثر	جذب سرمایه گذاری خارجی / قدرت جذب سرمایه / ارتباط خوب با مراکز سرمایه گذار خطرپذیر / فروش سهم مالکیت / سرمایه گذاری مشترک / وام / واگذاری لیسانس محصول / بازار سرمایه / مراکز دولتی / رقابت بین نهادهای مالی / داشتن منابع مالی مستمر پروژه محور / حجم جوایز ملی و بین المللی سالانه کسب شده / تامین مالی خرد / افزایش سرمایه - گذاری / سطح سرمایه - گذاری /	علیزاده و همکاران (۱۳۹۹) / میثمی و همکاران (۱۳۹۶) / (گودرزی و همکاران، ۱۳۹۷) / بیدختی و همکاران (۱۳۹۷) / دیورکس و استین (۲۰۱۰) / مرجانی و پورآئشی (۱۳۹۵) / بت شکن و سیف الدینی (۱۳۸۹)
		تسهیلات و امکانات مالی	توسعه وام دهی / اجرای مالکیت معنوی و ثبت اختراع / بانک سرمایه - گذاری / نتایج مالی / دستیابی وام های خرد و کم بهره / تشویق بخش خصوصی به سرمایه - گذاری در نهادهای کارآفرین دانشگاهی / دستیابی کارآفرینانه به انواع وام های بانکی با شرایط آسان	

گام ششم: کنترل کیفیت: برای ارزیابی کیفیت مقالات از ابزارهای ارزیابی نقادانه (چک لیست ها) استفاده می شود که شامل روشهای مرکز پزشکی مبتنی بر شواهد^۱، شبکه بین دانشگاهی راهنمای بالینی استکاتلند^۲ و روش مهارتهای

² - Scottish Intercollegiate Guidelines Network (SIGN)

¹ - Center for Evidenced-Based Medicine (CEBM)



نمودار (۱): الگوی تلفیقی تصمیمات کارآمد مالی کارآفرینان دانشگاهی

بحث و نتیجه‌گیری

تصمیم‌گیری کارآفرینی تا به حال توجه پژوهشگران زیادی را به خود جلب کرده است و هر مطالعه در جستجوی روشن کردن جنبه‌های متفاوت آن بوده است؛ اما در این پژوهش با هدف بررسی ادبیات علمی در مورد تصمیمات مالی کارآمد کارآفرینان دانشگاهی و تحلیل مضامین پیش‌سازمان‌دهنده آن در قالب فراترکیب، در رده تحقیقات کیفی طراحی شده است و با بررسی گسترده در تحقیقات کارآفرینی دانشگاهی برای ارتقا تصمیمات مالی موفق در یک پارادایم کارآفرینی دانشگاهی، ارائه می‌دهد. مدل توسعه یافته در این تحقیق اگرچه در بعضی زمینه‌ها با مدل‌های دیگر تشابه دارد. لکن از این نظر که با نگاه کل‌گرایانه به بررسی نظامند موضوع پرداخته است از سایر پژوهش‌های انجام شده متفاوت است. این پژوهش یکی از اولین پژوهش‌هایی است که به صورت جامع و گسترده به بررسی و تحلیل مقوله‌های تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی از طریق سنتز مطالعات انجام شده پرداخته است و بینش جدید، جامع، دقیق و ارزشمندی در این زمینه با درک عمیق از ماهیت آن ارائه نموده که می‌تواند در تغییر تصمیم‌گیری مالی در تبدیل شدن به تصمیمات

ارزیابی ضروری می‌باشند؛ اما روش CASP در سال ۱۹۹۴ طراحی شده و قدیمی‌ترین و پرکاربردترین ابزار ارزیابی نقادانه مطالعات مقطعی است (گرایمشائو، ۲۰۱۲). این روش به محقق کمک می‌کند تا دقت و اعتبار پژوهش را مشخص کند. در پژوهش حاضر برای کنترل و سنجش پایایی مفاهیم به دست آمده، نتایج علاوه بر پژوهشگر در اختیار یکی دیگر از خبرگان حوزه مطالعه قرار گرفته و اقدام به دسته‌بندی کدها در مفاهیم کرده و با مفاهیم پژوهشگر مقایسه شده است. نتایج توسط شاخص کاپا^۱ ارزیابی شده است. در این پژوهش شاخص کاپا برابر با ۰/۷۶ بوده که چون $K > 0/76$ می‌باشد نشان‌دهنده پایایی پژوهش است.

گام هفتم: ارائه یافته: در این مرحله از روش فراترکیب، نتایج تحلیل ادبیات بیان می‌شود. همانطور که در گام پنجم اشاره شد، در این پژوهش بر اساس نتایج تحلیل ۱۷ مضامین پیش‌سازمان‌دهنده ثانویه و ۷ مضامین پیش‌سازمان‌دهنده اولیه شناسایی و آزمون کیفیت آنها تایید شده است. در این گام الگوی پژوهشی به دست آمده که در واقع حاصل تحلیل فراترکیب است ارائه می‌شود. الگوی پژوهشی تصمیم‌گیری کارآمد مالی کارآفرینان دانشگاهی خروجی تحلیل فراترکیب در نمودار (۱) ارائه گردیده است؛ الگوی ارائه شده در این پژوهش در حقیقت اجماع نظریات ارائه شده در قالب یک مجموعه واحد است که دیدگاه جامع و کلی-گرایانه‌ای به تصمیم‌گیری کارآمد مالی کارآفرینان دانشگاهی ارائه می‌دهد.

