



10.30497/SMT.2023.244404.3457

*Quarterly Scientific Journal of Strategic Management Thought (Management Thought),
Research Article, Vol. 16, No. 4 (Serial 34) winter 2023*

Explaining the Role of Cognitive Biases on the Exploitation of Business Opportunities with the Mediation of Risk Perception (The Case of: Female Entrepreneurs of Lorestan Province)

Reza Kohanhooshnejad *
Shiva Tirbazari **

Received: 08/04/2023
Accepted: 07/06/2023


Abstract

The field of entrepreneurial cognition plays an important role in motivating potential entrepreneurs to take appropriate action under environmental uncertainty conditions, one of the main reasons of which is the entrepreneurs' insufficient perception of risk. Most of the studies in this field have been conducted on male entrepreneurs and the researchers' understanding of female entrepreneurs' cognitive biases has remained limited. In addition, the role of cognitive biases in exploiting opportunities as one of the key phases of the entrepreneurial process has been neglected. The purpose of this research is, therefore, to explain the role of Lorestan province female entrepreneurs' cognitive biases in the exploitation of business opportunities with the mediation of risk perception. This research is applied in terms of purpose and descriptive-correlational in terms of method. The data were collected from a sample of 184 female entrepreneurs of Lorestan province, selected by stratified random method, and tested by structural equation modeling method with PLS software. The findings of the research showed that the cognitive biases of female entrepreneurs, including overconfidence, illusion of control, representativeness, fallacy of planning and optimism, have a direct and positive effect on their exploitation of business opportunities. In addition, the mentioned cognitive biases through the mediating variable of risk perception has an indirectly positive effect on the exploitation of business opportunities by women entrepreneurs.

Keywords


Risk Perception; Opportunity Exploitation; Cognitive Biases.

* Assistant Professor, Department of Business Management, Faculty of Humanities, Hazrat Masoumeh University, Qom, Iran. (Corresponding Author). r.kohanhooshnejad@hmu.ac.ir

 0000-0001-8138-7451

** Master's student in Business Administration, Hazrat Masoumeh University (S), Qom, Iran.

Shiva.tirbazari@hmu.ac.ir

 0000-0001-7780-5673



فصلنامه علمی اندیشه مدیریت راهبردی (اندیشه مدیریت)، مقاله پژوهشی
سال شانزدهم، شماره چهارم (پیاپی ۳۴)، زمستان ۱۴۰۱، صص. ۱۲۷-۲۰۲

تبیین نقش سوگیری‌های شناختی بر بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار با میانجی‌گری ادراک از ریسک (مورد مطالعه: بانوان کارآفرین استان لرستان)

رضا کهن هوش نژاد*
شیوا تیربازاری**

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۱/۱۹ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۲/۰۳/۱۷
مقاله برای اصلاح به مدت ۱ روز نزد نویسنده(گان) بوده است.

10.30497/SMT.2023.244404.3457

چکیده

با توجه به نقش آفرینی قلمرو شناخت کارآفرینانه در برانگیختن کارآفرینان بالقوه به بروز رفتار و اقدام‌های کارآفرینانه در شرایط عدم قطعیت محیطی که یکی از دلایل اصلی آن ادراک از ریسک کمتر کارآفرینان می‌باشد، اغلب مطالعات این حوزه بر کارآفرینان مرد صورت پذیرفته و درک محققان از به‌کارگیری سوگیری‌های شناختی توسط بانوان کارآفرین محدود باقی مانده است. به‌علاوه نقش سوگیری‌های شناختی بر بهره‌برداری از فرصت‌ها به‌عنوان یکی از فازهای کلیدی فرآیند کارآفرینانه مورد غفلت واقع شده است. بنابراین هدف این پژوهش تبیین نقش سوگیری‌های شناختی بانوان کارآفرین بر بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار با میانجی‌گری ادراک از ریسک می‌باشد. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی و از لحاظ روش توصیفی - همبستگی است. داده‌های این پژوهش از نمونه‌ای ۱۸۴ نفری از بانوان کارآفرین استان لرستان، که به شیوه تصادفی طبقه‌ای انتخاب شدند، گردآوری و با روش مدل‌یابی معادلات ساختاری با نرم‌افزار پی‌ال‌اس آزمون شد. روابط میانجی مدل نیز توسط آزمون سوبل بررسی شد. یافته‌های پژوهش نشان داد سوگیری‌های شناختی بانوان کارآفرین شامل اطمینان بیش از حد، توهم کنترل، نمایندگی، مغالطه برنامه‌ریزی و خوش‌بینی بر بهره‌برداری آنها از فرصت‌های کسب‌وکار تأثیر مستقیم و مثبت دارد و همچنین سوگیری‌های شناختی مذکور از طریق متغیر میانجی ادراک از ریسک به‌طور غیرمستقیم بر بهره‌برداری بانوان کارآفرین از فرصت‌های کسب‌وکار تأثیر مثبت می‌گذارد.

واژگان کلیدی

ادراک از ریسک؛ بهره‌برداری از فرصت؛ سوگیری‌های شناختی.

* استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم انسانی، دانشگاه حضرت معصومه (س)، قم، ایران. (نویسنده مسئول)

r.kohanhooshnejad@hmu.ac.ir

0000-0001-8138-7451

** دانش‌آموخته کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه حضرت معصومه (س)، قم، ایران.

Shiva.tirbazari@hmu.ac.ir

0000-0001-7780-5673

مقدمه

یکی از سازوکارهای کارآفرینان برای مقابله با عدم اطمینان، سطح بالای ریسک و فشار زمانی در فضای کسب و کار، سوگیری‌های شناختی است (Shepherd, Williams & Patzelt, 2015, p. 18). گرایش مطالعات کارآفرینی به سوی حوزه روان‌شناسی شناختی نشان داد که قلمرو «شناخت کارآفرینانه» که به توصیف چگونگی تفکر و رفتار کارآفرینان می‌پردازد، نقش حائز اهمیتی در فرآیند کارآفرینانه ایفا می‌نماید (Pryor, Webb, Ireland & Ketchen, 2016, p. 27). اکثر مطالعات در قلمرو شناخت کارآفرینانه بر این امر تأکید ورزیده‌اند که کارآفرینان در محیط‌های پیچیده و مملو از عدم قطعیت به استفاده از راهکارهای ابتکاری و سوگیری‌های شناختی در تصمیم‌گیری خود گرایش بیشتری دارند (Thomas, 2018, p. 119). راهکارهای ابتکاری سازوکارهای شناختی و قضاوت‌های ذهنی‌اند که افراد به‌منظور اتخاذ تصمیم‌های کارآفرینانه از آنها بهره می‌برند. سوگیری‌های شناختی به الگوهای خاص تفکر کارآفرینان و روشی که کارآفرینان اطلاعات را در یک زمینه خاص پردازش و تفسیر می‌کنند اشاره دارد (Koellinger, Minniti & Schade, 2007, p. 512). سوگیری‌های شناختی که ناشی از تکیه بر ابتکارات قضاوتی است، کارآفرینان را قادر می‌سازد تا در محیط‌های پیچیده سریع‌تر عمل کرده و اقدام‌های مناسبی را در فرآیند کارآفرینانه انجام دهند (González, Husted, & Aigner, 2017, p. 216).

علی‌رغم اهمیت سوگیری‌های شناختی در فرآیند کارآفرینانه، متأسفانه ادراک عمومی از این سوگیری‌ها مثبت نیست به طوری که از دیدگاه برخی محققان این سوگیری‌ها منجر به کم‌اهمیت فرض کردن خروجی‌های نامطلوب، اشتباهات سیستماتیک و اتخاذ تصمیم‌هایی می‌گردند که از جامعیت کمی برخوردارند (Stanovich, 2009, p. 175; Burmeister & Schade, 2007, p. 348). این در حالی است که مطالعات اخیر نشان می‌دهد سوگیری‌های شناختی در تحریک رفتار و عملکرد کارآفرینانه به‌ویژه در تصمیم‌ها و اقدام‌های مرتبط با ارزیابی فرصت، بهره‌برداری از فرصت، شروع کسب و کار جدید، ورود به بازارهای مخاطره‌آمیز و معرفی محصولات جدید سودمند می‌باشد. پروفایل روان‌شناختی کارآفرینان موفق نیز سطح مشخصی از به‌کارگیری سوگیری‌های شناختی را نشان می‌دهد (Zhang, Zhao, GAO & Xiao, 2020, p. 622). در واقع فقدان

سوگیری‌های شناختی هرگز اقدام‌های کارآفرینانه را تحریک نمی‌کند و از طرفی استفاده نامحدود از سوگیری‌های شناختی ممکنه به رفتار و عملکرد کارآفرینانه آسیب بزند. بنابراین به‌کارگیری سطح متعادلی از سوگیری‌های شناختی توسط کارآفرینان موفق گزارش شده است (Zhang, Zhao, GAO & Xiao, 2020, p. 623; Zhang & Cueto, 2017, p. 433).

از دیدگاه محققان برداشت عمومی نسبت به سوگیری‌های شناختی بیشتر یک جنبه منفی بوده است و آثار مثبت و سودمند آنها ادراک نشده است (Zhang, Zhao, GAO & Xiao, 2020, p. 625). بر اساس یافته‌های اخیر، کارآفرینان از راهکارهای ابتکاری و سوگیری‌های شناختی به‌عنوان میانبرهای شناختی برای تسهیل وضعیت‌های پیش‌رو استفاده می‌کنند. به‌عنوان نمونه این میانبرها کارآفرینان را قادر می‌سازد با حجم زیادی از عدم اطمینان حل نشده کنار آمده و تصمیم‌ها را سریع‌تر اتخاذ نمایند (Bingham & Eisenhardt, 2014, p. 1701). به‌علاوه سوگیری‌های شناختی شبیه‌سازی‌های ذهنی هستند که به کارآفرینان در کنترل آینده‌ناشناخته و رسیدن به نتایج مطلوب کمک می‌کنند (Zhang & Cueto, 2017, p. 429; Gaglio & Katz, 2007, p. 104).

سوگیری‌های شناختی در تحریک رفتارهای کارآفرینانه به‌ویژه بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار مفید می‌باشد (Zhang, Zhao, GAO & Xiao, 2020, p. 634). براساس شواهد، نرخ بهره‌برداری از فرصت‌ها و راه‌اندازی کسب‌وکار با به‌کارگیری سوگیری‌های شناختی رابطه مستقیم دارد (Koellinger, Minniti & Schade, 2007, p. 517). مجموعه‌رو به رشدی از پژوهش‌ها اذعان دارند که سوگیری‌های شناختی از طریق کاهش عدم قطعیت نقش حیاتی در بهره‌برداری از فرصت‌ها ایفا می‌نمایند (De carolis & Saporito, 2006, p. 49). علی‌رغم اهمیت سوگیری‌های شناختی بر بهره‌برداری از فرصت‌ها، اکثر مطالعات حوزه شناخت به تبیین نقش سوگیری‌ها بر تصمیم به شروع کسب‌وکارها پرداخته‌اند و درک مرتبط با فاز بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار محدود باقی مانده است (Butt, Jamil & Nawaz, 2015, p. 91; Dali & Harbi, 2016, p. 288).

