

چشم‌انداز مدیریت صنعتی

سال نهم، شماره ۳۵، پاییز ۱۳۹۸

شاپا چاپی: ۹۸۷۴-۲۲۵۱، شاپا الکترونیکی: ۴۱۶۵-۲۶۴۵

ص ص ۱۰۸ - ۸۷

مدل تصمیم‌گیری کارآفرینی: رویکرد فراترکیب

گلشن محمدی*، سید مجتبی سجادی**، کمال سخدری***

چکیده

در سال‌های اخیر، تصمیم‌گیری کارآفرینی 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. در مطالعه حاضر، با اتخاذ رویکرد اساسی نوبلیت و هیر (۱۹۸۸)، روش فراترکیب برای دستیابی به مدل استفاده شده است. ۱۰ مطالعه محوری موجود در این زمینه بررسی شده است. سه مرحله اصلی کدگذاری برای دستیابی به مدل نهایی این مطالعه انجام شد. در این مدل شرایط سببی تصمیم‌گیری کارآفرینی با تصمیم کارآفرینی که به‌عنوان گروه اصلی در نظر گرفته شده بود، ترکیب شد. راهبردهای تصمیم‌گیری (کار عملی) نیز تعیین شده و به مدل نهایی وارد شدند. این مدل نشان‌دهنده زمینه و شرایط مداخله‌کننده در تصمیم‌گیری کارآفرینی و پیامدهای تصمیم‌گیری کارآفرینی است. در نهایت جنبه زمانی تصمیم‌گیری کارآفرینی بُعدی است که در این مطالعه شناسایی شده و به مدل اضافه شده است و ماهیت پویا زمانی تصمیم‌گیری کارآفرینی را نشان می‌دهد.

کلیدواژه‌ها: تصمیم کارآفرینی؛ مدل تصمیم‌گیری؛ فراترکیب؛ فرصت؛ زمان تصمیم‌گیری.

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۸/۰۲/۱۹، تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۸/۰۷/۱۵.

* دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد قزوین.

** دانشیار، دانشگاه تهران (نویسنده مسئول).

E-mail: msajadi@ut.ac.ir

*** دانشیار، دانشگاه تهران.

۱. مقدمه

تصمیم‌گیری به عمل انتخاب از میان گزینه‌های در دسترس اطلاق می‌شود [۴۰، ۳۱، ۲]. در تعریف دیگر، تصمیم‌گیری به صورت انتخاب بین برخی گزینه‌ها برای رسیدن به هدف ویژه تعریف می‌شود [۲۱]. تصمیم‌گیری کارآفرینی بر اساس تعریف‌های اخیر به انتخاب‌هایی اطلاق می‌شود که کارآفرینان حین رویارویی با فرصت‌های کارآفرینی برمی‌گزینند [۳۵، ۴۵]. کارآفرینان تصمیم‌هی کارآفرینی می‌گیرند تا کسب‌وکار را مستقر کرده و اداره [۱۰].

تصمیم‌های راهبردی که کارآفرینان می‌گیرند ماهیت کارآفرینی دارد که باعث می‌شود روش تصمیم‌گیری کارآفرینان با سایر فعالان، به‌ویژه 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 [۱۴]. این تعریف‌ها به روشنی نشان‌دهنده دیدگاه‌های متفاوت درباره مفهوم «تصمیم‌گیری کارآفرینی» است. این پژوهش نشان می‌دهد پنج جریان پژوهشی موازی پیرامون مفهوم تصمیم‌گیری کارآفرینی وجود دارد. گروه نخست مطالعاتی هستند که تلاش می‌کنند تصمیم‌های کارآفرینی را به گروه‌های سببی یا اجرایی تقسیم کنند [۳۷، ۲۲، ۱۵].

جریان دوم، افرادی هستند که می‌خواهند بین رویکردهای سببی و اجرایی نوعی سازش ایجاد کنند [۲۵]. گروه سوم در جستجوی عوامل تأثیرگذار بر فرآیند تصمیم‌گیری کارآفرینی هستند [۲۰، ۱۶]. جریان چهارم در تصمیم‌گیری کارآفرینی به مطالعه فرآیند تصمیم‌گیری از ذهن افراد تا انتخاب‌های نهایی آن‌ها می‌پردازد [۳۲، ۱۳، ۸]. در نهایت آخرین جریان در تحقیق تصمیم‌گیری کارآفرینی شامل مطالعاتی می‌شود که تلاش می‌کنند ذهن و محیط را در زمینه تصمیم‌گیری به یکدیگر مرتبط سازند [۱۷، ۱].

بوکار و هیسریچ^۱ (۲۰۰۱)، پیشنهاد کرده‌اند پژوهش در زمینه کارآفرینی و مدیریتی باید در جهت دانش‌زایی درباره فرآیند تصمیم‌گیری باشد [۶]. استفاده از دیدگاه فرآیندی برای بیان توضیح جامعی درباره تصمیم‌گیری کارآفرینی اهمیت اساسی دارد؛ چراکه تصمیم‌های راهبردی کارآفرینی در طی زمان باعث تعیین شکل کسب‌وکار شده و هم‌زمان آن شرایطی که بر تصمیم‌های کارآفرینی تأثیر می‌گذارند، طی همین دوره رشد می‌کنند [۳۴، ۲۸]. مثال‌هایی از تعریف‌های فرآیندی تصمیم‌گیری کارآفرینی در کار توریکا^۲ (۲۰۱۳)، آمده است که تصمیم‌گیری کارآفرینی را به صورت فعالیت‌ها و دوره پیش از عملکرد فرد به‌عنوان کارآفرین، تعریف می‌کند [۴۴]؛ به بیان دیگر، ماهیت این تعریف‌ها انتقال مفهوم زمان است.

1. Bucar & Hisrich

2. Torrika

تصمیم‌گیری کارآفرینی جدای از لزوم به‌کارگیری دیدگاه فرآیندی، خروجی بسیاری از عوامل اقتصادی و غیراقتصادی به‌هم‌پیوسته است که نمی‌توان آن‌ها را در مدل اقتصادسنجی جاری وارد کرد [۴۶]؛ بنابراین استفاده از رویکرد کیفی مؤلفه 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. شرط دیگر در مطالعه تصمیم‌گیری کارآفرینی این است که امکان نگاه مستقل به تصمیم‌گیرنده (کارآفرین) و موقعیتی که تصمیم‌گیری درباره آن صورت می‌گیرد، وجود نداشته باشد [۳۶].

فرآیند کارآفرینی رابطه بین فرد و موقعیت یا فرصت است [۹] و این دو مستقل از زمینه محیطی نیستند [۲۹]؛ بنابراین نیاز اساسی به مدلی با رویکرد کل‌نگر حس می‌شود تا شکاف بین ۱. رویکرد تصمیم‌گیری، ۲. ماهیت و نهادهای تأثیرگذار بر فرآیند تصمیم‌گیری کارآفرینی، ۳. ذهن کارآفرین و ۴. زمینه و محیط تصمیم‌گیری پر شود. در این مطالعه تلاش می‌شود شکاف باشد با معرفی مدلی پر شود که برخی رویکردها، مراحل و جنبه‌های زمینه‌ای تصمیم‌گیری ذهنی کارآفرینان را پوشش می‌دهد.

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

مطالعه تصمیم‌گیری به مطالعات مدیریت راهبردی برمی‌گردد. سیمون^۱ (۱۹۶۰)، مدل سه‌مرحله‌ای برای تصمیم‌گیری پیشنهاد کرده است. نخستین مرحله در تصمیم‌گیری «فاز هوش» است که شامل یافتن و تدوین مشکلات و موقعیت‌هایی است که تصمیم‌گیری در آن زمینه روی می‌دهد؛ به بیان دیگر، نخستین فاز شامل تعیین این است که تصمیم‌گیری درباره چیست؟ در مرحله دوم، یعنی «فاز طراحی»، راه‌حل‌های جایگزینی مطرح می‌شوند که فعالیت‌های پژوهشی بسیاری می‌طلبند. هدف تصمیم‌گیری نیز در این مرحله مرور می‌شود. فاز نهایی مدل سیمون «فاز انتخاب» است که در آن گزینه‌های مطرح‌شده در فازهای پیشین ارزیابی شده و یکی انتخاب می‌شود. خروجی نهایی این فاز تصمیمی است که می‌توان آن را اجرا کرد [۳۹].

