

واکاوی پیشایندها و پیامدهای توهم کنترل در کارآفرینان

پوریا نوری*، عبدالله احمدی کافشانی**

مهران رضوانی***

تاریخ دریافت: ۹۷/۰۹/۱۰

تاریخ پذیرش: ۹۸/۰۲/۲۱

چکیده

تصمیم‌گیری، از مهم‌ترین کارکردهای کارآفرینان برای رسیدن به اهداف کسب‌وکار و رسیدگی به امور است. به دلیل برخی ویژگی‌های خاص شناختی از یک سو و نیز عواملی مانند پیچیدگی، سرریز اطلاعات، فشار زمانی و عدم قطعیت از سوی دیگر، کارآفرینان در بسیاری از تصمیمات خود در برابر سوگیری‌های تصمیم‌گیری آسیب‌پذیرند. یکی از مهم‌ترین سوگیری‌های تصمیم‌گیری کارآفرینان، توهم کنترل است که اثرات زیادی بر کسب‌وکارهای کارآفرینانه دارد. پژوهش حاضر با هدف شناسایی مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر شکل‌گیری و نیز پیامدهای سوگیری توهم کنترل در تصمیمات کارآفرینان انجام شد. روش تحقیق پژوهش حاضر، کیفی اکتشافی است. براساس یافته‌های این پژوهش که داده‌هایش از راه مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با کارآفرینان تثبیت شده دانش‌بنیان شهر تهران گردآوری و به روش تحلیل محتوای کیفی تجزیه و تحلیل شدند، سه عامل تجربه، خوش‌بینی زیاد و اعتماد به نفس بیش از اندازه از عوامل اثرگذار بر شکل‌گیری توهم کنترل و سه عامل دست‌کم‌گرفتن ریسک، عدم تحقیقات کافی و دست‌کم‌گرفتن رقیب از پیامدهای سوگیری توهم کنترل در تصمیمات کارآفرینان هستند.

کلیدواژه: کارآفرین دانش‌بنیان؛ تصمیم‌گیری؛ سوگیری؛ توهم کنترل؛ تحلیل محتوای کیفی

مقدمه

کارآفرینان، ویژگی‌ها و ساختار شناختی خاص خود را دارند که این شناخت روی ذهنیت، تفسیرها و تصمیم‌های کسب‌وکاری آن‌ها اثرگذار است (توماس^۱، ۲۰۱۸؛ بارون، ۱۹۹۸؛ بوسنتیز و بارنی^۲، ۱۹۹۷). با توجه به عدم قطعیتی که در فعالیت‌های کارآفرینانه است و نیز به دلیل برخی ویژگی‌های شخصیتی کارآفرینان و دیگر عواملی که کارآفرینان با آنها سروکار دارند، از جمله سرریز اطلاعات و فشار زمانی، سوگیری‌های تصمیم‌گیری نقش بسیار مهمی در تصمیم‌های مختلف آنها ایفا کرده و پیامدهای گوناگونی در سرنوشت کسب‌وکارهای آنها دارند (فوربز^۳، ۲۰۰۵). این پیامدها تا اندازه‌ای مهم هستند که برخی صاحب‌نظران برجسته بیان کرده‌اند افرادی که در تصمیم‌های خود بیشتر در برابر سوگیری‌های تصمیم‌گیری آسیب‌پذیرند، گرایش بیشتری دارند تا کارآفرین باشند (بوسنتیز و بارنی، ۱۹۹۷).

یکی از مهم‌ترین سوگیری‌های تصمیم‌گیری کارآفرینان، توهم کنترل است. وقتی افراد باور دارند که می‌توانند بر رویدادها و عواملی که کاملاً در کنترل آنها نبوده و شانس و دیگر عوامل محیطی نیز نقش مهمی در آنها ایفا می‌کند، کنترل داشته باشند، در برابر سوگیری توهم کنترل، آسیب‌پذیر می‌شوند (لانگر^۴، ۱۹۷۵). شانس و عدم قطعیت با توهم کنترل، عجین شده است (گینو و همکاران، ۲۰۱۱). افرادی که در برابر توهم کنترل آسیب‌پذیرند، احتمال بدشانسی را دست کم می‌گیرند (پرسون و بناسی^۵، ۱۹۹۶). از سوی دیگر، هر اندازه عدم قطعیت بیشتر باشد، به‌ویژه برای افرادی که قصد اقدام به عملی را داشته باشند، احتمال بروز توهم کنترل بیشتر است (لانگر، ۱۹۷۷). سوگیری توهم کنترل، نه تنها از مهم‌ترین سوگیری‌های تصمیم‌گیری کارآفرینان در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط بوده و پیامدهای مهمی در تصمیمات کسب‌وکاری آنها ایفا می‌کند، بلکه از مهم‌ترین سوگیری‌ها در تصمیمات راهبردی مدیران در سازمان‌های بزرگ نیز بوده و از مهم‌ترین دلایل شکست مدیران در تصمیم‌های اجرایی خود است (دس و تنگ^۶، ۱۹۹۹).

1. Thomas
2. Busenitz and Barney
3. Forbes
4. Langer
5. Presson & Benassi
6. Das and Teng

از مهم‌ترین پیامدهای توهم کنترل در تصمیمات کارآفرینان، تصمیم به برپایی کسب‌وکار جدید است. این سوگیری موجب می‌شود کارآفرینان ریسک همراه با فعالیت‌های مختلف شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها را دست‌کم گرفته و اقدام به برپایی کسب‌وکار کنند. برآورد و نتیجه‌گیری اولیه پژوهشگران بر این است که کارآفرینان به‌طور کلی نسبت به دیگران ریسک‌پذیری بیشتری دارند (پالیش و بگ بای^۱، ۱۹۹۵). درحقیقت کارآفرینان به‌طور کلی ریسک‌پذیر نیستند، بلکه سوگیری توهم کنترل یکی از عواملی است که موجب می‌شود آنها ریسک‌های موجود در فرصت‌های کسب‌وکاری را دست‌کم گرفته و برای بهره‌برداری از فرصت‌ها اقدام کنند (سایمون^۲ و همکاران، ۲۰۰۰). یکی از مهم‌ترین و حساس‌ترین تصمیمات کارآفرینان مربوط به شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های سودآور است. سوگیری توهم کنترل اثرگذاری بسیاری بر فرآیند برآورد فرصت کارآفرینان داشته و این سوگیری در ترکیب با برخی از سوگیری‌های دیگر موجب می‌شود کارآفرینان بسیار خوش‌بینانه اقدام به برآورد فرصت‌های کسب‌وکار کنند (که^۳ و همکاران، ۲۰۰۲).

