

تحلیل محتوای پژوهش‌های کارآفرینی در ایران

ابوالقاسم عربیون*، غلامحسین عبدالله‌زاده**، محمدشریف شریف‌زاده***

تاریخ دریافت: ۹۳/۰۶/۰۴

تاریخ پذیرش: ۹۴/۰۴/۱۸

چکیده

هدف پژوهش حاضر تحلیل محتوای پژوهش‌های کارآفرینی کشور است. جامعه‌ی آماری، تمام مقالات منتشر شده درباره‌ی کارآفرینی و کسب‌وکار کوچک را (به استثنای مقالات فصلنامه‌ی توسعه‌ی کارآفرینی دانشگاه تهران) تا پایان سال ۱۳۹۱ به تعداد ۱۸۹ مقاله را دربر گرفته است. تحلیل گرایش‌های پژوهشی نشان داد که بیشترین تعداد پژوهش‌ها در نشریه‌ی «تحقیقات اقتصاد و توسعه‌ی کشاورزی ایران» منتشر شده است و در بیشتر پژوهش‌ها، جنبه‌های روان‌شناختی و رفتاری کارآفرینی موضوع اصلی بوده است. از نظر الگوهای پژوهشی، در بیشتر پژوهش‌ها (۶۲/۹ درصد) از روش کمی استفاده شده است؛ فرد (۳۹/۱۵ درصد) و سازمان (۲۹/۶۳ درصد) به ترتیب سطح تحلیل غالب پژوهش‌ها کارآفرینی است و بیشتر مطالعات بر روی دانشجویان و دانش‌آموختگان (۱۸/۵۲ درصد) صورت گرفته است. به علاوه، بیشتر پژوهش‌ها از داده‌های مقطعی (۳۹/۶۸ درصد) با استفاده از ابزار پرسش‌نامه (۶۴/۰۲ درصد) استفاده کرده‌اند و استفاده از داده‌های طولی کمتر رایج است. همچنین ۱۵/۸۷ درصد پژوهش‌ها در استان تهران انجام شده است. بیشتر پژوهش‌ها توسط دو یا سه نویسنده (۵۵/۵۶ درصد) منتشر شده و ۳۵/۹۸ درصد پژوهش‌ها حداقل دارای یک نویسنده‌ی زن بودند. از منظر روند پژوهشی، نتایج نشان داد که پژوهش‌های کارآفرینی در ایران روندی افزایشی داشته و از سال ۱۳۸۶ به بعد دارای رشد چشم‌گیری بوده است.

کلیدواژه‌ها: کارآفرینی؛ کسب‌وکار کوچک؛ پژوهش‌های کارآفرینی؛ تحلیل محتوا.

Arabiun@ut.ac.ir

*. دانشیار، دانشکده‌ی کارآفرینی، دانشگاه تهران

** نویسنده‌ی مسئول: استادیار، دانشکده‌ی مدیریت کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان

Abdollahzade1@yahoo.com

*** دانشیار، دانشکده‌ی مدیریت کشاورزی، دانشگاه علوم کشاورزی و منابع طبیعی گرگان

Sharifsharifzadeh@gmail.com

مقدمه

پژوهش همواره موجبات گسترش مرزهای دانش در حوزه‌های علمی و تکامل هر منظومه‌ی علمی همانند کارآفرینی را فراهم می‌سازد. پژوهش‌های کارآفرینی که قدمتی نزدیک به چهل سال دارند، اکنون به‌عنوان یک حوزه‌ی علمی مهم در بین پژوهشگران زیادی مطرح هستند (لندستروم و همکاران^۱، ۲۰۱۲). طی این سال‌ها، پژوهش‌های کارآفرینی رشد قابل توجهی را گذرانده‌اند و در حال حاضر، علاوه بر پژوهشگران منفردی که در زمینه‌ی کسب و کارهای کوچک مشغول پژوهش هستند، مؤسسات، بخش‌ها و بنیادهایی نیز برای بالابردن پژوهش در شرکت‌های جدید و با فناوری بالا نیز شکل گرفته که روند پژوهش‌ها را به‌صورت حرفه‌ای به پیش می‌برند (آلدریچ^۲، ۲۰۱۲). طی این دهه‌ها، همزمان با افزایش توجه به پژوهش‌های کارآفرینی، رشد تعداد پژوهشگران، تعداد مقالات منتشر شده، تعداد کنفرانس‌ها و مجلات علمی متمرکز بر کارآفرینی نیز اتفاق افتاد. اینها، به پراکندگی زیاد پژوهش‌ها و موضوعات پژوهشی منجر شد که بیشتر ناشی از عدم درک یکسان از مفهوم کارآفرینی و دیدگاه متفاوت پژوهشگران بود (برازیل و هربرت^۳، ۱۹۹۹). از طرفی، پژوهش‌های علمی که مبتنی بر روش‌شناسی‌های مقتضی و متناسب با موضوع و ماهیت کارآفرینی انجام شده است، یکی از مؤلفه‌های اساسی شکل‌گیری و تکامل منظومه‌ی علمی کارآفرینی بوده است. باید توجه داشت که توسعه‌ی علمی یک منظومه‌ی دانشگاهی همانند کارآفرینی، نیازمند توسعه‌ی بنیان‌های نظری، تبیین و تدوین چارچوب‌های مفهومی و الگوهای تجربی و بهره‌گیری از روش‌شناسی‌های پژوهش علمی مقتضی است تا از رهگذر آن، سنت و هنجارها، بنیان‌ها، فرایندها، پیشرفت‌ها، قابلیت‌ها، ضعف‌ها و مرزهای آن نهادینه شود (بوسینیتز و همکاران^۴، ۲۰۰۳؛ آلدریچ، ۲۰۱۲). بی‌تردید رسیدن به مشروعیت علمی و نهادینه‌شدن آکادمیک^۵ کارآفرینی، نیازمند توسعه و بهره‌گیری از بنیان‌های نظری و مفهومی، روش‌شناسی‌های مقتضی و معتبر و تبیین مستمر حیطه‌های موضوعی پالایش‌یافته است (محمدی الیاسی، ۱۳۸۷). بنابراین از پژوهشگران حوزه کارآفرینی انتظار می‌رود تا با بهره‌گیری از

1. Landstrom et al
2. Aldrich
3. Brazeal & Herbert
4. Busenitz et al.
5. Scientific Legitimacy and Academic Institutionalization

روش‌شناسی‌های مقتضی و چارچوب‌های مشروع علمی در مسیر توسعه دانش در این حوزه گام بردارند. در ایران نیز پژوهش‌های کارآفرینی ابتدا از حوزه مدیریت برخاست و به تدریج در بین گروه‌های مختلف دانشگاهی، پژوهشگران و نهادهای علمی متعددی رواج یافت. امروزه، کارآفرینی حوزه‌ای است که پژوهشگران آن را به‌عنوان یک رشته‌ی مستقل مورد بررسی قرار می‌دهند (ساراسواتی^۱، ۲۰۰۳)؛ بنابراین، باید به‌صورتی نظام‌مند، پژوهش‌های این حوزه را بررسی کرد تا درک درستی از دست‌آوردهای آن، و همچنین نیازهای پژوهشی آینده به‌دست آید. پژوهش حاضر، در پی آن است که با تحلیل محتوای مقالات منتشر شده در نشریات تخصصی کشور در سال‌های اخیر (سال‌های ۱۳۷۸ تا ۱۳۹۱) وضعیت پژوهش‌های کارآفرینی را از منظر موضوعات کلیدی و روش پژوهش مورد بررسی قرار دهد. به این منظور، پاسخ به سؤالات زیر مورد نظر است:

۱. موضوعات پژوهشی مقالات کارآفرینی در مجلات علمی ایران چیست؟ ۲. مشارکت مجلات پژوهشی در مقالات کارآفرینی ایران چگونه است؟ ۳. چه روش‌های پژوهشی در مقالات کارآفرینی استفاده می‌شود؟ ۴. سطوح تحلیل در مقالات کارآفرینی چگونه طبقه‌بندی می‌شود؟ ۵. نوع گردآوری اطلاعات در مقالات کارآفرینی چگونه است؟ ۶. منبع داده‌ها در مقالات کارآفرینی از نظر زمانی و همچنین از نظر نوع ابزار گردآوری داده‌ها کدام است؟ ۷. توزیع جغرافیایی و مکان انجام پژوهش‌های کارآفرینی چگونه است؟ ۸. روند چاپ مقالات کارآفرینی براساس دوره‌های زمانی مختلف چگونه است؟ ۹. در مقالات کارآفرینی، مشارکت پژوهشی برحسب تعداد نویسندگان و جنسیت آنها چگونه است؟

پیشینه‌ی پژوهش

در اواخر دهه‌ی ۱۹۸۰، تعدادی مطالعه مروری به‌منظور خلاصه‌سازی موفقیت‌های به‌دست‌آمده از پژوهش انجام شده در طول این دهه، صورت گرفت (چرچیل و لویس^۲، ۱۹۸۶)؛ آلدریچ، (۱۹۹۲). این بررسی‌ها نشان داد که حوزه‌ی کارآفرینی، حوزه‌ای جوان و پدیده‌ای پیچیده