به‌علاوه بخش زیادی از پژوهش‌ها به این مسأله پرداخته‌اند که چرا کارآفرینان با بهره‌برداری از فرصت‌هایی که ریسک آنها بالاست، کسب‌وکارهای جدیدی را ایجاد می‌کنند. یافته‌ها نشان می‌دهد که این امر به دلیل ادراک از ریسک کارآفرینان می‌باشد نه تمایل به ریسک آنها، این در حالی است که در ادبیات بر ویژگی تمایل به ریسک‌پذیری بالای کارآفرینان تأکید شده و نقش ادراک از ریسک آنها در اقدام‌های کارآفرینانه همچون بهره‌برداری از فرصت‌ها نادیده گرفته شده است (Butt, Jamil & Nawaz, 2015, p. 92; Robinson & Marino, 2015, p. 155). بر اساس مطالعات حوزه شناخت، سوگیری‌های شناختی سبب می‌گردد که کارآفرینان سطح ریسک پایینی را ادراک نمایند که این امر بر بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار تأثیر می‌گذارد (Thomas, 2018, p. 140; De kort & Vermeulen, 2010, p. 128; De carolis & Saporito, 2006, p. 49). بنابراین با توجه به ادراک محدود از متغیرهای مطروحه در فوق و عدم ادراک آثار چندگانه (مثبت و منفی) سوگیری‌های شناختی در فرآیند کارآفرینانه، این پژوهش به دنبال آن است که به بررسی نقش سوگیری‌های شناختی بر بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار و چگونگی نقش‌آفرینی ادراک از ریسک در این میان بپردازد.

۱. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

۱-۱. سوگیری‌های شناختی^۱ و بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار

سوگیری‌های شناختی یک فرآیند تفکر سیستماتیک است که ناشی از تمایل ذهن انسان به ساده‌سازی پردازش اطلاعات است و برای قضاوت‌ها، تصمیم‌ها و اقدام‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند (Neal, Lienert, Denne & Singh, 2022, p. 111). اکثر مطالعات در قلمرو شناخت کارآفرینانه بر این امر تأکید ورزیده‌اند که کارآفرینان در محیط‌های مملو از عدم قطعیت گرایش بیشتری به استفاده از سوگیری‌های شناختی نسبت به سایر افراد دارند (Thomas, 2018, p. 123). مطالعات حوزه شناخت کارآفرینانه نشان داد افراد به دلیل ظرفیت شناختی محدود، نه به‌طور کامل و فراگیر به دنبال اطلاعات هستند و نه به‌طور دقیق این اطلاعات را تفسیر می‌کنند. بنابراین برای سازگار شدن با این محدودیت‌ها، افراد از راهبردهای تسهیل‌کننده‌ای استفاده می‌کنند که منجر به سوگیری‌های شناختی می‌گردد. کارآفرینان بیشتر مستعد این سوگیری‌ها هستند؛ زیرا آنها به‌طور غیر عمد

روش‌های پردازش اطلاعات خود را ساده می‌کنند تا استرس و ابهام را در استفاده از فرصت‌ها و شروع کسب‌وکار کاهش دهند (Zhang, Zhao, GAO & Xiao, 2020, p. 629). بر اساس این مطالعات، کارآفرینان هنگام حل مسائل پیچیده بیشتر به استفاده از فرآیندهای ذهنی و ابتکاری همچون سوگیری‌های شناختی گرایش دارند، زیرا این فرآیندها به کارآفرینان کمک می‌نماید تا قواعد را سریع‌تر دسته‌بندی نموده و به راه‌حلی دست یابند (Haselton, Nettle & Andrews, 2015, p. 731).

سوگیری‌های شناختی کارآفرینان را قادر می‌سازد تا در محیط‌های پیچیده سریع‌تر عمل کرده و اقدام‌های مناسبی را در فرآیند کارآفرینانه انجام دهند (González, Husted & Aigner, 2017, p. 218). براساس شواهد، نرخ بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار و شروع کسب‌وکار با به‌کارگیری سوگیری‌های شناختی رابطه مستقیم دارد (Koellinger, Minniti & Schade, 2007, p. 517). یافته‌های مطالعه دولارسلان و همکاران^۲ (۲۰۱۷) نشان داد که سوگیری‌های شناختی تأثیر مثبتی بر بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار دارند. بر اساس یافته‌های مطالعات تجربی و بررسی جامع مدل‌ها، سوگیری‌های مورد استفاده توسط کارآفرینان که مورد تأیید و اجماع محققان است عبارتند از اطمینان بیش از حد، توهم کنترل، نمایندگی، مغالطه برنامه‌ریزی و خوش‌بینی (Butt, Jamil & Nawaz, 2015, p. 89)؛ (Robinson & Marino, 2015, p. 151)؛ (Kannadhasan, 2014, p. 89)؛ (Aramvalarthan & Pavan Kumar, 2014, p. 89)؛ (Cheng & Liao, 2020, p. 5) که در ادامه به تبیین نقش هر یک از آنها بر بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار می‌پردازیم:

۱-۱-۱. اطمینان بیش از حد^۳

مجموعه‌ای از مطالعات به اهمیت اطمینان بیش از حد به‌عنوان یک سازه شناختی قابل توجه در قلمرو رفتار کارآفرینانه استحکام بخشیده است (Robinson & Marino, 2015, p. 152). اطمینان بیش از حد به مفهوم گرایش افراد به بیش از اندازه در نظر گرفتن دانش، توانایی‌ها و دقت و درستی اطلاعات‌شان اطلاق می‌گردد. همچنین به برآورد بیش از حد توانایی‌های خود برای انجام پیش‌بینی‌های دقیق اطلاق می‌گردد (Koellinger, Minniti & Schade, 2007, p. 512). هنگامی که افراد اطمینان بیش از حد به خود دارند، احتمال درست بودن فرضیات‌شان را بیش از حد برآورد می‌نمایند و به دلیل در نظر گرفتن شانس

بالایی برای موفقیت‌شان، نیازی به دریافت اطلاعات بیشتر احساس نمی‌کنند (De Carolis & Saporito, 2006, p. 48). این سوگیری هنگام فعالیت‌های دشوار، فعالیت‌هایی که نیاز به بازخور سریع ندارند و یا در مواقعی که احتمال پیش‌بینی کم است بیشتر به‌کارگرفته می‌شود (Trevelyan, 2008, p. 993).

در مراحل اولیه فرآیند کارآفرینی، کارآفرینان نوپا در مقایسه با کارآفرینان باتجربه بیشتر مستعد این سوگیری هستند؛ چرا که نسبت به مهارت‌های خود اطمینان بیش از حد دارند (Koellinger, Minniti & Schade, 2007, p. 516). تحقیقات در این زمینه، یک ارتباط معنی‌دار بین اطمینان بیش از حد و بهره‌برداری از فرصت‌ها تأیید کرده است (Butt, Jamil & Nawaz, 2015, p. 91; Robinson & Marino, 2015, p. 153; De Carolis & Saporito, 2006, p. 49). کارآفرینان به دلیل اطمینان بیش از حد به مفروضات خود، ریسک کمتری را ادراک می‌نمایند و این امر به نوبه خود احتمال مشاهده مطلوب یک فرصت کسب‌وکار پرمخاطره و بهره‌برداری از آن را افزایش می‌دهد (Navis & Koellinger, Minniti & Schade, 2007, p. 517; Ozbek, 2016, p. 118). بنابراین: فرضیه شماره (۱): سوگیری اطمینان بیش از حد بر بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار تأثیر مثبتی دارد.

۲-۱-۱. توهم کنترل

توهم کنترل به برآورد بیش از حد مهارت‌ها و در نتیجه توانایی افراد برای پیش‌بینی و مقابله با رویدادهای آینده اشاره دارد. توهم کنترل یعنی گرایش کارآفرینان به این باور که می‌توانند پیامدهایی را در شرایطی که معمولاً قابل کنترل نیست کنترل کنند یا بیش از حد به سطح کنترلی که دارند تأکید می‌کنند (Kannadhasan, Aramvalarthan & Pavan, Kumar, 2014, p. 92). از دیدگاه محققان، این سوگیری باور افراد را نسبت به توانایی‌شان جهت کنترل نتیجه یک کسب‌وکار تقویت می‌نماید (Butt, Jamil & Nawaz, 2015, p. 92; Simon, Houghton & Aquino, 1999, p. 122). توهم کنترل بر برآورد افراد نسبت به اینکه مهارت‌ها و دانش‌شان برای یک وضعیت خاص مناسب می‌باشد، تأثیر می‌گذارد. در شرایط عدم قطعیت، توهم کنترل نه تنها حس قطعیت را تحقق می‌بخشد بلکه درجه‌ای از آسودگی را به همراه دارد زیرا افراد اعتقاد دارند که می‌توانند پیامدهای رویدادها را

پیش‌بینی نمایند (De Carolis, Litzky & Eddleston, 2009, p. 534). این سوگیری نتیجه دو عامل است. عامل اول دشواری در تشخیص اهمیت نسبی عناصر «مهارت و شانس» می‌باشد؛ به این معنا که کارآفرینان حتی در موقعیت‌هایی که شانس نقش بزرگتری به‌عنوان یک عامل پیش‌بینی‌کننده ایفا می‌نماید، این پیش‌بینی را مرهون مهارت‌شان می‌دانند تا شانس. عامل دوم انگیزه برای کنترل محیط‌شان می‌باشد (Kannadhasan, 2014, p. 92).

توهم کنترل ارزیابی افراد از شانس موفقیت‌شان در بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار را افزایش می‌دهد (De Carolis & Saporito, 2006, p. 49). سوگیری توهم کنترل به‌طور مثبت با تصمیم برای بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار مرتبط است؛ چرا که کارآفرینان با احساس اینکه می‌توانند پیامدهای رویدادها را تحت شرایط عدم قطعیت کنترل و پیش‌بینی کنند، ریسک‌های ذاتی فرصت‌های کسب‌وکار را مطلوب ارزیابی می‌کنند (Dali & Harbi, 2016, p. 297). بنابراین:

فرضیه شماره (۲): سوگیری توهم کنترل بر بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار تأثیر مثبتی دارد.

۳-۱-۱. نمایندگی^۰

سوگیری نمایندگی یا قانون باور به اعداد کوچک زمانی شکل می‌گیرد که با توجه به محدودیت‌های جمع‌آوری کامل اطلاعات در محیط کسب‌وکارکنونی، کارآفرینان از منابع اطلاعاتی محدودی برای نتیجه‌گیری استفاده می‌نمایند (Lucena, Silva & Azevedo, 2021, p. 186). در حالی که قانون اعداد بزرگ از این قاعده حمایت می‌کند که باید از نمونه‌های تصادفی بزرگ برای استنباط در مورد جمعیت آماری استفاده شود ولی در عمل تصمیم‌گیرندگان محدود به میزان اطلاعاتی هستند که می‌توانند جمع‌آوری و پردازش کنند. در نتیجه به‌منظور صرفه‌جویی در پردازش اطلاعات، تصمیم‌گیرندگان مایل به تکیه بر نمونه‌های کوچک هستند که این میزان نمونه ممکن است نمایانگر تصویر دقیقی از یک موقعیت نباشد (De Carolis & Saporito, 2006, p. 51). تحقیقات نشان می‌دهد که افراد موفقیت‌ها را بیشتر از شکست‌ها به یاد می‌آورند که این امر می‌تواند برآوردهای بیش از حد مثبتی از یک موقعیت ایجاد کند (De Carolis & Saporito, 2006, p. 51).

بنابراین در حالی که تکیه بر نمونه‌های کوچک موجب صرفه‌جویی در پردازش اطلاعات می‌شود ولی به‌طور بالقوه سوگیری‌هایی نیز در اطلاعات دریافت شده ایجاد می‌کند (Irshad, Badshah & Hakam, 2016, p. 28).