یکی دیگر از مهم‌ترین پیامدهای سوگیری توهم کنترل در کارآفرینان، تصمیم به معرفی محصولات پیش‌تاز به بازار است. اهمیت و اثرگذاری توهم کنترل در تصمیمات کارآفرینان مورد بررسی‌های بیشتری نیز قرار گرفته است. به‌عنوان مثال، شبکه‌های مختلفی که کارآفرینان برای گرفتن اطلاعات مختلف کسب‌وکاری از آنها استفاده می‌کنند موجب افزایش این سوگیری در آنان می‌شود، زیرا موجب می‌شوند کارآفرینان تصور کنند اطاعات لازم و دست اول را در اختیار دارند و عوامل مختلف به‌ویژه مسائل مربوط به رقبا در کنترل آنهاست (دی کارلوئیس و همکاران^۴، ۲۰۰۹). توهم کنترل، یکی از مهم‌ترین سوگیری‌های تصمیم‌گیری است که کیفیت تصمیم‌گیری کارآفرینان و عملکرد آنها را به‌طور مستقیم تحت تأثیر قرار داده و از مهم‌ترین دلایل سودهای ناکافی آنهاست (کار و بلتنر^۵، ۲۰۱۰).

1. Palich and Bagby
2. Simon
3. Keh
4. De Carolis
5. Carr and Blettner

با مرور ادبیات موجود می‌توان دریافت که پژوهشگران اهمیت زیادی برای سوگیری‌های شناختی افراد در تصمیم‌ها، به‌ویژه تصمیم‌گیری در شرایط همراه با ریسک و عدم قطعیت قائل شده‌اند (بارون، ۱۹۹۸؛ بوستتیز و بارنی، ۱۹۹۷). همچنین با بررسی پژوهش‌های انجام‌شده در مورد توهم کنترل در تصمیمات کارآفرینان، این نکته مشخص است که با وجود تأکید صاحب‌نظران بر اهمیت این سوگیری، تعداد پژوهش‌های انجام‌شده در مورد توهم کنترل در کارآفرینان، بسیار اندک است (ژانگ و کوئتو^۱، ۲۰۱۷). بخش عمده پژوهش‌های انجام‌شده نیز به بررسی توهم کنترل در ترکیب با دیگر سوگیری‌های تصمیم‌گیری کارآفرینان مانند اعتماد به نفس بیش از اندازه یا باور به قانون اعداد کوچک پرداخته و کم‌تر پژوهشی توهم کنترل در تصمیمات کارآفرینان را به‌صورت مجزا بررسی و مطالعه کرده است. با توجه به اهمیت این سوگیری در تصمیمات کارآفرینان و در نتیجه سرنوشت بنگاه‌های کسب و کار، واکاوی عمیق‌تر سوگیری توهم کنترل در تصمیمات کارآفرینان اهمیت زیادی دارد (توماس^۲، ۲۰۱۸). از طرفی با توجه به اینکه سوگیری‌ها ریشه در بافت و زمینه‌ای دارند که در آن اتفاق می‌افتد و با توجه به اینکه قبلاً چنین پژوهشی در بافتار ایران انجام نشده است، پژوهش حاضر با این هدف انجام شده است و نخستین پژوهش جامعی است که به بررسی عوامل اثرگذار بر شکل‌گیری و نیز پیامدهای توهم کنترل در تصمیمات کارآفرینان می‌پردازد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

سوگیری‌های تصمیم‌گیری کارآفرینان

از سوگیری^۳ در تصمیم‌گیری به‌عنوان تمایل ذهنی به تصمیم‌گیری تحت تأثیر یک عقیده یا مفهوم یاد می‌شود (شفرین^۴، ۲۰۰۷). سوگیری‌ها از مهم‌ترین پدیده‌های اثرگذار در تصمیمات کارآفرینان بوده و پیامدهای مهمی در این تصمیمات دارند. کارآفرینان فرآیندهای شناختی خاصی دارند که به تفسیرها و تصمیم‌گیری‌های متفاوتی در

1. Zhang and Cueto
2. Thomas
3. Bias
4. Shefrin

موقعیت‌های گوناگون کسب و کار می‌انجامد (کوالینگر و همکاران^۱، ۲۰۰۷). به دلیل عدم قطعیتی که همراه فعالیت‌های کارآفرینانه است و همچنین به دلیل پاره‌ای ویژگی‌های شناختی و ادراکی کارآفرینان، می‌توان رد پای بسیاری از مهم‌ترین سوگیری‌های تصمیم‌گیری را در تصمیم‌های کسب و کاری مهم کارآفرینان یافت (کامرر و لوالو^۲، ۱۹۹۹). در شرایطی مانند نبود اطلاعات کافی، سرریز اطلاعات و فشار زمانی، اعتماد به نفس بیش از اندازه کارآفرینان به تصمیم‌گیری سریع‌تر آن‌ها کمک می‌کند (نوری و همکاران، ۱۳۹۴).

عوامل بسیاری بر سوگیری‌های تصمیم‌گیری کارآفرینان اثر می‌گذارند. پیش‌فرض‌ها، باورها و تصورات کارآفرینان در مورد ماهیت روابط و محیط کسب و کار به تدریج ساختار ذهنی آن‌ها را شکل داده و به آن سمت و سو می‌دهد. همچنین، محدود بودن ظرفیت ذهن انسان‌ها به طور کلی و کارآفرینان به طور خاص برای گردآوری و پردازش اطلاعات جدید و گرایش طبیعی افراد برای به حداقل رساندن تلاش شناختی خود هنگام تصمیم‌گیری از مهم‌ترین عوامل اثرگذار در شکل‌گیری سوگیری‌های تصمیم‌گیری کارآفرینان می‌باشند (بارون^۳، ۱۹۹۸). کارآفرینان، اغلب اطلاعات چندانی برای تصمیم‌گیری در مورد امور مختلف کسب و کاری ندارند، از سوی دیگر، اگر کارآفرینان بخواهند منتظر گردآوری کلیه اطلاعات و سپس پردازش آن باشند، زمان بهره‌برداری از فرصت‌ها را از دست داده و از رقابت عقب می‌مانند، در نتیجه، ناچار به کمک گرفتن از قواعد سرانگشتی تصمیم‌گیری هستند که آن‌ها را در برابر سوگیری‌های تصمیم‌گیری آسیب‌پذیر می‌سازد. حتی اگر اطلاعات کافی در دسترس باشد، کارآفرینان فرصت استفاده از همه این اطلاعات را ندارند. در چنین شرایطی، کارآفرینان بر پایه تجربه‌های قبلی و دانش خود اقدام می‌کنند. سرریز اطلاعات، یعنی اطلاعاتی بیشتر از توان افراد برای پردازش، عدم قطعیت و شرایط جدیدی که کارآفرینان تاکنون با آن‌ها روبرو نشده‌اند و پیش‌زمینه قبلی ندارند، برهم‌کنش شناخت و احساسات، مواجه شدن با محدودیت و فشار زمانی، خستگی و استرس از مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر شکل‌گیری سوگیری‌های تصمیم‌گیری در کارآفرینان هستند (شفرد^۴ و همکاران، ۲۰۱۵).