1. Sarasvathy
2. Churchill & Lewis

است و پژوهش‌های آن بیشتر ماهیت اکتشافی دارد و تمرکز آنها بر توصیف و فراهم‌سازی دیدگاه‌های کلی این پدیده است (چرچیل و لوییس، ۱۹۸۶). در طول دهه‌ی ۱۹۹۰ تغییر موضوعات از مطالعه‌ی ویژگی‌های فردی شخصی و نگرشی کارآفرینان به جنبه‌های فرایندی و زمینه‌ای کارآفرینی اتفاق افتاد که می‌توان آن را یک تغییر نظام‌مند پژوهش‌های کارآفرینی تلقی کرد. کار پیشگام گارتنر^۱ (۱۹۸۸) با عنوان «چه کسی کارآفرین است» که چگونگی ایجاد سازمان‌های جدید را مورد بحث قرار داد، قابل نام بردن است (گارتنر، ۱۹۸۸). داویدسون و همکاران^۲ (۲۰۰۱) بیان کردند که تمرکز پژوهش‌ها، از ویژگی‌های روان‌شناختی کارآفرینان به موضوعاتی با جنبه‌های شناختی و رفتاری کارآفرینان تغییر کرده است و تأکید بر زمینه و فرایند کارآفرینی (به‌ویژه چگونگی پیدایش فعالیت‌های کارآفرینانه‌ی جدید) و توسعه‌ی نظری و مفهومی قرار گرفته است. دیویدسون و ویکلاندر^۳ (۲۰۰۱) تا حدودی به اصلاح این رویه پرداختند و طیف وسیعی از تغییرات را که بیانگر پیشرفت پژوهش‌های کارآفرینی و کسب و کار کوچک بود، نشان دادند. تغییر از رهیافت ویژگی‌های روان‌شناختی به کاربرد نظریه‌های جدید روان‌شناسی؛ هجوم رهیافت‌های نظریه‌محور، تغییر توجه به بنگاه‌های کوچک مستقل، بیانگر این است که پیشرفت‌های مهمی در حوزه‌ی نظری نیز صورت گرفته است. تأکید از ویژگی‌های فردی و قصد کارآفرینانه به تمرکز بیشتر بر عمل کارآفرینانه و دست‌آوردها و پی‌آمدهای آن تغییر کرده است. همچنین آلدریچ (۲۰۰۰) با مقایسه‌ی پژوهش‌های کارآفرینی در برخی کشورها، بیان می‌کند که پژوهش‌های کارآفرینی و کسب و کار کوچک، در بیشتر کشورها دارای جهت‌گیری قوی برای سیاست‌گذاری است و از نظر تاریخی، این پژوهش‌ها بیشتر توصیفی است تا اکتشافی و مبتنی بر آزمون فرضیه‌ها می‌باشد؛ هر چند تغییراتی در این زمینه در حال وقوع است. از نظر تجربی، دهه‌ی ۱۹۹۰ نه تنها موجب افزایش آگاهی در مورد چگونگی به‌کارگیری دانش و علم شبکه‌ها و منابع برای شروع یک کسب و کار جدید از سوی کارآفرینان شد، بلکه طبقه‌بندی دقیقی از نیروهای محیطی در سطوح مختلف تحلیل (جمعیت، جامعه و نمونه) را نیز فراهم کرد. تحلیل‌های انجام شده در دهه‌ی ۲۰۰۰ نیز حاکی از انسجام و تخصص‌گرایی بیشتر در پژوهش‌های کارآفرینی و

1. Gartner
2. Davidsson, Low & Wright
3. Davidsson & Wiklund

کسب و کار کوچک بود (لندستروم و همکاران، ۲۰۱۲؛ آلدریچ، ۲۰۱۲). پژوهش‌های مربوط به کسب و کار خانوادگی، نوآوری، فناوری و سیاست، از محورهای تخصصی مورد تأکید در این دوره بوده است (تکسیرا^۱، ۲۰۱۱). در ادامه، جزئیات مطالعات انجام شده در مورد پژوهش‌های کارآفرینی و کسب و کار کوچک مورد بررسی قرار می‌گیرند.

در نخستین مطالعه‌ی مهم از نوع تحلیل پژوهش‌های کارآفرینی، پائولین و همکاران^۲ (۱۹۸۲) تعداد ۸۱ مورد از مطالعات انجام شده را بررسی کردند. این بررسی، نشان داد که ۸۰ درصد پژوهش‌ها استقرایی است و در ۶۴ درصد از پژوهش‌ها، راهبرد نمونه پیمایشی انتخاب شده بود. تنها در تعداد معدودی از مقالات، مطالعات میدانی و طولی صورت گرفته بود. به لحاظ طرح پژوهش، ۵۲ درصد از پژوهش‌ها توصیفی و ۱۵ درصد بدون روش‌شناسی غیرتجربی بوده است. در گردآوری داده‌ها، ۳۵ درصد از طریق پرسش‌نامه، ۴۸ درصد از شیوه‌ی مصاحبه، ۵ درصد به صورت مشاهده و ۱۲ درصد از تعمق^۳ استفاده شده بود. (به نقل از: احمدپورداریانی، ۱۳۸۴). چرچیل و لوییس (۱۹۸۶) نیز تعداد ۲۸۹ مورد خلاصه‌مقالات از ۱۰ نشریه را همراه با مقالات ارایه‌شده در چهار دوره کنفرانس بین‌المللی دانشکده‌ی بابسون (۱۹۸۱ تا ۱۹۸۴) و همچنین مقالات ارایه‌شده در کنفرانس هاروارد در سال ۱۹۸۳ را که شامل ۱۵۰ مقاله‌ی پژوهشی بود بررسی کردند و همچون پائولین نتیجه گرفتند که مطالعات مربوط به کارآفرینی در مراحل آغازین است و هنوز تعریف فراگیر و مورد توافقی درخصوص کارآفرینی ارایه نشده است. به علاوه، آنها بیان کردند که هنوز هم تأکید اصلی در پژوهش‌ها بر نظریه‌های استقرایی است و مطالعات موردی حاکمیت بافت تاریخی را بر پژوهش‌ها به دنبال داشته است (چرچیل و لوییس، ۱۹۸۶). آلدریچ (۱۹۹۲) به بررسی جامع‌تری نسبت به پژوهشگران پیشین پرداخت و ۱۴۱ مقاله‌ی ارایه‌شده در کنفرانس‌های سالانه‌ی دانشکده‌ی بابسون و ۱۸۱ مقاله‌ی ارایه‌شده در مجلات تخصصی را از جنبه‌های روش پژوهش، حوزه‌ی مطالعاتی طرح پژوهش و فنون تحلیلی مورد بررسی قرار داد. نتایج نشان داد که در کنفرانس‌های دانشکده‌ی بابسون، مطالعات استقرایی کمتر مود توجه قرار گرفته و بیشتر، پژوهش‌های پیمایشی متداول بوده است؛ همچنین مطالعات طولی طی این دوره افزایش یافته است.

1. Teixeira

2. Paulin et al.

3. Contemplation

در مجلات گروه اول نیز، بیشتر مقالات از روش پیمایشی استفاده کرده بودند؛ اما در مجلات گروه دوم، اغلب مطالعات به صورت موردی یا استقرایی صورت گرفته است. همچنین شیوه‌های آماری پیشرفته نیز مورد استفاده پژوهشگران قرار نگرفته است. همچنین پنج حوزه‌ی مطالعاتی شامل: شخصیت کارآفرین، ویژگی تعمیم‌پذیری نتایج، مطالعات طولی، جهانی بودن و مطالعات خارج از امریکا را شناسایی و دسته‌بندی کردند (آلدریچ، ۱۹۹۲).

هریسون و لیچ^۱ (۱۹۹۶) نشان دادند که پژوهش‌های کارآفرینی در نشریات مدیریت در بین سال‌های ۱۹۸۷ تا ۱۹۹۳ درصد کمی از کل پژوهش‌ها را شکل می‌دهد و بیشتر پژوهش‌ها در نشریات تخصصی مربوط به کارآفرینی و کسب و کار کوچک منتشر می‌شوند. آلدریچ و بیکر (۱۹۹۷) با مقایسه‌ی پژوهش‌های منتشر شده‌ی مدیریت و کارآفرینی از سال ۱۹۹۰ تا ۱۹۹۵ نتیجه می‌گیرند که پیشرفت محدودی در توسعه‌ی پارادیم پژوهش‌های کارآفرینی صورت گرفته است. نه تنها هیچ پارادیم یک‌پارچه‌ی مورد توافقی وجود ندارد، بلکه دیدگاه در این زمینه نیز به‌سوی همگرایی نمی‌رود. مطالعات کارآفرینی، بیشتر به سمت پیچیدگی در چارچوب‌های نمونه‌گیری، توسعه‌ی فرضیه، تحلیل‌های آماری و تحلیل‌های طولی پویا دارند. چنדרلر و لیون^۲ (۲۰۰۱) ۴۱۶ مقاله‌ی تجربی در مجلات کارآفرینی و کسب و کار کوچک منتشر شده طی سال‌های ۱۹۸۹ تا ۱۹۹۹ را مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان داد که فقط ۱۸ درصد این پژوهش‌ها به روش کیفی انجام شده بود، ۷ درصد نیز طولی بودند و ۱۹۵ مقاله، داده‌های دست اول را به کار بردند. ۳۹۵ مقاله، تحلیل‌های چندمتغیره‌ی آماری را به کار برده بودند: ۷۸ درصد (از ۳۹۵) تحلیل عاملی، خوشه‌ای، تشخیصی، همبستگی و رگرسیون، ۹ درصد تحلیل واریانس، ۷ درصد رگرسیون لجستیک، ۱۳ درصد آزمون مقایسه‌ای تی و ۱۰ درصد نیز تحلیل‌های آمار ناپارامتری را به کار بردند. به‌طور کلی، نتایج، حاکی از روند استفاده‌ی بیشتر از تحلیل‌های پیچیده و روش‌های آماری در پژوهش و همچنین آگاهی بیشتر از مشکل روایی و پایایی بود. یوسباساران و همکاران^۳ (۲۰۰۱) ایده‌های ششگانه‌ی پژوهش‌های کارآفرینی را دسته‌بندی و تحلیل کردند. اینها شامل: ۱. پیش‌نیازهای نظری برای پژوهش کارآفرینی ۲. انواع کارآفرین ۳. فرایند کارآفرینی ۴. انواع و