اگرچه تصمیم‌های کارآفرینی و تصمیم‌های مدیریتی راهبردی در بسیاری جنبه‌ها از جمله مسائل مورد نظر خود، عامل تصمیم‌گیری و زمینه خود هم‌پوشانی دارند، تصمیم‌های کارآفرینی انتخاب‌هایی هستند که کارآفرینان طی رویارویی با فرصت‌های کارآفرینی جدید می‌گیرند [۴۵].

1. Simon

نقش فعال کارآفرین (به عنوان تصمیم‌گیرنده) در نظریه‌های اقتصادی مکتب تفکر اتریشی مورد توجه قرار گرفته است؛ به بیان دیگر، مکتب اتریشی شامل اهمیت اقدام انسان (کارآفرین) در فرصت‌های مختلف است. ایده محوری که میسر^۱ در رفتارشناسی خود به آن توجه می‌کند. کارآفرین در دیدگاه اتریشی یک بازیگر اقتصادی است که (۱) دانش و اولویت‌های منحصربه‌فرد، (۲) تفسیر ذهنی از رفتارهای سایر بازیگران، (۳) انتظاراتی درباره رویدادهای آینده و (۴) مشارکت فعالی در فرصت‌های جدیدی دارد که هنوز از آن‌ها بهره‌برداری صورت نگرفته است. تصمیم‌گیری کارآفرینی از این دیدگاه محصول مناسبات مشترک اقدام عامل انسانی (کارآفرین) است که مشخصات و اطلاعات شخصی منحصربه‌فردی برای ایجاد فرصت‌های درونی یا شناسایی فرصت‌های خارجی دارد [۴].

نقش فعال عامل انسانی در تصمیم‌گیری وقتی مورد توجه قرار گرفت که سارساتوی^۲ (۲۰۰۱)، دو نوع تصمیم‌گیری کارآفرینی را معرفی کرد که عبارت‌اند از: سببی و اجرایی [۲۴]. رویکرد سببی بسیار هدف‌گرا و پیش‌بینی‌شده است که طی آن کارآفرین بر اساس دانش پیشین خود و اطلاعات قابل‌دسترس، انتخاب‌هایی می‌کند. برای این که فرد در این رویکرد تصمیم‌گیری کند، فرآیند پژوهش را آغاز می‌کند تا گزینه‌ها را شناسایی کرده و گزینه‌ای که بالاترین ارزش موردانتظار را دارد، انتخاب کند. با این روش، کارآفرینی که از رویکرد سببی برای تصمیم‌گیری استفاده می‌کنند، کار خود را با هدف ازپیش‌تعیین‌شده آغاز می‌کنند، بر خروجی‌های موردانتظار و تحلیل رقابتی تمرکز کرده و از دانش پیشین برای پیش‌بینی آینده نامطمئن استفاده می‌کنند [۲۵].

از طرف دیگر، اجرا رویکردی است که در آن کارآفرین مجموعه‌ای از تسهیلات ویژه دردسترس را در نظر می‌گیرد و بین اهداف احتمالی که با آن‌ها قابل‌دستیابی است، انتخاب می‌کند [۱۱]. رویکردهای سببی و اجرایی از این جنبه‌ها تفاوت دارند: ۱. فرضیه درباره آینده؛ ۲. مبنای عمل؛ ۳. دیدگاه نسبت به ریسک و منابع؛ ۴. دیدگاه نسبت به بازیگران خارجی و ۵. دیدگاه نسبت به رویدادهای پیش‌بینی‌نشده [۳۷].

تصمیم‌گیری اجرایی از نظر مین و همکاران (۲۰۱۶)، در شرایط عدم‌اطمینان روی می‌دهد تا فرصت‌ها را ایجاد کند؛ اما رویکرد سببی در شرایط ریسک (نه عدم‌اطمینان) روی می‌دهد تا فرصت‌ها شناسایی شوند. آن‌ها نتیجه گرفتند که مرز بین دو رویکرد خیلی واضح نیست. کارآفرینان می‌توانند یک رویکرد را پیش بگیرند، از رویکرد اجرایی به سببی جابه‌جا شوند یا حتی رویکرد ترکیبی را به کار گیرند. همچنین رویکرد اجرایی علی‌رغم محبوبیت خود، همیشه به ایجاد فرصت منجر نمی‌شود [۲۵].

1. Mises
2. Sarasvathy

شناسایی عوامل تأثیرگذار بر تصمیم‌های انسانی (از جمله تصمیم‌های کارآفرینی) از دیدگاه شناختی دشوار است؛ چراکه فرآیند تصمیم‌گیری شخصی-شناختی است و بنابراین مشاهده آن حین روی‌دادن دشوار است. فرآیند تصمیم‌گیری کارآفرینی بر اساس نظر گیبکوس و ون‌هوئسل (۲۰۰۸)، سه مرحله دارد: (۱) ظهور ایده؛ (۲) بسط ایده و (۳) اجرای ایده و دو لحظه اساسی نیز دارد: ۱. محرک لحظه شخصی و ۲. تصمیم رسمی [۱۶].

سطح سرمایه انسانی در دسترس، رشد شرکت، شرکت‌های مشابه موجود در زمینه مربوطه و اقلیم کسب‌وکار طی این فرآیند بر احتمال برآوردهای موفقیت کارآفرین تأثیر می‌گذارد که همراه با جذابیت بازار برای تعیین نرخ بازدهی موردانتظار به کار می‌رود. این نرخ همراه نگرش‌ها نسبت به ریسک و هزینه‌های آغاز کسب‌وکار جدید برای محاسبه ارزش فعلی خالص^۱ کسب‌وکار و درنهایت برای پذیرش یا رد کار استفاده می‌شود [۲۰].

برخی مطالعات بیشتر بر ریسک‌های فرآیند تصمیم‌گیری تمرکز می‌کنند. از آنجاکه تصمیم‌گیری به معنای انتخاب بین گزینه‌های متنوع مطرح می‌شود، ممکن است ریسک هر گزینه متفاوت باشد. اگر خروجی‌ها تغییرپذیری موردانتظار بالایی داشته باشند، کارآفرینان پروژه را رد می‌کنند [۱۳].

سود و ضرر بالقوه که در این رابطه موردتوجه است، حاصل شناخت انسانی است که خروجی نهایی فرآیند تصمیم‌گیری را برحسب پذیرش، رد و حتی اصلاح زمینه تصمیم‌گیری تعیین می‌کند. این محیط با توجه به تله‌های فرآیند شناختی تصمیم‌گیری نیز تغییر می‌کند. برای مثال، کارآفرینی که توهم بالای کنترل داشته باشد، نتایج تصمیم‌گیری با کیفیت پایین حاصل خواهد کرد. این اثر منفی با موقعیت‌های تنش زمانی بالا در میان تصمیم‌گیرندگان باتجربه نیز ایجاد می‌شود [۸].