1. Koellinger
2. Camerer and Lovallo
3. Baron
4. Shepherd

توهم کنترل^۱

وقتی افراد بر این باورند که می‌توانند بر رویدادها و عواملی که کاملاً در کنترل آنها نبوده و شانس و دیگر عوامل محیطی نیز نقش زیادی در آنها ایفا می‌کند، کنترل داشته باشند، در برابر سوگیری توهم کنترل، آسیب‌پذیر می‌شوند (لانگر، ۱۹۷۵). توهم کنترل، نوعی سوگیری است که به‌طور ویژه درک افراد از ریسک را تحت تأثیر قرار می‌دهد. این سوگیری از رایج‌ترین سوگیری‌های تصمیم‌گیری کارآفرینان بوده و تصمیم‌های مهمی مانند تصمیم به برپایی کسب‌وکار، تصمیم به ورود به بازار و تصمیم به توسعه محصول جدید را تحت تأثیر قرار داده و بیشتر نتایج منفی برای کسب‌وکارهای کارآفرینانه در پی دارد. کارآفرینانی که در برابر توهم کنترل آسیب‌پذیرند، بر این باورند که می‌توانند رویدادهای غیرقابل کنترل را تحت تأثیر قرار دهند، در نتیجه با خوش‌بینی بیشتری به پیش‌بینی رویدادها و حوادث می‌پردازند (سایمون و همکاران، ۲۰۰۰).

کارآفرینان به‌طور کلی خوش‌بینی بیشتری در برآورد و ارزیابی فرصت‌ها دارند، زیرا به مهارت‌ها و توانایی فردی خود در اداره امور کسب‌وکار ایمان دارند. کارآفرینان گرایش زیادی دارند تا کنترل بیشتر امور مربوط به کسب‌وکارشان را در اختیار خود بدانند و بر این اساس تصمیم‌گیری کنند (اسجاده و کوالینگر^۲، ۲۰۰۷). توهم کنترل، احتمال برپایی کسب‌وکار توسط کارآفرینان را می‌افزاید و از راه افزایش باور کارآفرینان به توانایی‌های فردی خود، درک آنها از ریسک‌های احتمالی را به شدت کاهش می‌دهد. در کل، می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که توهم کنترل موجب می‌شود کارآفرینان تنها وجود خود را عامل اصلی موفقیت بدانند. از مهم‌ترین اثرات توهم کنترل در تصمیم‌های کارآفرینان می‌توان به افزایش گرایش به ریسک‌پذیری، برپایی کسب‌وکار و ورود به بازارهای جدید، سود ناچیز و تصمیم‌گیری براساس گزینه‌های نامحدود اشاره کرد (گادمانسون و لچنر^۳، ۲۰۱۳).

پژوهش‌های انجام‌شده حاکی از اثرات توهم کنترل بر تصمیم‌های کارآفرینان می‌باشند. یکی از مهم‌ترین این اثرات روی فرآیندهای مختلف مربوط به فرصت، به‌ویژه برآورد فرصت

1. Illusion of Control
2. Schade and Koellinger
3. Gudmundsson & Lechner

کارآفرینانه است و کارآفرینانی که در برابر این سوگیری آسیب پذیرترند، گرایش بیشتری دارند تا میزان توانمندی‌های خود را دست بالا و اثرات رویدادهای دیگر، از جمله حوادث غیرقابل پیش‌بینی را دست کم بگیرند. همچنین، توهم کنترل و ریسک‌پذیری اثرات مستقیمی روی پیشرفت کسب‌وکارهای تازه‌بنیان دارند (دی کارلوئیس و همکاران، ۲۰۰۹). از طرفی، توهم کنترل، اثرات منفی روی کیفیت برآورد فرصت دارد، به‌ویژه اگر فشار زمانی و تجربیات قبلی کارآفرینان دخیل باشند. از دیگر اثرات توهم کنترل بر تصمیم‌های کارآفرینان می‌توان به دست‌کم گرفتن واکنش رقبا و در پی آن معرفی محصولات همراه با ریسک بالاتر به بازار اشاره کرد (که و همکاران، ۲۰۰۲). پژوهشگران کارآفرینی با وجود تأکید بر اهمیت سوگیری توهم کنترل در عملکرد کارآفرینان، بیشتر به بررسی پیامدهای منفی این سوگیری در کسب‌وکارهای کارآفرینانه پرداخته و کم‌تر به مطالعه عوامل اثرگذار بر پیدایش آن در کارآفرینان پرداخته‌اند (کوزت، ۲۰۱۴) بنابراین، از این منظر، خلأ پژوهشی احساس می‌شود و از طرفی، بافت و زمینه مطالعه نیز نقش دارد (گینو^۱ و همکاران، ۲۰۱۱؛ پرسان و بناسی، ۱۹۹۶).

روش‌شناسی پژوهش

هدف از انجام پژوهش حاضر، واکاوی سوگیری توهم کنترل در تصمیمات کارآفرینان است. با توجه به اینکه داده‌های کیفی از غنای مناسبی برای شناسایی و تحلیل سوگیری‌های تصمیم‌گیری برخوردارند (ورموئل و کورسو^۲، ۲۰۱۰). رویکرد پژوهش حاضر کیفی - اکتشافی بوده و روش تحلیل محتوای کیفی^۳ به‌عنوان روش تحلیل داده‌های این پژوهش برگزیده شد. روش تحلیل محتوای کیفی از مجموعه‌ای از رویه‌های هدف‌مند و منظم برای تحلیل داده‌ها و اطمینان از نتایج قابل‌اعتماد استفاده می‌کند (هیش و شانون^۴، ۲۰۰۵؛ نئوندورف^۵، ۲۰۰۱؛ الو و کینگاس^۶، ۲۰۰۸، اسچریر^۷، ۲۰۱۲)

1. Gino
2. Vermeule and Curseu
3. qualitative content analysis
4. Hsieh and Shannon
5. Neuendorf
6. Elo & Kyngäs
7. Schreier

باتوجه به اینکه فضای کارآفرینی دانش‌بنیان تلاطم و نرخ تغییرات زیادی دارد و نقش فکر، شناخت و ذهنیت کارآفرینان در تصمیم‌گیری‌های بنگاه کسب‌وکار پررنگ‌تر است (ترین^۱، ۲۰۰۷) مصاحبه‌شوندگان پژوهش حاضر را کارآفرینان دانش‌بنیان واقع در شهر تهران تشکیل می‌دهند. همچنین، باتوجه به اینکه براساس ادبیات تحقیق، تجربه می‌تواند یکی از مهم‌ترین عوامل شکل‌دهنده سوگیری توهم کنترل در کارآفرینان باشد، کارآفرینانی برای مصاحبه انتخاب شدند که تثبیت شده بوده و دست کم ۴۲ ماه سابقه فعالیت کسب‌وکاری داشته باشند (زالی و همکاران، ۱۳۹۱).

از روش نمونه‌گیری هدف‌مند برای انتخاب نمونه جهت انجام مصاحبه با کارآفرینان تثبیت‌شده استفاده شد. نمونه‌گیری تا مرحله اشباع ادامه یافت. در نقطه اشباع، داده‌ها تکرار شده و هیچ داده جدیدی حاصل نشد که امکان رشد مقوله‌ها را بدهد و مفاهیم و مقوله‌ها به‌انسجام رسید و پژوهشگران به این نتیجه رسیدند که با انجام مصاحبه‌های بیشتر، تغییرات چندانی در یافته‌ها حاصل نخواهد شد (کرسول^۲، ۲۰۰۸). برای پژوهش حاضر در مجموع ۲۶ مصاحبه انجام شد که مصاحبه‌هایی که سوگیری توهم کنترل در آنها شناسایی نشد، حذف شده و در نهایت پژوهش حاضر با تحلیل داده‌های ۱۶ مصاحبه به اشباع رسید. به‌عبارت‌دیگر، در ۱۶ مصاحبه از ۲۶ مصاحبه انجام‌شده سوگیری توهم کنترل در یک یا چند تصمیم کسب‌وکاری کارآفرینان مشاهده شد.

