

الگوهای تصمیم‌گیری کارآفرینان

روشها، چارچوبها و نقشه‌های ذهنی
(رویکرد کیفی)

دکتر محمدحسن مبارکی
امیرمحمد کلابی
روزا مهرابی

تهران

۱۳۹۱



سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)
مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی

سرشناسه: مبارکی، محمدحسن
عنوان و نام پدیدآور: الگوهای تصمیم‌گیری کارآفرینان: روشها، چارچوبها و نقشه‌های ذهنی (رویکرد کیفی) / محمدحسن مبارکی، امیرمحمد کلابی، روزا مهرابی.
مشخصات نشر: تهران: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)، مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی، ۱۳۹۱.
مشخصات ظاهری: چهارده، ۳۱۸ ص.: جدول، نمودار.
فروست: «سمت»: ۱۶۴۳. مدیریت: ۱۲۷.
شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۵۳۰-۸۲۹-۰ ۶۰۰۰۰ ریال

وضعیت فهرست‌نویسی: فیا
یادداشت: پشت جلد به انگلیسی:
Mohammad Hassan Mobaraki, Amir Mohammad Colabi, Rosa Mehrabi. Entrepreneurial Decision Making Models: Methods, Frameworks and Mental Maps (Qualitative Approach).

یادداشت: واژه‌نامه.
یادداشت: کتابنامه: ص. ۳۰۵-۲۹۷.
موضوع: تصمیم‌گیری
موضوع: کارآفرینی
موضوع: تصمیم‌گیری با معیارهای چندگانه
شناسه افزوده: کلابی، امیرمحمد ۱۳۶۴-
شناسه افزوده: مهرابی، روزا ۱۳۶۳-
شناسه افزوده: سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)، مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی.

رده‌بندی کنگره: ۱۳۹۱ ک ۲۲ م ۳/۳۰ HD
رده‌بندی دیویی: ۶۵۸/۴۰۳
شماره کتابشناسی ملی: ۳۰۷۵۰۵۴

سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها (سمت)

مرکز تحقیق و توسعه علوم انسانی



الگوهای تصمیم‌گیری کارآفرینان: روشها، چارچوبها و نقشه‌های ذهنی (رویکرد کیفی)
دکتر محمدحسن مبارکی (عضو هیئت علمی دانشگاه تهران)، امیرمحمد کلابی و روزا مهرابی

چاپ اول: زمستان ۱۳۹۱

تعداد: ۱۰۰۰

حروفچینی و لیتوگرافی: «سمت»

چاپ و صحافی: سازمان چاپ و انتشارات وابسته به اوقاف و امور خیریه
قیمت: ۶۰۰۰۰ ریال. در این نوبت چاپ قیمت مذکور ثابت است و فروشندگان و عوامل توزیع مجاز به تغییر آن نیستند.

نشانی ساختمان مرکزی: تهران، بزرگراه جلال آل احمد، غرب پل یادگار امام (ره)، روبه‌روی پمپ گاز، کد پستی ۱۴۶۳۶، تلفن ۴۴۲۴۶۲۵۰-۲.

www.samt.ac.ir

info@samt.ac.ir

هر شخص حقیقی یا حقوقی که تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه ناشر یا مؤلف، نشر یا پخش یا عرضه یا تکثیر یا تجدید چاپ نماید، مورد پیگرد قانونی قرار خواهد گرفت.

سخن «سمت»

یکی از اهداف مهم انقلاب فرهنگی، ایجاد دگرگونی اساسی در دروس علوم انسانی دانشگاهها بوده است و این امر، مستلزم بازنگری منابع درسی موجود و تدوین منابع مبنایی و علمی معتبر و مستند با در نظر گرفتن دیدگاه اسلامی در مبنایی و مسائل این علوم است.

ستاد انقلاب فرهنگی در این زمینه گامهایی برداشته بود، اما اهمیت موضوع اقتضا می کرد که سازمانی مخصوص این کار تأسیس شود و شورای عالی انقلاب فرهنگی در تاریخ ۶۱/۱۲/۷ تأسیس «سازمان مطالعه و تدوین کتب علوم انسانی دانشگاهها» را که به اختصار «سمت» نامیده می شود، تصویب کرد.

بنابراین، هدف سازمان این است که با استمداد از عنایت خداوند و همت و همکاری دانشمندان و استادان متعهد و دلسوز، به مطالعات و تحقیقات لازم بپردازد و در هر کدام از رشته های علوم انسانی به تألیف و ترجمه منابع درسی اصلی، فرعی و جنبی اقدام کند.