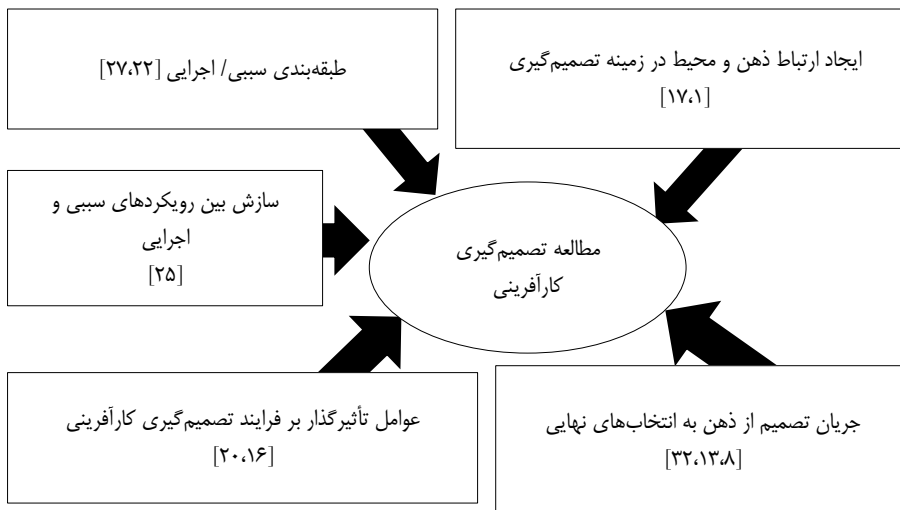
کارآفرینان استعداد و توانایی بالایی برای شناخت و به‌کارگیری فرصت‌های کاری دارند. آن‌ها دائماً در جست‌وجوی داده‌هایی هستند که بتوان در موقعیت‌های مختلف از آن‌ها استفاده کرده و از طریق آن‌ها نیازهای درونی خود از جمله نیازهای رقابتی و موفقیت را برآورده کنند. ذهن کارآفرینی با هیجان‌ها تحریک می‌شود و کارآفرینان را با چالش‌های کسب‌وکار روبه‌رو می‌کند که متناسب با توانایی‌ها، مهارت‌ها و دانش آن‌ها است. سرنخ‌های اطلاعاتی که در جست‌وجوهای داده کسب‌وکار جمع می‌شود برای برآورد ظرفیت سودآوری، سطوح ریسک و مخارج اجرایی پروژه کسب‌وکار به کار می‌رود. درنهایت این محاسبات با ملاحظات هزینه و سود فیلتر می‌شوند و مواردی که سود بالقوه مثبت دارند، وزن بالاتری می‌گیرند و عوامل منفی بالقوه به‌عنوان چالش‌هایی دیده می‌شوند که باید بر آن‌ها غلبه کرد [۳۲].

1. Net present value (NPV)

محیط خارجی نیز نقش زیادی در تصمیم‌های کارآفرینی ایفا می‌کند. تعامل فرد (کارآفرین)- محیط، انگیزه مورد نیاز فرآیند تصمیم‌گیری راهبردی را برای او فراهم می‌کند. نوآوری از تعامل سرشار از عدم اطمینان بین محیط و تصمیم‌گیری ایجاد می‌شود و تعامل بین فرد و زمینه به سود یا ضرر برای او منجر می‌شود [۱۷].

در تعریف مفهومی‌تر بیان شده است که عوامل سازمانی در محیط به کارآفرینان انگیزه می‌دهد. این عوامل همراه با عوامل درونی شخصی بر انتظارات کارآفرینی تأثیر می‌گذارند. انتظارات کارآفرینی منتهی به نیازهای کارآفرینی می‌شوند و انگیزه‌ای که با این اثر ایجاد می‌شود همراه سایر ویژگی‌های شخصی منتهی به تصمیم‌گیری کارآفرینی می‌شود [۱].

کالینیک و همکاران^۱ (۲۰۱۳)، مدلی در محیط گسترده‌تر ارائه کردند که کارآفرینان بر اساس آن در موقعیت تصمیم‌گیری کارآفرینی بین‌المللی، مسیر سببی سنتی را دنبال نمی‌کنند. متوجه شدند زمینه پیچیده تصمیم‌گیری که سطوح بالایی از عدم اطمینان را در خود دارد، باعث می‌شود کارآفرینان از رویکرد تصمیم‌گیری اجرایی‌تر استفاده کنند [۲۲]. در مجموع نقشه دانش در دسترس برای تصمیم‌گیری کارآفرینی مشابه شکل ۱، است.



شکل ۱. نقشه مقدماتی جریان‌های مطالعه تصمیم‌گیری کارآفرینی

۳. روش‌شناسی پژوهش

برای هدف این مطالعه از رویکرد فراترکیب استفاده شده است. بدین منظور رویکرد از اساسی به‌کاررفته توسط نوبلیت و هیر^۱ (۱۹۸۸)، بهره‌گیری شد. فراترکیب، روشی کیفی است که برای ارائه تفسیر و نظریه‌ها از طریق ترکیب و مقایسه مطالعات کیفی در زمینه خاص به‌کار می‌رود [۳۸]؛ به بیان دیگر، فراترکیب نتایج مطالعات کیفی در زمینه مربوطه را مجدداً تغییر شکل می‌دهد [۱۲].

این روش به‌ویژه وقتی مفید است که پژوهشگر در جست‌وجوی مفهوم ویژه‌ای در مقاله‌های موجود باشد [۴۳] و همین‌طور تغییرات پارادایمی گسترده در مبانی نظری یک رشته مطالعاتی رخ داده باشد [۱۹]؛ از این‌رو با توجه به اینکه مفاهیم ارائه‌شده برای تصمیم‌گیری در مطالعات از منظر زمینه، مفهوم و پیامدها، وضعیت پراکنده‌ای داشته و تصمیم‌گیری در زمینه‌هایی خارج از حوزه کسب‌وکار موردبررسی قرار گرفته است، به‌کارگیری این رویکرد برای ارائه مدلی منسجم توجیه‌پذیر می‌شود. مراحل فراترکیب به شرح زیر است:

۱. آغاز: تدوین سؤالی که مطالعه به آن پاسخ می‌دهد. می‌توان این سؤال را طی مطالعه تغییر داد؛
۲. شناسایی مطالعه مرتبط: توجه به مرتبط‌ترین مطالعات و مستثناسازی مطالعاتی که ارتباط کمتری دارند؛
۳. خواندن: فرآیند پیوسته خواندن و یادداشت‌برداری درباره استعاره‌ها طی سنتز؛
۴. کنترل رابطه بین مطالعات: مقایسه مفاهیم شناسایی‌شده مطالعات برای تعیین رابطه بین آن‌ها (از فرآیند کدگذاری سه‌گانه استفاده شد)؛
۵. بررسی هر مطالعه از دیدگاه مطالعات دیگر: مفاهیم شناسایی‌شده در هر مطالعه و روابط آن‌ها با مطالعات دیگر (بازبینی‌شده) مقایسه می‌شود؛
۶. سنتز: تعیین مفاهیم مشترک با مقایسه تعبیر مفاهیم با یکدیگر که از مرحله پیشین حاصل شده است و ساخت مفاهیم جدید؛
۷. گزارش نتایج سنتز: نتایج سنتز که بر حسب فرهنگ و زبان مخاطب بیان شده تا برای آن‌ها قابل‌درک باشد [۳۰، ۷].

سؤال‌های مطرح‌شده به‌عنوان نخستین مرحله فراترکیب در مقدمه ارائه شد. مرحله دوم فراترکیب با تعیین جمعی آماری گزارش‌های مورد مطالعه و انتخاب نمونه نهایی سروکار دارد. این کار در فراترکیب شامل تعیین مطالعاتی است که باید در این فرآیند شامل شوند و مواردی که باید مستثنا گردند.