برای جمع‌آوری داده‌ها از فن مصاحبه نیمه‌ساختاریافته استفاده شد. ابتدا براساس ادبیات پژوهش و سابقه تحقیق یک پروتکل مصاحبه برای شناسایی سوگیری توهم کنترل طراحی شد. سپس مصاحبه با کارآفرینان آغاز شد. از کارآفرینان در مورد مهم‌ترین تصمیمات کسب‌وکار ایشان در ۴ سال اخیر سؤالات مختلفی پرسیده شد. هدف از انجام مصاحبه‌ها شناسایی سوگیری توهم کنترل در تصمیم یا برخی از تصمیمات کسب‌وکاری کارآفرینان و شناسایی عوامل اثرگذار بر شکل‌گیری این سوگیری و در مرحله آخر پیامدهای احتمالی آن در تصمیمات کارآفرینان بود. در نتیجه، مصاحبه با کارآفرینانی که سوگیری توهم کنترل در تصمیم‌های آنها شناسایی نشد، حذف شده و مصاحبه‌هایی که این سوگیری در آنها مشاهده شد، مورد بررسی قرار گرفتند.

1. Therin
2. Creswell

انتخاب موضوع پژوهش براساس بررسی دقیق و مفصل سابقه تحقیق، طراحی پرسش‌های مصاحبه باتوجه به سابقه پژوهش و نیز رعایت ترتیب مناسب پرسش‌ها، انجام مصاحبه با کیفیت مناسب و پرهیز از ایجاد سوگیری در مصاحبه‌شونده و درنهایت نسخه‌برداری و گزارش دقیق یافته‌ها فرآیندهایی بودند که برای حصول اعتبار پژوهش حاضر طی شدند (کرسول و میلر^۱، ۲۰۰۰). درنهایت، از روش مثلث‌سازی برای اطمینان از اعتبار یافته‌ها استفاده شد. برای سنجش پایایی، دو صاحب‌نظر به کدگذاری یافته‌های حاصل از مصاحبه پرداختند. این کدگذاران مقوله‌های اصلی را براساس تعاریف مشخص و دقیق سازه‌های پژوهش انتخاب کردند و اختلاف بین نتایج کدگذاری آنها ناچیز و قابل چشم‌پوشی بود. در فرآیند تحلیل داده‌ها، ابتدا کلیه داده‌های حاصل از مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با کارآفرینان به صورت متن نوشتاری پیاده شدند. سپس کدگذاری^۲ باز انجام گرفت، بعد از آن مقولات فرعی^۳ استخراج شد. مقولات فرعی مشترک در قالب مقولات عمومی^۴ گروه‌بندی شدند و نهایتاً مقوله اصلی^۵ از مقولات عمومی شکل گرفت. این فرآیند انتزاع^۶، یعنی فرمول‌بندی توصیف کلی از موضوع تحقیق از طریق ایجاد مقولات، در قالب نمودار تجرید به نمایش درآمد و نهایتاً یافته‌ها گزارش شد.

یافته‌ها

برای این پژوهش، داده‌های حاصل از مصاحبه با ۱۶ کارآفرین دانش‌بنیان تثبیت‌شده تحلیل شد. جدول (۱) ویژگی‌های جمعیت‌شناختی کارآفرینانی را نشان می‌دهد که داده‌های حاصل از مصاحبه با آنها مورد تحلیل قرار گرفت. برای تشخیص سوگیری توهم کنترل در کارآفرینان، از آنها درمورد شیوه مواجهه با عدم قطعیت و همچنین عوامل خارج از کنترل همانند تحریم‌ها سؤال شد و وقتی افراد بر این باورند که می‌توانند بر رویدادها و عواملی که کاملاً در کنترل آنها نبوده و شانس و دیگر عوامل محیطی نیز نقش زیادی در آنها ایفا می‌کند، کنترل داشته باشند و نقش این عوامل را دست‌کم می‌گیرند، به‌عنوان کسانی که توهم کنترل دارند، شناسایی شد.

1. Creswell and Miller
2. Open coding
3. Sub-category
4. Generic category
5. Main category
6. Abstraction

پس از انجام مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با کارآفرینان و گردآوری داده‌ها، کدگذاری مصاحبه‌ها برای استخراج مفاهیم آغاز شد. در این مرحله، پژوهشگران ابتدا به شناسایی سوگیری توهم کنترل در تصمیمات کارآفرینان و سپس شناسایی عوامل اثرگذار بر پیدایش این سوگیری و نیز پیامدهای آن در تصمیمات کارآفرینان پرداختند.

جدول ۱. ویژگی‌های جمعیت‌شناختی کارآفرینان

مشخصه	تعداد	درصد
جنسیت	مرد	۱۳
	زن	۳
سن	کمتر از ۳۰	۴
	۳۰-۵۰	۷
تحصیلات	بیشتر از ۵۰	۵
	لیسانس	۹
	فوق‌لیسانس	۵
	دکتر	۲

عوامل اثرگذار بر شکل‌گیری توهم کنترل در تصمیمات کارآفرینان

در مرحله اول تحلیل، مهم‌ترین عوامل اثرگذار در شکل‌گیری توهم کنترل در تصمیمات کارآفرینان، شناسایی شد. داده‌ها سطر به سطر خوانده شد و کدگذاری باز و دسته‌بندی مقولات انجام گرفت. پس از تحلیل داده‌ها ۴ مقوله عمومی و ۱۱ مقوله فرعی به‌عنوان عوامل اثرگذار در شکل‌گیری توهم کنترل در تصمیمات کارآفرینان دانش‌بنیان شناسایی شدند که در نمودار تجرید آورده شده است (شکل ۱).

تجربه

تجربه، یکی از مهم‌ترین عوامل شکل‌گیری سوگیری توهم کنترل در تصمیمات کارآفرینان مصاحبه‌شده بود. در برخی موارد تجربه کارآفرین نتیجه فعالیت‌های کسب‌وکاری وی بود. برای نمونه، یکی از کارآفرینان مصاحبه‌شده در مورد یکی از تصمیمات خود چنین گفت:

" ابتدا به جمع‌آوری داده‌ها پرداختم. باتوجه به آخرین اخبار دست اولی که داشتم، می‌دانستم یک رقیب جدی وارد بازار شده است و بهتر است شتاب‌زده عمل نکنم، ولی به تجربه و توانایی خودم باور داشتم چون یکی دو مورد مشابه در چند سال گذشته پیش آمده. در نتیجه روند مشخص و شناخته شده بود و طبق برآورد شرایط کاملاً مناسب بود. الآن فکر می‌کنم این عوامل مختلف را دست کم گرفته بودم و بهتر بود چند ماه صبر می‌کردم." در برخی از موارد دیگر هم تجربه فرد کارآفرین ربطی به فعالیت‌های کسب‌وکاری وی نداشت و ناشی از سن و سال و پختگی وی بود. به‌عنوان مثال، یکی از کارآفرینان در مورد یکی از تصمیمات مهم کسب‌وکاری خود چنین گفت:

" یکی از مهم‌ترین درس‌هایی که زندگی به من داده این است که همیشه اولین تصمیمی که گرفتم درست است و بهتر است انجام دهم. در مجموع، در زندگی ام هم از این اصل پیروی می‌کنم. یک مورد پیش آمد که باتوجه به برخی مسائل پیش‌آمده برای کشاورزان باید سریع‌تر دست به کار می‌شدیم و تغییراتی در راهبرد موقتی خود می‌دادیم. ولی براساس همان اصلی که گفتم من تصمیم اولیه خود را دنبال کردم و به دلیل وجود دلالت‌ها و واسطه‌های زیادی که دخیل بودند، سررشته امور از دستم خارج شد."