دشواری چنین کاری بر دانشمندان و صاحب نظران پوشیده نیست و به همین جهت مرحله کمال مطلوب آن، باید به تدریج و پس از انتقادهای و یادآوریهای پیاپی ارباب نظر به دست آید و انتظار دارد که این بزرگواران از این همکاری دریغ نورزند. کتاب حاضر برای دانشجویان رشته مدیریت در مقطع کارشناسی ارشد به عنوان منبع اصلی درس «الگوهای تصمیم گیری کارآفرینی» به ارزش ۲ واحد و برای همین درس در مقطع کارشناسی به عنوان منبع کمکی تدوین شده است. امید است علاوه بر جامعه دانشگاهی کلیه مدیران و سایر علاقه مندان نیز از آن بهره مند شوند.

از استادان و صاحب نظران ارجمند تقاضا می شود با ارسال انتقادهای و پیشنهادهای اصلاحی خود، این سازمان را در جهت اصلاح کتاب حاضر و تدوین دیگر آثار مورد نیاز جامعه دانشگاهی جمهوری اسلامی ایران یاری دهند.

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	پیشگفتار
	بخش اول: کلیات تصمیم‌گیری
۹	فصل اول: مروری بر کلیات تصمیم‌گیری
۹	مقدمه
۱۰	تصمیم‌گیری چیست؟
۱۲	عوامل تأثیرگذار بر تصمیم‌گیری
۱۳	الف) مشخصات و ویژگیهای عمومی محیط تصمیم‌گیری
۱۵	ب) ویژگیهای شخصیتی تصمیم‌گیرندگان
۱۵	ج) عوامل درون و برون‌سازمانی
۱۷	انواع تصمیم‌گیری
۱۹	مدیریت و تصمیم‌گیری
۲۰	زمان و تصمیم‌گیری
۲۱	پیکربندی چارچوب تصمیم‌گیری عمومی
۲۲	گامهای اصلی در چارچوب تصمیم‌گیری عمومی
۲۳	مراحل کلی در چارچوب تصمیم‌گیری عمومی
۲۷	راهکارهای پیشنهادی در چارچوب تصمیم‌گیری عمومی
۲۹	چارچوب تصمیم‌گیری تحت شرایط عدم قطعیت محیطی
۳۰	بررسی اجمالی اصول اخلاق و متناقض عدم قطعیت مثبت
۳۳	مرور فصل
	فصل دوم: مقدمه‌ای بر نظریه‌های عمومی تصمیم‌گیری
۳۵	مقدمه

۳۶	نظریه‌های عمومی در تصمیم‌گیری
۳۷	الف) تصمیم‌گیری عقلایی
۳۸	ب) تصمیم‌گیری رفتاری
۳۹	ج) تصمیم‌گیری باز
۳۹	د) تصمیم‌گیری تدریجی
۴۱	هـ) تصمیم‌گیری طبیعت‌گرا
۴۱	و) تصمیم‌گیری شهودی
۴۵	ز) نظریه پندار
۴۶	ح) تصمیم‌گیری شهودی چندوجهی
۴۹	ط) تصمیم‌گیری در عالم واقعیت
۵۵	نظریه‌های عمومی تصمیم‌گیری
۵۵	نظریه‌های هنجاری
۵۶	عقلانیت کلاسیک
۵۸	تصمیم‌گیری طبیعی
۶۰	عقلانیت محدود
۶۲	عقلانیت نو کلاسیک
۶۳	مرور فصل

بخش دوم: رویکردهای کیفی به تصمیم‌گیری کارآفرینان

۶۷	فصل سوم: کارآفرینان و تصمیم‌گیری
۶۷	مقدمه
۶۸	کارآفرین
۶۹	رویکرد کارآفرینانه به تصمیم‌گیری
۷۴	طبقه‌بندی کارآفرینان تصمیم‌گیرنده
۷۸	روش تصمیم‌گیری کارآفرینان در محیطهای پویا
۸۲	جایگاه کارآفرینان در نظریه‌های عمومی تصمیم‌گیری
۸۳	چارچوب تصمیم‌گیری کارآفرینان در راستای شناسایی فرصتها
۸۵	الگوی پردازش اطلاعات کارآفرینانه
۸۵	نقش پردازش اطلاعات در تصمیم‌گیری کارآفرینان