^۱ - Kappa index

گیری مالی و ریسک‌پذیری در تصمیمات مالی با یافته‌های پژوهشی (گیبکوس و ون‌هوسل، ۲۰۰۸)؛ بالتار و دی‌کولون، ۲۰۱۴)؛ موسوی و همکاران، ۱۳۹۶؛ عزیززاده و همکاران، ۱۳۹۹؛ امینی و همکاران، ۱۳۹۹؛ مرادیان و همکاران، ۱۳۹۹؛ وی و هیسریچ، ۲۰۱۶) همپوشانی دارد. کارآفرینی فرایند خلق محصولی جدید و با ارزش با اختصاص زمان و تلاش لازم؛ در نظر گرفتن ریسک‌های مالی و رسیدن به رضایت فردی مالی است. تصمیم‌های راهبردی که کارآفرینان می‌گیرند ماهیت کارآفرینی دارد که باعث می‌شود روش تصمیم‌گیری کارآفرینان با سایر فعالان، به ویژه مدیران، تفاوت داشته باشد. تصمیم‌گیری کارآفرینی در واقع استفاده از ادراک برای ارزیابی، قضاوت و تصمیم‌گیری درباره فعالیت‌های کارآفرینی از جمله ارزشیابی فرصت‌ها، استقرار و رشد شرکت‌ها است (جسینک^۱، ۲۰۱۴). تصمیمات کارآفرینی در طی زمان باعث تعیین شکل کسب و کار شده و همزمان آن شرایطی که بر تصمیم‌های کارآفرینی تاثیر می‌گذارند، طی همین دوره رشد می‌کنند. بنابراین استفاده از رویکرد کیفی مولفه ضروری دیگری برای توضیح تصمیم‌گیری کارآفرینی است. رویکرد کیفی علاوه بر توضیحات جامع درباره ماهیت تصمیم‌گیری کارآفرینی، توضیحاتی درباره روابط بین اجزا و مراحل این پدیده حاصل می‌کند (محمدی، سجادی، سخدری، ۱۳۹۸).

مضمون پیش‌سازمان‌دهنده اولیه عوامل محیطی، در قالب دو مضمون پیش‌سازمان‌دهنده ثانویه؛ پیچیدگی محیطی و رقابت با یافته‌های پژوهشی (کالینیک و همکاران، ۲۰۱۳)؛ بالتار و دی‌کولون، ۲۰۱۴)؛ مین و همکاران، ۲۰۱۵)؛ کارو بلتر، ۲۰۱۰)؛ گیبکوس و ون‌هوسل، ۲۰۰۸)؛ گلدستین، ۲۰۱۰)؛ آبرئو و گرینیچ، چنچ و همکاران، ۲۰۰۶)؛ دیک و همکاران،

کارآفرینی موثر باشد. در نتیجه بررسی، تحلیل و سنتز یافته‌ها در مجموع ۷ مضامین پیش‌سازمان‌دهنده اولیه (ویژگی‌های فردی، ویژگی‌های تصمیم‌گیری، عوامل محیطی، توجه به توسعه و پایدارسازی منابع مالی، مدیریت مالی اثربخش، نقصان اطلاعات، تغییرات سیاسی و قانونی) با ۱۷ مضامین پیش‌سازمان‌دهنده ثانویه و ۱۳۰ مضامین پایه شناسایی شدند. براساس یافته‌های این مطالعه مضمون ویژگی فردی با یافته‌های پژوهش (کولومبو و همکاران، ۲۰۱۸، براتون، ۲۰۱۵، بالتار و دی‌کولون، ۲۰۱۴)؛ آهلرز و همکاران، ۲۰۱۵)؛ سو، داس‌سانتوس ۲۰۱۵)؛ کالینیک و همکاران، ۲۰۱۳)؛ بالتار و دی‌کولون ۲۰۱۴)؛ راج و همکاران، ۲۰۰۹)؛ جباری و همکاران، ۱۳۹۹)؛ شریف‌زاده و همکاران، ۱۳۹۵) همخوانی وجود دارد. در بخش‌بندی مضامین پایه در قالب سه مضمون پیش‌سازمان‌دهنده ثانویه؛ هدف‌گذاری موثر، استراتژی‌های موثر؛ جامعه‌نگری و توجه به پیامدها همپوشانی دارند. فرد کارآفرین کسی است که توانایی تشخیص و ارزیابی فرصت‌های کسب و کار دارد و می‌تواند منابع لازم را جمع‌آوری کرده و از آنها بهره‌برداری نموده و عملیات مناسبی را برای رسیدن به موفقیت پی‌ریزی کند. کارآفرین فردی است که مخاطره‌های یک فعالیت اقتصادی را سازماندهی، اراده، تقبل و تعهد می‌کند، و در عین حال، کسی است که یک فرصت را در می‌یابد و برای پیگیری آن فرصت، یک سازمان را راه‌اندازی می‌کند. فرایند کارآفرینی تمام وظایف، فعالیتها و عملیاتی را که با درک فرصت و ایجاد یک سازمان به منظور پیگیری آن فرصتها ارتباط می‌یابد، در برمی‌گیرد.

مضمون پیش‌سازمان‌دهنده اولیه ویژگی‌های تصمیم‌گیری در قالب دو مضمون پیش‌سازمان‌دهنده ثانویه؛ فرایند تصمیم-

1 - Geessinck

اطمینان رخ می‌دهد و در چنین شرایطی آنها مجبور می‌شوند به منظور انتخاب از میان راه‌حل‌ها و گزینه‌های موجود خروجی‌های هر اقدام یا حالت‌های مختلف ناشی از آن را در نظر بگیرند. چنین عملی صرفاً با تکیه بر رویکردهای عقلایی ممکن نیست؛ از این رو کارآفرینان به تحلیل‌های کیفی، ذهنی و شهودی مبتنی بر رهیافت معرفت‌شناختی روی می‌آورند.