خوش‌بینی زیاد

خوش‌بینی زیاد، دومین عامل مهمی بود که بر شکل‌گیری سوگیری توهم کنترل در تصمیمات کسب‌وکاری کارآفرینان اثرگذار بود. در پاره‌ای از موارد، خوش‌بینی نتیجه تصمیمات درست یا موفقیت‌های قبلی کارآفرینان در امور کسب‌وکاری بود. به‌عنوان مثال، یک نمونه از داده‌های کلامی کارآفرینان در این زمینه مرور می‌شود:

"در مورد توسعه محصول، امید زیادی داشتم و به توان شرکت‌م مطمئن بودم؛ چون تا اینجا خوب عمل کرده بودم. البته تحقیقات کافی هم کرده و منطقه‌ای را در استان البرز برای سرپل‌زدن و توزیع محصول انتخاب کرده بودم. متأسفانه یکی از رقبایمان رانت اطلاعاتی قوی داشت و ناچار به رقابت با وی بودم و من باینکه کمابیش در جریان این امر بودم اما آن را دست کم گرفتم و به آن منطقه ورود کردم. در آن مقطع زمانی، شکست سختی خوردم."

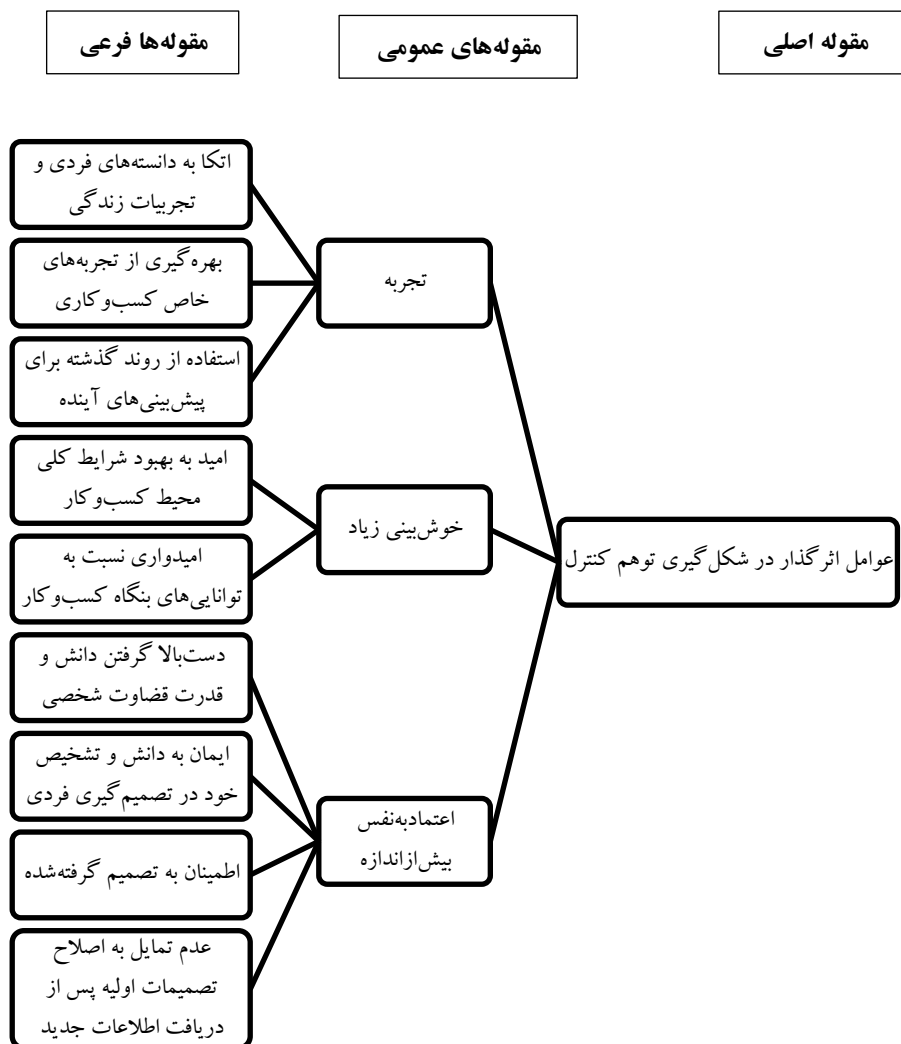
در دیگر موارد، خوش بینی یکی از ویژگی های ذاتی کارآفرینان بود که بر کلیه تصمیمات کسب و کاری و غیر کسب و کاری آنها اثرگذار بود. برای نمونه، یکی از کارآفرینان در این مورد چنین نتیجه گیری کرد:

"من آدمی هستم که با دید مثبت به مسائل نگاه می کنم و زود به افراد اعتماد می کنم و خودم هم وقتی به کسی قول دادم، سر حرفم می ایستم. یک مورد پیش آمد که یکی از آشنایان به من قول داد برای گرفتن وام به من کمک کند. من هم خیلی روی این قول حساب کردم ولی حالا به هر دلیلی نشد و تمام برنامه هایم به هم ریخت."

اعتماد به نفس بیش از اندازه

اعتماد به نفس بیش از اندازه به عنوان "دست بالا گرفتن دانش و معلومات فردی" (هافراگ، ۲۰۰۴) از دیگر عوامل اثرگذار بر شکل گیری سوگیری توهم کنترل بود. مصاحبه شوندگانی که در تصمیم یا تصمیماتی در برابر اعتماد به نفس بیش از اندازه آسیب پذیر بودند، با دست بالا گرفتن دانسته ها و معلومات خود اقدام به اتخاذ تصمیم کرده و نقش دیگر عوامل محیطی و به ویژه رقبا را دست کم و ناچیز برآورد می کردند. تصمیماتی که براساس اعتماد به نفس بیش از اندازه گرفته می شد، بیشتر بدون کمترین تردید و نگرانی و با اطمینان کامل اتخاذ و عملیاتی می شد. به عنوان نمونه، یکی از کارآفرینان در مورد یکی از تصمیمات کسب و کاری خود چنین گفت:

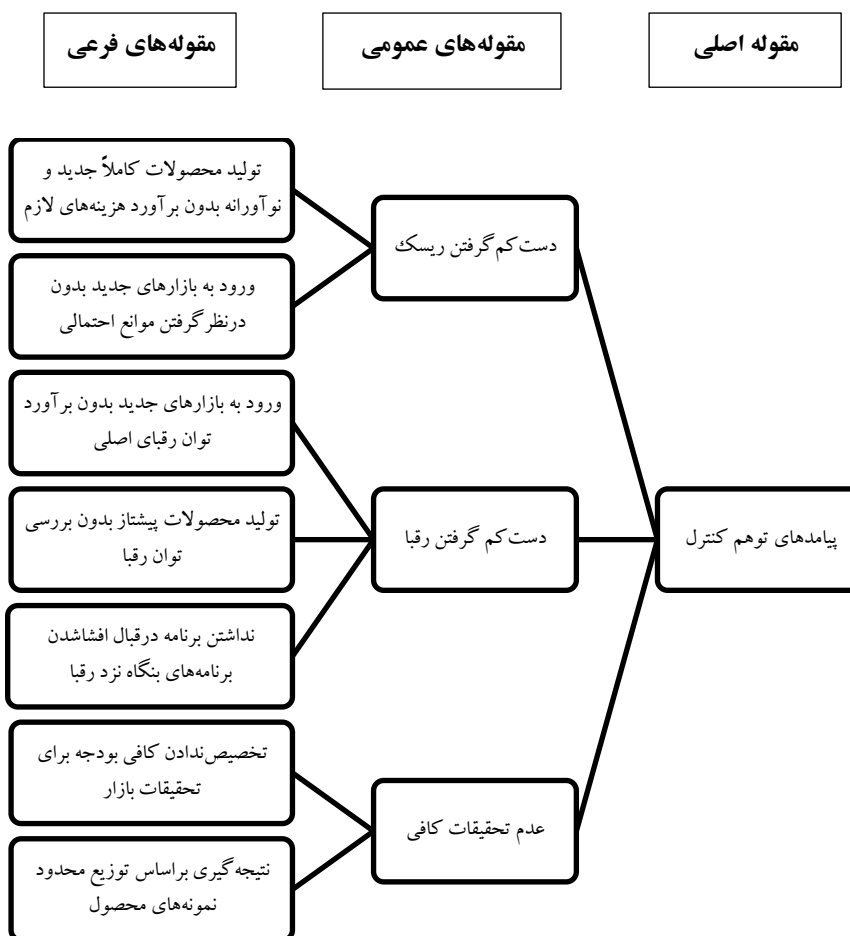
"تصمیم گیری در این مورد را براساس دانش خودم و غریزه و شهودم انجام دادم. طبق برآورد خودم تصمیم درستی بود و شرایط شرکت را خیلی تغییر می داد. نتیجه این شد که درازای تغییرات اندکی در محصول قیمت را هم بالا بردیم. متأسفانه بخشی از مشتریان را از دست دادیم، چون در آن حوزه ای که ما پوشش می دادیم، به دلیل خشکسالی دام زیادی تلف شد و قدرت خرید خیلی از مشتریانمان به شدت کاهش یافت. این مورد، دیگر از دست من خارج بود."



شکل ۱. نمودار تجزید عوامل اثرگذار در شکل‌گیری توهم کنترل

پیامدهای توهم کنترل در تصمیمات کارآفرینان

در مرحله دوم تحلیل، پژوهشگران به دنبال شناسایی پیامدهای توهم کنترل در تصمیم‌های کارآفرینان بودند. داده‌ها خوانده شد و کدگذاری باز و دسته‌بندی مقولات انجام گرفت. پس از تحلیل داده‌ها ۲ مقوله عمومی و ۵ مقوله فرعی به‌عنوان پیامدهای سوگیری توهم کنترل در تصمیمات کارآفرینان دانش‌بنیان شناسایی شدند که در نمودار تجزید آورده شده است (شکل ۲).



شکل ۲. نمودار تجزید پیامدهای توهم کنترل

دست کم گرفتن ریسک

دست کم گرفتن ریسک یکی از مهم‌ترین پیامدهای توهم کنترل در تصمیمات کارآفرینان بود. کارآفرینان بر اثر توهم کنترل بسیاری از ریسک‌های کسب‌وکاری در زمینه توسعه محصول یا ورود به بازارهای جدید را دست کم گرفتند. برای نمونه، یکی از کارآفرینان در این مورد چنین اظهارنظر کرد:

" با توجه به پیش‌زمینه‌ای که در این مورد داشتم، اقدام به تولید محصول ... کردم. چون بودجه کمی برای تبلیغات در آن مقطع داشتم و آن قسمت از بازار هم چندان با برند ما آشنا نبود، باید ریسک زیادی می‌کردم چون دیگر همه چیز دست ما نبود که البته این ریسک را هم کردم، همان‌طور که در موارد مشابه قبلاً داشتم. البته یک سری عوامل دیگر را نیز باید در نظر می‌گرفتم که در محاسبات اولیه لحاظ نکرده بودم. عواملی مانند توان خرید مشتریانم و یا هزینه بالای خرید و عملیاتی کردن آن. چند مورد هم محصولات مشابه خارجی با قیمت خیلی کم‌تر وارد شد که من تصورم را نمی‌کردم. خلاصه اینکه ریسک، کم کم خطرناک می‌شد."

دست کم گرفتن رقبا

دومین پیامد مهم توهم کنترل در تصمیمات کارآفرینان مصاحبه‌شده، دست کم گرفتن رقبا بود. بسیاری از کارآفرینان مورد مصاحبه به دلیل باورداشتن به مهارت‌های فردی خود در زمینه‌های مختلف کسب‌وکاری، شدت رقابت و توان رقبا را دست کم گرفتند. بنابر اظهارات یکی از کارآفرینان، چنین پیامدی با زیان مالی هنگفتی همراه بود:

" یکی از محصولاتمان را برای بخش خاصی از بازار طراحی کرده بودیم؛ یعنی عرضه به بخش‌های دیگر ممکن نبود. قبل از توزیع محصول، یکی دو نفر از مشاوران گفتند که در آن بخش رقبای مهمی وجود دارند و بهتر است، تدریجی وارد شویم. ولی من در آن شرایط بیش از اندازه روی قدرت پیش‌بینی خودم و توان چانه‌زنی‌ام تکیه کردم و تصمیم گرفتم وارد شوم. بعد که وارد شدم متوجه شدم، حداکثر ۵ درصد بازار برایم مانده و بقیه در قبضه رقباست. می‌دانستم رقبای سرسختی دارم، ولی قدرت آنها را دست کم گرفته بودیم. خیلی

ضرر کردم. تنها شانس‌ای که آوردم این بود که در بخش‌های دیگر مشتریان خودم را داشتم
"...