1. Harrison & Leitch
2. Chandler & Lyon
3. Ucbasaran

اشکال سازمان‌ها (محیط درونی شامل سه مورد قبلی) ۵. محیط بیرونی پژوهش کارآفرینی و ۶. پی‌آمدها و اثرات کارآفرینی بود. آنها نتیجه گرفتند که توجه بیشتر باید برای فهم رفتار انواع مختلف کارآفرینان (کارآفرینان در حال ظهور، سریالی، نوآور) و اشکال مختلف سازمانی (کسب و کارهای مخاطره‌پذیر شرکتی، فرانسیز، بنگاه‌های خانوادگی موروثی) کارآفرینی صورت گیرد.

از طرفی گریگور و همکاران^۱ (۲۰۰۲) پیشرفت پژوهش‌های کارآفرینی را مورد پرسش قرار دادند. آنها در تحلیل ۱۰۴ مقاله‌ی تجربی در شش مجله‌ی مدیریت بین سال‌های ۱۹۸۵ تا ۲۰۰۱، بیان کردند که حوزه‌ی کارآفرینی به سمت همگرایی بیشتر در روش‌های شناخته‌شده، اتکای بیشتر به داده‌های دست‌دوم و فنون تحلیلی، رگرسیون و اقتصادسنجی حرکت می‌کند که نمی‌تواند نشانه‌ای از پیشرفت در روش‌های پژوهش کارآفرینی باشد. بوسنیتز و همکاران (۲۰۰۳) در خصوص اهمیت پژوهش‌های فزاینده‌ی کارآفرینی، ۳۳۲۹ مقاله‌ی منتشره در هفت مجله‌ی معتبر جهانی مدیریت و همچنین سه مجله‌ی معتبر جهانی کارآفرینی در طول ۱۹۹۹-۱۹۸۵ را مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان داد که فقط ۹۷ مقاله (۱/۸ درصد) به موضوع کارآفرینی مربوط می‌شوند. با وجود این، مقالات تجربی، بیشتر در مجلات مدیریت منتشر می‌شد که سهم مقالات نظری در آن اندک بود و مقالات تجربی نیز از کیفیت مناسبی برخوردار نبودند. همچنین در دوره‌ی مورد بررسی، پژوهش‌های کارآفرینی بر افراد کارآفرین، فرصت‌های کارآفرینانه، حالت‌های سازمان‌دهی کارآفرینی و محیط شکل‌گیری کارآفرینی متمرکز بوده است. ریچترمه‌یر^۲ (۲۰۰۳) با بررسی ۷۷ چکیده‌ی مقالات منتشر شده در مجلات علمی، به شناسایی مجموعه‌ای از گرایش‌ها و موضوعات پژوهشی در حوزه‌ی کارآفرینی پرداخت. مک‌الوی^۳ (۲۰۰۵) در تلاش برای تعیین روند روش‌شناختی و نظری و گرایش‌های پژوهشی کارآفرینی به تحلیل مقالات منتشر شده در مجله‌ی بین‌المللی کارآفرینی و نوآوری در سال‌های ۱۹۹۹ تا ۲۰۰۳ پرداخت. نتایج، بیانگر غلبه‌ی پژوهش‌های کمی در مقایسه با پژوهش‌های کیفی و همچنین وجود برخی ملاحظات سیاسی در بین مقالات مورد بررسی بود. در یک تحلیل جامع، لندستروم (۲۰۰۵) به مقایسه‌ی

1. Gregoire et al.
2. Richtermeyer
3. McElwee

پژوهش‌های کارآفرینی در آمریکا، اروپا و استرالیا پرداخت و بیان کرد که تفاوت‌های قابل توجهی بین پژوهش‌ها در استرالیا و اروپا با پژوهش‌های انجام شده در آمریکا از منظر روش پژوهش، موضوع و جامعه‌ی آماری وجود دارد. تعداد فراوان مقالات منتشر شده در حوزه‌ی کارآفرینی، باعث شد که ایرلند و همکاران^۱ (۲۰۰۵) به تحلیل محتوا و بررسی مقالات کارآفرینی در آکادمی مجله‌ی مدیریت^۲ از سال ۱۹۶۳ تا ۲۰۰۰ بپردازند، که نتایج پژوهش، معرف روند افزایش تولید پژوهش‌های کارآفرینی در مجله‌ی مورد بررسی بود. به علاوه، موضوعات مربوط به کسب و کارهای کوچک، جدید و مخاطره‌پذیر، کارآفرینی بین‌المللی، نهادی، شرکتی و مطالعه بر افراد کارآفرین رو به افزایش است. دین و همکاران^۳ (۲۰۰۷) ۳۵۴ مقاله‌ی کارآفرینی از دو مجله‌ی *Journal of Business Venturing* و *Entrepreneurship, Theory and Practice* را تحلیل کردند. اگرچه بیشتر مطالعات اولیه مقطعی بوده (۸۶ درصد) و مطالعات طولی کمتر (۱۴ درصد) استفاده شده است، اما با گذشت زمان، مطالعات طولی روندی افزایشی را طی کرده است. همچنین روش پژوهش کیفی (۶۰ درصد) نسبت به کمی (۴۰ درصد) و سطح تحلیل سازمانی (۶۰ درصد) نسبت به فردی (۳۱ درصد) در این مطالعات غالب بوده است.

مولن و همکاران^۴ (۲۰۰۹) به بررسی مباحث مربوط به روش‌های پژوهش کارآفرینی ۴۷۸ مقاله در سه مجله‌ی علمی تخصصی کلیدی کارآفرینی طی سال‌های ۲۰۰۱-۲۰۰۸ پرداختند. نتایج نشان داد که ۵۷ درصد مطالعات، داده‌های مورد نیاز خود را از داده‌های اولیه (پیمایش ۵۴ درصد و تجربه ۳ درصد) و ۳۲ درصد از داده‌های ثانویه استفاده کردند. ۴۵ درصد، به بررسی یک صنعت پرداخته و ۹۰ درصد مطالعات کیفی و ۱۰ درصد کمی بودند. به طور کلی نتایج نشان داد که تمایل به استفاده از روش‌های قوی‌تر و پیچیده‌تر در بین پژوهشگران وجود دارد و به همین دلیل استفاده از رگرسیون، معادلات ساختاری و تحلیل‌های چندمتغیره در حال افزایش است. کیپ و گاسمن^۵ (۲۰۰۹) به بررسی و مرور روند گذشته و آینده‌ی پژوهش‌های کارآفرینی بین‌المللی پرداختند و این حوزه را که نیازمند توسعه‌ی نظری بیشتر است، تحلیل کردند. آنها با تحلیل ۱۷۹

1. Ireland et al.
2. Academy of Management Journal (AMJ)
3. Dean et al.
4. Mullen et al.
5. Keupp & Gassmann

مقاله‌ی منتشر شده در ۱۶ مجله طی ۱۴ سال یک چارچوب منسجم برای تحلیل وضعیت پژوهش‌های کارآفرینی بین‌المللی را توسعه دادند. نویسندگان توانستند عدم انسجام نظری، پیش‌بینی‌های متناقض و شکاف دانش را - به‌عنوان مانعی برای توسعه‌ی پژوهش‌های کارآفرینی بین‌المللی - شناسایی کنند. کروک و همکاران^۱ (۲۰۱۰) نیز با تحلیل ۱۸۲ مقاله از ۸ مجله‌ی مربوط به کارآفرینی طی سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۷ نتیجه گرفتند که سطح تحلیل سازمان (۵۸ درصد) نسبت به فرد (۲۶ درصد)، داده‌های اولیه (پیمایش ۵۱ درصد، مصاحبه ۳ درصد، تجربه ۳ درصد) نسبت به داده‌های ثانویه (۴۸ درصد)، مطالعات مقطعی (۶۴ درصد) نسبت به طولی (۳۱ درصد) در پژوهش‌های کارآفرینی غالب بوده است. همچنین روند مطالعات طولی رو به افزایش بوده است و با افزایش پیچیدگی مدل‌ها و سازه‌های مورد استفاده، طرح پژوهش و روش‌های اندازه‌گیری متغیرها نیز بهبود یافته است. همچنین، کیس^۲ و همکاران (۲۰۱۲) در تحلیل ۸۸ مقاله‌ی منتشر شده‌ی مربوط به کارآفرینی بین‌المللی در اقتصادهای در حال ظهور نتیجه گرفتند که هر چند این‌گونه پژوهش‌ها در آغاز محدود و از نظر پوشش جغرافیایی بسیار نامتوازن و تا حدی پراکنده بودند، اما روند چنین پژوهش‌هایی در حال افزایش است.