دلایل کافی برای این باور که سوگیری نمایندگی در میان کارآفرینان رایج است وجود دارد. با توجه به اینکه کارآفرینان در محیطی دارای عدم قطعیت شامل فناوری‌ها و بازارهای جدید، تقاضای ناشناخته و هزینه‌های عملیاتی غیرقابل پیش‌بینی به سر می‌برند به احتمال کمتری می‌توانند تمام اطلاعات مورد نیاز را جمع‌آوری نمایند. پس در چنین شرایطی، آنها با تکیه بر نمونه‌های کوچک و غیرتصادفی و تجربه شخصی‌شان به اتخاذ تصمیم‌های مرتبط با کسب‌وکار می‌پردازند. به‌علاوه کارآفرینانی که فرصت‌های کسب‌وکار خود را صرفاً با تعداد محدودی از مشاوران و همکاران مورد بحث قرار می‌دهند، بازخورهای بسیار مثبتی دریافت می‌نمایند (Lee et al., 2016, p. 764; De Carolis & Saporito, 2006, p. 52). پس کارآفرینان با تکیه بر نمونه‌های کوچک و بازخورهای مثبتی که دریافت می‌کنند، ریسک کمتری را ادراک می‌نمایند و این امر بر تصمیم آنها نسبت به بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار تأثیر می‌گذارد (Lucena, Silva, & Azevedo, 2021, p. 187; De Carolis & Saporito, 2006, p. 52). بنابراین: فرضیه شماره (۳): سوگیری نمایندگی بر بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار تأثیر مثبتی دارد.

۴-۱-۱. مغالطه برنامه‌ریزی
مغالطه برنامه‌ریزی یعنی تمایل فرد به این باور که در یک دوره زمانی معین به بیش از آنچه که در واقعیت می‌توان دست یافت، دست می‌یابد. به‌علاوه به گرایش افراد به کم برآورد کردن میزان زمان مورد نیاز برای تکمیل یک کار اطلاق می‌گردد (Krueger & Evans, 2004, p. 592). این سوگیری به این دلیل رخ می‌دهد که کارآفرینان تمایل بی‌وقفه‌ای برای قدم گذاشتن در مسیر تجربیات جدید دارند و مرجع کافی برای برآورد میزان منابع یا تلاش شخصی مورد نیاز برای بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار ندارند (Kannadhasan, Aramvalarthan & Pavan Kumar, 2014, p. 93). با توجه به اینکه این سوگیری ممکن است منجر به عواقب ناخواسته‌ای همچون شکست در انجام کامل

وظایف گردد، توانایی کارآفرینان در تقسیم کردن فعالیت‌های ذهنی چندوجهی به اجزای مختلف منجر به کاهش مغالطه برنامه‌ریزی می‌گردد (Forsyth & Burt, 2008, p. 795). کارآفرینان نسبت به سایرین بیشتر مستعد مغالطه برنامه‌ریزی هستند، زیرا آنها در یک محیط پویا و نامطمئن، تحت فشار شدید زمان و میزان قابل توجهی از اطلاعات عمل می‌کنند. در نتیجه آنها موقعیت یا تصمیم‌های فعلی را منحصر به فرد در نظر می‌گیرند و از تجربیات گذشته جدا می‌نمایند. به عبارت دیگر به واسطه گرایش به آینده، تجربیات گذشته خود را در شرایط مشابه نادیده می‌انگارند و سطوح بالای ریسک را تشخیص نمی‌دهند (Kannadhasan, Aramvalarthan & Pavan Kumar, 2014, p. 93). چنین افرادی اغلب نتایج آتی را نه بر اساس درس‌های گذشته، بلکه بر اساس تصورات درخشان‌شان از آینده پیش‌بینی می‌کنند. این پیش‌بینی‌ها ممکن است خوش‌بینانه‌تر از آن چیزی باشد که در عمل رخ می‌دهد (Buehler & Griffin, 2015, p. 43). طبق یافته‌های مطالعات، سوگیری مغالطه برنامه‌ریزی منجر به کم برآورد کردن ریسک‌ها و برآورد بیش از حد احتمالات موفقیت توسط کارآفرینان می‌گردد که این امر تمایل آنها به بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار را افزایش می‌دهد (Keh, Foo & Lim, 2002, p. 136; Kannadhasan, Aramvalarthan & Pavan Kumar, 2014, p. 94). بنابراین:

فرضیه شماره (۴): سوگیری مغالطه برنامه‌ریزی بر بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار تأثیر مثبتی دارد.

۵-۱-۱. خوش‌بینی^۲

خوش‌بینی محرکی برای پافشاری و تعهد نسبت به فعالیت‌های کارآفرینانه همچون بهره‌برداری از فرصت‌ها و ایجاد کسب‌وکارهای جدید می‌باشد (Trevelyan, 2008, p. 994). از آنجایی که کارآفرینان معمولاً خوش‌بین هستند، اغلب قضاوت‌ها و تصمیم‌گیری‌های آنها بر اساس عوامل ذهنی صورت می‌گیرد. خوش‌بینی به «گرایش به این باور که اوضاع به خوبی پیش خواهد رفت» اشاره دارد. این سوگیری به سه شکل خودارزیابی مثبت، خوش‌بینی بیش از حد نسبت به برنامه‌ها و رویدادهای آینده و خوش‌بینی بیش از حد به دلیل تصور کنترل بر اوضاع است (Kannadhasan, Aramvalarthan & Pavan Kumar, 2014, p. 95; Riasudeen, Ratnoo,

Kannadhasan & Singh, 2022, p. 283). خوش بینی کارآفرینان در مراحل اولیه شروع فعالیت‌های کارآفرینانه به‌ویژه ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار بیشتر نمایان است. کارآفرینان تازه‌کار خوش‌بین‌تر هستند؛ به این معنا که احتمال موفقیت را هنگام راه‌اندازی کسب‌وکارهای خود بیش از حد برآورد می‌کنند (Cassar, 2010, p. 829). همچنین خوش‌بینی بیش از حد در میان کارآفرینانی که ایده‌های تجاری خود را توسعه داده‌اند بیشتر است (Landier & Thesmar, 2008, p. 126).

مطالعات نشان می‌دهد که اکثر کارآفرینان بر این باورند که شانس موفقیت‌شان بالاست و لذا چنین باورهایی ادراک از ریسک آنها را کاهش می‌دهد. در واقع این چشم‌انداز مثبت کارآفرینان از آینده، اغلب موجب می‌شود که عدم قطعیت‌ها را کم‌اهمیت جلوه دهند و این امر بهره‌برداری آنها از فرصت‌های کسب‌وکار را متأثر می‌نماید (Kannadhasan, Aramvalarthan & Pavan Kumar, 2014, p. 95). از دیدگاه محققان، خوش‌بینی بیش از حد به‌طور مثبت با اشکال بهره‌برداری از فرصت همچون ایجاد محصولات جدید، ورود به بازارهای جدید یا روش‌های جدید تولید مرتبط است (Gudmundsson & Lechner, 2013, p. 285; Dölarslan, Kocak & Özer, 2017, p. 7). بنابراین:

فرضیه شماره (۵): سوگیری خوش‌بینی بر بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار تأثیر مثبتی دارد.

۱-۲. ادراک از ریسک و بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار

ادراک از ریسک یک فرآیند شناختی است و به قضاوت ذهنی در مورد میزان ریسک ذاتی یک موقعیت اشاره دارد (Brockman, Becherer & Finch, 2006, p. 112). از دیدگاه محققان ادراک از ریسک کمتر، تبیین‌کننده افزایش تمایل کارآفرینان به بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار می‌باشد (De Carolis & Saporito, 2006, p. 53). این استدلال با مجموعه‌ی رو به رشدی از پژوهش‌ها سازگار است که اذعان دارند سوگیری‌های شناختی از طریق کاهش ادراک از ریسک کارآفرینان، نقش حیاتی در بهره‌برداری از فرصت‌ها ایفا می‌نمایند. سوگیری‌های شناختی سبب می‌گردد که کارآفرینان نگرش مثبتی نسبت به آینده کسب‌وکارشان داشته باشند. چنین نگرشی موجب دست‌کم گرفتن پیامدهای منفی

و عدم قطعیت‌های محیطی و در نتیجه ادراک کمتر آنها از ریسک می‌گردد (Butt, Jamil) (& Nawaz, 2015, p. 93).

کارآفرینان با استفاده از راهکارهای ابتکاری و سوگیری‌های شناختی ریسک کمتری را ادراک نموده و تصمیم به بهره‌برداری از فرصت‌ها می‌گیرند؛ به این صورت که با تعمیم تجربیات محدودشان به موارد متعدد و اطمینان بیش از حد به خود در راستای غلبه بر موانع مرتبط با جمع‌آوری منابع، نتیجه می‌گیرند که با بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار زمینه موفقیت کسب‌وکار مخاطره‌آمیزشان فراهم خواهد شد (Zhang, Zhao,) (GAO & Xiao, 2020, p. 631)؛ (Thomas, 2018, p. 126)؛ (De kort & Vermeulen,) (Koellinger, Minniti & Schade, 2007, p. 522)؛ (Decarolis &) (2008, p. 128)؛ (Saparito, 2006, p. 53). بنابراین:

فرضیه شماره (۶): ادراک از ریسک بر بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار تأثیر منفی دارد.

۳-۱. نقش میانجی ادراک از ریسک

براساس یافته‌های مطالعات تجربی حوزه شناخت، ادراک از ریسک رابطه میان سوگیری‌های شناختی و قلمروهای کارآفرینانه همچون ارزیابی فرصت، بهره‌برداری از فرصت و ایجاد کسب‌وکارهای جدید را میانجی‌گری می‌نماید (Dali & Harbi, 2016,) (p. 301)؛ (Robinson & Marino, 2015, p. 165)؛ (Butt, Jamil & Nawaz, 2015, p.) (93)؛ (Kannadhasan, Aramvalarthan & Pavan Kumar, 2014, p. 95). در واقع براساس مطالعات فوق، ارتباطات متقابل میان سوگیری‌های شناختی، ادراک از ریسک و قلمروهای کارآفرینانه مذکور وجود دارد. به عبارت دیگر سوگیری‌های شناختی سبب می‌گردد که کارآفرینان با بروز رفتارهایی همچون اطمینان زیاد به دانش و توانایی‌هایشان، باور به کنترل و پیش‌بینی پیامدهای رویدادها، تکیه بر نمونه‌های کوچک جهت تصمیم‌گیری، چشم‌انداز مثبت از آینده و بالا در نظر گرفتن احتمالات موفقیت ریسک کمتری را ادراک نمایند که این ادراک از ریسک کمتر منجر به افزایش تمایل آنها برای بهره‌برداری از فرصت‌ها می‌گردد (Butt, Jamil & Nawaz, 2015, p. 93; Lee et al.,) (2016, p. 768; De Carolis & Saparito, 2006, p. 53). به عنوان نمونه یکی از

سوگیری‌های شناختی کارآفرینان خوش‌بینی است. مطالعه کناد حسن و همکاران^۸ (۲۰۱۴) نشان داد که ۸۱ درصد کارآفرینان براین باورند که شانس موفقیت آنها حداقل ۷۰ درصد است و ادعا دارند که نسبت به موفقیت خود اطمینان دارند. چنین اظهاراتی خودارزیابی مثبت آنها را منعکس می‌نماید و بنابراین سطح ادراک از ریسک آنها را کاهش می‌دهد. بنابراین سوگیری خوش‌بینی موجب می‌شود که کارآفرینان با داشتن چشم‌انداز مثبت از آینده، نقاط قوت را بزرگ نموده و عدم قطعیت‌ها، موانع و ضعف‌ها را کم‌اهمیت جلوه دهند که این امر از طریق کاهش ادراک از ریسک، بهره‌برداری آنها از فرصت‌ها را متأثر می‌نماید (Cervellati, Pattitoni & Savioli, 2022, p. 779; Kannadhasan,). بنابراین بر اساس توضیحات (Aramvalarthan & Pavan Kumar, 2014, p. 95). مطروحه در فوق، فرضیه‌های شماره ۷ الی ۱۶ به صورت زیر می‌باشند:

- فرضیه شماره (۷): سوگیری اطمینان بیش از حد بر ادراک از ریسک تأثیر منفی دارد.
- فرضیه شماره (۸): سوگیری توهم کنترل بر ادراک از ریسک تأثیر منفی دارد.
- فرضیه شماره (۹): سوگیری نمایندگی بر ادراک از ریسک تأثیر منفی دارد.
- فرضیه شماره (۱۰): سوگیری مغالطه برنامه‌ریزی بر ادراک از ریسک تأثیر منفی دارد.
- فرضیه شماره (۱۱): سوگیری خوش‌بینی بر ادراک از ریسک تأثیر منفی دارد.
- فرضیه شماره (۱۲): ادراک از ریسک ارتباط میان سوگیری اطمینان بیش از حد و بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار را میانجی‌گری می‌کند.
- فرضیه شماره (۱۳): ادراک از ریسک ارتباط میان سوگیری توهم کنترل و بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار را میانجی‌گری می‌کند.
- فرضیه شماره (۱۴): ادراک از ریسک ارتباط میان سوگیری نمایندگی و بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار را میانجی‌گری می‌کند.
- فرضیه شماره (۱۵): ادراک از ریسک ارتباط میان سوگیری مغالطه برنامه‌ریزی و بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار را میانجی‌گری می‌کند.
- فرضیه شماره (۱۶): ادراک از ریسک ارتباط میان سوگیری خوش‌بینی و بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار را میانجی‌گری می‌کند.