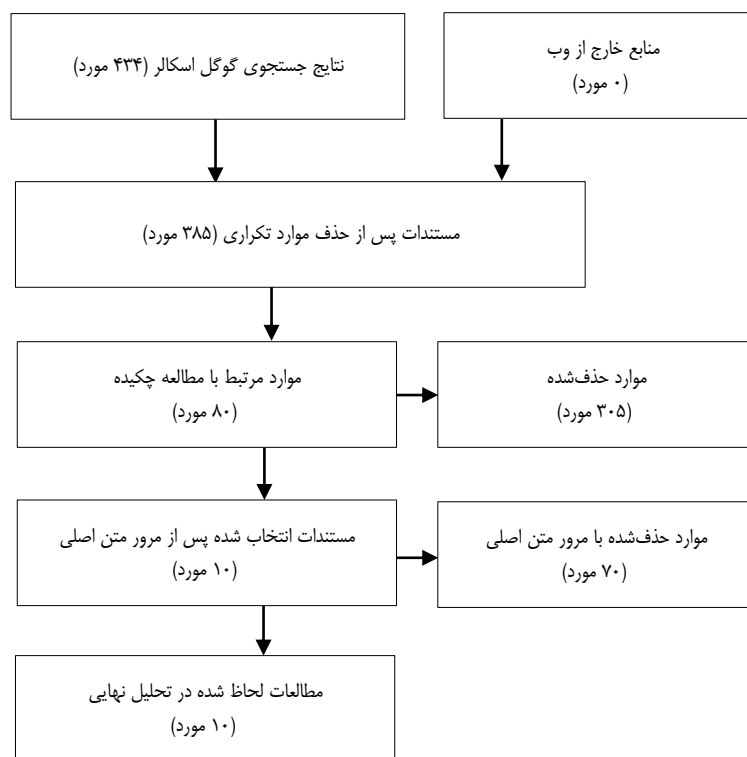
جامعه آماری این پژوهش شامل مقاله‌ها و پایان‌نامه‌هایی است که بین سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۱۸ در حوزه کارآفرینی و با تأکید بر تصمیم‌گیری کارآفرینانه انجام شده‌اند. جست‌جو در سایت گوگل اسکالر^۱ با سه عبارت کلیدی دقیق انجام شد:

- مدل تصمیم‌گیری کارآفرینی (۲۸ مورد)؛

- فرآیند تصمیم‌گیری کارآفرینی (۳۵۹ مورد)؛

- مدل تصمیم کارآفرینی (۴۷ مورد).

داشتن هر یک از این عبارات معیار ورود مطالعات به کار بود که نمونه ۴۳۴ مطالعه را حاصل کرد. مطالعه با توجه به «داشتن مدل تصمیم‌گیری کارآفرینی» ادامه یافت که معیار مستثناسازی مطالعات مرتبط بود و در نهایت نمونه را به ۱۰ مطالعه نهایی کاهش داد. روند این انتخاب در شکل ۲، ارائه شده است.



شکل ۲. فرآیند انتخاب مستندات

برای عبور از مراحل ۳-۶ فراترکیب، رویکرد کدگذاری سه‌مرحله‌ای به‌کار رفت که از طریق آن همه مطالعات باقیمانده خوانده شده و در سه مرحله کدگذاری شدند: کدگذاری آزاد، محوری و گزینشی^۱. کدگذاری آزاد فرآیند کاهش اندازه، ارزیابی مفهوم‌پردازی و طبقه‌بندی داده است [۴۱]. این رویکرد، فرآیند تحلیل قیاسی برای شناسایی مفاهیم و مشخصات است [۲۶].

کدگذاری محوری فرآیند اختصاص کدهای آزاد به طبقات است. کدگذاری محوری فرآیند ایجاد ارتباط بین طبقات (میزان انتزاع بالاتر) به طبقات فرعی (با انتزاع کمتر) است. عبارت «محوری» به این دلیل به‌کار رفت که کدگذاری در این رویکرد پیرامون طبقه اصلی انجام می‌شود و طبقات فرعی را به یکدیگر مرتبط می‌کند [۳۳]. کدگذاری گزینشی مرحله نهایی در کدگذاری است که طی آن نظریه اصلاح شده و ترکیب می‌شود [۱۸].

طبقه اصلی در کدگذاری گزینشی اصلاح می‌شود تا موضوع اصلی نظریه و جزئیات ترکیب بین طبقه اصلی و سایر طبقات آشکار شود [۴۲]. از نمونه کدگذاری بوهم^۲ (۲۰۰۴)، برای یکپارچه‌سازی طبقات استفاده شد تا مدل نهایی به‌دست آید [۵]. برنامه اطلس تی^۳ (۲۰۰۴)، در مراحل کدگذاری به‌کار رفت تا کدها و مفاهیم استخراجی و نیز تصویرسازی مدل نهایی ثبت شود [۳].

از روش پایایی بین کدگذار^۴ برای تحلیل پایایی یافته‌ها استفاده شد. پایایی بین کدگذار تعداد توافق بین دو کدگذار بر سر منبع یکسان است (در این پژوهش مقاله‌ها) که بر تعداد میانگین کدهای ایجادشده توسط هر کدگذار تقسیم می‌شود و معمولاً به صورت درصد ارائه می‌شود. تحلیل پایایی بین رمزگذار برای داده‌ها در جدول ۱، ارائه شده است.

جدول ۱. تحلیل پایایی

درصد	تعداد اختلافها	تعداد توافقیها	آیتم‌های کدگذاری شده
٪۹۴	۱۵	۱۶	مقاله ۱
٪۸۷	۱۳	۱۵	مقاله ۵
٪۹۲	۲۳	۲۵	مقاله ۹
٪۹۱	۵۱	۵۶	مجموع

درصد کل پایایی بین کدگذار در مطالعه حاضر ۹۱ درصد به‌دست آمد که بیشتر از آستانه ۹۰ درصد برای این معیار است [۲۷].

1. Open, Axial, and Selective Coding
2. Bohm
3. Atlas-ti 6 program
4. Intercoder reliability

۴. تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش

مدل‌های بررسی شده در این مطالعه در جدول ۲، خلاصه شده است.

جدول ۲. خلاصه مدل‌های بررسی شده

پژوهشگر	روش	خلاصه یافته‌ها
ساراسواتی (۲۰۱۱) [۳۷]	مرور سیستماتیک مقالات	<p>- دو رویکرد تصمیم‌گیری کارآفرینی شامل موارد زیر است:</p> <p>a. رویکرد سببی: انتخاب عمدی هدف‌گرا براساس دانش پیشین فرد و اطلاعات قابل دسترسی به منظور حل مشکل. فرد فرآیند پژوهش را انجام می‌دهد تا گزینه‌ها را شناسایی کند و گزینه با بیشترین ارزش موردانتظار را انتخاب می‌کند.</p> <p>b. اجرایی: فرد تسهیلات در دسترس را در نظر می‌گیرد و بین اثرات احتمالی که این تسهیلات می‌توانند داشته باشند، انتخاب می‌کند.</p>
مین و همکاران (۲۰۱۵) [۳۵]	۳۰ کارآفرین مطالعه ادغام شده روی ۳۰ کارآفرین	<p>- کارآفرینان می‌توانند وقتی به محیط در حال پیدایش یا محدودیت‌های مالی و قانونی پاسخ می‌دهند، از رویکردهای تصمیم‌گیری سببی یا اجرایی استفاده کنند یا از یک رویکرد به دیگری جابه‌جا شوند یا حتی رویکرد ترکیبی را انتخاب کنند.</p> <p>- اجرا همیشه به ایجاد فرصت منجر نمی‌شود.</p>
ایوانووا و گیتکوس (۲۰۰۳) [۳۰]	مرور مقالات	<p>- قابلیت‌های کارآفرین و گروه کارآفرینی از جمله تجربه پیشین و تعهد آن‌ها، نقش تعیین‌کننده‌ای در فرآیند تصمیم‌گیری دارد.</p> <p>- جذابیت بازار عامل محیطی اصلی است که بر تصمیم کارآفرینی تأثیر می‌گذارد. اندازه سرمایه، ظرفیت ایجاد پول نقد، مکان جغرافیایی و تنوع محصول جزو مهم‌ترین عوامل تأثیرگذار بر انتخاب‌های راهبردی هستند.</p> <p>- در دسترس بودن زمان، دسترسی به منابع، هزینه‌های هر گزینه، دانش شخصی و روان‌شناسی نیز بر تصمیم‌گیری راهبردی تأثیر می‌گذارد.</p> <p>- عملکرد پیشین و قابلیت‌های شرکت جزو معیارهای تصمیم‌گیری است که مسیر راهبردی تصمیم را هدایت می‌کند.</p> <p>- کارآفرینان در حالت تصمیم‌گیری در ابتدا بر مهم‌ترین، مورد نیازترین و ناشناخته‌ترین بخش‌ها تمرکز کرده و برای مراحل بعدی که بعد از این ملاحظات روی می‌دهد، برنامه‌ریزی می‌کنند.</p> <p>- کارآفرینان تحلیل هزینه-سود برای منابع کارآفرینی در مقایسه با هزینه‌های بالقوه، تهیه می‌کنند. وقتی به ارزش موردانتظار مثبت در این تحلیل برسند، آن تصمیم تحلیلی را به کار می‌گیرند.</p>
کار و بلنتر (۲۰۱۰) [۷]	مطالعه کمی طولی	<p>- توهم کنترل در میان مؤسسان کیفیت تصمیم‌ها را پایین می‌آورد.</p> <p>- اثر منفی توهم کنترل بر کیفیت تصمیم‌گیری وقتی بیشتر می‌شود که تنش زمانی و سطوح بالای تجربه پیشین مؤسس در میان باشد.</p> <p>- تجربه پیشین تصمیم‌گیرندگان در فرآیند تصمیم‌گیری اهمیت دارد. وقتی تصمیم‌گیری درباره مسائل اساسی باشد، تصمیم‌گیرندگان با توهم کنترل بالا در تله‌های تصمیم‌گیری به دام می‌افتند و تصمیمات ضعیف می‌گیرند.</p> <p>- نیاز مبرمی به پردازش مطالعات تصمیم‌گیری کارآفرینی وجود دارد.</p> <p>- ممکن است سبک تصمیم‌گیری بر کیفیت تصمیم تأثیر بگذارد که این مطالعه به آن توجهی نکرده است.</p>