۸۸	الگوی پردازش اطلاعات کارآفرینانه در تصمیم‌گیری برای شناسایی فرصتها
۹۳	مرور فصل
۹۵	فصل چهارم: چارچوب تصمیم‌گیری راهبردی کارآفرینانه
۹۵	مقدمه
۹۸	محیط تصمیم‌گیری
۹۹	فرایند تصمیم‌گیری راهبردی
۱۰۰	الگوی تصمیم‌گیری راهبردی حذف براساس ویژگیها
۱۰۰	الگوی تصمیم‌گیری رضایت‌بخش سایمون
۱۰۱	الگوی سه‌قطبی مینتزبرگ و وستلی
۱۰۴	فرایند تصمیم‌گیری استراتژیک کارآفرینانه در کسب و کارهای کوچک و متوسط
۱۰۶	مرحله اول: مرحله ظهور یک ایده
۱۰۸	مرحله دوم: مرحله عملیاتی نمودن ایده
۱۱۰	مرحله سوم: اجرای تصمیم
۱۱۰	مقایسه رفتار تصمیم‌گیری مدیران و کارآفرینان از نظر جامعیت تصمیم‌گیری راهبردی
۱۱۳	مرور فصل
۱۱۵	فصل پنجم: تصمیم‌گیری کارآفرینان در شرایط مخاطره و عدم قطعیت
۱۱۵	مقدمه
۱۱۸	رویکرد تغییرپذیری و درک کارآفرینان از مخاطره
۱۲۰	تأثیر تغییرپذیری و مخاطره بر تصمیم‌گیریهای مخاطره‌ای
۱۲۰	تفاوتهای فردی، درک از مخاطره و تصمیمهای مخاطره‌آمیز
۱۲۳	مخاطره‌پذیری کارآفرینانه
۱۲۵	تأثیر جهت‌گیریهای ذهنی بر مخاطره‌پذیری کارآفرینان در تصمیم‌گیری
۱۳۰	مباحث به عمل آمده در خصوص تأثیر جهت‌گیریهای ذهنی بر مخاطره‌پذیری و ...
۱۳۲	مرور فصل
۱۳۴	فصل ششم: الگوهای ذهنی کارآفرینانه
۱۳۴	مقدمه

۱۳۵	اکتشافهای ذهنی و الگوهای تحلیل اطلاعات کارآفرینان
۱۳۸	الگوی فراشناختی ذهنی کارآفرینانه
۱۴۲	زنجیره الگوهای ذهنی کارآفرینان
۱۴۲	گام ۱. ارتباط متقابل محیط و انگیزش کارآفرینانه
۱۴۳	گام ۲. هوشیاری فراشناختی
۱۴۴	گام ۳. منابع فراشناختی: دانش فراشناختی و تجربه فراشناختی
۱۴۵	گام ۴. راهبرد کارآفرینانه به عنوان راهبردی فراشناختی
۱۴۶	گام ۵. کنترل و بازخورد
۱۴۶	چشم‌اندازهای شناختی الگوی ذهنی کارآفرینانه
۱۴۹	مرور فصل
۱۵۱	فصل هفتم: نقش احساسات، ادراک و اخلاق در تصمیم‌گیری کارآفرینانه
۱۵۱	مقدمه
۱۵۲	اندیشیدن «طبیعی» یا «کارآفرینانه»؟
۱۵۴	شناخت (ادراک)
۱۵۵	ادراک و شناخت کارآفرینانه
۱۵۶	توصیف احساسات و عواطف، حالت (حوصله) و حواس
۱۵۸	نقش احساسات و ادراکات در تصمیم‌گیری کارآفرینانه
۱۶۱	تعامل بین احساسات و ادراکات در فرایند تصمیم‌گیری کارآفرینانه
۱۶۳	الگوی حاصل از تأثیر احساسات بر فرایند تصمیم‌گیری کارآفرینانه
۱۶۴	توصیف نقش اخلاق در تصمیم‌گیری کارآفرینان
۱۶۵	چارچوب تصمیم‌گیری اخلاقی کارآفرینانه
۱۶۶	رکن اول: ویژگیها و خصوصیات فردی
۱۶۸	رکن دوم: مشارکین سازمانی
۱۶۹	رکن سوم: فرهنگ سازمانی
۱۷۰	رکن چهارم: فرصتهای شکل‌گیری فرایندهای اخلاقی
۱۷۰	رکن پنجم: تیت افراد و ارزیابیهای اخلاقی
۱۷۰	رکن ششم: تصمیمهای اخلاقی یا غیر اخلاقی
۱۷۱	مرور فصل