مضمون پیش‌سازمان‌دهنده اولیه توجه به توسعه و پایدارسازی منابع مالی، در قالب سه مضمون پیش‌سازمان‌دهنده ثانویه؛ خودکفایی و استقلال مالی، تجاری‌سازی دستاوردهای علم و فناوری و ارتباط و تعامل موثر و سازنده دانشگاه، صنعت و جامعه با یافته‌های پژوهشی (جاکوب و همکاران، ۲۰۰۳؛ مارکرکیاگا و همکاران، ۲۰۱۴؛ اوشی و همکاران، ۲۰۰۵، روتامل، ۲۰۰۷؛ اوسی ای دی، ۲۰۱۲؛ پرکمن و همکاران، ۲۰۱۳؛ سلام‌زاده و همکاران، ۲۰۱۵؛ جعفری‌رستمی و همکاران، ۱۳۹۹؛ نیرو صالحی مرند، ۱۳۹۲؛ بیدختی و همکاران، ۱۳۹۷؛ بت‌شکن و سیف‌الدینی، ۱۳۸۹) همپوشانی دارند. کارآفرینی برای توسعه هر اقتصادی ضروری است. کشورها پیشرفت خود را به رشد و توسعه کارآفرینی نسبت می‌دهند. بنابراین دولتها و مردم سراسر جهان خواستار ترویج توسعه کارآفرینی هستند (همودناجی، ۲۰۱۹). کارآفرینی دانشگاهی عمدتاً به معنای فعالیت‌های پتنت‌محور مانند اسپین‌اوت‌ها و مجوزها تعریف شده است، در صورتی که باید شامل سایر اقدامات تجاری و غیرتجاری غیررسمی که ماهیت کارآفرینانه دارند نیز باشد (مصطفی‌زاده، حقیقت-منفرد، کرامتی، ۱۴۰۰). در دیدگاه شومپتر ۱۹۹۴ تغییرات اقتصادی، اطلاعات جدیدی را که کارآفرینان می‌توانند برای کشف نحوه بازسازی منابع استفاده کنند، ایجاد می‌کند. با ایجاد مجدد منابع و قرارداد آنها در عرصه اقتصادی

۲۰۱۵؛ اتزکویتز، ۲۰۰۶؛ گیب، ۲۰۱۲؛ گوئرو و اوربانو، ۲۰۱۰؛ نیرو صالحی مرند، ۱۳۹۲؛ کردنائیجو همکاران، ۱۳۹۱) همپوشانی دارد. تصمیم‌گیری کارآفرینی جدای از لزوم به کارگیری دیدگاه فرایندی، پیامد بسیاری از عوامل اقتصادی و غیراقتصادی به هم پیوسته است (وئی، هیسریچ^۱، ۲۰۱۶). نظریه‌های جامعه‌شناختی نیز به جستجوی چگونگی تأثیر محیط بر کارآفرینی پرداخته‌اند و برخی از عوامل محیطی موثر بر کارآفرینی اشاره کرده‌اند: اهمیت نرخ سرمایه‌گذاری سازمانها، عوامل سیاسی و خط مشی دولت، فرهنگ، موقعیت مکانی و حرفه‌ای شدن کارآفرینی (ناظم، ۱۳۸۶). فرایند کارآفرینانه در سازمانها نیز محصول تعامل میان محیط، کارآفرین و سازمان است. با در نظر گرفتن این پیچیدگی، رابطه نزدیکی میان فرد، کارآفرین و موفقیت یا شکست فرایند کارآفرینی سازمانی وجود دارد. از سوی دیگر، ایجاد و توسعه کارآفرینی با تنیدگی‌های محیطی همراه است که باعث تنش در کار می‌شوند (پرهیزگار، پیرعلی، سیادت، ۱۳۹۶). ادبیات مربوطه استدلال می‌کند که فرصت-های ایجاد شده شامل توانایی کارآفرینان در شناسایی و سرمایه‌گذاری در آن، تحت تأثیر محیطی که در آن فعالیت می‌کنند هستند. محیط یک کارآفرین دانشگاهی عمدتاً متشکل از دانشگاه است که محیط داخلی را شامل می‌شود و در محیط اقتصادی و اجتماعی بازیگران گسترده‌تر، به ویژه دولت و صنعت وجود دارند. در تحقیقات اخیر بر این نکته تأکید شده است که فرایند تصمیم‌گیری کارآفرینان به طور ذاتی با پیچیدگی همراه است؛ از این رو کارآفرینان جهت تصمیم‌گیری در محیط‌های پویا و پیچیده نیازمند برخورداری از سطح قابل قبولی از پیچیدگی شناختی هستند (مبارکی و همکاران، ۱۳۹۱). از آنجا که محیط کارآفرینی محیط ابهام است، تفکر و تصمیم‌گیری کارآفرینان تحت شرایط عدم

1 - Wei, Hisrich

می توان انتظار داشت از طریق گزینش بهترین طرح، سرمایه به صورت بهینه میان طرح های مختلف تخصیص پیدا کند (دهمرد، براهوئی، ۱۳۹۴). در واقع، منابع مالی، یکی از مهمترین ابزار لازم در راستای تبدیل ایده های کارآفرینان به محصولات تجاری و قابل رقابت و ایجاد، زیرساخت های لازم برای دستیابی به این مهم از دلایل اهمیت مالی کشورهاست. وظایف مختلف نهادهای مالی و اجرای بهتر آنها مستلزم توسعه بخشهای مالی مختلف در یک جامعه می باشد تا از طریق تشویق فعالیت های نوآورانه، موجبات رشد اقتصادی پایدار شود (امینی، نصیری، سعیدی، عباسی، ۱۳۹۹).