در ایران، هر چند تحقیقات مختلفی درخصوص تحلیل محتوا انجام شده است، اما کمتر بر تحلیل محتوای پژوهش‌های کارآفرینی تمرکز شده است. یکی از نخستین پژوهش‌ها در زمینه‌ی تحلیل محتوای پژوهش‌های کارآفرینی، توسط وکیلی و انصاری (۱۳۹۰) صورت گرفت. این پژوهش، به تحلیل محتوای مقالات منتشر شده در نشریه‌ی توسعه‌ی کارآفرینی (۹۲ مقاله) تا سال ۱۳۹۰ پرداخت. یافته‌ها نشان داد که موضوعات کارآفرینی سازمانی و ایجاد یا توسعه‌ی کسب‌وکار دارای بیشترین فراوانی بودند. همچنین ۶۶ درصد از مطالعات از روش کمی، ۱۳ درصد از روش کیفی و ۱۶ درصد از روش آمیخته استفاده کرده‌اند. بیشتر پژوهش‌ها، برای درک پدیده‌های کارآفرینانه از یک سطح تحلیل استفاده کردند و فرد و سازمان سطح تحلیل غالب در مطالعات است. همچنین بیشتر پژوهش‌ها از یک منبع داده‌ی دست اول استفاده کردند و پیمایش پرسش‌نامه‌ای در بین کارآفرینان یا مؤسسان کسب‌وکار غالب‌ترین روش گردآوری داده‌ها بود.

1. Crook et al.
2. Kiss

بنابراین، داده‌ها به شکل مقطعی گردآوری شده و مطالعات طولی مد نظر قرار نگرفت. پژوهش حاضر، به تحلیل محتوای مقالات کلیه نشریات و مجلات علمی کشور تمرکز می‌کند؛ در حالی که پژوهش و کیلی و انصاری فقط بر فصلنامه‌ی توسعه‌ی کارآفرینی - که نشریه‌ای تخصصی در این حوزه است - تمرکز کرده است. به علاوه، پژوهش حاضر، محورهایی مانند: روند پژوهشی، تعداد نویسندگان، مشارکت پژوهشی زنان را پوشش می‌دهد که در پژوهش این نویسندگان مورد توجه قرار نگرفته است.

روش پژوهش

طرح پژوهش حاضر از نوع کیفی و مبتنی بر تحلیل محتوا است و از رویکرد توصیفی تحلیلی برای توصیف و ارزیابی محتوای مقالات جامعه‌ی هدف استفاده شده است. جامعه‌ی آماری این پژوهش تمام مقالات منتشر شده درباره‌ی کارآفرینی و کسب و کار کوچک را در نشریات علمی تخصصی کشور (به استثنای مقالات فصلنامه‌ی توسعه‌ی کارآفرینی دانشگاه تهران) تا پایان سال ۱۳۹۱ به تعداد ۱۸۹ مقاله دربر می‌گیرد. برای تعیین جامعه‌ی پژوهش، با مراجعه به سایت‌های پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی^۱ و بانک اطلاعات نشریات کشور^۲ و دانشگاه‌ها و سازمان‌های مربوط، نشریات هدف شناسایی و انتخاب شدند (جدول ۱). در این پژوهش، نمونه‌گیری انجام نشد و تمام جامعه‌ی مورد بررسی قرار گرفت. برای گردآوری داده‌ها، فهرستی طراحی شد که شامل دو بخش؛ اطلاعات کلی مقالات و نشریات و واژه‌های مرتبط با کارآفرینی و کسب و کار در مقالات مورد نظر بود. به این منظور، واژه‌های مورد نظر در سرعنوان‌های موضوعی فارسی، سایت‌های گفته شده جست‌وجو و مستند شدند و سپس تکرارهای آنها شناسایی و حذف شدند. همچنین برای کاهش خطا و افزایش اعتبار نتایج پژوهش، تحلیل محتوای مقالات توسط سه پژوهشگر انجام شد به این ترتیب، خطاهای صورت گرفته در هر مرحله از پژوهش شناسایی و حذف شدند. برای تجزیه و تحلیل نتایج پژوهش نیز از آمار توصیفی فراوانی و درصد استفاده شده است. با مرور تحقیقات داخلی (زکی، ۱۳۸۵؛ ۱۳۸۷ و ۱۳۹۱؛ و کیلی و انصاری،

1. www.SID.ir
2. www.magiran.com

۱۳۹۰) و خارجی (ریچترمه‌یر، ۲۰۰۳؛ مک‌الوی و آرتون^۱، ۲۰۰۵؛ آیرلند و همکاران، ۲۰۰۵ و ۲۰۰۷؛ دین و همکاران، ۲۰۰۷؛ کیپ و گاسمن، ۲۰۰۹ و کروک و همکاران، ۲۰۰۹) تأکید پژوهش حاضر به سه موضوع: الگوهای پژوهشی، روند پژوهشی و گرایش‌های پژوهشی به این شرح خواهد بود: الف- گرایش‌های پژوهشی، دربردارنده‌ی: نشریات مورد بررسی و موضوعات منتخب ب- الگوهای پژوهشی، دربردارنده‌ی: روش پژوهش، سطح تحلیل، نوع گردآوری داده‌ها، منبع داده‌ها، توزیع جغرافیایی، تعداد نویسندگان و مشارکت پژوهشی زنان ج- روند پژوهشی که ناظر بر سال چاپ مقاله بود.

یافته‌ها

با توجه به سه موضوع کلی گرایش‌های پژوهشی، الگوهای پژوهشی و روند پژوهشی، نتایج پژوهش ارائه می‌شود و به دلیل درج نتایج تحلیل محتوای مقالات منتشر شده در نشریه‌ی توسعه‌ی کارآفرینی در پژوهش و کیلی و انصاری (۱۳۹۰) در این پژوهش تحلیل مقالات این نشریه لحاظ نشده است.

الف- گرایش‌های پژوهشی

گرایش‌های پژوهشی در قالب دو محور نشریات و موضوعات منتخب بررسی شده است. محور نخست- نشریات: جدول (۱) نشان می‌دهد که بیشترین تعداد پژوهش‌ها در حوزه‌ی کارآفرینی به ترتیب، در نشریه‌ی «تحقیقات اقتصاد و توسعه‌ی کشاورزی ایران» (۱۳ مورد)، «فصلنامه‌ی رهیافت» (۱۱ مورد)، «مدیریت فرهنگ سازمانی» (۱۰ مورد)، «فصلنامه‌ی پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی» (۹ مورد)، «فصلنامه‌ی مدرس علوم انسانی» (۷ مورد) و «فصلنامه‌ی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی» (۷ مورد) منتشر شده است.