۲. پیشینه تجربی پژوهش

در جدول زیر به مطالعات تجربی سوگیری‌های شناختی در حوزه کارآفرینی اشاره می‌گردد:

جدول (۱): مطالعات تجربی انجام شده در زمینه موضوع پژوهش

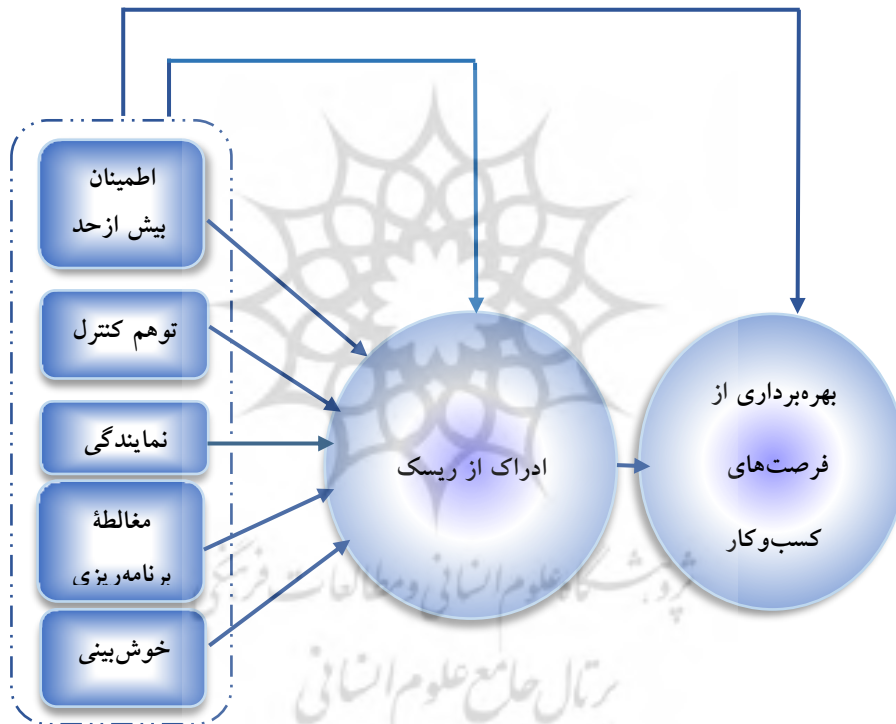
ردیف	عنوان پژوهش	نویسنده و سال انتشار	رویکرد و روش پژوهش	یافته‌های پژوهش
۱	«آیا سوگیری‌های شناختی برای کارآفرینان خوب است»	زانگ و همکاران ^۹ (۲۰۲۰)	کمی - مدل‌یابی معادلات ساختاری (تحلیل عاملی تأییدی)	با جمع‌آوری داده‌های حاصل از ۲۵۳ کارآفرین سانفرانسیسکو نشان دادند که ارتباط مثبتی میان سطح مشخصی از سوگیری شناختی نمایندگی و رفتار و عملکرد کارآفرینانه وجود دارد. طبق یافته‌های به‌دست‌آمده، سوگیری نمایندگی رفتار و عملکرد کارآفرینانه را تحریک می‌نماید و هرگز به آن آسیب نمی‌رساند.
۲	«سوگیری‌های شناختی و ادراک از ریسک کارآفرینان»	دولارسلان و همکاران (۲۰۱۷)	آمیخته اکتشافی	ابتدا به واکاوی سوگیری‌های شناختی اطمینان بیش از حد و خوش‌بینی پرداختند و سپس با جمع‌آوری داده‌های مستخرج از ۲۶۱ مدیر شرکت‌های کارآفرین در ترکیه نشان دادند که سوگیری‌های شناختی اطمینان بیش از حد و خوش‌بینی از طریق کاهش ادراک از ریسک، بهره‌برداری از فرصت‌ها را متأثر می‌نمایند.

ردیف	عنوان پژوهش	نویسنده و سال انتشار	رویکرد و روش پژوهش	یافته‌های پژوهش
۳	«شناسایی سوگیری‌های شناختی مؤثر بر بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه»	یدالهی و همکاران (۲۰۱۶)	کیفی - تحلیل تم	با جمع‌آوری داده‌های مستخرج از ۱۷ کارآفرین ایرانی نشان دادند که سوگیری‌های شناختی کارآفرینان شامل اطمینان بیش از حد، تشدید تعهد، مغالطه برنامه‌ریزی و توهم کنترل بر بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه مؤثر می‌باشند.
۴	«نقش میانجی ادراک از ریسک در میان سوگیری‌های شناختی و تصمیم به شروع کسب‌وکارهای جدید»	بات و همکاران ^{۱۰} (۲۰۱۵)	کمی - تحلیل رگرسیون	با جمع‌آوری داده‌های مستخرج از ۱۷۰ دانشجوی مدیریت کسب‌وکار از دانشگاه‌های هند نشان دادند که اطمینان بیش از حد و توهم کنترل به‌طور مستقیم و به‌طور غیرمستقیم (از طریق متغیر میانجی ادراک از ریسک) تصمیم به شروع کسب‌وکارهای جدید را متأثر می‌نماید.
۵	«شناخت کارآفرینانه و بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار»	لی روکس و همکاران ^{۱۱} (۲۰۱۵)	کمی - مدل‌یابی معادلات ساختاری	با جمع‌آوری داده‌های مستخرج از ۳۰۵ کارآفرین نشان دادند که سوگیری شناختی توهم کنترل بر بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه تأثیر مثبتی دارد و ادراک از ریسک رابطه میان توهم کنترل و بهره‌برداری از فرصت‌ها را میانجی‌گری می‌نماید.

منبع: یافته‌های تحقیق

۲-۱. مدل مفهومی پژوهش

با توجه به مبانی نظری تشریح شده در بخش‌های فوق، مدل مفهومی پژوهش در قالب شکل شماره (۱) ترسیم می‌گردد. لازم به ذکر است به منظور تبیین و طراحی ابزار و چارچوب این پژوهش از ترکیب مطالعاتی همچون هیتشلد و وگتلین^{۱۲} (۲۰۲۲)، توماس^{۱۳} (۲۰۱۸)، دولارسلان و همکاران (۲۰۱۷)، بات و همکاران (۲۰۱۵)، رایبسون و مارینو^{۱۴} (۲۰۱۵)، کناد حسن و همکاران (۲۰۱۴) و دی کارولیس و ساپاریتو^{۱۵} (۲۰۰۶) استفاده شده است.



شکل (۱): مدل مفهومی پژوهش

منبع: یافته‌های تحقیق

۳. روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش براساس هدف کاربردی و از لحاظ ماهیت و روش توصیفی - همبستگی است. در بخش تحلیل یافته‌ها، از تکنیک مدل‌یابی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل

مربعات جزئی و نرم افزار Smart PLS بهره گرفته شده است. جامعه آماری این پژوهش بانوان کارآفرین استان لرستان است که با بهره‌برداری از فرصت‌ها، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط راه‌اندازی کرده‌اند. تعداد جامعه آماری بر اساس داده‌های مراجع ذی‌صلاح ۳۵۲ نفر است که حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران برای جامعه محدود معادل ۱۸۴ نفر به‌دست آمد که بر اساس روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای نسبی به‌شرح جدول زیر می‌باشد:

جدول (۱): تعداد نمونه آماری بر اساس روش نمونه‌گیری تصادفی طبقه‌ای نسبی

طبقه	فروش و گیم	محصولات فرهنگی	غذایی	پوشاک	صنایع دستی	کشاورزی	گیاهان دارویی	پوشش قارچ	پوشش دام و طیور	سبز
نمونه	۲۷	۲۱	۱۴	۱۸	۴۲	۱۵	۱۶	۶	۱۲	۱۳

منبع: یافته‌های تحقیق

همچنین با توجه به استفاده از تکنیک مدل‌یابی، برای محاسبه حجم نمونه از روش تحلیل توان کوهن با نرم‌افزار جی‌پاور نیز استفاده شد. به این ترتیب برای اندازه اثر ۰/۱۵ و توان آزمون ۰/۸ و از آنجا که ۷ عامل اصلی و ۲۲ گویه در مدل وجود دارد، حجم نمونه ۱۸۰ نفر برآورد گردید. لذا ۲۰۰ پرسشنامه توزیع و ۱۸۴ پرسشنامه جمع‌آوری گردید. برای طراحی الگوی مفهومی پژوهش و تدوین پرسشنامه، روش کتابخانه‌ای (جدول ۲) و به‌منظور سنجش نرمال بودن داده‌ها از آزمون کولموگروف-اسمیرنوف بهره‌گرفته شد. همچنین جهت سنجش روایی، ابتدا روایی صوری پرسشنامه از طریق اعمال نظر خبرگان به تأیید رسید و پس از آن ضمن اجرای مدل پژوهشی در نرم‌افزار پی‌ال‌اس، شاخص‌های روایی و پایایی مدل با رویکرد سه مرحله‌ای (بررسی مدل اندازه‌گیری، سنجش برازش مدل کلی و بررسی مدل ساختاری) و براساس شاخص‌های روایی سازه (جدول ۴)، روایی همگرا (جدول ۵)، روایی واگرا (جدول ۶)، ضریب آلفای کرانباخ و پایایی ترکیبی (جدول ۷) ارزیابی شد. در نهایت با پیاده‌سازی الگوریتم

بوت‌استراپ در نرم‌افزار پی‌ال‌اس و بررسی ضرایب مسیرو مقادیر واریانس تبیین شده، نسبت به تأیید یا رد فرضیه‌ها اقدام شد.

جدول (۲): منابع استخراج گویه‌های پرسشنامه

منابع استخراج	تعداد گویه‌ها	ابعاد متغیر	متغیر
Trevelyan, 2008	۳	اطمینان بیش از حد	سوگیری‌های شناختی
Robinson & Marino, 2015	۳	توهم کنترل	
Robinson & Marino, 2015	۳	نمایندگی	
Robinson & Marino, 2015	۲	مغالطه برنامه‌ریزی	
Hmieleski & Baron, 2009	۳	خوش‌بینی	
Robinson & Marino, 2015	۴	-	ادراک از ریسک
Kuckertz, Kollmann, Krell & Stöckmann, 2017	۴	-	بهره‌برداری از فرصت کسب‌وکار

منبع: یافته‌های تحقیق

۴. یافته‌های پژوهش

براساس یافته‌های پژوهش مشخص شد که دامنه سنی پاسخگویان ۲۵ الی ۵۸ سال می‌باشد به گونه‌ای که اکثر بانوان کارآفرین استان لرستان در شهر خرم آباد در طبقه سنی میان‌سال (۲۵ تا ۵۰) قرار داشتند. سایر نتایج پژوهش در خصوص ویژگی‌های جمعیت‌شناختی افراد مورد مطالعه در جدول ۳ ارائه شده‌اند.