۱۷۴	فصل هشتم: نقش پیچیدگی شناختی در فرایند تصمیم‌گیری کارآفرینان
۱۷۴	مقدمه
۱۷۵	توصیف پیچیدگی شناختی
۱۷۹	ارزیابی پیچیدگی شناختی کارآفرینان
۱۸۲	نقشه‌های ادراکی
۱۸۵	نقش پیچیدگی شناختی در تصمیم‌گیری راهبردی کارآفرینان
۱۸۹	مرور فصل
۱۹۰	فصل نهم: راهکارهای تصمیم‌گیری ابتکاری کارآفرینان
۱۹۰	مقدمه
۱۹۱	مفهوم راهکارهای ابتکاری در کارآفرینی
۱۹۲	شناخت کارآفرینانه: بستر به کارگیری راهکارهای ابتکاری در تصمیم‌گیری
۱۹۳	کاربرد راهکارهای ابتکاری و جهت‌گیری‌های ذهنی در تصمیم‌گیری کارآفرینان
۱۹۴	عوامل مؤثر در به کارگیری راهکارهای تصمیم‌گیری ابتکاری توسط کارآفرینان
۱۹۶	نقاط قوت و ضعف رویکردهای مبتنی بر تعصب ابتکاری - شناختی در ...
۱۹۶	تعصب ابتکاری - شناختی نمایندگی
۱۹۸	تعصب ابتکاری - شناختی اشتباه در برنامه‌ریزی
۲۰۲	نقش راهکارهای تصمیم‌گیری ابتکاری در ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها
۲۰۴	نقش پیچیدگی شناختی و راهکارهای ابتکاری در تصمیم‌گیری‌های مبتنی بر نوآوری
۲۰۴	نوآوری و تصمیم‌گیری راهبردی کارآفرینانه در کسب و کارهای کوچک و متوسط
۲۰۵	تأثیر متغیرهای جمعیت‌شناختی، پیچیدگی شناختی و راهکارهای ابتکاری در ...
۲۰۸	مرور فصل
۲۱۰	فصل دهم: مطالعه تجربی تأثیر الگوی پیچیدگی شناختی بر تصمیم‌گیری ابتکاری ...
۲۱۰	مقدمه
۲۱۱	روش‌شناسی انجام پژوهش
۲۱۴	معرفی و توصیف چارچوب مفهومی تحقیق
۲۲۰	تحلیل و تفسیر یافته‌های حاصل از پژوهش

۲۲۱	الف) الگوی پیچیدگی شناختی کارآفرینان برتر ایران
۲۲۵	ب) مؤلفه‌های تأثیرگذار بر سطح پیچیدگی کارآفرینان برتر ایران
۲۳۳	ج) مؤلفه‌های تأثیرگذار در فرایند تصمیم‌گیری ابتکاری کارآفرینان برتر ایران
۲۳۶	د) الگوی تصمیم‌گیری ابتکاری کارآفرینان برتر ایران
۲۳۸	پیشنهاد‌های کاربردی برگرفته از یافته‌های پژوهش
۲۳۹	مرور فصل

بخش سوم: معرفی اصول کاربردی در فرایند تصمیم‌گیری کارآفرینان

۲۴۳	فصل یازدهم: ایجاد چارچوب ذهنی کارآفرینانه
۲۴۳	مقدمه
۲۴۴	اصل ۱. کارآفرینی یک تجربه است
۲۴۵	اصل ۲. کارآفرینان موفق دقیقاً مثل شما هستند
۲۵۰	اصل ۳. هیچ جادویی برای موفقیت وجود ندارد
۲۵۳	اصل ۴. شانس، بخشی از معامله است
۲۵۷	اصل ۵. قناعت در کار موجب فزونی مال و رضایت‌مندی می‌شود
۲۶۰	اصل ۶. کارآفرینی فقط کسب پول نیست
۲۶۲	اصل ۷. ترس را در آغوش بکشید
۲۶۴	مرور فصل