1. Atherton

جدول ۱. نشریات علمی مورد بررسی

تعداد مقالات	نام مجله / نشریه	تعداد مقالات	نام مجله / نشریه
هر کدوم مقاله	فصلنامه‌ی پی‌اورد سلامت، فصلنامه‌ی طب نظامی، فصلنامه‌ی کتابداری و اطلاع‌رسانی، مدیریت ورزشی، فصلنامه‌ی راهبرد، فصلنامه‌ی جامعه‌شناسی زنان، مجله‌ی دانشگاه علوم پزشکی جهرم، فصلنامه‌ی برنامه‌ریزی رفاه و توسعه‌ی اجتماعی، فصلنامه‌ی راهبردهای آموزش، فصلنامه‌ی راهبرد فرهنگ، جامعه‌شناسی کاربردی، پژوهش در نظام‌های آموزشی، فصلنامه‌ی مدیریت اطلاعات سلامت، پژوهش‌های رشد و توسعه‌ی پایدار (پژوهش‌های اقتصادی)، اندیشه‌های تازه در علوم تربیتی، دوفصلنامه‌ی مدیریت دولتی، فصلنامه‌ی فناوری آموزش، فصلنامه‌ی علوم اجتماعی، فصلنامه‌ی دانشگاه اسلامی، مجله‌ی مطالعات روان‌شناسی تربیتی، فصلنامه‌ی بصیرت، دوماهنامه‌ی دانشکده‌ی پرستاری و مامایی ارومیه، ماهنامه‌ی اطلاعات سیاسی - اقتصادی، تازه‌ها و پژوهش‌های مشاوره، مجله‌ی پژوهشی دانشگاه اصفهان، دوفصلنامه‌ی علوم حرکتی و ورزش، فصلنامه‌ی نوآوری‌های آموزشی، فصلنامه‌ی دانش و پژوهش در روان‌شناسی کاربردی، فصلنامه‌ی مطالعات مدیریت بهبود و تحول، فصلنامه‌ی اقتصاد کشاورزی و توسعه، فصلنامه‌ی خانواده‌پژوهی، مجله‌ی جامعه‌شناسی ایران، مطالعات مدیریت صنعتی دانشگاه علامه‌ی طباطبایی، مجله‌ی علمی مطالعات مدیریت ایران، فصلنامه‌ی مطالعات زنان، دوفصلنامه‌ی توسعه‌ی روستایی، نشریه‌ی پژوهش‌های مدیریت ورزشی و علوم حرکت، فصلنامه‌ی مدیریت اطلاعات سلامت، نشریه‌ی مدیریت بازرگانی	۱۳	تحقیقات اقتصاد و توسعه‌ی کشاورزی ایران
		۱۱	فصلنامه‌ی رهیافت
		۱۰	مدیریت فرهنگ سازمانی
		۹	فصلنامه‌ی پژوهش و برنامه‌ریزی در آموزش عالی
		هر کدوم مقاله	فصلنامه‌ی مدرس علوم انسانی، فصلنامه‌ی رهیافتی نو در مدیریت آموزشی
		هر کدوم مقاله	فصلنامه‌ی آموزش مهندسی ایران، فصلنامه‌ی رشد فناوری، اقتصاد و تجارت نوین
		هر کدوم مقاله	فصلنامه‌ی روستا و توسعه، نشریه‌ی دانش مدیریت
		هر کدوم مقاله	فصلنامه‌ی پژوهش‌های جغرافیای انسانی، نشریه‌ی راهبرد یاس، فصلنامه‌ی علوم مدیریت ایران، دوماهنامه‌ی دانشور رفتار
		هر کدوم مقاله	فصلنامه‌ی پژوهش‌های روستایی، فصلنامه‌ی سیاست علم و فناوری، چشم‌انداز مدیریت بازرگانی، فصلنامه‌ی پژوهش‌نامه‌ی مدیریت تحول، مجله‌ی آموزش عالی، فصلنامه‌ی پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، فصلنامه‌ی زن در توسعه و سیاست، دانش و توسعه
		۲	فصلنامه‌ی برنامه‌ریزی و بودجه، توسعه‌ی سازمانی پلیس، چشم‌انداز مدیریت دولتی، فصلنامه‌ی مطالعات میان‌رشته‌ای در علوم انسانی، فصلنامه‌ی مطالعات زنان، مدیریت ورزشی، فصلنامه‌ی پژوهش در علوم ورزشی، فصلنامه‌ی مدیریت سلامت، فصلنامه‌ی برنامه‌ریزی درسی، فصلنامه‌ی روان‌شناسی تحولی، فصلنامه‌ی پژوهش‌نامه‌ی بازرگانی، پژوهش‌نامه‌ی علوم انسانی و اجتماعی، دوفصلنامه‌ی مدیریت فردا، فصلنامه‌ی فرایند مدیریت و توسعه

محور دوم - موضوعات منتخب: از نظر موضوعات مورد مطالعه، بیشترین محور و حوزه‌ی مورد مطالعه، مربوط به مطالعه‌ی ویژگی‌ها، روحیه، نگرش، قابلیت و مهارت کارآفرینانه است (۱۹/۰۵ درصد) (جدول ۲). پس از آن، حوزه‌ی کارآفرینی سازمانی قرار دارد (۱۸/۵۲ درصد).

مطالعه‌ی عوامل، موانع، پیش‌برنده‌ها، بازدارنده‌ها، تقویت‌کننده‌های توسعه‌ی کارآفرینی و عوامل موفقیت کارآفرینی با ۱۳/۲۳ درصد سومین حوزه‌ی مورد توجه پژوهشگران بوده است. سایر موضوعات مهم و مورد توجه نیز عبارتند از: آموزش کارآفرینی؛ کارآفرینی دانشگاهی، تجاری‌سازی، و ارتباط با صنعت؛ قصد، رفتار، تصمیم، نیت، گرایش و تمایل کارآفرینانه؛ کارآفرینی روستایی، کشاورزی و گردشگری و توسعه‌ی مفهومی کارآفرینی و در پایان موضوعات متفرقه (مانند: امنیت و کارآفرینی، بازاریابی کارآفرینانه، کارآفرینی دینی، دولت و کارآفرینی، توسعه‌ی پایدار و کارآفرینی) که ۶/۸۸ درصد پژوهش‌های کارآفرینی را دربر می‌گیرد.

جدول ۲. موضوعات و محورهای مورد توجه پژوهشگران

موضوعات و محورهای مورد مطالعه	تعداد	درصد	موضوعات و محورهای مورد مطالعه	تعداد	درصد
ویژگی‌ها، روحیه، نگرش، قابلیت و مهارت کارآفرینانه	۳۶	۱۹/۰۵	فرایند کارآفرینی و کسب‌وکار	۴	۲/۱۲
کارآفرینی سازمانی	۳۵	۱۸/۵۲	خلاقیت و نوآوری	۴	۲/۱۲
عوامل، موانع، پیش‌برنده‌ها، بازدارنده‌ها، تقویت‌کننده‌های توسعه‌ی کارآفرینی و عوامل موفقیت	۲۵	۱۳/۲۳	کارآفرینی زنان	۴	۲/۱۲
آموزش کارآفرینی	۱۷	۸/۹۹	بهره‌برداری از فرصت	۳	۱/۵۹
کارآفرینی دانشگاهی، تجاری‌سازی و ارتباط با صنعت	۱۴	۷/۴۱	عملکرد کسب‌وکار/کارآفرینان	۳	۱/۵۹
قصد، رفتار، تصمیم، نیت، گرایش و تمایل کارآفرینانه	۱۱	۵/۸۲	راه‌اندازی کسب‌وکار	۲	۱/۰۶
کارآفرینی روستایی، کشاورزی و گردشگری	۸	۴/۲۳	کارآفرینی اجتماعی	۲	۱/۰۶
توسعه مفهومی کارآفرینی	۶	۳/۱۷	کارآفرینی شرکتی	۲	۱/۰۶
موضوعات متفرقه	۱۳	۶/۸۸	جمع کل	۱۸۹	۱۰۰

ب- الگوهای پژوهشی

الگوهای پژوهشی در قالب هفت محور: روش پژوهش، سطح تحلیل، نوع گردآوری داده‌ها، منبع داده‌ها، توزیع جغرافیایی، تعداد نویسندگان و مشارکت پژوهشی زنان بررسی شده است. محور نخست- روش پژوهش: از نظر روش پژوهش نیز همان‌طور که در جدول (۳) نشان داده شده است، از بین ۱۸۹ مقاله‌ی بررسی شده، ۶۲/۹۶ درصد آنها به روش پژوهش‌های کمی (پیمایش پرسش‌نامه‌ای) انجام گرفته است. ۳/۱۷ درصد آنها (۶ مورد) به روش کیفی انجام شده است. ۷/۹۴ درصد روش پژوهش آمیخته (یعنی ترکیبی از روش‌های کمی و کیفی) را به کار گرفته‌اند. ۲۰/۶۳ درصد آنها نیز از مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی منابع و پژوهش‌های پیشین استفاده کرده‌اند. برای ۵/۲۹ درصد پژوهش‌های نیز نوع روش پژوهش گزارش نشده است.

جدول ۳. فراوانی پژوهش‌های از نظر روش پژوهش

درصد	فراوانی	روش پژوهش
۶۲/۹۶	۱۱۹	کمی
۳/۱۷	۶	کیفی
۷/۹۴	۱۵	آمیخته
۲۰/۶۳	۳۹	سایر: مطالعات کتابخانه‌ای و بررسی منابع
۵/۲۹	۱۰	گزارش نشده
۱۰۰	۱۸۹	جمع

محور ددوم- سطح تحلیل: نتایج مربوط به سطح تحلیل در پژوهش‌های کارآفرینی در جدول (۴) ارائه شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که سطح تحلیل غالب در مطالعات فرد و سازمان بوده است. ۳۹/۱۵ درصد مطالعات در سطح تحلیل فردی و ۲۹/۶۳ درصد مطالعات در سطح تحلیل سازمان صورت گرفته‌اند. همچنین ۱۸/۵۲ درصد پژوهش‌ها نیز سطح تحلیل ملی را به کار برده‌اند؛ پس از آنها سطح تحلیل صنعت (۵/۸۲ درصد)، گروه (۳/۷۰ درصد) و همچنین سطح تحلیل گزارش نشده (۳/۱۷ درصد) قرار دارد.

جدول ۴. فراوانی پژوهش‌ها از نظر سطح تحلیل

درصد	فراوانی	سطح تحلیل
۲۹/۶۳	۵۶	شرکت / سازمان
۳۹/۱۵	۷۴	فرد
۳/۷۰	۷	گروه
۱۸/۵۲	۳۵	ملی
۵/۸۲	۱۱	صنعت
۳/۱۷	۶	گزارش نشده
۱۰۰	۱۸۹	جمع

محور سوم- نوع گردآوری داده‌ها: یافته‌های مربوط به نوع گردآوری داده‌ها در جدول (۵) نشان می‌دهد که نزدیک به ۱۸/۵۲ درصد مطالعات به بررسی دانشجویان، فارغ التحصیلان، هنرجویان و دانش‌آموزان پرداخته‌اند. ۱۷/۹۹ درصد از دیدگاه کارکنان و کارمندان، ۱۱/۶۴ درصد نیز از دیدگاه مدیران و کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکار استفاده کرده‌اند. همچنین، بخش زیادی از پژوهش‌ها (۲۹/۱۰ درصد) از طریق بررسی اسناد و مدارک پیشین انجام شده بود و در ۲/۶۵ درصد نیز جامعه‌ی آماری گزارش نشده بود.