گیتکوس و ون هوستل (۲۰۰۸) [۱۶]	<p>مواجهه‌های کیفی</p> <p>- تصمیم‌گیری کارآفرینی سه مرحله و دو لحظه مهم دارد: سه مرحله عبارت‌اند از: ۱. ظهور ایده؛ ۲. بسط ایده؛ ۳. اجرای تصمیم. - دو لحظه مهم عبارت‌ند از: الف) تحریک تصمیم شخص (که بین مرحله ۱ و ۲ است)؛ ب) تصمیم رسمی (بین مرحله ۲ و ۳)</p>
فورلان و مولینز (۲۰۰۰) [۱۳]	<p>آزمایشی-کفی</p> <p>- کسب‌وکارها بین گزینه‌های کاری انتخاب‌هایی می‌کنند. این انتخاب‌ها بر اساس ریسک مرتبط با هر گزینه انجام می‌شود. - درک متفاوت کارآفرینان از ریسک‌ها باعث تفاوت در تمایل آن‌ها به پذیرش ریسک می‌شود. - کسب‌وکارهایی که انتظار تغییرات زیادی در نتایج خود دارند، با احتمال کمتری مورد توجه کارآفرینان قرار می‌گیرند. - ریسک‌پذیری کارآفرینان در انتخاب کسب‌وکارهای خاص بسیار متفاوت است.</p>
پیچ و کامرون (۲۰۰۶) [۳۳]	<p>مطالعه موردی کیفی</p> <p>- نتایج، ذهن کارآفرینی را نشان داد که با هیجان‌ها و شادی تحریک می‌شد. کارآفرینان با نوعی چالش کسب‌وکار انگیزه می‌گیرند که متناسب با مهارت‌ها، دانش و توانایی‌های آن‌ها باشد. - جست‌وجو برای سرنخ‌های اطلاعات کاری صورت گرفته است و از آن‌ها برای تعیین ظرفیت سودآوری، سطح ریسک و هزینه‌های اجرا استفاده می‌شود. - گزینه‌های با ظرفیت سودآوری بالاتر در فرآیند محاسبه وزن بیشتری می‌گیرند و دشواری‌های بالقوه به‌عنوان چالشی برای غلبه بر موانع و نه پرهیز از آن‌ها دیده می‌شود.</p>
الون و همکاران (۲۰۱۰) [۱]	<p>مرور مقالات</p> <p>- محیط سازمانی عامل خارجی برای انگیزه‌بخشی به کارآفرین به حساب می‌آید. این عامل همراه با عوامل شخصی (انگیزه‌بخش‌های درونی)، بر انتظارات کارآفرینی اثر می‌گذارد. این انتظارات با ایجاد یا اثرگذاری بر نیازهای کارآفرینی و همراه با ویژگی‌های فردی، منتهی به تصمیم کارآفرینی می‌شود.</p>
کالینیک و همکاران (۲۰۱۳) [۳۲]	<p>مرور کیفی منابع</p> <p>- تصمیمات کارآفرینی غیرقابل‌انتظار در محیط بین‌المللی مطالعه شدند. - بیشتر تصمیم‌های کارآفرینی در محیط بین‌المللی با پیروی از مسیر سببی سنتی گرفته نشده‌اند. - محیط بین‌المللی زمینه پیچیده‌ای است و این پیچیدگی سطوح بالای عدم اطمینان را مطرح می‌کند. کارآفرینان با این شرایط منطق اجرایی را در فرآیند تصمیم‌گیری خود به کار می‌گیرند.</p>
گیتکوس و همکاران (۲۰۰۵) [۱۷]	<p>مرور مقالات</p> <p>- کارآفرینان از طریق تعامل با محیط برای ورود به فرآیند تصمیم‌گیری راهبردی انگیزه می‌گیرند. نوآوری از تعامل سرشار از عدم اطمینان بین محیطی و تصمیم‌گیری و تعامل بین زمینه فردی (کارآفرین) و تصمیم‌گیری ناشی شده که به منافع و مضراتی منتهی می‌شود.</p>

همان‌طور که در روش پژوهش ذکر شد، سه مرحله کدگذاری روی متون خلاصه‌شده اجرا شد. نخستین مرحله کدگذاری شامل کدگذاری آزاد بود که در آن متون و عبارات خلاصه‌ای که در این زمینه مطالعه اهمیت داشت به نقل‌قول‌های معناداری تبدیل شدند و در ادامه برچسبی به هر یک داده شد و مفاهیم و مشخصات شکل گرفتند. وقتی برچسب‌زنی ابتدایی پایان یافت، ۹۰ نقل‌قول برچسب‌دار اولیه به‌دست آمد.

با بررسی کدهای اولیه و مقایسه آن‌ها با یکدیگر هم‌پوشانی بین آن‌ها مشخص شد و آیتم‌های هم‌پوشان زیر عنوان یک برچسب ادغام شدند. با انجام این کار، تعداد کدهای این مرحله به ۷۲ کد رسید. این کدها، تناوب و منابع آن‌ها در جدول ۳، آمده است. در پایان کدگذاری آزاد، ۷۲ کد با ۱۱۱ تکرار بین ۱۰ مطالعه بررسی‌شده و خلاصه‌شده نهایی به‌دست آمد. برای داشتن طبقات معنادارتر باید کدهای اولیه در طبقات انتزاعی‌تری جای داده می‌شد. این فرآیند «کدگذاری محوری» نامیده می‌شود. طبقات طی این فرآیند با طبقات فرعی نیز مرتبط می‌شوند. ابتدا طبقه اصلی انتخاب می‌شود و سپس کدگذاری پیرامون طبقه اصلی صورت می‌گیرد. نتیجه کدگذاری محوری در جدول ۴، آمده است. از آنجا که کدگذاری فرآیندی دینامیک است [۲۳]، ۳ کد از طبقات حذف شد.