بسیاری از موسسه ها در کشور به دنبال منبع مالی متنوع درآمدی نیستند، در حالیکه منابع مالی متنوع باعث پویایی و فعال شدن کارآفرینان هم برای اقتصاد و هم افزایش سطح رفاه اجتماعی می شود، از این رو به حمایت های جدی دولت و تلاش بیشتر کارآفرینان نیاز است. با توجه به تحقیقات اسچونینگ^۱ (۲۰۱۳) یکی از مهمترین راه های درآمدی کارآفرینی فروش محصولات است. مطابق با این تحقیق این روش در کشور ما هم می تواند بیشتر استفاده شود. در بررسی آنتهیر^۲ (۲۰۰۵) بیشتر موسسات کمک های مالی دریافت می کنند و صندوق های جمع آوری اعانه به یکی از مهمترین جنبه های درآمد تبدیل شده است. دیوریکس، استببینز^۳ (۲۰۱۰) مهمترین منبع مالی خارجی را کمک های مالی از جمله وقف و صندوق های جمع آوری کمک های مالی می داند، مارتین^۴ (۲۰۱۱) نیز جمع آوری کمک های مالی را منبع اصلی تامین مالی کارآفرینان در طول چرخه عمر موسسه می داند. اسچونینگ (۲۰۱۳) عنوان می کند که هدایا و

فرصت های جدید ایجاد می کنند. تغییرات اقتصادی با تغییر دادن قیمت کالاها، مکمل و جانشین، تغییر در درآمد عمومی، تغییر در سطح عمومی قیمت ها، تغییر در رشد اقتصادی و تغییر در انتظارات نسبت به آینده موجبات تغییر در تقاضا و نهایتا ایجاد فرصت در بخش تولید و تامین زنجیره را فراهم می آورد (مقتاحی، وفایی، نمایان، ویسه، ۱۳۹۹). در ایران، اصلی ترین چالش مدیریتی صاحبان و سرمایه گذاران دانش، این است که چگونه می توانند دانش تولیدی و نوین خود را به جریان بازده اقتصادی برای سرمایه گذاران تبدیل کنند. به عبارت دیگر، تلاش های بسیاری باید در جهت انتقال و به کارگیری دانش در بخش صنعت و اقتصاد و اجتماع صورت گیرد که از جمله آنها می توان افزایش سطح کیفیت خدمات آموزشی و پژوهشی از دانشگاه به صنعت، به روز رسانی و کارآمدتر کردن آیین نامه های دانشگاهی برای تجاری سازی، فراهم آوردن زمینه قانونی لازم برای پشتیبانی از سرمایه فکری و پژوهشگران و تشویق و ترغیب آنها، ترویج فرهنگ مشارکت و کار تیمی، ایده پردازی و مسئله گشایی، خودباوری ریسک پذیری، ارزیابی و بهبود مستمر در میان دانشگاهیان نام برد (بیدختی و همکاران، ۱۳۹۷).

مضمون پیش سازمان دهنده اولیه مدیریت مالی اثربخش، در قالب چهار مضمون پیش سازمان دهنده ثانویه؛ تامین و تخصیص بهینه منابع مالی، سرمایه گذاری موثر، تسهیلات و امکانات مالی، توانمندی، بازاریابی و فروش محصولات دانش بنیان با یافته های پژوهشی (حاجی پور و همکاران، ۱۳۹۵؛ اوگوناد و ساسکاتچین، ۲۰۱۹؛ بیدختی و همکاران، ۱۳۹۷؛ نیک رفتار و فرید، ۱۳۹۴) همخوانی دارد. لذا؛ ساختار مالی در تامین فعالیت های کارآفرینان که محرک اصلی رشد اقتصادی هستند نقش و اهمیت ویژه ای دارند. با توسعه مالی

³ - Durieux, Stebbins

⁴ - Martin

¹ - Schoning

² - Anheier

کمک‌های مردمی یکی از منابع اصلی قابل اتکا به شمار می‌رود.

همانگونه که بیان شد تلاش‌های زیادی برای توسعه این فعالیت‌ها از طریق منابع بودجه‌ای دولت انجام می‌شود اما صنعت سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر برای اثربخش شدن این منابع به طور کامل شکل نگرفته یا بازار بورس جهت تحقق استراتژی خروج بنگاه‌ها از صندوق‌های سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر هنوز به طور کامل اجرایی نشده است. مهمترین منبع تامین مالی در ایران از طریق نظام بانکی است که بررسی‌ها نشان می‌دهد این بنگاه‌ها برای تامین مالی از طریق بانک با مشکلات زیادی روبه‌رو هستند. از یک طرف به علت عدم توسعه صنعت سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر بانک‌ها با تقاضای زیادی روبه‌رو هستند که اساسا با ماهیت تامین مالی مبتنی بر بدهی همخوانی ندارد و از طرف دیگر به واسطه عدم توجه نظام بانکی ملاک‌های ارزیابی طرح‌ها در بانکها مطابق با اقتضائات نوآوری رشد پیدا نکرده است. در نهایت بازار سرمایه و اوراق مشارکت نیز در کشور هنوز تا برآوردن نیاز این بنگاه‌ها فاصله زیادی دارد (ابوجعفری، الهی، پیغامی، یآوری، ۱۳۹۳). حل مساله و اطلاعات نامتقارن با بسترسازی مناسب در زمینه ایجاد انگیزه‌های مالی، تامین مالی نهادی مناسب نوآوری (همچون فرشتگان کسب و کار و سرمایه‌گذاری ریسک‌پذیر)، تحریک بازار پول و سرمایه برای ورود به حوزه‌های نوآورانه امکان‌پذیر خواهد بود (ابوجعفری و همکاران، ۱۳۹۳). همانگونه که اشاره شده است، طیف گسترده‌ای از روشهای تامین مالی در دسترس کارآفرینان قرار دارد که به شکل‌های گوناگون طبقه‌بندی شده‌اند.