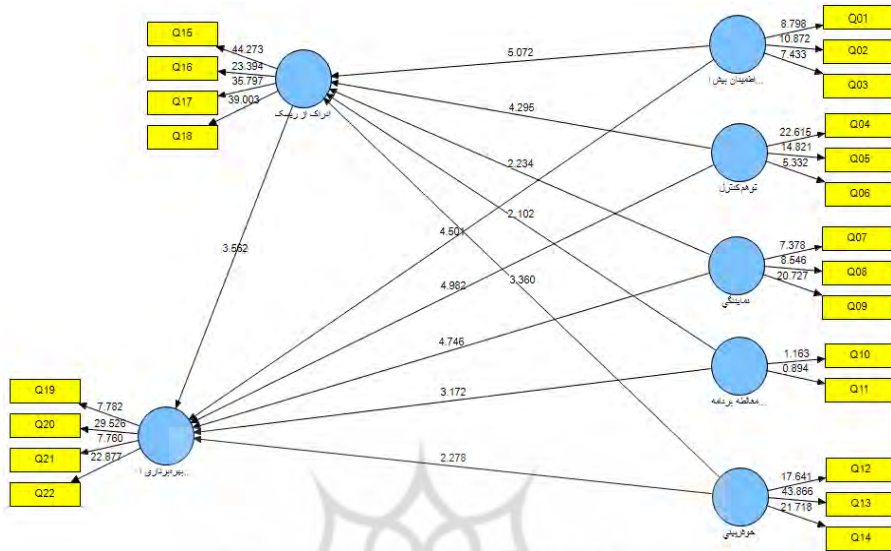
جدول (۳): یافته‌های توصیفی مربوط به متغیرهای جمعیت‌شناختی

درصد معتبر	فراوانی	طبقات	متغیرها
۱۱٪	۲۰	کمتر از ۳۰ سال	وضعیت سن
۴۷٪	۸۷	۳۰ تا ۴۰ سال	
۳۳٪	۶۱	۴۰ تا ۵۰ سال	
۹٪	۱۶	۵۰ سال و بیشتر	
۱۶٪	۲۹	دیپلم و کمتر	سطح تحصیلات

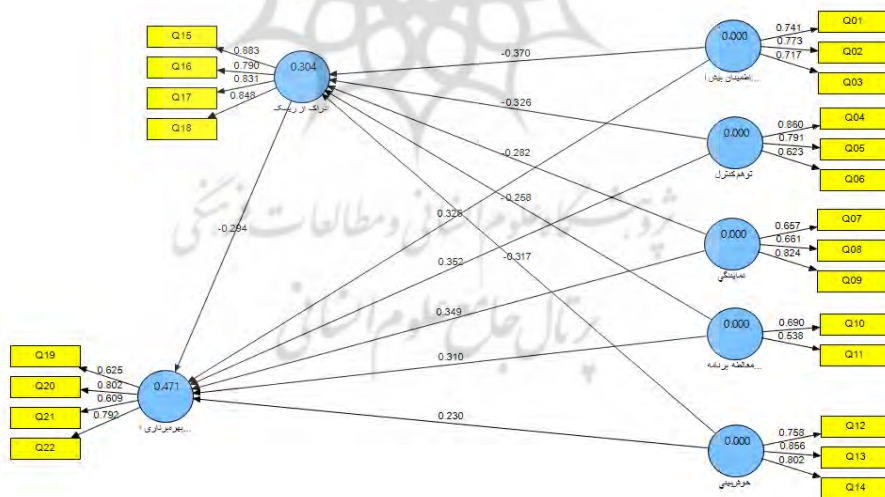
متغیرها	طبقات	فراوانی	درصد معتبر
	کاردانی	۳۲	٪۱۷
	کارشناسی	۷۹	٪۴۳
	کارشناسی ارشد	۳۵	٪۱۹
	دکتری	۹	٪۵
تعداد هم‌بنیان‌گذاران	انفرادی	۶۹	٪۳۸
	یک هم‌بنیان‌گذار	۳۵	٪۱۹
	دو هم‌بنیان‌گذار	۴۱	٪۲۲
	دو هم‌بنیان‌گذار و بیشتر	۳۹	٪۲۱
سابقه کاری	کمتر از ۵ سال	۷۵	٪۴۱
	۵ تا ۱۰ سال	۵۱	٪۲۸
	۱۰ تا ۱۵ سال	۲۹	٪۱۶
	بیش از ۱۵ سال	۲۹	٪۱۶

منبع: یافته‌های تحقیق

مدل مفهومی پژوهش بر اساس مدل اندازه‌گیری (بیرونی) و مدل ساختاری (درونی) با تکنیک حداقل مربعات جزئی تحلیل گردید. به‌طور کلی روابط بین متغیرها در تکنیک حداقل مربعات جزئی دو دسته است: (۱) بخش بیرونی: روابط بین متغیرهای پنهان با متغیرهای آشکار را نشان می‌دهد. (۲) بخش درونی: روابط بین متغیرهای پنهان با یکدیگر را بررسی می‌کند (آذر و غلامزاده، ۱۳۹۸). حال بخش درونی و بیرونی مدل مفهومی پژوهش بررسی می‌گردد. مدل مفهومی پژوهش در حالت تخمین استاندارد در شکل شماره (۲) ارائه شده است. در این مدل، بار عاملی استاندارد گویه‌ها و ضریب مسیر متغیرهای پنهان قابل مشاهده است. مدل مفهومی پژوهش در حالت بررسی معناداری در شکل شماره (۳) آمده است. در این مدل آماره t با استفاده از بازنمونه‌گیری به روش بوت‌استرپینگ ارائه شده است.



شکل (۲): مدل مفهومی پژوهش در حالت تخمین استاندارد
منبع: یافته‌های تحقیق



شکل (۳): مدل مفهومی پژوهش در حالت معناداری (بوت‌استرپینگ)
منبع: یافته‌های تحقیق

۴-۱. مدل اندازه‌گیری پژوهش

مدل بیرونی نشان‌دهنده رابطه سوالات با سازه‌ها است. مدل بیرونی در حداقل مربعات جزئی همان مدل اندازه‌گیری بوده و معادل تحلیل عاملی تأییدی می‌باشد. مهم‌ترین شاخص‌های برازش پی‌ال‌اس بر اساس مدل اندازه‌گیری عبارتند از: روایی سازه، روایی همگرا، روایی واگرا و پایایی ترکیبی.

۴-۱-۱. روایی سازه

روایی سازه رابطه سوالات هر سازه (متغیر پنهان) با سازه موردنظر را بررسی می‌کند. در این روش قدرت رابطه بین عامل (متغیر پنهان) و متغیر قابل مشاهده بوسیله بار عاملی نشان داده می‌شود. اگر بار عاملی کمتر از $0/3$ باشد رابطه ضعیف در نظر گرفته می‌شود. بارعاملی بین $0/3$ تا $0/6$ قابل قبول است و اگر بزرگتر از $0/6$ باشد خیلی مطلوب است. برای بررسی معناداری بارهای عاملی از روش بوت‌استرپ استفاده شده است. نتایج روایی سازه در جدول شماره (۴) مشخص است:

جدول (۴): خلاصه نتایج بررسی روایی سازه

سازه‌ها	گویه‌ها	بارعاملی	آماره تی
اطمینان بیش از حد	Q01	۰/۷۴۱	۸/۷۹۸
	Q02	۰/۷۷۳	۱۰/۸۷۲
	Q03	۰/۷۱۷	۷/۴۳۳
توهم کنترل	Q04	۰/۸۶۰	۲۲/۶۱۵
	Q05	۰/۷۹۱	۱۴/۸۲۱
	Q06	۰/۶۲۳	۵/۳۳۲
نمایندگی	Q07	۰/۶۵۷	۷/۳۷۸
	Q08	۰/۶۶۱	۸/۵۴۶
	Q09	۰/۸۲۴	۲۰/۷۲۷
مغالطه برنامه‌ریزی	Q10	۰/۶۹۰	۱/۱۶۳
	Q11	۰/۵۳۸	۰/۸۹۴
خوش‌بینی	Q12	۰/۷۵۸	۱۷/۶۴۱
	Q13	۰/۸۵۶	۴۳/۸۶۶
	Q14	۰/۸۰۲	۲۱/۷۱۸
ادراک از ریسک	Q15	۰/۸۸۳	۴۴/۲۷۳
	Q16	۰/۷۹۰	۲۳/۳۹۴

سازه‌ها	گویه‌ها	بارعاملی	آماره تی
بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار	Q17	۰/۸۳۱	۳۵/۷۹۷
	Q18	۰/۸۴۸	۳۹/۰۰۳
	Q19	۰/۶۲۵	۷/۷۸۲
	Q20	۰/۸۰۲	۲۹/۵۲۶
	Q21	۰/۶۰۹	۷/۷۶
	Q22	۰/۷۹۲	۲۲/۸۷۷

منبع: یافته‌های تحقیق

براساس نتایج روایی سازه مندرج در جدول شماره (۴)، بار عاملی در تمامی موارد بزرگتر از ۰/۵ و آماره t نیز از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بزرگتر است. این نشان می‌دهد همبستگی مناسبی بین متغیرهای مشاهده‌پذیر با متغیرهای پنهان مربوط به خود وجود دارد. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت هر سازه به‌درستی مورد سنجش قرار گرفته است و با عنایت به یافته‌های حاصل از این مقیاس می‌توان به آزمون فرضیه‌های پژوهش پرداخت.

۲-۱-۴. روایی همگرا

روایی همگرا نشان می‌دهد چقدر متغیرهای یک سازه با همدیگر همراستا هستند. روایی همگرا براساس مدل بیرونی و با محاسبه میانگین واریانس استخراج شده (AVE) بررسی می‌شود. فورنل و لارکر^{۱۶} (۱۹۸۱) معتقدند اگر معیار (AVE) بالاتر از ۰/۵ باشد مدل اندازه‌گیری دارای روایی همگرا است. بر اساس جدول زیر، میانگین واریانس استخراج شده (AVE) بزرگتر از ۰/۵ است بنابراین روایی همگرا وجود دارد.

جدول (۵): روایی همگرای سازه‌های پژوهش

سازه‌های اصلی	روایی همگرا (AVE)
ادراک از ریسک	۰/۷۰۴
بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار	۰/۵۰۸
اطمینان بیش از حد	۰/۵۵۴
توهم کنترل	۰/۵۸۵
خوش‌بینی	۰/۶۵۰
مغالطه برنامه‌ریزی	۰/۵۱۳
نمایندگی	۰/۵۱۶

منبع: یافته‌های تحقیق

۳-۱-۴. روایی واگرا

روایی واگرا دیگر معیار سنجش برازش مدل‌های اندازه‌گیری در روش PLS است. روایی واگرا به همبستگی پایین گویه‌های یک متغیر پنهان با سایر متغیرهای پنهان اشاره دارد. ماتریس روایی واگرا در جدول زیر ارائه شده است.