عدم تحقیقات کافی

عدم تحقیقات کافی به‌ویژه در مورد مسائل مربوط به بازار و رقبا و تصمیم‌گیری نه براساس آخرین و به‌روزترین داده‌ها، بلکه براساس اطلاعات قبلی و یا ذهنیت خود فرد کارآفرین و یا مشاوره‌گرفتن از دیگر افراد دیگر عامل شکل‌گیری سوگیری توهم کنترل در تصمیمات کارآفرینان بود. بسیاری از کارآفرینان مورد مصاحبه پیش از انجام تحقیقات کافی اقدام به عملیاتی کردن تصمیمات کسب‌وکاری خود کردند. به‌عنوان مثال، یکی از کارآفرینان چنین گفت: "سال گذشته در مورد یکی از محصولات باید هزینه زیادی را صرف تحقیقات می‌کردم، ولی در آن بازه زمانی بودجه و زمان لازم را نداشتم و براساس مشاوره‌ای که گرفتم و اطلاعاتی که داشتم، تصمیم‌گیری کردم. شرایط ۵۰-۵۰ بود و به‌دلیل تحریم‌ها، شرایط متغیر تأمین‌کننده‌ها و تلاطمی که آن زمان احساس می‌شد و به‌واقع وجود داشت، علاوه بر قدرت تصمیم‌گیری خودم و سابقه‌ای که در این زمینه داشتم، نیاز به شانس و اقبال هم داشتم. به‌رحال، بیش از اندازه روی توان شرکت حساب کردم و تصمیم اجرایی شد؛ اما متأسفانه در همان چند موردی که گفتم، بدشانسی آوردم."

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

پژوهش حاضر با هدف شناسایی مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر شکل‌گیری سوگیری توهم کنترل و پیامدهای این سوگیری در تصمیمات کارآفرینان انجام شد. براساس یافته‌های این پژوهش که داده‌هایش از راه مصاحبه با کارآفرینان تثبیت شده دانش‌بنیان گردآوری و به روش تحلیل محتوای کیفی تحلیل شدند، چهار عامل تجربه، خوش‌بینی زیاد، اعتماد به نفس بیش از اندازه و عدم تحقیقات کافی از مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر شکل‌گیری سوگیری توهم کنترل و نیز دو عامل دست‌کم‌گرفتن ریسک و دست‌کم‌گرفتن رقبا مهم‌ترین پیامدهای این سوگیری در تصمیمات کارآفرینان شناسایی شد.

یافته‌های این تحقیق با ادعای کاسوت^۱ که می‌گوید عوامل فردی به‌طور کلی مهم‌ترین عوامل مؤثر بر شکل‌گیری سوگیری‌های تصمیم‌گیری در کارآفرینان هستند (کوزت، ۲۰۱۴) همخوانی دارد و سه عامل از چهار عامل شناسایی شده، عوامل فردی هستند.

تجربه، اثرات دوگانه‌ای بر تصمیمات کارآفرینان دارد، از یک‌سو، اثرات بسیار مثبتی در افزایش سرعت و دقت تصمیم‌گیری در کارآفرینان دارد و از طرفی از مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر ایجاد سوگیری در تصمیمات آنهاست (شفرد و همکاران، ۲۰۱۵). این نتیجه‌گیری نیز در پژوهش حاضر تأیید شد و تجربه یکی از عوامل شکل‌گیری توهم کنترل در تصمیمات کارآفرینان است. خوش‌بینی از مهم‌ترین ویژگی‌های کارآفرینان بوده و خود در مواردی می‌تواند تبدیل به نوعی سوگیری در تصمیم‌گیری شود. خوش‌بینی در سابقه پژوهش‌های کارآفرینی بیش از هر چیز با سوگیری اعتمادبه‌نفس بیش‌ازاندازه مرتبط است ورموئول و کورسو^۲، (۲۰۱۰). براساس یافته‌های پژوهش حاضر، خوش‌بینی از عوامل فردی شکل‌گیری توهم کنترل در تصمیمات کارآفرینان است.

همچنین، اعتمادبه‌نفس زیاد از مهم‌ترین سوگیری‌های تصمیم‌گیری در کارآفرینان است که پیامدهای مثبت و منفی زیادی برای کسب‌وکارها دارد (Hayward et al, 2010). براساس یافته‌های پژوهش حاضر، یکی از مهم‌ترین پیامدهای سوگیری اعتمادبه‌نفس بیش‌ازاندازه برای کارآفرینان، تشدید سوگیری توهم کنترل است.

عامل عدم تحقیقات کافی، عامل جدیدی است که برای نخستین بار در پژوهش حاضر به‌عنوان یکی از عوامل اثرگذار بر شکل‌گیری توهم کنترل در تصمیمات کارآفرینان شناسایی شد. درمورد پیامدها، دست‌کم گرفتن ریسک (سایمون و همکاران، ۲۰۰۰) و نیز دست‌کم گرفتن واکنش رقبا (که و همکاران، ۲۰۰۲) از مهم‌ترین پیامدهای توهم کنترل در تصمیمات کارآفرینان است که هر دو در این پژوهش تأیید شدند.

کیفیت پایین تصمیم‌گیری، دیگر پیامد توهم کنترل در تصمیمات کارآفرینان برشمرده شده

1. Cossette
2. Vermeule and Curseu

است (کار و بلنتر، ۲۰۱۰) و باتوجه به اینکه کیفیت تصمیم‌گیری عبارت کلی بوده و نیاز به تعریف شاخص‌های یکسان و مشخصی دارد، در این پژوهش مورد بررسی قرار نگرفت. در ادامه مهم‌ترین پیشنهادها برای پژوهش‌های آتی ارائه خواهد شد.

جامعه آماری پژوهش حاضر را کارآفرینان تثبیت‌شده تشکیل می‌دادند. باتوجه به اینکه کارآفرینان نوپا سابقه کمی در اداره کسب‌وکار داشته و به دلیل گسترش ندادن سبک‌های تصمیم‌گیری آسیب‌پذیری زیادی در برابر سوگیری‌های تصمیم‌گیری دارند، جا دارد پژوهش‌های آتی به بررسی و شناسایی سوگیری‌های تصمیم‌گیری در تصمیمات کسب‌وکاری کارآفرینان نوپا بپردازند.

باتوجه به اینکه بخش عمده افراد مورد مطالعه در پژوهش حاضر را کارآفرینان مرد تشکیل می‌دادند، اثر جنسیت روی سوگیری توهم کنترل مورد بررسی قرار نگرفت. همچنین عوامل فردی دیگر مانند تحصیلات نیز مورد بررسی قرار نگرفتند. باتوجه به اهمیت عوامل فردی و جمعیت‌شناختی در شکل‌گیری سوگیری‌های تصمیم‌گیری، بهتر است پژوهش‌های آتی به بررسی اثرات این عوامل بر توهم کنترل بپردازند.

توهم کنترل، شباهت زیادی با دیگر سوگیری رایج در تصمیمات کارآفرینان، یعنی اعتماد به نفس بیش‌از اندازه دارد. اعتماد به نفس بیش‌از اندازه به عنوان دست‌بالا گرفتن دانش و معلومات فردی شناخته می‌شود در صورتی که توهم کنترل با دست‌بالا گرفتن توانایی‌های عملکردی خود در اداره امور سروکار دارد و بیشتر روی جنبه‌های عملی و اجرایی تأکید دارد. باتوجه به شباهت‌های این دو سوگیری و همچنین اهمیت زیاد آنها در تصمیمات کارآفرینان، بهتر است پژوهش‌های آینده به مطالعه بیشتر و بررسی عمیق‌تر این سوگیری‌ها در تصمیمات کارآفرینان بپردازند.