فصل دوازدهم: راهکارهای کارآفرینانه برای اتخاذ تصمیمهای صحیح

۲۶۶	مقدمه
۲۶۷	اصل ۱. نسنجیده عمل نکنید
۲۶۸	الف) ایده‌های در دسترس، در مقایسه با ایده‌های بکر و نوآورانه مخاطره‌کثری دارند
۲۶۹	ب) حتی جاده‌ای که بارها پیموده‌اید، شگفتیهایی به همراه دارد
۲۷۰	ج) اغلب ایده‌های بزرگ از فناوری سطح پایینی استفاده می‌کنند
۲۷۱	د) اجرا و پیاده‌سازی ایده از خود ایده مهم‌تر است
۲۷۲	اصل ۲. بزرگ فکر کنید اما آهسته و پیوسته حرکت کنید
۲۷۲	الف) کوچک شروع کردن به شما کمک می‌کند تا موفق شوید
۲۷۴	ب) سرمایه‌گذارهای خود را کوچک نگاه دارید

- ۲۷۵ (ج) از مراکز رشد برای تقویت کسب و کار نوپای خود بهره ببرید
- ۲۷۵ اصل ۳. زیر پای خود را محکم کنید
- ۲۷۶ الف) هیچ گاه فکر نکنید که هر کسب و کار یک مورد مسلم و قطعی است
- ۲۷۷ ب) اجازه دهید سایرین پیشرو باشند
- ۲۷۷ ج) اطمینان حاصل کنید که بازار برای ایده شما آمادگی دارد
- ۲۷۸ د) اطمینان حاصل کنید که محصول و سازمان پیش از اینکه شروع به کار کنید، ...
- ۲۷۹ هـ) سریع تر از بازار رشد نکنید
- ۲۸۰ اصل ۴. بدون داشتن آشنانه، پرواز نکنید
- ۲۸۱ الف) کارآفرینی در تعطیلات آخر هفته
- ۲۸۳ ب) پشتیبان و حامی فعال
- ۲۸۳ ج) گروه جانشین
- ۲۸۳ د) حامی منفعل
- ۲۸۴ اصل ۵. محافظه کارانه ارتباط برقرار نمایید
- ۲۸۴ الف) یک شبکه خوب باید چه کاری برای شما انجام دهد
- ۲۸۵ ب) شما باید در قبال شبکه تان چه کاری انجام دهید
- ۲۸۵ ج) چگونه شبکه تان را ارزیابی کنید
- ۲۸۵ د) چگونه شبکه خود را بسازید
- ۲۸۶ هـ) چگونه از خود در مقابل شبکه تان محافظت کنید
- ۲۸۷ اصل ۶. یک شریک خوب برای خود اختیار کنید
- ۲۸۸ الف) چرا به یک شریک نیاز داریم؟
- ۲۸۸ ب) چه کسی می تواند شریک باشد؟
- ۲۸۸ ج) چرا رسیدن به توافق و اجماع آراء اهمیت دارد؟
- ۲۸۹ اصل ۷. قبل از اقدام به کار، قوانین و مقررات را بررسی نمایید
- ۲۸۹ الف) رویارویی با نظامهای قانونی
- ۲۹۰ ب) ایجاد وجهه
- ۲۹۱ ج) بستن قرارداد
- ۲۹۱ د) جستجوی فرصتها
- ۲۹۲ اصل ۸. برای یک خروج به موقع، برنامه ریزی کنید
- ۲۹۲ الف) توقف قبل از شروع

صفحه	عنوان
۲۹۳	ب) خروج بعد از شروع
۲۹۵	مرور فصل
۲۹۷	منابع
۳۰۶	واژه‌نامه
۳۱۱	نمایه اسامی
۳۱۶	نمایه موضوعی

www.ketab.ir

فهرست نگاره‌ها

صفحه	عنوان
۲۸	نگاره ۱-۱ روشهای تصمیم‌گیری و مشارکت
۱۹۲	نگاره ۹-۱ سیر تحول مفهوم راهکارهای ابتکاری تصمیم‌گیری در علوم مختلف
۱۹۳	نگاره ۹-۲ تعاریف شناخت از دیدگاههای مختلف
۱۹۷	نگاره ۹-۳ انواع تعصبات ابتکاری - شناختی شناسایی شده در متون پیشین
۲۱۷	نگاره ۱۰-۱ مستندات تأیید‌کننده چارچوب مفهومی
۲۴۸	نگاره ۱۱-۱ جنبه‌های مسئله‌ساز ویژگی‌های شخصیتی افراد
۲۶۱	نگاره ۱۱-۲ اهدافی که یک کسب‌وکار مخاطره‌پذیر می‌تواند برآورده کند