جدول ۵. فراوانی پژوهش‌ها از نظر گردآوری اطلاعات

درصد	فراوانی	جامعه و نمونه آماری
۱۸/۵۲	۳۵	دانشجویان، فارغ التحصیلان، هنرجویان و دانش‌آموزان
۱۱/۶۴	۲۲	مدیران
۲/۶۵	۵	اعضای هیئت علمی دانشگاه
۵/۸۲	۱۱	کارشناسان، متخصصان و آگاهان کارآفرینی
۱۷/۹۹	۳۴	کارکنان و کارمندان
۱۱/۶۴	۲۲	کارآفرینان و مالکان کسب‌وکار
۲۹/۱۰	۵۵	بررسی اسناد
۲/۶۵	۶۰	جامعه آماری گزارش نشده
۱۰۰	۱۸۹	جمع

محور چهارم- منبع داده‌ها: منبع داده‌ها خود دو حالت دارد: نخست، نوع پژوهش از نظر زمانی (داده‌های طولی و داده‌های مقطعی) (جدول ۶) و دیگری نوع ابزار گردآوری داده‌های پژوهش (پرسش‌نامه، مصاحبه، اسناد) (جدول ۷). جدول (۶) نشان می‌دهد که ۳۹/۶۸ درصد پژوهش‌ها صرفاً از داده‌های مقطعی، ۲۲/۲۲ درصد از نیز مشخصاً از داده‌ها طولی استفاده کرده‌اند. به علاوه ۳۸/۱۰ درصد تحقیقات نیز ترکیبی از روش‌های طولی و مقطعی استفاده کرده‌اند.

جدول ۶. فراوانی نوع پژوهش‌ها از نظر زمانی

منبع داده‌ها	فراوانی	درصد
مقطعی	۷۵	۳۹/۶۸
طولی	۴۲	۲۲/۲۲
طولی و مقطعی	۷۲	۳۸/۱۰
جمع	۱۸۹	۱۰۰

جدول (۷) نشان می‌دهد که ۶۴/۰۲ درصد پژوهش‌های کارآفرینی از پرسش‌نامه، ۱۳/۲۳ درصد از مصاحبه و ۲۹/۱۰ درصد نیز از اسناد، بایگانی و شواهد در دسترس (شامل پایگاه‌های داده‌های دست‌دوم مراکز آماری) برای گردآوری داده‌ها و اطلاعات استفاده کرده‌اند.

جدول ۷. فراوانی پژوهش‌ها از نظر نوع ابزار گردآوری داده‌ها

منبع داده‌ها	فراوانی	درصد
پرسش‌نامه	۱۲۱	۶۴/۰۲
مصاحبه	۲۵	۱۳/۲۳
اسناد و بایگانی	۵۵	۲۹/۱۰
جمع	۲۰۱	۱۰۶/۳۵

محور پنجم - توزیع جغرافیایی: جدول (۸) نشان می‌دهد که از نظر توزیع جغرافیایی ۱۵/۸۷ درصد پژوهش‌های کارآفرینی در تهران صورت گرفته است؛ ۲۹/۱۰ درصد در سطح ملی بوده است، ۲/۱۲ درصد در سطح بین‌المللی (مقایسه‌ی ایران با سایر کشورها) و ۲۰/۱۱ درصد نیز مکان انجام پژوهش‌های در آنها نامشخص بوده است. از بین استان‌ها نیز به ترتیب استان‌های مازندران (۴/۷۶ درصد) خراسان رضوی و اصفهان (۳/۱۷ درصد)، فارس و زنجان (۲/۱۲ درصد) دارای بیشترین پژوهش‌های کارآفرینی هستند.

جدول ۸. فراوانی پژوهش‌ها از نظر پراکنش جغرافیایی

پراکنش جغرافیایی	فراوانی	درصد	پراکنش جغرافیایی	فراوانی	درصد
ملی	۵۵	۲۹/۱۰	زنجان	۴	۲/۱۲
تهران	۳۰	۱۵/۸۷	خوزستان	۳	۱/۵۹
بین‌المللی	۴	۲/۱۲	آذربایجان شرقی	۳	۱/۵۹
چند استان	۳	۱/۵۹	کرمانشاه	۳	۱/۵۹
نامشخص	۳۸	۲۰/۱۱	یزد	۳	۱/۵۹
مازندران	۹	۴/۷۶	استان‌های با دو پژوهش	۵	۵/۲۹
خراسان رضوی	۶	۳/۱۷	استان‌های با یک پژوهش	۸	۴/۲۳
اصفهان	۶	۳/۱۷	جمع کل	۱۸۹	۱۰۰
فارس	۴	۲/۱۲			

محور ششم - تعداد نویسندگان: جدول (۹) نشان می‌دهد که ۲۹/۶۳ درصد پژوهش‌های کارآفرینی ایران توسط دو نویسنده نگاشته شده است، ۲۴/۳۴ درصد پژوهش توسط یک نویسنده، ۲۵/۹۳ درصد توسط سه نویسنده، ۱۷/۹۹ درصد توسط چهار نویسنده و ۲/۱۲ درصد نیز توسط پنج نویسنده نوشته شده است.

جدول ۹. فراوانی پژوهش‌ها از نظر تعداد نویسندگان

تعداد نویسندگان	فراوانی	درصد
یک نویسنده	۴۶	۲۴/۳۴
دو نویسنده	۵۶	۲۹/۶۳
سه نویسنده	۴۹	۲۵/۹۳
چهار نویسنده	۳۴	۱۷/۹۹
پنج نویسنده	۴	۲/۱۲
جمع	۱۸۹	۱۰۰

محور هفتم - مشارکت پژوهشی زنان: از بین پژوهش‌های مورد بررسی در این پژوهش ۶۸ مورد (۳۵/۹۸) حداقل دارای یک نویسنده‌ی زن بودند. با توجه به جدول (۱۰) مشاهده می‌شود که از بین اینها ۷۶/۴۷ درصد توسط یک نویسنده، ۲۲/۰۶ درصد توسط دو نویسنده و ۱/۴۷ درصد توسط سه نویسنده نگارش شده است.

جدول ۱۰. فراوانی پژوهش‌ها از نظر مشارکت پژوهشی زنان

تعداد نویسندگان	فراوانی	درصد
یک نویسنده	۵۲	۷۶/۴۷
دو نویسنده	۱۵	۲۲/۰۶
سه نویسنده	۱	۱/۴۷
جمع	۶۸	۱۰۰

ج- روند پژوهشی

روند پژوهشی در قالب یک محور با عنوان سال چاپ مقاله بررسی شده است. جدول (۱۱) نشان‌دهنده‌ی روند افزایشی پژوهش‌های کارآفرینی در ایران است و سال ۱۳۸۶ را می‌توان نقطه‌ی آغاز این روند به‌شمار آورد؛ زیرا، ۷۹/۳۷ درصد پژوهش‌های کارآفرینی در این سال و سال‌های پس از آن منتشر شده است؛ همچنین انتشار بیش از نیمی (۵۰/۷۹ درصد) از این پژوهش‌ها طی سال‌های ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۰ صورت گرفته است.

جدول ۱۱. فراوانی پژوهش‌ها از نظر سال انتشار

سال انتشار	فراوانی	درصد	سال انتشار	فراوانی	درصد
۱۳۸۱	۲	۱/۰۶	۱۳۸۷	۱۶	۸/۴۷
۱۳۸۲	۱۲	۶/۳۵	۱۳۸۸	۳۵	۱۸/۵۲
۱۳۸۳	۷	۳/۷۰	۱۳۸۹	۲۸	۱۴/۸۱
۱۳۸۴	۹	۴/۷۶	۱۳۹۰	۳۳	۱۷/۴۶
۱۳۸۵	۹	۴/۷۶	۱۳۹۱	۱۵	۷/۹۴
۱۳۸۶	۲۳	۱۲/۱۷	جمع کل	۱۸۹	۱۰۰