مضمون پیش‌سازمان‌دهنده اولیه نقصان اطلاعاتی، در قالب دو مضمون پیش‌سازمان‌دهنده ثانویه؛ عدم تقارن

اطلاعات (دسترسی صحیح به اطلاعات) و کنترل، هدایت و ارزیابی بازار، با یافته‌های پژوهشی (مفتاحی و همکاران، ۱۳۹۹؛ حسن‌پور گل‌افشانی و همکاران، ۱۳۹۱؛ پیچ و کامرون، ۲۰۰۶) همپوشانی دارد. در بخش نقصان اطلاعاتی، چنانچه شرکت‌های رقیب نتوانند خواسته‌های مشتریان را برآورده سازند یا به عبارتی ناکارآمد باشند فرصتی را جهت ایجاد محصولات جدید توسط سازمان فراهم می‌آورند. همچنین استفاده از منابع تجدیدپذیر و روشهای نوین جهت کاهش ضایعات می‌تواند فرصت‌هایی را جهت ایجاد محصولات با هزینه‌های کمتر فراهم سازد.

کارآفرینی از وجود فرصتهایی ناشی می‌شود که عمدتا از تغییرات موجود در بازارها ناشی می‌شود. این تغییرات باعث ایجاد نیازهای مصرف‌کنندگان می‌شود و کارآفرینان با تولید تجاری کالاها و خدمات جدید، شناسایی بازارهای جدید و معرفی روش‌های جدید تولید یا سازمانی تغییرات را پاسخ می‌دهد. این فرصت‌ها نتیجه محیط پویا است که به طور مداوم فضا را برای فعالیت تجاری ایجاد می‌کند. فرضیه رقابت کامل اقتصاد نئوکلاسیک بر پایه بازار آزاد است و در بازارهای آزاد، تامین‌کنندگان و خریداران اطلاعات کاملی در مورد قیمت‌ها، محصولات و بازار دارند. با این حال، در واقعیت، هیچ یک از بازیگران در اقتصاد، همه‌چیز را درک نمی‌کنند و حتی اگر یک شرکت یا فرد بتواند اطلاعات کامل در مورد بازارهای مربوطه را به دست آورد، عقلانیت محدود توانایی آنها در پردازش اطلاعات و توسعه تصمیمات راهبردی را محدود می‌کند (مفتاحی و همکاران، ۱۳۹۹). این عدم تقارن اطلاعات دلیل اصلی شکست بازار است و همچنین یکی از عوامل اصلی فرصت‌های کارآفرینی است. این مهم زمانی اتفاق می‌افتد که افراد اطلاعات متنوعی در رابطه با منابع، بازارها و فرصت‌ها دارند. کارآفرینان با

سرمایه‌گذاری بر عدم تقارن اطلاعات در بازار، به احتمال زیاد به فرصت‌های بازاریابی با استفاده از مزایای اطلاع‌رسانی و منابع مکمل دست پیدا می‌کنند. در واقع این فرصت‌ها به دلیل کامل نبودن دانش عوامل بازار به وجود می‌آیند و کارآفرین فردی است که عدم تقارن در توزیع اطلاعات بهره می‌برد. باورهای افراد در مورد کارآفرین نحوه استفاده از منابع بر اساس اطلاعاتی که در اختیار آنهاست، شکل می‌گیرد (مارسیلی^۱، ۲۰۱۰).

مضمون پیش‌سازمان‌دهنده اولیه تغییرات سیاسی و قانونی، در قالب یک مضمون پیش‌سازمان‌دهنده ثانویه؛ ساختار سیاست‌گذاری‌ها و قانون‌گذاری‌ها در تصمیم‌گیری مالی کارآفرینانه با یافته‌های پژوهشی (مفتاحی و همکاران، ۱۳۹۹؛ میثمی و همکاران (۱۳۹۶)). همخوانی دارد. لذا؛ در بخش تغییرات سیاسی و قانونی شناخت سیاست‌های جدید دولت همانند کاهش مالیات، معافیت‌های مالیاتی می‌توان با تولید محصولات جدید یا تغییر در میزان تولید به کارآفرینی پرداخت. کاهش تعرفه‌های گمرکی، رفع موانع صادراتی مانند صادرات و واردات کالاها و مواد خام را تسهیل کند و موجبات ایجاد کسب و کارهای جدید را فراهم سازد.

دولتها می‌توانند با اجرای سیاست‌هایشان ساختار نهادی فعالیت‌های کارآفرینانه را شکل دهند و آنها را نسبت به برخی فعالیتها تشویق یا دلسرد کنند. مهمترین ابزارهای حمایتی دولتها در بخش کارآفرینی از میان انبوه سیاست‌ها و ابزارهای دولتی، سیاست‌هایی مانند تامین مالی، قواعد مالیاتی، تنظیم مقررات تجاری و سیاست‌های تشویقی و غیره هستند (مفتاحی و همکاران، ۱۳۹۹). دولتها با استفاده از ابزارهایی مانند اعطای اعتبارات تضمین‌شده و طرح‌های تامین مالی خرد از طریق وام‌های بانکی برای کاهش

محدودیت‌های پیش روی کارآفرینان تلاش می‌کنند. استفاده از اعتبارات تضمین‌شده موجب کاهش نامتقارنی اطلاعات می‌شود و به دنبال آن هزینه‌های مبادلاتی کارآفرینان را کاهش می‌دهد. بنابراین سیاست‌های پولی و مالی انبساطی برای استفاده از کارآفرینی می‌باشد. تحقیقات نشان می‌دهد که حکومت‌داری خوب، کارآفرینی را افزایش می‌دهد. اعتماد به نفوذ دولت، ثبات سیاسی، حاکمیت قانون می‌تواند فرصتی برای انجام کارآفرینی باشد. منطق این است که مزایای اقتصادی، اجتماعی و خودکفایی از راه‌اندازی و مدیریت کسب و کار جدید باید از خطرات و برآوردها برای پیشبرد کارآفرینی بالاتر باشد (آکز^۲، ۲۰۱۸). به نظر می‌رسد فرصت کارآفرینی از بهبود در ساختار قانونی و امنیت حقوق مالکیت و کسب و کار سرچشمه می‌گیرد (آنجلو، ۲۰۱۷). شواهد حاکی از آن است که آزادی اقتصادی نه تنها تلاش فردی برای فعالیت‌های تولیدی کارآفرینی را هدایت می‌کند، بلکه همچنین به میزان قابل توجهی منابع اجتماعی و شناختی افراد را بسیج می‌کند و منجر به رشد کارآفرینی می‌شود (مفتاحی و همکاران، ۱۳۹۹). پژوهش حاضر با محدودیت‌هایی زیر روبه‌رو بوده است:

* از آنجا که مقوله تصمیمات مالی مبحث جدید در حوزه کارآفرینی دانشگاهی است لذا تحقیقات انجام شده مرتبط در این حوزه سهم ناچیزی را به خود اختصاص داده‌اند، و یکی از محدودیت‌های این تحقیق را می‌توان تعداد اندک پژوهش‌هایی دانست که مستقیماً به موضوع تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی پرداختند.

* در روش فراترکیب، معیار توصیف یا تبیین یک پدیده به مشروح‌ترین شکل ممکن است. بنابراین در این روش باید به

2 - ACS

1 - Marsili

اشباع نظری رسید و این مهم نیازمند صرف وقت زیادی می- باشد. با توجه به اینکه در این پژوهش قریب به ۱۳۰ مضامین پایه به عنوان تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی استخراج شده است به پژوهشگران پیشنهاد می‌شود که با بررسی بیشتر منابع، سایر کدها و مولفه‌ها را در صورت وجود شناسایی کنند. - در این پژوهش به شناسایی تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی پرداخته شده است، پژوهشگران می- توانند در پژوهشهای بعدی به رتبه‌بندی مقوله‌ها و مفاهیم با استفاده از روش‌های ANP, AHP و غیره بپردازند. - در این پژوهش از روش کیفی استفاده شده است. پژوهشگران در آینده می‌توانند با استفاده از روشهای ترکیبی یا حتی کمی به مقوله تصمیمات مالی کارآفرینان دانشگاهی بپردازند.

منابع

- پرهیزگار، محمد مهدی؛ پیرعلی، علیرضا؛ سیادت، سعیده (۱۳۹۶). بررسی نقش مولفه‌های سرمایه روانشناختی بر کارآفرینی سازمانی (مورد مطالعه پلیس راهور شهرستان بوشهر). نشریه علمی-ترویجی، سال دوازدهم (۴۹): ۱۱۶-۹۱.
- جباری، فهیمه؛ عزیزی، محمد؛ صالحی، محمدجواد؛ نوازی، بهرام (۱۳۹۹). طراحی مدل کارآفرینی دانشگاهی بین‌المللی. فصلنامه پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی، ۲۶ (۳): ۱۹-۴۶.
- حاجی‌پور، بهمن؛ مومنی، علیرضا؛ طیبی‌ابوالحسنی، امیرحسین (۱۳۹۵). فراترکیب عوامل موفقیت تجاری‌سازی محصولات با فناوری پیشرفته. نشریه علمی-پژوهشی مدیریت نوآوری، سال پنجم (۴): ۵۴-۱۹.
- حسینی، حمیدخداداد؛ کلابی، امیرمحمد؛ مهربانی، روزا (۱۳۹۱). مفهوم‌پردازی فرایند تصمیم‌گیری کارآفرینانه در بنگاه‌های کوچک و متوسط کارآفرین. پژوهشنامه مدیریت تحول، سال چهارم (۸): ۷۰-۵۲.
- حسینی، زهره؛ ابوالقاسمی، محمود؛ مشکی‌اصفهانی، اصغر (۱۳۹۷). ارائه الگوی کارآفرینی دانشگاهی برای دانشگاه فنی و حرفه‌ای. پژوهش در نظام‌های آموزشی، ویژه نامه، ۱۲۳۴-۱۲۱۳.
- حسنقلی‌پور، حکیمه؛ قلی‌پور، آرین؛ روشندل‌اربطانی، طاهر (۱۳۹۰). موانع تجاری‌سازی دانش در کارآفرینی دانشگاهی. توسعه کارآفرینی، سال چهارم، (۱۴): ۱۸۳-۱۶۵.
- دهمرده، نظر؛ براهوئی، محبوبه (۱۳۹۴). تاثیر گذاری توسعه مالی بر توسعه کارآفرینی و نوآوری. اولین کنفرانس بین-
- آقایی، تیمور؛ تیمورنژاد، کاوه؛ اخوان‌هزاوه، فاطمه (۱۳۹۱). بررسی کارآفرینی دانشگاهی از دید اعضای هیات علمی دانشگاه شهید بهشتی به عنوان نمونه‌ای از دانشگاه‌های بزرگ. برنامه ریزی رفاه و توسعه اجتماعی، (۱۴): ۲۰۸-۱۸۳.
- ابوجعفری، روح‌اله؛ الهی، شعبان؛ پیغامی، عادل؛ یآوری، کاظم (۱۳۹۳). تامین مالی نوآوری مبتنی بر نظریه تامین مالی مرحله‌ای: مطالعه موردی نظام مالی نوآوری در ایران. مجله برنامه‌ریزی و بودجه، سال نوزدهم (۴): ۱۴۶-۱۰۹.
- اعتمادی، حسین؛ داغانی، رضا؛ عزیزخانی، مسعود؛ فرهبخش، سارا (۱۳۹۳). زمان‌سنجی در ارزیابی پرتفوی سرمایه‌گذاری، شواهدی از بازار سرمایه. تحقیقات مالی، ۱۶ (۱): ۳۶-۲۵.
- امینی، طیبه؛ نصیری، مجید؛ سعیدی، پرویز؛ عباسی، ابراهیم (۱۳۹۹). الگوی کارآفرینی استراتژیک مبتنی بر توسعه مالی با رویکرد فازی. فصلنامه علمی پژوهشی کارافن، ۱۷ (۳): ۱۲۳-۱۳۷.
- امین‌بیدختی، علی‌اکبر؛ محمدی، رضا؛ رحیمی، محسن (۱۳۹۷). طراحی الگوی تضمین کیفیت دانشگاه کارآفرین در نظام دانشگاهی ایران. فصلنامه مطالعات اندازه‌گیری و ارزشیابی آموزشی، سال هشتم (۲۲): ۲۲۷-۲۶۳.
- امینی‌نژاد، روجا؛ قلی‌پور، آرین، اسلامی‌بیگدلی، غلامرضا (۱۳۸۹). سرمایه اجتماعی کارآفرینان نوپا و تامین مالی غیررسمی. توسعه کارآفرینی، سال سوم، (۱۰): ۴۹-۷۰.
- برومند، زهرا (۱۳۸۵). سیستم‌های مدیریت (MIS)-تصمیم‌گیری- سایبرنتیک. چاپ اول، تهران: انتشارات جنگل.