فهرست نمودارها

صفحه	عنوان
۱۲	نمودار ۱-۱ فراگرد تصمیم‌گیری
۲۲	نمودار ۱-۲ یک‌باره یک فرایند تصمیم‌گیری عمومی
۶۹	نمودار ۳-۱ طبیعت کارآفرینانه و تأثیر آن بر تصمیم‌گیری
۸۷	نمودار ۳-۲ مشخصات پردازش اطلاعات در تصمیم‌گیری کارآفرینان
۹۰	نمودار ۳-۳ الگوی پردازش اطلاعات کارآفرینانه (IP ^e)
۹۶	نمودار ۴-۱ سطوح تجزیه و تحلیل در فرایند تصمیم‌گیری راهبردی کارآفرینانه
۱۲۲	نمودار ۵-۱ چارچوب تأثیر درک از مخاطره بر انتخاب کسب‌وکار جدید
۱۲۸	نمودار ۵-۲ نمودار تصمیم به شروع یک کسب‌وکار
۱۳۶	نمودار ۶-۱ شکل‌دهی اطلاعات در ذهن کارآفرین
۱۴۲	نمودار ۶-۲ الگوی فراشناختی ذهنی کارآفرینانه
۱۶۴	نمودار ۷-۱ الگوی تأثیر احساسات بر تصمیم‌گیری کارآفرینانه
۱۶۶	نمودار ۷-۲ چارچوب تصمیم‌گیری اخلاقی در سازمانها
۱۷۸	نمودار ۸-۱ چارچوب پردازش اطلاعات در سیستم شناختی افراد
۱۸۵	نمودار ۸-۲ نمونه‌ای از یک نقشه ادراکی در تصمیم‌گیری راهبردی کارآفرینانه
۱۸۸	نمودار ۸-۳ تأثیر متغیرهای جمعیت‌شناختی بر تصمیم‌گیری راهبردی کارآفرینانه
۱۹۵	نمودار ۹-۱ عوامل مؤثر بر به کارگیری راهکارهای ابتکاری و جهت‌گیریهای...
۲۰۱	نمودار ۹-۲ نقش تجربه و عدم اطمینان در به کارگیری تعصبات ابتکاری - شناختی
۲۰۸	نمودار ۹-۳ تصمیم‌گیری مبتنی بر نوآوری
۲۱۵	نمودار ۱۰-۱ چارچوب مفهومی مک‌دانو
۲۱۶	نمودار ۱۰-۲ ساخت سه‌بعدی تحقیق با تأکید بر تفاوت ذهنیت کارآفرینان با سایر افراد

پیشگفتار

تصمیم‌گیری مسئله‌ای است که بشر از زمان خلقتش تاکنون با آن مواجه بوده است. در تمدنهای کهنی چون مصر و یونان باستان مردم عقیده داشتند که تنها کاهنان و پادشاهان قادرند در مورد مسائل مهم زندگی آنها، بهترین تصمیم را اتخاذ کنند. با گذشت زمان همراه با پیشرفت علوم و فناوری، نیازهای بشر هم تغییرات شگرفی کرده است؛ به طوری که فرد در طول شبانه‌روز با مسائل گوناگونی روبه‌رو می‌شود که باید در مورد آنها بهترین تصمیم را اتخاذ کند. این مسائل ممکن است به موارد شخصی و زندگی روزمره، تصمیم‌گیریهای کلان در حوزه تنظیم بودجه سالانه کشور، احداث یک سد یا مدیریت یک کارخانه مربوط باشد.

از طرف دیگر، جهان شامل نظام پیچیده‌ای از عناصر است که برهم اثر متقابل دارند. برای نمونه، اقتصاد به انرژی و دیگر منابع وابسته است، دستیابی به انرژی بستگی به موقعیت سیاسی و جغرافیایی دارد، موقعیت سیاسی به قدرت نظامی وابسته است، و قدرت نظامی هم تا حد زیادی در گرو فناوری، دانش و منابع است. در چنین شبکه پیچیده‌ای، تشخیص اولین علت و آخرین معلول کار ساده‌ای نیست. ذهن ما به ویژه در شرایط ابهام و عدم اطمینان نمی‌تواند این روابط متقابل را به طور هم‌زمان در نظر گرفته، در مورد موضوعات مختلف تصمیم‌گیری کند.