بحث و نتیجه‌گیری

تأکید پژوهش حاضر به سه موضوع گرایش‌های پژوهشی، الگوهای پژوهشی و روند پژوهشی بود. نتایج تحلیل محتوای پژوهش‌های کارآفرینی منتشر شده در مجلات علمی کشور (به‌استثنای مقالات فصلنامه‌ی توسعه‌ی کارآفرینی دانشگاه تهران) نشان داد که اگرچه هنوز حوزه‌ی کارآفرینی در ایران جوان است و موضوعات ماهیت انتخابی دارند، اما موفقیت‌های مهم و دانش زیادی به‌دست آمده است؛ مثلاً در مورد ویژگی‌های روان‌شناختی و رفتاری کارآفرینان، کارآفرینی سازمانی و عوامل موفقیت و شکست کارآفرینی نسبت به گذشته، اکنون اطلاعات بیشتری در دسترس است؛ اما با همه‌ی اینها، پژوهش‌ها هدایت‌نشده، غیرمنسجم و پراکنده است و هنوز توسعه‌ی مفهومی و شناختی در این حوزه صورت نگرفته است و چارچوب‌های پژوهشی مورد توافقی نیز به‌دست نیامده است. از منظر گرایش‌های پژوهشی، بررسی نشریات نشان داد که بیشترین تعداد پژوهش‌ها در نشریات تخصصی کشاورزی منتشر شده بود که بیانگر توجه بیشتر پژوهشگران به کارآفرینی در بخش کشاورزی یا تعداد زیاد پژوهشگران حوزه‌ی اجتماعی-اقتصادی کشاورزی است. محور دیگر گرایش‌های پژوهشی، بررسی موضوعات منتخب بود. نتایج نشان داد که جنبه‌های روان‌شناختی و رفتاری کارآفرینی (رویکرد ویژگی‌ها) هنوز موضوع اصلی پژوهش در بیشتر کارهای منتشر شده است و پس از آن موضوعات کارآفرینی سازمانی قرار دارند. همچنین عوامل کلی که موجب توسعه یا شکست کارآفرینی می‌شوند نیز از سایر موضوعاتی است که بیشتر مورد توجه پژوهشگران بوده است. وکیلی و انصاری (۱۳۹۰)

در پژوهشی مشابه بیان کردند که موضوع کارآفرینی سازمانی، محور اصلی بیشتر پژوهش‌های منتشر شده در نشریه‌ی توسعه‌ی کارآفرینی بوده است. به اعتقاد برخی پژوهشگران، گسترش مطالعاتی در خصوص رویکرد رفتاری و روان‌شناختی کارآفرینان و مفاهیمی همچون کارآفرینی شرکتی یا کارآفرینی سازمانی از جمله انحرافات مهم در پژوهش‌های کارآفرینی است که به سبب عدم ارایه‌ی تعریفی فراگیر از کارآفرینی به وجود آمده است (کارسرود و همکاران، ۱۹۸۶). در واقع، مطالعه‌ی روندها و فرایندهای شکل‌گیری بنگاه‌های نوپا و مخاطره‌پذیر و چگونگی رشد و پیشرفت آنها که می‌تواند برای سیاست‌گذاری توسعه‌ی اقتصادی کشور استفاده شود، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. باید توجه داشت که نیروی اصلی پیش‌برنده‌ی پژوهش‌های کارآفرینی کشور، رقابت درونی برای انتشار مقاله است و تقاضای بازار و نیازهای دست‌اندرکاران نقش اندکی در شکل‌دهی به پژوهش‌های کارآفرینی داشته است که این امر موجب پراکندگی موضوعات و عدم انسجام آنها شده است؛ به طوری که این پژوهش‌ها به ایجاد دقیقی برای سیاست‌گذاری توسعه‌ی کشور منجر نشده است. الگوهای پژوهشی نیز در قالب چندین محور بررسی شد. بررسی روش پژوهش نشان داد که هر چند استفاده از روش‌های کیفی و آمیخته در مطالعات اخیر افزایش اندکی داشته است، اما هنوز هم روش غالب در بیشتر پژوهش‌ها، روش کمی (پیمایش پرسش‌نامه‌ای) است و روش‌های مناسب با توجه به ماهیت موضوع و هدف پژوهش هنوز توسعه نیافته است. بیشتر پژوهشگرانی که به تحلیل محتوای پژوهش‌های کارآفرینی پرداخته‌اند، استفاده از پژوهش‌های توصیفی مبتنی بر پیمایش‌های پرسش‌نامه‌ای را گزارش کرده‌اند (چرچیل و لویس، ۱۹۸۶؛ ورتمن^۱، ۱۹۸۷؛ پاتولین و همکاران، ۱۹۸۲، و کیلی و انصاری، ۱۳۹۰). هر چند در برخی از مطالعات دهه‌ی اخیر بیان شده که سیر پژوهش‌های مبتنی بر پارادیم پژوهش کیفی در کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک رو به افزایش است (چندلر و لیون، ۲۰۰۱؛ آیرلند و همکاران، ۲۰۰۵). اما نتایج این پژوهش نشان داد که ابزار اصلی در بیشتر پژوهش‌ها پرسش‌نامه بوده است، پس از آن درصد اندکی از پژوهش‌ها، مصاحبه و بررسی اسناد و مدارک پیشین را برای گردآوری داده‌ها مورد استفاده قرار داده‌اند. همچنین نتایج نشان داد که

1. Carsrud et al.
2. Wortman

سطح تحلیل در بیشتر پژوهش‌های کارآفرینی فرد و سازمان است و بیشتر مطالعات بر روی دانشجویان و دانش‌آموختگان و پس از آن کارکنان و کارمندان و در مرتبه‌ی بعدی مدیران و کارآفرینان و صاحبان کسب‌وکار صورت گرفته است. یافته‌ی پایانی این پژوهش نشان داد که بیشتر پژوهش‌ها از داده‌های مقطعی استفاده کرده‌اند و استفاده از داده‌های طولی کمتر رایج است. چنین شواهدی در مطالعات پیشین نیز تأیید شده است (وکیلی و انصاری، ۱۳۹۰؛ چندلر و لیون، ۲۰۰۱؛ آلد ریچ، ۱۹۹۲؛ کارسرود و همکاران، ۱۹۸۶). باید توجه داشت که آسانی دسترسی به نمونه‌های آماری دانشجویان و مدیران، فقدان معیاری مشخص برای شناسایی کارآفرینان و سختی دسترسی به آنها، در دسترس بودن پرسش‌نامه‌های استاندارد و متناسب با رویکرد ویژگی و رفتاری کارآفرینی و نبود پایگاه داده‌های آماری دقیق از کسب‌وکارهای کوچک و نوپا، سبب شده است تا پژوهشگران کشور تمایل بیشتری به ارایه‌ی پژوهش‌های یک‌سطحی، تک‌مقطعی با موضوعات تکراری و کلیشه‌ای داشته باشند. همچنین از نظر توزیع جغرافیایی، هر چند تعداد زیادی از پژوهش‌ها در سطح ملی انجام شده است، اما در بین استان‌ها بخش زیادی از مقالات در سطح استان تهران انجام شده است. در واقع، تمرکز صنعت و دانشگاه‌ها در استان تهران، نتیجه‌ی خود را در این حوزه نیز نشان داده است؛ به طوری که بیشتر نمونه‌ها و منابع گردآوری داده‌ها در تهران صورت گرفته است. همچنین نتایج نشان داد که بیشتر پژوهش‌ها توسط دو یا سه نویسنده منتشر شده و ۳۵/۹۸ درصد پژوهش‌ها حداقل دارای یک نویسنده‌ی زن بودند. بررسی روندهای پژوهشی نیز در قالب تحلیل روند چاپ مقالات نتایج نشان داد که پژوهش‌های کارآفرینی در ایران روندی افزایشی داشته و از سال ۱۳۸۶ به بعد رشد چشمگیری در این پژوهش‌ها در ایران مشاهده می‌شود. گفتنی است که دانشکده‌ی کارآفرینی دانشگاه تهران که پیش‌تاز چنین پژوهش‌هایی است، در این سال فعالیت خود را آغاز کرد.

پژوهش حاضر، تنها به تحلیل محتوای مقالات کارآفرینی منتشر شده در مجلات علمی کشور پرداخت و مقالات ارایه‌شده در همایش‌های ملی و طرح‌های پژوهشی و پایان‌نامه‌های کارشناسی ارشد و دکتری در حوزه‌ی کارآفرینی مجال دیگری می‌طلبد. به علاوه، در بیشتر مقالات مورد بررسی، به علت نبود تعریف جامعی از کارآفرینی، امکان شناسایی افراد کارآفرین و ارایه‌ی معیاری برای سنجش کارآفرینی وجود ندارد. در واقع، یکی از ضعف‌های پژوهش‌های کارآفرینی

در ایران و جهان مشخص نبودن چارچوب منسجم برای تعیین افراد کارآفرین است؛ به طوری که در بیشتر پژوهش‌ها چنین چارچوبی برای انتخاب نمونه‌ی آماری ارایه نشده است. بنابراین، یکی از محورهای کلیدی برای تحلیل محتوای پژوهش‌های آینده می‌تواند چگونگی سنجش کارآفرینی برای ارایه‌ی رویکردهای نظری برای تبیین کارآفرینی باشد.