- الملی اقتصاد، مدیریت و حسابداری، علوم اجتماعی، مشهد، ایران.
- رضائیان، صهباء؛ خرازی، کمال؛ جمالی، احسان؛ نادری، ابوالقاسم (۱۳۹۸). الگوی مفهومی تصمیم‌گیری با رویکرد شناختی. فصلنامه تازه‌های علوم شناختی، سال ۲۱ (۱): ۲۰-۱.
- رضایی، بیژن؛ عباسپور، عباس؛ نیکنامی، مصطفی؛ رحیمیان، حمید؛ دلاور، علی (۱۳۹۲). واکاوی راهکارهای بهبود کارآفرینی دانشگاهی در حوزه علوم انسانی و ارائه یک نظریه زمینه‌ای. ابتکار و خلاقیت در علوم انسانی، ۳ (۲): ۱۸۵-۲۱۵.
- زیودار، مهدی ایمانی‌پور، نرگس؛ طالبی، کامبیز؛ حسینی، رسول (۱۳۹۵). الگوی برای تصمیم‌گیری در مورد ایجاد کسب و کار جدید با رویکرد نظریه داده‌بنیاد. نشریه علمی- پژوهشی مدیریت نوآوری، سال پنجم، (۲): ۱۳۴-۱۰۹.
- شریف‌زاده، محمدشریف؛ عبداله‌زاده، غلامحسین (۱۳۹۵). سازوکارها و معیارهای کارآفرینی دانشگاهی در آموزش عالی کشاورزی از دیدگاه خبرگان کارآفرینی. فصلنامه پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، (۳۸): ۱۷-۳.
- علاقه بند، علی (۱۳۸۵). مقدمات مدیریت آموزشی. چاپ پانزدهم، تهران: انتشارات دانشگاه پیام نور.
- فریدی، فردخت؛ عزیزی، محمد (۱۳۹۶). تبیین رابطه گرایش کارآفرینانه و دستاوردهای کارآفرینی دانشگاهی (مورد مطالعه: دانشکده‌های فنی دانشگاه تهران). فصلنامه علمی پژوهشی آموزش عالی ایران، سال نهم، (۴): ۹۹-۱۲۵.
- مبارکی، محمدحسن؛ رضاییان، علی؛ مهرابی، روزا؛ کلابی، امیرمحمد (۱۳۹۱). شناسایی ابعاد تاثیرگذار بر سطح
- پیچیدگی شناختی کارآفرینان تصمیم‌گیرنده. پژوهشنامه مدیریت تحول، سال چهارم (۸): ۱۴۵-۱۲۵.
- محمدی، گلشن؛ سجادی، مجتبی؛ سخدری، کمال (۱۳۹۸). مدل تصمیم‌گیری کارآفرینی: رویکرد فراترکیب. مجله چشم‌انداز مدیریت صنعتی، سال نهم (۳۵): ۸۷-۱۰۸.
- مصطفی‌زاده، فاطمه؛ حقیقت‌منفرد، جلال؛ کرامتی، محمدعلی (۱۴۰۰). توسعه کارآفرینی در دانشگاه با رویکرد فراترکیب (مطالعه موردی: دانشگاه تهران مرکزی). فصلنامه مدیریت کسب و کار، (۵۲): ۱۴۱-۱۲۳.
- مقتاحی، هادی؛ وفایی، فرهاد؛ نامیان، فرشید؛ ویسه، مهدی (۱۳۹۹). فراترکیب ابعاد و عوامل موثر بر شکل‌گیری پنجره‌های فرصت کارآفرینی. نشریه علمی مدیریت نوآوری، سال نهم (۴): ۱۷۴-۱۵۱.
- موغلی، علیرضا (۱۳۸۹). تاثیر عوامل سازمانی بر کارآفرینی دانشگاهی. مجله علوم مدیریت ایران، ۵ (۱۹): ۱۱۸-۱۰۳.
- میرواحدی، سعید (۱۳۹۶). بررسی منطق تصمیم‌گیری کارآفرینان ایرانی مبتنی بر نظریه امکان‌گرایی. پژوهش‌های نوین در تصمیم‌گیری، ۲ (۴): ۲۵۴-۲۲۹.
- ناظم، فاتح (۱۳۸۶). کارآفرینی مدیران دانشگاه آزاد اسلامی. فصلنامه روانشناسان ایرانی، سال چهارم (۱۴): ۱۳۵-۱۲۵.
- نجاتی، وحید (۱۳۹۱). خطرپذیری و کارآفرینی: شواهد عصب‌شناختی تصمیم‌گیری پرخطر در مسئولان واحدهای مرکز رشد. فرایند مدیریت و توسعه، (۷۸): ۱۲۳-۱۱۳.