مسئله دیگر، نقش تصمیم‌گیری در مدیریت است. واضح است که تصمیمهای مدیران در سازمان مربوط (گاهی در سطح یک صنعت و حتی کشور) تأثیر اساسی دارد. به نظر یکی از معروف‌ترین نظریه‌پردازان دانش مدیریت، هربرت سایمون^۱،

1. Herbert Simon

«تصمیم‌گیری را می‌توان مترادف با مدیریت دانست». به عبارت دیگر هر یک از وظایف مدیر به واسطه تصمیم‌گیری از حالت بالقوه به حالت فعل درمی‌آید. وابستگی برنامه‌ریزی به اتخاذ تصمیمهای بهینه در هر مرحله آنچنان است که تصمیم‌گیری، جزئی غیر قابل تفکیک در هر برنامه به شمار می‌رود، به گونه‌ای که مشکل بتوان «برنامه‌ریزی» را بدون «تصمیم‌گیری» تصور کرد، و همان گونه که استراتیج^۱ خاطرنشان ساخته است امروزه نقش تصمیمها در توسعه‌یافتگی کمتر از نقش منابع نیست.

امروزه نتیجه برخی تصمیمها به حدی مهم است که بروز خطا می‌تواند ضررهای جبران‌ناپذیری را بر فرد تحمیل کند، و در نتیجه روشهای قدیمی و غیر علمی پاسخگوی نیاز انسانها نیستند. در همین راستا علوم مدیریت، رایانه، آمار، شبیه‌سازی، بهینه‌سازی، سیستمهای صف، تحقیق در عملیات و روشهای تصمیم‌گیری چندمعیاره^۲ و تصمیم‌گیری چندشاخصه^۳ روشهایی هستند که برای کمک به تصمیم‌گیری انسان ابداع شده‌اند.

از طرف دیگر پیچیدگی موضوعات مورد مطالعه در کارآفرینی با محوریت فرصت، روشهایی متفاوت با روشهای تحقیق در دیگر رشته‌های علوم انسانی را طلب می‌کند. روشهایی که در اکثر حوزه‌های علوم انسانی بسط و گسترش یافته‌اند، به ندرت از بررسی و تحلیل وضعیت موجود پدیده‌ها و امور فراتر رفته‌اند و بیشتر، تبیین و توصیف «آنچه که اتفاق افتاده» و «آنچه که هست» را دنبال می‌کنند. اگرچه این روشها در برنامه‌ریزی و توسعه اهمیت زیادی دارند، اما برای تصمیم‌گیری در فضای ابهام و بهره‌برداری از فرصتهای ارزشمند ناشناخته کافی به نظر نمی‌رسند.

تأکید بر تعیین «بهترین شیوه» استفاده از منابع موجود، اتخاذ «مناسب‌ترین» راه برای مواجهه با آینده، تشخیص مناسب‌ترین گزینه‌ای که «می‌تواند و باید باشد» شاید دمی باشد که آدمی را از پرداختن به شیوه‌های ابتکاری تصمیم‌گیری بازدارد.

1. Straiten

2. multi criteria decision-making (MCDM)

3. multi attributes decision-making (MADM)

از این رو، در بسیاری از موارد تصمیم‌گیری کار آسانی نیست؛ به ویژه در مواردی که با مجموعه قابل توجهی از متغیرها سروکار و به اولویت‌بندی واحدهای تصمیم‌گیری براساس اهمیت نسبی شان آن هم در فضای ابهام و عدم اطمینان، نیاز داشته باشیم. پیچیدگیهای محیط برنامه‌ریزی، کثرت، پراکندگی و ابهام در اطلاعات و مشکلات عدیده‌ای که در جهان کنونی با آن مواجه‌ایم، صرفاً منطق کمی و نگاه عددی به داده‌ها را بر نمی‌تابد، و جامع‌نگری در تصمیم‌گیریها، بهره‌گیری از تخصصها، تجربیات، سوابق و دیدگاههای علمی گوناگون و همچنین استفاده از فنون «تصمیم‌گیری گروهی»^۱ و «چندمیاره» را بیش از پیش ضروری نموده است. از سوی دیگر ابهام^۲ و عدم قطعیت^۳ ذاتی حاکم بر محیطهای برنامه‌ریزی و تصمیم‌گیری، نیازمند روشهایی است که خلافاً امکان بررسی و صورت‌بندی منطقی مفاهیم نامشخص^۴ و با تعریف نامناسب و مبهم این علوم را فراهم نمایند.