جدول (۶): روایی واگرای سازه‌های پژوهش

سازه‌های اصلی	۱	۲	۳	۴	۵	۶	۷
ادراک از ریسک (۱)	۰/۸۳۹						
اطمینان بیش از حد (۲)	۰/۲۱۷	۰/۷۴۴					
بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار (۳)	۰/۶۳۰	۰/۲۹۷	۰/۷۱۲				
توهم کنترل (۴)	۰/۵۴۰	۰/۳۴۴	۰/۵۸۶	۰/۷۶۵			
خوش‌بینی (۵)	۰/۳۵۸	۰/۱۴۲	۰/۱۷۸	۰/۳۰۷	۰/۸۰۶		
مغالطه برنامه‌ریزی (۶)	۰/۴۲۹	۰/۳۱۷	۰/۳۹۱	۰/۶۷۱	۰/۶۱۸	۰/۷۱۶	
نمایندگی (۷)	۰/۵۷۹	۰/۲۷۲	۰/۶۱۹	۰/۴۸۳	۰/۲۲۶	۰/۳۷۵	۰/۷۱۸

منبع: یافته‌های تحقیق

براساس جدول شماره (۶)، جذر (AVE) برای هر سازه از همبستگی آن با سایر سازه‌های مدل بیشتر است که دلالت بر روایی واگرای قابل قبول مدل دارد.

۴-۱-۴. پایایی ترکیبی

برای سنجش پایایی سازه‌های پژوهش از دو معیار پایایی ترکیبی (CR) و آلفای کرونباخ استفاده می‌شود. میزان این دو معیار برای تمامی سازه‌ها باید بزرگتر از ۰/۷ باشد، البته پایایی ترکیبی به دلیل اهمیت بیشتر دادن به شاخص‌های با بارعاملی بیشتر، معیار بهتر و معتبرتری نسبت به آلفای کرونباخ به‌شمار می‌رود که نتایج پایایی در جدول شماره (۷) آمده است:

جدول (۷): پایایی سازه‌های پژوهش

سازه‌های اصلی	پایایی ترکیبی (CR)	آلفای کرونباخ
ادراک از ریسک	۰/۹۰۵	۰/۸۶۱
بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار	۰/۸۰۲	۰/۷۷۶
اطمینان بیش از حد	۰/۷۸۸	۰/۷۱۶
توهم کنترل	۰/۸۰۶	۰/۷۳۹
خوش‌بینی	۰/۸۴۸	۰/۷۳۵
مغالطه برنامه‌ریزی	۰/۷۱۸	۰/۷۸۶
نمایندگی	۰/۷۶۶	۰/۷۵۹

منبع: یافته‌های تحقیق

مطابق با جدول شماره (۷)، مقدار آلفای کروناخ و پایایی ترکیبی برای تمامی سازه‌ها بزرگتر از ۰/۷ به دست آمد که نشان می‌دهد پایایی در حد مطلوبی قرار دارد.

۴-۲. برازش مدل

در این بخش برازش مدل مورد بررسی قرار گرفته است. بخش ساختاری مدل بر خلاف مدل‌های اندازه‌گیری، به پرسش‌ها و متغیرهای آشکار مدل کاری ندارد و تنها به متغیرهای پنهان و روابط میان آنها توجه می‌کند. در این پژوهش برازش مدل ساختاری با استفاده از شاخص‌های ضریب تعیین (R^2)، شاخص (Q^2) و شاخص GOF بررسی شده است.

۴-۲-۱. ضریب تعیین

ضریب تعیین (R^2) معیاری است که بیانگر میزان تغییرات هر یک از متغیرهای وابسته مدل است که به وسیله متغیرهای مستقل تبیین می‌شود. هرچه مقدار ضریب تعیین سازه‌های درون‌زای مدل بیشتر باشد، نشان می‌دهد که مدل از برازش مناسبی برخوردار است. چین (۱۹۹۸) سه مقدار ۰/۱۹، ۰/۳۳ و ۰/۶۷ را به‌عنوان مقدار ملاک برای مقادیر ضعیف، متوسط و قوی جهت برازش بخش ساختاری مدل تعریف کرده است. مقدار ضریب تعیین (R^2) در جدول شماره (۸) گزارش شده است.

جدول (۸): ضریب تعیین سازه‌های درون‌زای مدل

سازه‌های اصلی	ضریب تعیین
ادراک از ریسک	۰/۷۰۴
بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار	۰/۷۷۱

منبع: یافته‌های تحقیق

بر اساس نتایج جدول شماره (۸)، ضریب تعیین ادراک از ریسک ۰/۷۰۴ و بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار ۰/۷۷۱ به دست آمد که از ۰/۶۷ بزرگتر است. بنابراین ضریب تعیین‌های به دست آمده نشان می‌دهد مدل از قدرت پیش‌بینی بالایی برخوردار است.

۴-۲-۲. شاخص Q^2

معیار استون - گیزر یا شاخص Q^2 قدرت پیش‌بینی مدل را مشخص می‌سازد. برای محاسبه مقدار Q^2 در نرم‌افزار PLS از تکنیک بلائندفولدینگ استفاده می‌شود. بلائندفولدینگ یک تکنیک استفاده مجدد از نمونه است و دو شاخص اصلی را ارائه می‌کند: روایی متقاطع افزونگی (CV-Red) و روایی متقاطع اشتراکی (CV-Com).

شاخص استون - گیزر معیاری برای ارزیابی روایی متقاطع در مدل حداقل مربعات جزئی است. چنانچه مقدار شاخص استون - گیزر مثبت باشد روایی پیش‌بینی مورد تأیید است. در صورتی که مقدار Q^2 در مورد یک سازه درون‌زا صفر و یا کمتر از صفر شود، نشانگر آن است که روابط بین سازه‌های دیگر مدل و آن سازه درون‌زا به‌خوبی تبیین نشده است (Hair, Ringle & Sarstedt, 2011, p. 141). مقادیر روایی متقاطع افزونگی و اشتراکی در جدول شماره (۹)، ارائه شده است.

جدول (۹): مقادیر روایی متقاطع افزونگی و اشتراکی

سازه‌های اصلی	روایی متقاطع اشتراکی	روایی متقاطع افزونگی
ادراک از ریسک	۰/۱۷۷	۰/۵۰۱
بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار	۰/۲۱۱	۰/۱۹۳
اطمینان بیش از حد	۰/۱۳۱	۰/۱۳۱
توهم کنترل	۰/۲۰۵	۰/۲۰۵
خوش‌بینی	۰/۳۰۵	۰/۳۰۵
مغالطه برنامه‌ریزی	۰/۵۱۴	۰/۵۱۴
نمایندگی	۰/۷۲	۰/۷۲

منبع: یافته‌های تحقیق

همانطور که در جدول شماره (۹) قابل مشاهده است، این مقادیر برای تمامی سازه‌های پژوهش مثبت است. بنابراین قدرت پیش‌بینی مطلوب برآورد می‌شود.

۳-۲-۴. شاخص GOF

مهم‌ترین شاخص برازش مدل در تکنیک حداقل مربعات جزئی شاخص GOF است. این شاخص برای بررسی برازش کلی مدل است که هر دو بخش مدل اندازه‌گیری و ساختاری را ارزیابی می‌کند. این شاخص با استفاده از جذر حاصل ضرب «میانگین شاخص R^2 » و «میانگین شاخص‌های افزونگی» محاسبه می‌شود:

رابطه ۱:

$$GoF = \sqrt{(\text{Communality}) \times (R^2)}$$

شاخص GOF توسط تنهاوس و همکاران (۲۰۰۴) ابداع گردید و طبق رابطه ۱ محاسبه می‌شود. وتزلس و همکاران^{۱۷} (۲۰۰۹) سه مقدار ۰/۰۱، ۰/۲۵ و ۰/۳۶ را به‌عنوان مقادیر

ضعیف، متوسط و قوی برای Gof معرفی نموده‌اند. بنابراین مقدار نیکویی برازش در این مطالعه برابر است با:

$$\text{میانگین مقادیر شاخص افزونگی (Communality)} = 0.575$$

$$\text{میانگین مقادیر شاخص ضریب تعیین (R^2)} = 0.738$$

$$GOF = \sqrt[3]{0.575 \times 0.738} = 0.652$$

شاخص GOF برابر ۰/۶۵ به دست آمده است، بنابراین مدل از برازش مطلوبی برخوردار است.

۵. آزمون فرضیه‌ها

در بخش مدل درونی پژوهش (مدل ساختاری) روابط میان سازه‌های اصلی قابل بررسی است. در این پژوهش علاوه بر روابط مستقیم، روابط غیرمستقیم (اثر میانجی‌گری) نیز بررسی شده است.

۵-۱. آزمون روابط مستقیم متغیرهای پژوهش

مطابق با الگوریتم تحلیل داده‌ها در روش PLS، با بررسی ضرایب معناداری (مقادیر تی) هر یک از مسیرها و نیز ضرایب استاندارد شده بارعاملی مربوط به مسیرها، فرضیه‌های پژوهش آزموده می‌شوند که نتایج در جدول شماره (۱۰) آمده است:

جدول (۱۰): خلاصه نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش (روابط مستقیم)

فرضیه‌ها	متغیر مستقل	متغیر وابسته	بارعاملی	آماره t	نتیجه
فرضیه ۱	اطمینان بیش از حد	بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار	۰/۳۲۸	۴/۵۰۱	تأیید
فرضیه ۲	توهم کنترل	بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار	۰/۳۵۲	۴/۹۸۲	تأیید
فرضیه ۳	نمایندگی	بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار	۰/۳۴۹	۴/۷۴۶	تأیید
فرضیه ۴	مغالطه برنامه‌ریزی	بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار	۰/۳۱۰	۳/۱۷۲	تأیید
فرضیه ۵	خوش‌بینی	بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار	۰/۲۳۰	۲/۲۷۷۸	تأیید
فرضیه ۶	ادراک از ریسک	بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار	-۰/۲۹۴	۳/۵۶۲	تأیید

فرضیه‌ها	متغیر مستقل	متغیر وابسته	بارعاملی	آماره t	نتیجه
فرضیه ۷	اطمینان بیش از حد	ادراک از ریسک	-۰/۳۷۰	۵/۰۷۲	تأیید
فرضیه ۸	توهم کنترل	ادراک از ریسک	-۰/۳۲۶	۴/۲۹۵	تأیید
فرضیه ۹	نمایندگی	ادراک از ریسک	-۰/۲۸۲	۲/۲۳۴	تأیید
فرضیه ۱۰	مغالطه برنامه‌ریزی	ادراک از ریسک	-۰/۲۵۸	۲/۱۰۲	تأیید
فرضیه ۱۱	خوش‌بینی	ادراک از ریسک	-۰/۳۱۷	۳/۳۶۰	تأیید

منبع: یافته‌های تحقیق

براساس جدول شماره (۱۰)، با توجه به اینکه ضریب معناداری برای فرضیه‌های اول تا یازدهم بیشتر از ۱/۹۶ است، بنابراین در سطح ۹۵ درصد می‌توان این فرضیه‌ها را تأیید نمود.

۲-۵. آزمون روابط غیرمستقیم متغیرهای پژوهش

به منظور آزمون معناداری روابط غیرمستقیم (اثر میانجی) متغیرها از آزمون سوبل استفاده گردید که نتایج آن در جدول شماره (۱۱) نمایان است:

جدول (۱۱): خلاصه نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش (روابط غیرمستقیم)

فرضیه‌ها	متغیر مستقل	متغیر وابسته	اثر میانجی	آماره سوبل	نتیجه	
فرضیه ۱۲	اطمینان بیش از حد	ادراک از ریسک	بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار	۰/۱۰۹	۲/۷۷۲	تأیید
فرضیه ۱۳	توهم کنترل	ادراک از ریسک	بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار	۰/۰۹۶	۲/۶۵۷	تأیید
فرضیه ۱۴	نمایندگی	ادراک از ریسک	بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار	۰/۰۸۳	۲/۲۰۲	تأیید
فرضیه ۱۵	مغالطه برنامه‌ریزی	ادراک از ریسک	بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار	۰/۰۷۶	۲/۰۵۸	تأیید
فرضیه ۱۶	خوش‌بینی	ادراک از ریسک	بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار	۰/۰۹۴	۲/۶۲۵	تأیید

منبع: یافته‌های تحقیق

بر اساس جدول شماره (۱۱)، با توجه به اینکه آمارهٔ آزمون سوبل برای تمامی فرضیه‌ها بالاتر از $1/96$ به دست آمد، پس با اطمینان 95% فرضیه‌های ۱۲ الی ۱۶ تأیید می‌شود. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که ادراک از ریسک رابطهٔ میان سوگیری‌های شناختی بانوان کارآفرین و بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار را میانجی‌گری می‌کند.