- attraction of early contributions in crowdfunding". *Entrepreneurship Theory and Practice*. 39(1): 75–100.
- Curseu, P. L (2011). The role of cognitive complexity in entrepreneurial strategic decision making, In Vermeulen, P. A. M., & Curseu, P. L. (eds.), *Entrepreneurial decision making & the use of bias & heuristics*. Edward Elgar publishing limited, 68-86.
- Durieux, M., Stebbins, R. (2010). *Social Entrepreneurship*. New York.
- David J. Denis (2004). Entrepreneurial finance: an overview of the issues and evidence. *Journal of Corporate Finance* (10): 301 – 326.
- Fini, R., Grimaldi, R., Santoni, S., & Sobrero, M (2011). Complements or substitutes? The role of universities and local context in supporting the creation of academic spin-offs. *Research Policy*, 40(8), 1113-1127.
- Geessinck, B. (2014). Exploring entrepreneurial strategic decision making and imagination.
- Guerrero, M., Cunningham, J. A., & Urbano, D (2015). Economic impact of entrepreneurial universities' activities: An exploratory study of the United Kingdom. *Research Policy*, 44(3): 748-764.
- Grawal, A. K., C. Catalini, and A. Goldfarb (2011). *The Geography of Crowdfunding*. (No. w16820): National Bureau Of Economic Research.
- Hamoud Naji, Amat Alsalam. (2019). Factors Influencing Entrepreneurship Development. <https://www.researchgate.net/publication/332255136>.
- Hanny, N., Felix, T., Margaret, J., Nelson, O (2011). Entrepreneurship: Its relationship with market orientation and learning orientation. *Industrial Marketing Management*, 40(7): 336-345.
- Maine, E., Soh, P. H., & Dos Santos, N., (2015). The role of entrepreneurial decision-making in opportunity creation and recognition. *Technovation*, 39: 53-72.
- Achibane Mustapha, Jamal Tlaty (2018). The Entrepreneurial Finance and the Issue of Funding Startup Companies. *European Scientific Journal*, (14)13: 1857 – 7881.
- ACS, Z.J (2008). Foundations of high impact entrepreneurship Foundations and Trends in Entrepreneurship, 4(6): 535–620.
- Angulo-Guerrero, María J., Salvador Pérez-Moreno, and Isabel M. Abad-Guerrero (2017). How economic freedom affects opportunity and necessity entrepreneurship in the OECD countries. *Journal of Business Research* 73: 30–37.
- Anheier, H. K. (2005). *Nonprofit Organizations: Theory, Management, Policy*. published by Routledge, London & New York, This edition published in the Taylor & Francis e-Library.
- Ahlers, G. K., D. Cumming, C. Günther, and D. Schweizer (2015). "Signaling in equity crowdfunding". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(4): 955–980.
- Åstebro, T., Bazzazian, N., & Braguinsky, S (2012). Startups by recent university graduates and their faculty: Implications for university entrepreneurship policy. *Research Policy*, 41(4), 663-677.
- Barcik, A., Dziwiński, P., & Jakubiec, M. (2017). The potential of academic entrepreneurship in universities of viserrad group countries. *Zeszyty Naukowe Politechniki Częstochowskiej Zarządzanie*, 27 (1), 18-35.
- Carr, J. C., & Blettner, D. P. (2010). Cognitive control bias and decision -making in context: Implications for entrepreneurial founders of small firms. *Frontiers of Entrepreneurship Research*, 30(6), 2.
- Colombo, M. G., C. Franzoni, and C. Rossi-Lamastra (2018). "Internal social capital and the attraction of early contributions in crowdfunding". *Entrepreneurship Theory and Practice*. 39(1): 75–100.
- Colombo, M. G., C. Franzoni, and C. Rossi-Lamastra (2015). "Internal social capital and the

Entrepreneur. *Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability*, 11(1), 89.

- Marsili, O (2010). The distribution of Schumpeterian and Kirznerian opportunities. *Small Business Economics*, 44(1), 19-35. <https://doi.org/10.1007/s11187-014-9585-1>.

-Martin, M. (2011). Understanding the true potential of hybrid financing strategies for social entrepreneurs. *Impact Economy Working Papers*, Vol. 2, 1-36

-Omri, Anis (2020). Formal versus informal entrepreneurship in emerging economies: The roles of governance and the financial sector. *Journal of Business Research*, (108): 277–290.

-Schoning, M. (2013). How successful Social Entrepreneurs Mobilize Resources and Leverage their Ideas. Schwab Foundation for Social Entrepreneurship Route de la Capite 91-93, 1223 Cologny/Geneva Switzerland.

-Simmons, S. A., & Hornsby, J. S (2014). Academic Entrepreneurship: A Stage Based Model. In *Academic Entrepreneurship: Creating an Entrepreneurial Ecosystem* (pp. 37-65). Emerald Group Publishing Limited.

-Shepherd, D. A., & Patzelt, H (2011). The new field of sustainable entrepreneurship: Studying entrepreneurial action linking “what is to be sustained” with “what is to be developed”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1): 137-163.

-Vermeulen, P. A. M., & Curseu, P. L. (2010). Entrepreneurs and strategic decision, in: Vermeulen, P. A. M., & Curseu, P. L. (eds), *Entrepreneurial strategic decision making: a cognitive perspective*, Edward Elgar publishing limited, 1-11.

-Wei, X., & Hisrich, R. D. (2016). Error orientation and entrepreneurial decision making in Chinese enterprises: Opportunity identification as mediator. *Social Behavior and Personality: an international journal*, 44(4), 555-568.

-Wright, M., A. Lockett, B. Clarysse, and M. Binks (2006). “University spin-out companies and venture capital”. *Research Policy*, 35(4):481-501.

- Zeng, F. Q., Zheng, M. Q., & Lee, D (2015). An Empirical Study on the Influencing Factors of University Students' Entrepreneurial Intention-A Research Based on the Chinese Nascent Social