بیشتر کتابهای موجود در زمینه کارآفرینی را می‌توان به دو دسته مجزا تقسیم نمود: کتابهای «درسی و آموزشی» (رساله‌ها) و کتابهای «الهام‌بخش و انگیزاننده»^۵. کتابهای آموزشی که در مورد «چگونگیها»^۶ صحبت می‌کنند، معمولاً سهم زیادی در توضیح اصول و اساس شروع یک کسب‌وکار، شامل چگونگی کشف فرصتها، تجزیه و تحلیل محیط، تدوین طرح کسب‌وکار، یا سرمایه‌گذاری دارند. این دسته کتابها به شما می‌گویند «چگونه» کاری را انجام دهید، اما نمی‌توانند به خوبی بگویند «چه» کاری را انجام دهید. تفاوت این کتاب و به طور خاص بخش سوم آن با کتابهای مذکور در همین نکته است.

کتابهای الهام‌بخش با هدف ارائه ایده‌های نو، معمولاً «پنج راز» رسیدن به موفقیت را برای کسب‌وکارهای نوپا دربردارند؛ اما اغلب این پنج راز با پنج راز

1. group decision making
2. vagueness
3. uncertainty
4. imprecise
5. ill-defined
6. inspirational books
7. how to

کتابهای دیگر تطابق ندارند. این مسئله باعث می‌شود خواننده احساس کند که یا هیچ کدام از نویسنده‌ها دربارهٔ مطلب آشنایی نداشته‌اند، یا عملاً صدها راز برای رسیدن به موفقیت وجود دارد. البته باید اذعان داشت که هر کدام از این رازها در شرایط و محیط مقتضی خود قابل استفاده‌اند. کتابهایی نیز وجود دارند که به بررسی عوامل شکست در کسب و کارها پرداخته‌اند؛ برخی از آنها بر موردکاوی و برخی دیگر بر چگونگی اجتناب از ورشکستگی تمرکز کرده‌اند. برخی هم به عنوان راهنمایی در مواجهه با مشکلات استفاده می‌شوند.

کتاب پیش رویی دارد تا تصمیم‌گیری را از جنبهٔ کیفی مورد بررسی قرار دهد. رویکرد غالب در این کتاب ارائه الگوها، سبکها و چارچوبهای ذهنی و ادراکی کارآفرینانه است. بنابراین تمام موضوعات در سه بخش مجزا معرفی شده‌اند. در بخش اول، کلیات تصمیم‌گیری و متون پیشین در این حوزه بررسی شده است. در بخش دوم با رویکردی کیفی به سبکهای تصمیم‌گیری کارآفرینانه و چارچوبهای ادراکی و فراشناختی موجود در این حوزه پرداخته شده است. رویکردهای کیفی به تصمیم‌گیری کارآفرینان، از جمله راهکارهای تصمیم‌گیری ابتکاری و جهت‌گیریهای شناختی آنان، همچنین الگوی پیچیدگی شناختی که به پیچیدگی ساختاری سیستم ادراکی کارآفرینان اشاره دارد، در این بخش تشریح و بررسی شده است. در بخش سوم به معرفی مجموعه‌ای از اصول کاربردی در حوزهٔ تصمیم‌گیری کارآفرینانه پرداخته و سعی شده تا با گردآوری مجموعه‌ای از مثالهای عملی از کارآفرینان موفق، اصولی معرفی شوند که به تصمیم‌گیری کارآفرینان کمک کرده، شانس موفقیت کسب و کار آنان را افزایش دهد. این مهم میسر نبود مگر با همکاری و همراهی ده دانشجوی علاقه‌مند در پروژه درسی الگوهای تصمیم‌گیری کارآفرینان که با مراجعه به تعداد بسیاری از کارآفرینان موفق سالهای اخیر تلاش نمودند تا نقشه ادراکی و سیستم باورهای آنان را در تصمیم‌گیریهای مهم و حیاتی ثبت نمایند. علاوه بر ابعاد تجربی، با بررسی یافته‌ها در آموخته‌های اعتقادی، فرهنگی و ادبی تلاش گردید تا نسبت به بومی‌سازی و قابل‌حس نمودن

این معانی برای علاقه‌مندان اهتمام لازم به عمل آید. زبان از تقدیر و تشکر از تمامی کارآفرینانی که در اوج مشغله کاری خود زمان بسیاری را به پژوهشگران همراه این مطالعه تخصیص دادند و همچنین دانشجویان عزیزی که طی سالیان اخیر در این بررسی همراه و هم‌دل بودند قاصر است و ذکر اسامی تمامی آنها میسر نیست اما جا دارد از تمامی این عزیزان که با ارائه نظرات خود به بهبود اثر حاضر یاری رسانده‌اند تشکر و قدردانی نمایم.

محمدحسن مبارکی

عضو هیئت علمی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

امیرمحمد کلابی

روزا مهرابی

بهار ۱۳۹۱