بحث و نتیجه‌گیری

در مطالعات پیشین حوزهٔ شناخت کارآفرینانه بیشتر بر پیامدهای منفی سوگیری‌های شناختی تمرکز شده بود و آثار مثبت آنها در تحریک رفتار و اقدام‌های کارآفرینانه نادیده گرفته شده بود. اغلب مطالعات این حوزه بر کارآفرینان مرد صورت پذیرفته بود و درک محققان از به‌کارگیری سوگیری‌های شناختی توسط بانوان کارآفرین محدود باقی مانده بود. در ادبیات پژوهش، بیشتر به نقش سوگیری‌های شناختی بر ارزیابی فرصت و تصمیم به شروع کسب‌وکارهای جدید پرداخته شده بود و نقش چنین سوگیری‌هایی بر بهره‌برداری از فرصت‌ها به‌عنوان یکی از فازهای حیاتی فرآیند کارآفرینانه نادیده گرفته شده بود. به‌علاوه دلیل بهره‌برداری کارآفرینان از فرصت‌های با ریسک بالا، تمایل به ریسک‌پذیری بالای آنها اشاره شده بود و از نقش فرآیندهای شناختی کارآفرینان همچون ادراک از ریسک غفلت شده بود. بنابراین پژوهش حاضر با توجه به خلأهای مطروحه در فوق شکل گرفت. سپس با بررسی جامع مبانی نظری و پیشینهٔ تجربی پژوهش، سوگیری‌های شناختی که میان کارآفرینان موفق رواج داشت استخراج گردید و بر این اساس فرضیه‌ها شکل گرفت و با رویکرد کمی و مبتنی بر روش مدل‌یابی معادلات ساختاری به آزمون فرضیه‌ها پرداخته شد.

پژوهش حاضر تأیید کرد که سوگیری‌های شناختی بانوان کارآفرین شامل اطمینان بیش از حد، توهم کنترل، نمایندگی، مغالطهٔ برنامه‌ریزی و خوش‌بینی بر بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار تأثیر مثبتی دارد. این نتایج همراستا با یافته‌های کناد حسن و همکاران (۲۰۱۴)، مبنی بر اینکه سوگیری‌های شناختی در محیط‌های با سطوح بالای عدم قطعیت و در حال تغییر نقش حائز اهمیتی در بهره‌برداری از فرصت‌ها و تصمیم به شروع کسب‌وکارهای جدید ایفا می‌نماید. البته در پژوهش کناد حسن و همکاران (۲۰۱۴)، تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم توهم کنترل و مغالطهٔ برنامه‌ریزی و تأثیرات غیرمستقیم

خوش‌بینی و اطمینان بیش از حد تأیید شد در حالی که نتایج این پژوهش علاوه بر همخوانی با موارد مذکور، تأثیرات مستقیم خوش‌بینی و اطمینان بیش از حد را تأیید نمود و تأثیر حائز اهمیت سوگیری نمایندگی را نیز مطرح نمود. سوگیری نمایندگی که در پژوهش کناد حسن و همکاران (۲۰۱۴) مورد غفلت واقع شده بود، در این پژوهش مدنظر واقع شد و تأثیر مثبت آن تأیید شد که یافته‌های این پژوهش در مورد سوگیری نمایندگی همراستاست با یافته‌های زانگ و همکاران (۲۰۲۰) مبنی بر اینکه سوگیری مذکور رفتارهای کارآفرینانه را تحریک می‌نماید و هرگز به آن آسیب نمی‌رساند.

به‌علاوه این پژوهش تأیید کرد که رابطه منفی میان ادراک از ریسک و بهره‌برداری از فرصت‌ها وجود دارد که این یافته همراستا با مطالعه بات و همکاران (۲۰۱۵) می‌باشد مبنی بر اینکه سوگیری‌های شناختی اطمینان بیش از حد و توهم کنترل با کاهش ادراک از ریسک کارآفرینان، منجر به افزایش تمایل آنها برای بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه می‌گردد. البته یافته‌های این پژوهش در ارتباط با رابطه معکوس میان ادراک از ریسک و بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار با یافته‌های میرین و همکاران^{۱۸} (۲۰۲۱) و زایان و موسی^{۱۹} (۲۰۱۸) همخوانی دارد.

همچنین پژوهش حاضر تأیید کرد که ادراک از ریسک رابطه میان سوگیری‌های شناختی بانوان کارآفرین و بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار را میانجی‌گری می‌کند. در ارتباط با نقش میانجی‌گری ادراک از ریسک، یافته‌های این پژوهش با مطالعات دی‌کارولیس و ساپاریتو^{۲۰} (۲۰۰۹) و رابینسون و مارینو (۲۰۱۳) همخوانی دارد. در واقع نتایج پژوهش حاضر نشان داد بانوان کارآفرین با به‌کارگیری سوگیری‌های شناختی نگرش مثبتی به آینده کسب‌وکارشان پیدا می‌نمایند و عدم قطعیت‌ها را کم‌اهمیت در نظر می‌گیرند که این امر از طریق ادراک از ریسک کمتر، تمایل به بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه را افزایش می‌دهد که این نتیجه با یافته‌های دولارسلان و همکاران (۲۰۱۷) سازگار می‌باشد.

پیشنادهای پژوهش

براساس نتایج پژوهش، پیشنهادهای زیر مطرح می‌گردد:

۱. با توجه به اینکه در پژوهش حاضر، تأثیر مثبت سوگیری‌های شناختی بر بهره‌برداری از فرصت‌ها تأیید شد می‌توان گفت: به دلیل وجود ابهام زیاد در فضای تصمیم‌گیری کسب‌وکار، پیشنهاد می‌گردد که بانوان کارآفرین از جنبه‌های مثبت سوگیری‌های شناختی اطمینان بیش از حد، توهم کنترل، نمایندگی، مغالطه برنامه‌ریزی و خوش‌بینی به‌عنوان محرک و تقویت‌کننده تصمیم‌گیری جهت بهره‌برداری از فرصت‌ها استفاده نمایند. تکیه بانوان کارآفرین استان لرستان بر جنبه‌های مثبت سوگیری‌های شناختی سبب اعتماد به دانش و توانایی‌های‌شان جهت اقدام‌های کارآفرینانه، پیش‌بینی و مقابله با رویدادهای آینده، کنترل رویدادهای نامطلوب، توانایی برنامه‌ریزی مناسب، تأکید بر نمونه‌های کوچک و تجربه‌های شخصی جهت تصمیم‌گیری و دستیابی به اطلاعات مفید می‌گردد. به‌علاوه تقویت روحیه اعتماد به نفس و خوش‌بینی نیز در میان جامعه کسب‌وکار می‌تواند به‌عنوان خط‌مشی توسعه کارآفرینی زنان در سطح محلی و حتی ملی دنبال شود.

۲. با توجه به اینکه تأثیر ادراک از ریسک بر بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار و نقش میانجی ادراک از ریسک تأیید شد می‌توان گفت: سوگیری‌های شناختی ادراک بانوان کارآفرین از موقعیت‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد و از طریق کاهش ادراک از ریسک، تمایل آنها به بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار را افزایش می‌دهد، اما سوگیری‌های مذکور ممکن است سبب گردد بانوان کارآفرین با نادیده گرفتن ریسک‌های واقعی پس از بهره‌برداری از فرصت‌ها و راه‌اندازی کسب‌وکار، دچار مشکلاتی شوند. لذا پیشنهاد می‌شود سوگیری‌های شناختی با تعدیل‌کننده‌هایی همچون تحلیل دقیق محیط داخلی و خارجی کسب‌وکار همراه شود تا احتمال بروز مشکلات کسب‌وکار کم و در نتیجه احتمال موفقیت کسب‌وکار افزایش یابد.

یادداشت‌ها

1. Cognitive Biases
2. Dölarslan, Kocak & Özer
3. Over Confidence
4. Illusion of control
5. Representiveness
6. Planning Fallacy

- 7 . Optimism
8. Kannadhasan et al
9. Zhang et al
10. Butt et al
11. Le Roux et al
12. Hietschold & Voegtlin
13. Thomas
14. Robinson & Marino
15. De Carolis & Saporito
16. Fornell & Carcker
17. Wetzels et al
18. Mirin et al
19. Zayan & Musa
- 20 . De Carolis & Saporito

کتابنامه

- آذر، عادل و غلامزاده، رسول (۱۳۹۸). مدل‌سازی معادلات ساختاری: کمترین مربعات جزئی. تهران: نگاه دانش.
- Acciarini, C., Brunetta, F., & Boccardelli, P. (2021). Cognitive biases and decision-making strategies in times of change: a systematic literature review. *Management Decision*. 59 (3). 638-652.
- Arafat, M. Y., Khan, A. M., Saleem, I., Khan, N. A., & Khan, M. M. (2020). Intellectual and cognitive aspects of women entrepreneurs in India. *International Journal of Knowledge Management Studies*. 11 (3). 278-297.
- Baron, R. A. (2004). The cognitive perspective: a valuable tool for answering entrepreneurship's basic "why" questions. *Journal of business venturing*. 19 (2). 221-239.
- Bingham, C. B., & Eisenhardt, K. M. (2014). Response to Vuori and Vuori's commentary on "Heuristics in the strategy context". *Strategic Management Journal*. 35 (11).1698-1702.
- Brockman BK, Becherer RC, Finch JH (2006) Influences on an entrepreneur is perceived risk: the role of magnitude, Likelihood, and risk propensity. *Acad Entrepreneurship*. 12 (2).103-121.
- Buehler, R., & Griffin, D. (2015). The planning fallacy. In M. D. Mumford & M. Frese (Eds.), *The psychology of planning in organizations: Research and applications*. Routledge.
- Burmeister, K., & Schade, C. (2007). Are entrepreneurs' decisions more biased? An experimental investigation of the susceptibility to status quo bias. *Journal of business Venturing*. 22 (3). 340-362.
- Busenitz, L.W. (1999). Entrepreneurial risk and strategic decision-making: it is a matter of perspective. *Journal of Applied Behavioral Science*. 35 (3). 325-340.