سوگیری‌های تصمیم‌گیری، ارتباط زیادی با هم داشته و اثرات یکدیگر را تقویت یا تضعیف می‌کنند. در پژوهش حاضر نیز خوش‌بینی زیاد و اعتماد به نفس بیش‌از اندازه به عنوان دو عامل از مهم‌ترین عوامل اثرگذار بر سوگیری توهم کنترل در تصمیمات کارآفرینان شناسایی شدند. جا دارد پژوهش‌های آتی به بررسی اثرات متقابل سوگیری توهم کنترل و دیگر سوگیری‌ها در تصمیمات کارآفرینان بپردازند.

توهم کنترل، یکی از سوگیری‌هایی است که پژوهشگران تنها روی پیامدهای منفی آن در تصمیمات کارآفرینان تمرکز داشته و برخلاف سوگیری‌هایی مانند اعتماد به نفس بیش از اندازه و یا تشدید تعهد، اثرات و پیامدهای مثبت احتمالی آن بررسی نشده است. پژوهش حاضر نشانه‌هایی از این اثرات مثبت احتمالی پیدا کرد که البته موضوع اصلی این پژوهش نبود. شناسایی پیامدهای مثبت احتمالی توهم کنترل در تصمیمات کارآفرینان می‌تواند موضوع پژوهشی خوبی برای پژوهش‌های آینده باشد.

یکی از مهم‌ترین موارد کاربردی در مورد توهم کنترل اثرات آن بر کیفیت تصمیم‌گیری افراد به‌طور کلی و کارآفرینان به‌طور خاص است. با توجه به تأکید صاحب‌نظران بر رابطه معکوس توهم کنترل با کیفیت تصمیم‌گیری کارآفرینان، بهتر است پژوهش‌های آینده به مطالعه این رابطه بپردازند.

منابع

- زالی، محمدرضا؛ رضوی، سیدمصطفی؛ یدالهی فارسی، جهانگیر و کردنائیج، اسداله (۱۳۹۱). شبکه اجتماعی کارآفرینان و شاخص‌های دیده‌بان جهانی کارآفرینی (GEM)، تهران، انتشارات مؤسسه کار و تأمین اجتماعی.
- نوری، پوریا؛ احمدی کافشانی، عبدالله و ایمانی‌پور، نرگس (۱۳۹۴). شناسایی موقعیت‌های مثبت اعتمادبه‌نفس بیش‌ازاندازه در کارآفرینان ایرانی. توسعه کارآفرینی، دوره هشتم، شماره یکم، ۱۰۱-۱۱۷.
- Baron, R. A. (1998). Cognitive mechanism in entrepreneurship: Why and when entrepreneurs think differently than other people. **Journal of Business Venturing**, 13, 275-294.
- Busenitz, L.W & Barney, J.B. (1997). Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: biases and heuristics in strategic decision-making. **Journal of Business Venturing**, 12, 9-30.
- Camerer, C. & Lovallo, D. (1999). Overconfidence and excess entry: An experimental approach. **American Economic Review**, 89(1), 306-318.
- Carr, J. C. & Blettner, D. P. (2010). Cognitive Control Bias and Decision-Making in Context: Implications for Entrepreneurial Founders of Small Firms. **Frontier of Entrepreneurship Research**, 30(6), 1-15.
- Cossette, (2014) Heuristics and cognitive biases in entrepreneurs: a review of the research. **Journal of Small Business & Entrepreneurship**, 27:5, 471-496, DOI: 10.1080/08276331.2015.1105732
- Creswell, J. W. (2008). **Educational research: Planning, conducting, and evaluating quantitative and qualitative research** (3rd ed.). Upper Saddle River, NJ: Merrill Prentice Hall.
- Creswell, J. W. & Miller, D. L. (2000). Determining Validity in Qualitative Inquiry, **Theory into Practice**, 39 (3): 124-130
- Das, T.K. & Teng, B-S. (1999), "Cognitive biases and strategic decision processes: an integrative perspective", **Journal of Management Studies**, Vol. 36 No. 6, pp. 757-79.
- 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.
- Elo, S. & Kyngäs, H. (2008). The qualitative content analysis process. **Journal of advanced nursing**, 62(1), 107-115.
- Forbes, D.P. (2005). Are some entrepreneurs more overconfident than others? **Journal of Business Venturing**, 20(5), 623-640.
- Gino, F., Sharek, Z. & Moore, D. A. (2011). Keeping the illusion of control under control: Ceilings, floors, and imperfect calibration. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**, 114, 104-114
- Gudmundsson, S. V. & Lechner, C. (2013). Cognitive biases, organization, and entrepreneurial firm survival. **European Management Journal**, 31(3), 278-294.
- Hayward, M.L., Forster, W.R., Sarasvathy, S.D. & Fredrickson, B.L. (2010). Beyond hubris: How highly confident entrepreneurs rebound to venture again. **Journal of Business Venturing**, 25(6), 569-578.

- Hoffrage, U. (2004). **Overconfidence**. In R. F. Pohl (Ed.), **Cognitive illusions: Fallacies and biases in thinking, judgement, and memory** (pp. 235–254). Hove, UK: Psychology Press.
- Hsieh, H. F. & Shannon, S. E. (2005). Three approaches to qualitative content analysis. **Qualitative health research**, 15(9), 1277-1288.
- 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.
- Langer, E. J. (1975). The illusion of control. **Journal of Personality and Social Psychology**, 32(2), 311–328.
- Meissner, P. & Marburg, P. (2013). Debiasing Illusion of Control: The Effect of Internal and External Advice Seeking. 2013 **Academy of Management Annual Meeting**, 1–39.
- Neuendorf, K. (2001). **The content analysis guidebook**. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Palich, L. E. & Bagby, D. R. (1995). Using cognitive theory to explain entrepreneurial risk-taking: Challenging conventional wisdom. **Journal of Business Venturing**, 10(6), 425–438.
- Presson, P. K. & Benassi, V. A. (1996). The illusion of control: A meta-analysis. **Journal of Social Behavior and Personality**, 11, 493–510.
- Schade, C. & Koellinger, P. (2007). **Heuristics, Biases, and the Behavior of Entrepreneurs**. In M. Minniti (Ed.), **Entrepreneurship: The Engine of Growth** (pp. 41–63). Westport: Praeger Publishers.
- Schreier, M. (2012). **Qualitative content analysis in practice**. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Shefrin, H. (2007). **Behavioral Corporate Finance. Decisions that Create Value**. McGraw-Hill/Irwin. New York.
- 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.
- Simon, M., Houghton, S. M. & Aquino, K. (2000). Cognitive biases, risk perception, and venture formation: How individuals decide to start companies. **Journal of Business Venturing**, 15(2), 113–134.
- Therin, F. (2007). **Handbook of Research on Techno-entrepreneurship**, Edward Elgar.
- Vermeulen, P. A. M. & Curseu, P. L. (2010). **Entrepreneurial strategic decision-making: A cognitive perspective**. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- 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.
- Zhang, S. X. & Cueto, J. (2017). The study of bias in entrepreneurship. **Entrepreneurship Theory and Practice**, 41(3): 419-454.