کد آزاد: «تصمیم کارآفرینی» به دلیل هم‌پوشانی با نام طبقه اصلی حذف شد. «کارآفرین به‌عنوان بازیگر کلیدی در سیستم اقتصاد» به دلیل عمومیت و «وجود هدف ازپیش‌تعیین‌شده» به دلیل هم‌پوشانی معنایی با «تصمیم سببی» حذف شد؛ همچنین طبقه جدیدی با نام «جنبه زمانی تصمیم کارآفرینی» آشکار شد که توالی زمانی نظریه تصمیم‌گیری کارآفرینی را نشان می‌دهد. در نهایت کدگذاری سوم یا گزینشی برای اصلاح طبقه اصلی و تعیین رابطه بین طبقات اجرا شد تا زمینه اصلی نظریه پدیدار شود. مرحله نهایی تحلیل در شکل ۳، ارائه شده است.

جدول ۳. نتایج کدگذاری آزاد

شماره	کد	۱	۲	۳	۴	۵
۱	الون و همکاران، (۲۰۱۰) باتار و وی کولون، (۲۰۱۴) کار و پلتر، (۲۰۱۰) فورلانی و مولینو، (۲۰۰۰) گیگوس و ون هوسل، (۲۰۰۸) گیگوس و همکاران، (۲۰۰۸) ابوالوا و گیگوس، (۲۰۰۳) کاپیتیک و همکاران، (۲۰۱۳) مین و همکاران، (۲۰۱۵) بیچ و کامرون، (۲۰۰۶) سزارسوانی، (۲۰۰۱) سپتون، (۱۹۶۰) وی و همسرتیچ، (۲۰۱۶) کل	۰	۰	۰	۰	۰
۲	روش‌های جدید	۰	۰	۰	۰	۰
۳	ارزش‌های فردی	۰	۰	۰	۰	۰
۴	اطلاعات ضمنی	۰	۰	۰	۰	۰
۵	انتخاب بین گزینه‌ها	۱	۰	۰	۰	۰
۶	انتظارات از رویدادهای آینده	۰	۰	۰	۰	۰

جدول ۴. نتایج کدگذاری محوری

شماره	طبقات	طبقات فرعی
۱		انتظارات از رویدادهای آینده
۲		مطابقت چالش‌های محیطی با دانش فردی
۳		اهداف به‌صورت معیارهایی برای تصمیم
۴		خروجی پیش‌بینی شده
۵		ظرفیت پول‌زایی
۶		تجربه‌های فردی پیشین
۷		توانایی شرکت
۸		چالش کاری به‌عنوان انگیزه‌بخش
۹		زیان بالقوه
۱۰	شرایط سببی برای تصمیم‌گیری کارآفرینی	توانایی کارآفرینی
۱۱		عملکرد پیشین
۱۲		عوامل فردی به‌عنوان انگیزه‌بخش‌های درونی
۱۳		فرصت‌های خارجی (اکتشاف)
۱۴		تمایل به ریسک
۱۵		مسئله تصمیم‌گیری
۱۶		سرنخ‌های اطلاع‌دهنده
۱۷		نگرش نسبت به رویدادهای پیش‌بینی نشده
۱۸		نگرش نسبت به سایر بازیگران
۱۹		نیازهای کارآفرینی
۲۰		هوشیاری کارآفرینی
۲۱	تصمیم کارآفرینی به‌عنوان طبقه اصلی	انتخاب بین گزینه‌ها
۲۲		به‌کارگیری فرصت‌ها
۲۳		تصمیم غیررسمی اولیه
۲۴		تصمیم تحلیلی
۲۵		تصمیم رسمی
۲۶		تصمیم حسی
۲۷		تصمیم غیرقابل‌انتظار
۲۸		فرآیند شناختی تصمیم‌گیری
۲۹		فرآیند تصمیم‌گیری مبتنی بر فرد
۳۰		تعامل فرد با دیگران
۳۱		تنوع محصول
۳۲		جست‌وجوی پیوسته اطلاعات
۳۳	راهبردهای تصمیم‌گیری (اقدام عملی)	تصمیم سببی
۳۴		عدم‌تعهد به تصمیم‌گیری سببی
۳۵		دستیابی به اهداف مطلوب در رویکرد سببی
۳۶		اقدام کارآفرینی

شماره	طبقات	طبقات فرعی
۳۷		سطح سرمایه‌گذاری
۳۸		نقش فعال فرد
۳۹		وزن بالاتر گزینه‌های با ظرفیت بالا
۴۰		ارزش‌های فردی
۴۱		مشخصات فردی تصمیم‌گیرنده
۴۲		انتظارات کارآفرینی
۴۳		اطلاعات ضمنی
۴۴		پویایی محیطی
۴۵		اولویت‌های منحصربه‌فرد
۴۶		تغییرپذیری خروجی
۴۷		تفاوت و انتشار اطلاعات بین افراد
۴۸		توهم کنترل
۴۹		دانش منحصربه‌فرد
۵۰	زمینه و شرایط تداخل‌کننده در تصمیم‌گیری	دسترسی به منابع
۵۱	کارآفرینی	رفتار سایر بازیگران
۵۲		سبک تصمیم‌گیری
۵۳		سطح ریسک
۵۴		جانب‌داری شناختی
۵۵		زمان موردنیاز برای تصمیم‌گیری
۵۶		عدم اطمینان محیطی
۵۷		فرصت‌های منحصربه‌فرد
۵۸		موانع قانونی
۵۹		محیط سازمانی به‌عنوان انگیزه‌بخش
۶۰		مکان جغرافیایی
۶۱		مخارج اجرا
۶۲		روش‌های جدید
۶۳		اهداف جدید
۶۴	پیامدهای تصمیم کارآفرینی	بازار جدید
۶۵		فرصت‌های درونی (خلق)
۶۶		کیفیت تصمیم
۶۷		مرحله اطلاع‌دهنده
۶۸	جنبه زمانی تصمیم کارآفرینی	مرحله ارزیابی و انتخاب ایده‌ها
۶۹		مرحله طراحی و اجرای ایده



شکل ۳. مدل دینامیک تصمیم‌گیری کارآفرینی

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

تصمیم‌کارآفرینی تا به حال توجه پژوهشگران زیادی را به خود جلب کرده و هر مطالعه در جست‌وجوی روشن‌کردن جنبه‌های متفاوت آن بوده است؛ اما در این پژوهش مدل کل‌نگری معرفی شد که پویایی تصمیم‌گیری کارآفرینی در آن قابل‌مشاهده است؛ مدلی که رویکرد تصمیم‌گیری را با ذات و مؤسسه‌های تأثیرگذار بر فرآیند تصمیم‌گیری کارآفرینی، جنبه شناختی و زمینه و محیط تصمیم‌گیری ترکیب می‌کند. مدل‌های موجود تصمیم‌گیری کارآفرینی موردبررسی قرار گرفت و خلاصه آن‌ها در سه مرحله کدگذاری آزاد، محوری و گزینشی کدگذاری شد.

بر اساس این مدل یکپارچه مشخص شد که تصمیم‌گیری کارآفرینی مثل همه تصمیم‌ها، انتخابی از بین گزینه‌ها است. نکته مهم این است که فرآیند انتخاب و به‌کارگیری فرصت‌ها یک فرآیند بسیار شخصی و نسبی است که در آغاز غیررسمی و شخصی است و با فرآیندهای شناختی و کاهش عدم‌اطمینان به دلیل تکمیل اطلاعات در دسترس به فرآیندی رسمی تبدیل می‌شود. شکل فرآیند تحلیلی و حسی را به خود می‌گیرد و گاهی یک گزینه غیرقابل‌انتظار است.