- Butt, M., Jamil, N., & Nawaz, R. (2015). The mediating role of risk perception among cognitive biases towards decision to start a new venture. *International letters of social and humanistic sciences*. 54 (3). 88-95.
- Cassar, G. (2010). Are individuals entering self employment overly optimistic? An empirical test of plans and projections on nascent entrepreneur expectations. *Strategic Management Journal*. 31 (8). 822-840.
- Cervellati, E. M., Pattitoni, P., & Savioli, M. (2022). Do overconfident and over optimistic entrepreneurs invest too much in their companies? Theory and evidence from Italian SMEs. *Strategic Entrepreneurship Journal*. 16 (4). 769-800.
- Chatterjee, S., Gupta, S.D. and Upadhyay, P. (2018), "Empowering women and stimulating development at bottom of pyramid through micro-entrepreneurship". *Management Decision*. 56 (1). 160-174.
- Cheng, L. J., & Liao, C. C. (2020). Connecting Social Capital, Cognitive Bias, and Entrepreneurial Intentions: About Gender Differences. *Contemporary Management Research*. 16 (1). 1-34.
- Choi, Y. R., & Shepherd, D. A. (2004). Entrepreneurs' Decisions to Exploit Opportunities. *Journal of Management*. 30 (3). 377-395.
- Companys, Y., & McMullen, J. (2007). Strategic entrepreneurs at work: The nature, discovery, and exploitation of entrepreneurial opportunities. *Small Business Economics*. 28 (4). 301-322.
- Cossette, P. (2014). Heuristics and cognitive biases in entrepreneurs: a review of the research. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*. 27 (5). 471-496.
- Dali, N., & Harbi, S. (2016). The effect of risk perception and cognitive biases on the evaluation of opportunity in family and non-family entrepreneurs: the case of Tunisian entrepreneurs. *Journal of Enterprising Culture*. 24 (3). 281-312.
- De Carolis, D. M., & Saporito, P. (2006). Social capital, cognition, and entrepreneurial opportunities: A theoretical framework. *Entrepreneurship theory and practice*. 30 (1). 41-56.
- De Carolis, D. M., Litzky, B. E., & Eddleston, K. A. (2009). Why networks enhance the progress of new venture creation: The influence of social capital and cognition. *Entrepreneurship theory and practice*. 33 (2). 527-545.
- De Kort, M. J., & Vermeulen, P. A. (2010). Entrepreneurial decision-makers and the use of biases and heuristics. *Vermeulen, Patrick. AM and Curseu, PL (Ed.), Entrepreneurial Strategic Decision-Making A Cognitive Perspective, Edward Elgar Publishing Limited*.
- Dölarslan, E. Ş., Kocak, A., & Özer, A. (2017). "Bats are blind?" Cognitive biases in risk perception of entrepreneurs. *Journal of Developmental Entrepreneurship*. 22 (03). 1-13.
- Farsi, J. Y., Nouri, P., & Kafeshani, A. A. (2016). Identifying Decision Making Biases in Entrepreneurial Opportunity Exploitation Decisions. *International Business Research*. 9 (5). 158-163.

- Forbes, D. P. (2005). Are some entrepreneurs more overconfident than others? *Journal of business venturing*. 20 (5). 623-640.
- Forsyth, D. K., & Burt, C. D. (2008). Allocating time to future tasks: The effect of task segmentation on planning fallacy bias. *Memory & cognition*. 36 (4). 791-798.
- Foss, K., & Foss, N. J. (2008). Understanding opportunity discovery and sustainable advantage: The role of transaction costs and property rights. *Strategic Entrepreneurship Journal*. 2 (3). 191-207.
- Friedman, H. (2007). Does overconfidence affect entrepreneurial investment? *Wharton Research Scholars Journal*. 42 (2). 1- 33.
- Gaglio, C.M., & Katz, J.A. (2007). The psychological basis of opportunity identification: Entrepreneurial alertness. *Small Business Economics*. 16 (2). 95-111.
- González, M. F., Husted, B. W., & Aigner, D. J. (2017). Opportunity discovery and creation in social entrepreneurship: An exploratory study in Mexico. *Journal of Business Research*. 81 (2). 212-220.
- Gudmundsson, S. V., & Lechner, C. (2013). Cognitive biases, organization, and entrepreneurial firm survival. *European Management Journal*. 31 (3). 278-294.
- Gurbuz, I. B., & Ozkan, G. (2020). Integrated environmental impact and risk assessment in rural women entrepreneurs. *Environmental Science and Pollution Research*. 27 (19). 23837-23848.
- Hair, J. F., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2011). PLS-SEM: Indeed a silver bullet. *Journal of Marketing theory and Practice*. 19 (2). 139-152.
- Haselton, M. G., Nettle, D., & Andrews, P. W. (2015). The evolution of cognitive bias. *The handbook of evolutionary psychology*. 724-746.
- Hietschold, N., & Voegtlin, C. (2021). Blinded by a social cause? Differences in cognitive biases between social and commercial entrepreneurs. *Journal of Social Entrepreneurship*. 13 (3). 1-23.
- Hmieleski, K. M., & Baron, R. A. (2009). Entrepreneurs' optimism and new venture performance: A social cognitive perspective. *Academy of management Journal*. 52 (3). 473-488.
- Humbert, A. L., & Brindley, C. (2015). Challenging the concept of risk in relation to women's entrepreneurship. *Gender in Management: An International Journal*. 30 (1). 2-25.
- Irshad, S., Badshah, W., & Hakam, U. (2016). Effect of representativeness bias on investment decision making. *Management and Administrative Sciences Review*. 5 (1). 26-30.
- Johnson, D. D., Blumstein, D. T., Fowler, J. H., & Haselton, M. G. (2013). The evolution of error: Error management, cognitive constraints, and adaptive decision-making biases. *Trends in ecology & evolution*. 28 (8). 474-481.
- Kannadhasan, M., Aramvalarthan, S., & Pavan Kumar, B. (2014). Relationship among cognitive biases, risk perceptions and individual's decision to start a venture. *Decision*. 41 (1). 87-98.

- Kappal, J. M., & Rastogi, S. (2020). Investment behaviour of women entrepreneurs. *Qualitative Research in Financial Markets*. 12 (4). 485-504.
- Katz, J. A., & Shepherd, D. A. (2003). Cognitive approaches to entrepreneurship research. In *Cognitive, approaches to entrepreneurship research*. 6 (2). 1-10.
- Keh, H.T., Foo, M.D., & Lim, B.C. (2002). Opportunity evaluation under risky conditions: The cognitive processes of entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 27 (2). 125-148.
- Koellinger, P., Minniti, M., & Schade, C. (2007). "I think I can, I think I can": Overconfidence and entrepreneurial behavior. *Journal of economic psychology*. 28 (4). 502-527.
- Krueger, J., & Evans, M. (2004). If you do not want to be late, enumerate unpacking reduces the planning fallacy. *Journal of Experimental Social Psychology*. 40 (5). 586-598.
- Kuckertz, A., Kollmann, T., Krell, P., & Stöckmann, C. (2017). Understanding, differentiating, and measuring opportunity recognition and opportunity exploitation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 23 (1). 78-97.
- Landier, A., & Thesmar, D. (2008). Financial contracting with optimistic entrepreneurs. *The Review of Financial Studies*. 22 (1). 117-150.
- Lee, Y. H., Dunbar, N. E., Miller, C. H., Lane, B. L., Jensen, M. L., Bessarabova, E., & Wilson, S. N. (2016). Training anchoring and representativeness bias mitigation through a digital game. *Simulation & Gaming*. 47 (6). 751-779.
- Lucena, E. R. D. C., Silva, C. A. T., & Azevedo, Y. G. P. (2021). The Influence of Cognitive Ability on Cognitive Biases Generated by the Representativeness Heuristic. *Revista Brasileira de Gestão de Negócios*. 23 (01). 180-205.
- Marshall, J. A., Trimmer, P. C., Houston, A. I., & McNamara, J. M. (2013). On evolutionary explanations of cognitive biases. *Trends in ecology & evolution*. 28 (8). 469-473.
- McMullen, J. S., & Shepherd, D. A. 2006. Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management Review*. 31 (1). 132-152.
- Mitchell, R.K., Busenitz, L.W., Bird, B., Gaglio, C.M., McMullen, J.S., Morse, E.A., & Smith, J.B. (2007). The central question in entrepreneurial cognition research. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 31 (1). 1-27.
- Navis C, Ozbek OV (2016) the right people in the wrong places: the paradox of entrepreneurial entry and successful opportunity realization. *Academy of Management Review*. 41 (1). 109-129.
- Neal, T., Lienert, P., Denne, E., & Singh, J. P. (2022). A general model of cognitive bias in human judgment and systematic review specific to forensic mental health. *Law and human behavior*. 46 (2). 99-120.

- Neill, S., Metcalf, L. E., & York, J. L. (2017). Distinguishing entrepreneurial approaches to opportunity perception. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 23 (2). 296-316.
- Omoredede, A., Thorgren, S., & Wincent, J. (2015). Entrepreneurship psychology: a review. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 11 (4). 743-768.
- Poblete, C., Sena, V., & Fernandez de Arroyabe, J. C. (2019). How do motivational factors influence entrepreneurs' perception of business opportunities in different stages of entrepreneurship? *European Journal of Work and Organizational Psychology*. 28 (2). 179-190.
- Pryor, C., Webb, J. W., Ireland, R. D., & Ketchen, Jr, D. J. (2016). Toward an integration of the behavioral and cognitive influences on the entrepreneurship process. *Strategic Entrepreneurship Journal*. 10 (1). 21-42.
- Randerson, K., DeGeorge, J. M., & Fayolle, A. (2016). Entrepreneurial opportunities: How do cognitive styles and logics of action fit in? *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*. 27 (1). 19-39.
- Riasudeen, S., Ratnoo, H. S., Kannadhasan, M., & Singh, P. (2022). Risk Perception as a Mediator in Explaining the Relationship of Cognitive Biases and New Venture Creation. *The Journal of Entrepreneurship*. 31 (2). 274-297.
- Robinson, A. T., & Marino, L. D. (2015). Overconfidence and risk perceptions: do they really matter for venture creation decisions? *International Entrepreneurship and Management Journal*. 11 (1). 149-168.
- Shepherd, D.A., Williams, T.A., & Patzelt, H. (2015). Thinking about entrepreneurial decision-making: Review and research agenda. *Journal of Management*. 41 (1). 11-46.
- Short, J. C., Ketchen Jr, D. J., Shook, C. L., & Ireland, R. D. (2010). The concept of "opportunity" in entrepreneurship research: accomplishments and future challenges. *Journal of management*. 36 (1). 40-65.
- Simon, M. Houghton, S.M. & Aquino, K. 1999. Cognitive biases, risk perception, and new venture formation: How individuals decide to start companies. *Journal of Business Venturing*. 14 (5). 113-134.
- Singh, R. P. (2020). Overconfidence: A common psychological attribute of entrepreneurs, which leads to firm failure. *New England Journal of Entrepreneurship*. 23 (1). 25-39.
- Sternberg, R. (2021). Entrepreneurship and geography—some thoughts about a complex relationship. *The Annals of Regional Science*. 69 (3). 559-584.
- Stanovich, K. E. (2010). *Decision-making and rationality in the modern world*. New York, NY: Oxford University Press.
- Thomas, O. (2018). Two decades of cognitive bias research in entrepreneurship: what do we know and where do we go from here? *Management Review Quarterly*. 68 (2). 107-143.

- Trevelyan, R. (2008). Optimism, overconfidence and entrepreneurial activity. *Management Decision*. 46 (7). 986-1001.
- Wang, L., Liu, L., & Dai, Y. (2021). Owing your future: Entrepreneurship and the prospects of upward mobility in China. *Economic Modelling*. 104 (3). 1-13.
- Wetzels, M., Odekerken-Schröder, G., & Van Oppen, C. (2009). Using PLS path modeling for assessing hierarchical construct models: Guidelines and empirical illustration. *MIS quarterly*. 33 (1). 177-195.
- Zahra, S. A., Korri, J. S., & Yu, J. (2005). Cognition and international entrepreneurship: implications for research on international opportunity recognition and exploitation. *International business review*. 14 (2). 129-146.
- Zan, T. T. (2020). *The effect of decision-making heuristics and cognitive biases on MSMEs performance* (Doctoral dissertation, MERAL Portal).
- Zhang, S. X., & Cueto, J. (2017). The study of bias in entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and Practice*. 41 (3). 419-454.
- Zhang, W., Zhao, W., GAO, Y., & Xiao, Z. (2020). How do managerial ties influence the effectuation and causation of entrepreneurship in China? The role of entrepreneurs' cognitive bias. *Asia Pacific Business Review*. 26 (5). 613-641.