پیشنهادها

- با توجه به ماهیت پیچیده و چندرشته‌ای کارآفرینی، نیاز است تا استفاده از روش‌های ترکیبی مبتنی بر مشاهدات تجربی بیشتر در پژوهش‌های مورد استفاده قرار گیرد. به علاوه، ترکیب استدلال تبیینی، قیاسی و استقرایی همراه با روش‌های عمل‌گرا (اقدام‌پژوهانه) نیز متناسب با ماهیت چندرشته‌ای و بین‌رشته‌ای کارآفرینی می‌باشد.
- نیاز است از الگوهای مفهومی یک‌پارچه و روش‌های تلفیقی چندگانه بر پایه‌ی اندیشه‌ی سامانه‌های نرم و انتقادی بهره گرفته شود و ابهام و عدم قطعیت موجود در جریان درک کلیت، عناصر شکل‌دهنده و عوامل مؤثر، پیوندها و پویایی پدیده‌ها و موضوعات کارآفرینی مورد پژوهش پذیرفته شود. چنین روش‌هایی کمک می‌کند تا نه تنها دست‌آورد کارآفرینی، بلکه فرایندهای مربوط، زمینه‌ی کارآفرینی، رفتار کارآفرینان و ویژگی‌های آنها و سایر عوامل دخیل و پیوند بین آنها در روند پژوهش به حساب آید و در نتیجه، تبیین دقیق‌تر و واقع‌گرایانه‌تری از پدیده‌ی کارآفرینی صورت گیرد.
- لازم است پژوهشگران از نیازهای پژوهشی در این حوزه آگاه باشند و ایده‌ها و طرح‌های پژوهشی خود را بر این اساس استوار سازند. بدین سان، پژوهش‌های کارآفرینی باید علاوه بر شناسایی مسایل و مشکلات و محدودیت‌های موجود و روندهای گذشته در دنیای کسب و کار و کارآفرینی، رویکردی آینده‌نگر را به منظور شناسایی و کشف و معرفی فرصت‌های کارآفرینی و در نتیجه، جهت‌دهی کارآفرینان به سوی نوآوری، شکوفاسازی نوآوری‌ها و خلق ارزش هدایت کنند.
- در پژوهش‌های آینده، پژوهش‌های کارآفرینی برحسب، حجم کمی مقاله (تعداد صفحات مقاله)، نوع مجله (پژوهشی و ترویجی)، شیوه‌ی سنجش و تعریف کارآفرینی، رشته و گرایش

نویسندگان مورد بررسی قرار گیرد. همچنین تحلیل محتوای پایان‌نامه‌های مربوط به کارآفرینی و مقالات منتشر شده در همایش‌های ملی نیز از دیگر موضوعات پیشنهادی است.

تشریح و قدردانی

نویسندگان از داور ناشناخته‌ی این پژوهش که با ارایه‌ی نظرات ارزشمند و مفید خود باعث بهبود کیفیت پژوهش شد، تشکر و قدردانی می‌نمایند.

فهرست منابع

- احمد پور داریانی، محمود (۱۳۸۴). کارآفرینی: تعریف، نظرات، الگوها. تهران: انتشارات جاجرمی.
- زکی، محمد (۱۳۸۵). بررسی تحلیل متحوی گرایش‌های پژوهشی در مجلات علمی تخصصی مدیریت. دانش مدیریت، ۱۹ (۷۵): ۴۳-۷۴.
- _____ (۱۳۸۷). بررسی تحقیقات رضایت شغلی در ایران (تحلیل محتوای پایان‌نامه‌های تحصیلات تکمیلی دانشگاه‌های دولتی طی سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۳۸۷ موجود در پژوهشگاه اطلاعات و مدارک علمی ایران. پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، ۱ (۱): ۷۹-۱۰۴.
- _____ (۱۳۹۱). تحلیل محتوای مقالات رضایت شغلی در مجلات پژوهشی ایران. پژوهش‌های مدیریت سرمایه‌ی انسانی، ۱ (۱): ۱۷۳-۱۹۷.
- محمدی الیاسی، قنبر (۱۳۸۷). مشروعیت کارآفرینی به‌عنوان یک حوزه‌ی علمی نوظهور. دانش مدیریت. ۲۱ (۸۰): ۱۰۵-۱۲۲.
- وکیلی، یوسف و انصاری، محسن (۱۳۹۰). ارزیابی روش‌های پژوهش کارآفرینی در کشور و پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آینده. توسعه کارآفرینی، ۴ (۱۳): ۱۸۵-۲۰۴.
- Aldrich, H. E. (2012). The Emergence of Entrepreneurship as an Academic Field: A Personal Essay on Institutional Entrepreneurship. *Research Policy*, 41 (7): 1240-1248.
- Aldrich, H. E. & Baker, T. (1997). Blinded by the Cites? Has there been Progress in Entrepreneurship Research? In D. L. Sexton & R. W. Smilor (Eds.), *Entrepreneurship 2000* (pp. 377-400). Chicago: Upstart Publishing.
- Aldrich, H.E. (2000). *Learning Together: National Differences in Entrepreneurship Research*. in Sexton, D. & Landström, H. (eds.), *The Blackwell Handbook of Entrepreneurship*, Oxford: Blackwell.
- Aldrich, H.E. (1992). Methods in Our Madness? Trends in Entrepreneurship Research. in Sexton, D.L. & Kasarda, J.D. (eds.), *The State of the Art of Entrepreneurship*, Boston, MA: PWS-Kent Publishers, 191-213.
- Brazeal, D. & Herbert, T. (1999). The Genesis of Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23 (3): 29-45.
- Busenitz, L. W., West, G. P., Shepherd, D., Nelson, T., Chandler, G. N. & Zacharakis, A. (2003). Entrepreneurship Research in Emergence: Past Trends and Future Directions. *Journal of Management*, 29(3): 285-308.
- Carsrud, A.L. & Olm, K.W. & Eddy, G.G. (1986). Entrepreneurship: Research in Quest of a Paradigm. in Sexton, D.L. & Smilor, R. (eds.), 1986, *The Art and Science of Entrepreneurship*, Cambridge, MA: Ballinger, 367-378.
- Chandler, G.N. & Lyon, D.W. (2001). Issues of Research Design and Construct Measurement in Entrepreneurship Research: Past Decade. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25 (4):101- 113.
- Churchill, N.C. & Lewis, V.L. (1986). Entrepreneurship Research: Directions and Methods. in Sexton, D.L. & Smilor, R. (eds.), *The Art and Science of Entrepreneurship*, Cambridge, MA: Ballinger, 333-365.

- Crook, T. R., Shook, C. L., Morris, M. L. & Madden, T. M. (2010). Are We There Yet? An Assessment of Research Design and Construct Measurement Practices in Entrepreneurship Research. *Organizational Research Methods*, 13(1): 192-206.
- Davidsson, P. & Wiklund, J. (2001). Levels of Analysis in Entrepreneurship Research: Current Research Practice and Suggestions for the Future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25 (4): 81-99.
- Davidsson, P., Low, M.B. & Wright, M. (2001). Editor's Introduction: Low and MacMillan ten years on: Achievements and Future Directions for Entrepreneurship Research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(4): 5-15.
- Dean, M. A., Shook, C. L. & Payne, G. T. (2007). The Past, Present, and Future of Entrepreneurship Research: Data Analytic Trends and Training. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(4): 601-618.
- Gartner, W.B. (1988). Who Is an Entrepreneur? Is the Wrong Question. *American Journal of Small Business*, Spring: 11-32.
- Gregoire, D., Meyer, G.D. & DeCastro, J.O. (2002). *The Crystallization of Entrepreneurship Research Dvs and Methods in Mainstream Management Journals*. Paper at the Babson Kauffman Entrepreneurship Research Conference, Boulder, Colorado, 6-8 June.
- Harrison, R. T. & Leitch, C. M. (1996). Discipline Emergence in Entrepreneurship: Accumulative Fragmentalism or Paradigmatic Science? *Entrepreneurship, Innovation, and Change*, 5 (2): 65-83.
- Ireland, R.D., Reutzell, C.R. & Webb, J.W. (2005). Entrepreneurship Research in AMJ: What has been Published, and what Might the Future Hold? *Academy of Management Journal*, 48: 556-564.
- Keupp, M. M. & Gassmann, O. (2009). The Past and the Future of International Entrepreneurship: A Review and Suggestions for Developing the Field. *Journal of Management*, 35 (3): 600-633.
- Kiss, A.N., Danis, W. M. & Cavusgil, S. T. (2012). International Entrepreneurship Research in Emerging Economies: A Critical Review and Research Agenda. *Journal of Business Venturing*, 27: 266-290.
- Landstrom, H. (2005). *Pioneers in Entrepreneurship and Small Business Research*. Springer Science & Business Media, Inc. USA.
- Landström, H., Harirchi, G., & Astrom, F. (2012). Entrepreneurship: Exploring the Knowledge Base. *Research Policy*, 41 (7): 1154-1181.
- McElwee, G. & Atherton, A. (2005). Publication Trends and Patterns in Entrepreneurship: The case of The International Journal of Entrepreneurship and Innovation. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 12 (1):92-103.
- Mullen, M.R, Budeva, D.G. & Doney, P.M. (2009). Research Methods in the Leading Small Business-Entrepreneurship Journals: A Critical Review with Recommendations for Future Research. *Journal of Small Business Management*, 47: 287-307.
- Richtermeyer, G. (2003). *Emerging Themes in Entrepreneurship Research*. Business Resource & Information Development Group (BRIDG). University of Missouri Outreach and Extension Outreach Development Fund. www.mobdn.net/bridg/emerging_themes.pdf.
- Sarasvathy, S. D. (2003). Entrepreneurship as a Science of the Artificial. *Journal of Economic Psychology*, 24: 203-220.
- Teixeira, A., (2011). Mapping the (in) Visible College(s) in the Field of Entrepreneurship. *Scientometrics*, 89: 1-36.
- Ucbasaran, U., Westhead, P. & Wright, M. (2001). *The Focus of Entrepreneurial Research: Contextual and Process Issues*. Institute for Enterprise and Innovation, Nottingham University Business School, Nottingham, England.