نتایج نشان داد برخی از عوامل که «شرایط سببی تصمیم‌گیری کارآفرینی» نامیده می‌شوند، مقدم بر تصمیم‌گیری کارآفرینی بوده و بدین شرح هستند: انتظارات از رویدادهای آینده؛ مطابقت چالش‌های آینده با دانش فردی؛ اهداف به عنوان معیار تصمیم؛ خروجی پیش‌بینی‌شده؛ ظرفیت پول‌زایی و تجربه‌های فردی پیشین. اجرای تصمیم‌های کارآفرینی نیازمند برخی راهبردهای عملی است که عبارت‌اند از: تعادل فرد با دیگران؛ تنوع محصول؛ جست‌وجوی پیوسته اطلاعات و مانند آن. این راهبردها تحت تأثیر شرایط زمینه‌ای و تداخل‌کننده از جمله ارزش‌های فردی، ویژگی‌های فردی تصمیم‌گیرنده، انتظارات کارآفرینی، اطلاعات ضمنی و پویایی محیطی قرار دارند. تصمیم‌های کارآفرینی پیامدهایی از جمله روش‌های جدید، اهداف جدید، بازار جدید، فرصت‌های درونی (خلق) و کیفیت تصمیم نیز در پی دارند.

این مطالعه نشان داد که باید جنبه زمانی تصمیم‌گیری کارآفرینی را نیز در مدل وارد کرد. این گداهای دارای بار زمانی توالی تصمیم کارآفرینی را نشان می‌داد که به این صورت بود: مرحله اطلاعاتی؛ مرحله ارزیابی و انتخاب ایده‌ها و مرحله طراحی و اجرای ایده. طبقه آخر طبقه جدیدی بود که به مدل‌های رایج استخراج‌شده از سه مرحله کدگذاری اضافه شد و در مطالعه گیبکوس و ون‌هوئسل (۲۰۰۸)، ریشه دارد.

اگرچه ساراسواتی (۲۰۰۱)، می‌خواهد ارزیابی مدلش تجربی‌تر باشد، مین و همکاران (۲۰۱۵) به‌صورت جزئی مدل ساراسواتی را در نظر گرفتند؛ اما هیچ مدل کل‌نگری برای توجه به پیش‌شرط‌ها، ماهیت، راهبردها، پیامدها، عوامل زمینه‌ای و جنبه‌های زمانی تصمیم‌گیری کارآفرینی وجود ندارد. پژوه حاضر چارچوبی برای مدل این چینی معرفی می‌کند؛ اما پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آتی مؤلفه‌های مدل و روابط درون آن را از لحاظ تجربی ارزیابی کنند تا به

نتایج قوی‌تری برسند. همان‌طور که قبلاً بحث شد، پنج جریان در پژوهش تصمیم‌گیری کارآفرینی وجود دارد. گروه نخست تلاش کردند رویکردهای تصمیم‌گیری را در دو طبقه سببی و اجرایی طبقه‌بندی کنند [۲۲،۳۷].

مین و همکاران (۲۰۱۵)، بیان کردند که در برخی موارد (وقتی کارآفرینان به محیط درحال‌رشد خود و محدودیت‌های قانونی واکنش نشان می‌دهند) جابه‌جایی از رویکرد سببی به اجرایی، ماندن در یک رویکرد یا حتی به‌کارگیری آن‌ها به روش ترکیبی رخ می‌دهد. سؤال‌هایی به این صورت باقی می‌مانند: موقعیت‌های خاص به‌کارگیری هر رویکرد چیست؟ آیا رویکرد ترکیبی امکان‌پذیر است؟ یا دبه‌دو ناسازگار هستند؟ از آنجاکه رویکرد سببی نوعی رویکرد غایی است و اهداف آن در آغاز تصمیم‌گیری وجود دارند و رویکرد اجرایی دقیقاً برعکس آن است، سازوکار رویکرد ترکیبی در تصمیم‌گیری به چه صورت خواهد بود؟ پاسخ به این سؤال به ارائه جواب‌هایی برای سؤال جریان دوم پژوهش تصمیم‌گیری کارآفرینی نیز کمک می‌کند که در جست‌وجوی ایجاد توافقی بین تصمیم‌گیری سببی و اجرایی است. یافته‌ها این پژوهش راهبردهایی را نمایان کرد که کارآفرینان در فرآیند تصمیم‌گیری کارآفرینی از آن‌ها بهره می‌برند و می‌توانند در تهیه رویکردهای ترکیبی مفید باشند.

همان‌طور که قبلاً ذکر شد، یک گروه از میان این جریان‌های پژوهشی به تعیین عوامل تأثیرگذار بر فرآیند تصمیم‌گیری می‌پردازد [۲۰،۱۷]؛ اما این مطالعات درنهایت تصمیم‌گیری را به محاسبات سود و هزینه محدود می‌کند تا خروجی بالقوه پروژه‌های کسب‌وکار را تعیین کند. این جریان هزینه‌ها و سودهای غیرپولی را نادیده می‌گیرد. پیامدها و راهبردهای تصمیم‌گیری کارآفرینی به‌صورتی که در این مطالعه آشکار شد تا حد زیادی شکاف را پر می‌کند؛ اما نیاز مبرم به تفکیک این عوامل و جدایی اثرات نسبی آن‌ها روی تصمیم‌گیری کارآفرینی حس می‌شود. پژوهش‌های آتی باید بیشتر بر ملاحظات غیرپولی در تصمیم‌های کارآفرینی تمرکز کنند.

تحقیق تصمیم‌گیری کارآفرینی جریان دیگری است و شامل مطالعاتی است که با ذهن کارآفرین آغاز می‌شود و اقدامات را تا انتخاب نهایی دنبال می‌کند [۳۲،۱۳،۸]. این مطالعات عوامل محیطی و زمینه‌ها و پیامدهای تصمیم‌های کارآفرینی که در پژوهش حاضر روشن شد را در نظر نمی‌گیرند. مطالعات تجربی‌تر برای تعیین روابط بین ذهن کارآفرین و عوامل زمینه‌ای لازم است. الون و همکاران (۲۰۱۰) و گیبکوس و همکاران (۲۰۰۸)، از آن حمایت می‌کنند. محیط سازمانی به‌عنوان انگیزه‌بخش خارجی کارآفرینان معرفی می‌شود که نیازمند مطالعات تجربی است [۱].

منابع

1. Alon, I., Deng, S., & Wang, X. (2010). Framework for female entrepreneurship in China. *International Journal of Business and Emerging Markets*, 3(1), 3-20.
2. Asgharizadeh, A., Sadeghi Moghadam, M., Safari, H., Soltani Neshan, M. (2019). The Effects of Customers' Decisionmaking with Different Risk Preferences on Warranty Providers: Agent based Modeling. *Journal of Industrial Management Perspective*, 9(1), 31-59.
3. Atlas.ti. (2011) (Version 6). Berlin: Scientific Software Development.
4. Baltar, F., & De Coulon, S. (2014). Dynamics of the entrepreneurial process: the innovative entrepreneur and the strategic decisions. *Review of Business & Finance Studies*, 5(1), 69-81.
5. Bohm, A. (2004). Theoretical Coding: Text Analysis in Grounded Theory A Companion to Qualitative Research (pp. 270-274): London,: Sage Publications.
6. Bucar, B., & Hisrich, R. D. (2001). Ethics of business managers vs. entrepreneurs. *Journal of developmental entrepreneurship*, 6(1), 59.
7. Campbell, R., Pound, P., Morgan, M., Daker-White, G., Britten, N., Pill, R., . . . Donovan, J. (2012). Evaluating meta ethnography: systematic analysis and synthesis of qualitative research.
8. 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.
9. Cha, M.-S., & Bae, Z.-T. (2010). The entrepreneurial journey: From entrepreneurial intent to opportunity realization. *The Journal of High Technology Management Research*, 21(1), 31-42.
10. Chen, C. C., Greene, P. G., & Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13(4), 295-316.
11. Evers, N., & O'Gorman, C. (2011). Improvised internationalization in new ventures: The role of prior knowledge and networks. *Entrepreneurship & Regional Development*, 23(7-8), 549-574.
12. Finfgeld-Connett, D. (2008). Meta-synthesis of caring in nursing. *Journal of clinical nursing*, 17(2), 196-204.
13. Forlani, D., & Mullins, J. W. (2000). Perceived risks and choices in entrepreneurs' new venture decisions. *Journal of Business Venturing*, 15(4), 305-322.
14. Geessinck, B. (2014). Exploring entrepreneurial strategic decision making and imagination.
15. Gharib, A., Azar, A., Moghbel Ba Erz, A., Dehghan Nayeri, M., 2019. Designing Organizational Innovation Measuring Model with Dynamic Network DEA (Case Study: Iranian First Level Universities). *Journal of Industrial Management Perspective*, 9(1), 09-29.
16. Gibcus, P., & Van Hoesel, P. (2008). Strategic decision-making processes in SMEs: an exploratory study. *Entrepreneurial Strategic Decision-making: A cognitive perspective*, 89-104.
17. Gibcus, P., Vermeulen, P. A., & Radulova, E. (2008). The decision-making entrepreneur: A literature review. *Entrepreneurial strategic decision-making: A cognitive perspective*, 11-40.

18. Hughes, F. R., & Kleist, D. M. (2005). First-Semester Experiences of Counselor Education Doctoral Students. *Counselor Education and Supervision, 45*(2), 97-108.
19. Inderbitzin, M., Abrams, L. S., & Nurse, A. M. (2017). Juvenile Corrections in the Era of Reform: A Meta-Synthesis of Qualitative Studies.
20. Ivanova, E., & Gibcus, P. (2003). The decision-making entrepreneur. *Recuperado junio, 23, 2006*.
21. Justus, A. H., Jooste, K., & Nangombe, J. P. (2016). Description of a model to facilitate male involvement in the reproductive health context by the registered nurses. *International Journal of Advanced Nursing Studies, 5*(1), 19.
22. Kalinic, I., Sarasvathy, S. D., & Forza, C. (2013). Internationalization and effectuation explaining entrepreneurial decision-making in uncertain international environment.
23. Lord, V. (2015). *Defining eating disorder recovery: A qualitative approach*: California State University, Long Beach.
24. Maine, E., Soh, P.-H., & Dos Santos, N. (2012). *Decision-making processes in biotech commercialization: Constraints to effectuation*. Paper presented at the 2012 Proceedings of PICMET'12: Technology Management for Emerging Technologies.
25. Maine, E., Soh, P.-H., & Dos Santos, N. (2015). The role of entrepreneurial decision-making in opportunity creation and recognition. *Technovation, 39*, 53-72.
26. Matsumoto, H., & Wilson, D. (2005). *Testing a Rigorous Execution of Grounded Theory Using Comparative Cross-cultural Case Studies of Strategic Global IS Management in Investment Banks*. Paper presented at the Proceedings of the 4th European Conference on Research Methods: In Business and Management Studies.
27. Miles, M. B., & Huberman, A. M. (1994). Qualitative data analysis: A sourcebook. *Beverly Hills: Sage Publications*.
28. Mohaghar, A., Ansari, M., Sadeghi-Moghaddam, M., Mirkazemimud, M. (2018). *Journal of Industrial Management Perspective, 8*(1), 9-38.
29. Mokhtarzadeh, N., Razavi, M., Nilforooshan, H., Faghei, M., 2018. An Investigation on the Factors Affecting the Success of Knowledge Transfer Process in Inter-Firm Collaborations (Case: Pharmaceutical Firm Collaborations). *Journal of Industrial Management Perspective, 8*(2), 33-60.
30. Mole, K. F., & Mole, M. (2010). Entrepreneurship as the structuration of individual and opportunity: A response using a critical realist perspective: Comment on Sarason, Dean and Dillard. *Journal of Business Venturing, 25*(2), 230-237.
31. Noblit, G. W., & Hare, R. D. (1988). *Meta-ethnography: Synthesizing qualitative studies* (Vol. 11): Sage.
32. Paranjpe, A. (2016). Librarianship in 21st Century: Need of Soft Skills. *Chief Patron's Message for Multicon-2016*, 114.
33. Pech, R. J., & Cameron, A. (2006). An entrepreneurial decision process model describing opportunity recognition. *European Journal of Innovation Management, 9*(1), 61-78.
34. Razmjoo, S. A., & Nouhi, N. (2011). A SWOT analysis of the junior high school English program: A grounded theory approach. *International Proceedings of Economics Development and Research, 26*, 182-186.
35. Reymen, I. M., Andries, P., Berends, H., Mauer, R., Stephan, U., & Burg, E. (2015). Understanding dynamics of strategic decision making in venture creation: a process study of effectuation and causation. *Strategic Entrepreneurship Journal, 9*(4), 351-379.

36. Santos, S. C., Caetano, A., Baron, R., & Cural, L. (2015). Prototype models of opportunity recognition and the decision to launch a new venture: Identifying the basic dimensions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21(4), 510-538.
37. Sarason, Y., Dean, T., & Dillard, J. F. (2006). Entrepreneurship as the nexus of individual and opportunity: A structuration view. *Journal of Business Venturing*, 21(3), 286-305.
38. Sarasvathy, S. D. (2001). Causation and effectuation: Toward a theoretical shift from economic inevitability to entrepreneurial contingency. *Academy of management Review*, 26(2), 243-263.
39. Siau, K., & Long, Y. (2005). Synthesizing e-government stage models-a meta-synthesis based on meta-ethnography approach. *Industrial Management & Data Systems*, 105(4), 443-458.
40. Simon, H. A. (1960). The new science of management decision.
41. Stevens, R. E. (2006). *The marketing research guide*: Routledge.
42. Strauss, A., & Corbin, J. (1994). Grounded theory methodology. *Handbook of qualitative research*, 273-285.
43. Thomsen, T. G., Hansen, S. R., & Wagner, L. (2012). Prioritising, downplaying and self-preservation: Processes significant to coping in advanced cancer patients.
44. Tokunaga, R. S. (2010). Following you home from school: A critical review and synthesis of research on cyberbullying victimization. *Computers in human behavior*, 26(3), 277-287.
45. Torikka, J. (2013). Entrepreneurial Processes of the Finnish Franchisee Training Program's Graduates *Network Governance* (pp. 287-312): Springer.
46. 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.
47. Wignaraja, G. (1998). The Determinants of Firm-Level Export Performance *Trade Liberalization in Sri Lanka* (pp. 171-185): Springer.

Entrepreneurial Decision-Making Model: A Meta-Synthesis Approach

Golshan Mohammadi^{*}, Seyed Mojtaba Sajadi^{}, Kamal Sakhdari^{***}**

Abstract

Entrepreneurial decision-making has been a home of interest for many studies. There are several research streams in the field, but the context suffers from lack of holistic conceptual models. Using meta-synthesis approach, we synthesized a model based on deep assessment of codes arisen from 10 noteworthy studies previously conducted in this field. Three coding steps taken to reach us to final model of this study. The model consolidated Causal conditions for entrepreneurial decision-making together with Entrepreneurial Decision as core category. Strategies of Decision-making (action) also identified and entered to the final model. The Model shows the Context and intervening conditions in entrepreneurial decision-making and Consequences of entrepreneurial decision-making. Finally, time aspect of entrepreneurial decision-making is the dimension that has been identified and added to the model, which shows the time dynamic nature of entrepreneurial decision-making.

Keywords: Entrepreneurial Decision; Decision-Making Model; Meta-Synthesis; Opportunity; Time of Decision.

Received: May 09, 2019, Accepted: Oct. 07, 2019.

* Ph.D, Qazvin Islamic Azad University.

** Associate Professor, University of Tehran (Corresponding Author).

E-mail: msajadi@ut.ac.ir

*** Associate Professor, University of Tehran.