

ارزیابی روش‌های پژوهش کارآفرینی در کشور و پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آینده

یوسف وکیلی*^۱ - محسن انصاری^۲

۱. دکترای مدیریت دولتی دانشگاه تهران

۲. کارشناسی ارشد کارآفرینی دانشگاه تهران

(تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۰/۸/۲۵، تاریخ تصویب: ۱۳۹۰/۱۰/۶)

چکیده

هدف این پژوهش تحلیل محتوا و ارزیابی تولیدات و دستاوردهای علمی کارآفرینی با رویکرد موضوعی و روش شناسانه است. این پژوهش به لحاظ هدف، ارزیابی- توسعه‌ای بوده و روش تحقیق تحلیل محتوا است. جامعه آماری پژوهش مقالات منتشر شده در نشریه علمی- پژوهشی توسعه کارآفرینی در دوره زمانی سال ۱۳۸۷-۱۳۹۰ (تعداد ۹۲ مقاله) است. یافته‌های به دست آمده از تحلیل محتوای نشریه حاکی از آن است که محورهای موضوعی غالب در مطالعات کارآفرینی سازمانی و ایجاد و توسعه کسب و کار هستند. اکثر مطالعات از یک منبع داده استفاده کردند و ابزار مصاحبه و مشاهده در پژوهش‌ها کم‌تر مورد استفاده قرار گرفته‌اند. روش تحلیل غالب در پژوهش‌های متداول کارآفرینی، کمی است و از مطالعات کیفی و آمیخته که متناسب با ماهیت پویا و پیچیده کارآفرینی است، کم‌تر استفاده شده است. مطالعات عمدتاً مقطعی است و مطالعات طولی مد نظر قرار نگرفته است. افزون‌بر این، شیوه‌های تحلیل آماری در طی زمان در حال پیچیده شدن و استفاده از الگوسازی معادله‌های ساختاری در حال افزایش است. بیش‌تر مطالعات یک سطح تحلیل را استفاده کردند و سطح تحلیل غالب فرد و سازمان است. درنهایت، بیش‌تر مطالعه‌ها بر روی کارآفرینان، موسسان کسب و کار و مدیران سازمان‌ها و نهادهای دولتی و غیر دولتی صورت گرفته است.

واژه‌های کلیدی: کارآفرینی، پژوهش کارآفرینی، فصلنامه توسعه کارآفرینی، موضوعات اصلی، ارزیابی روش تحقیق

مقدمه

کارآفرینی پارادایمی^۱ نوظهور در علم مدیریت است (Bull and Willard, 1993,) (p.187) که به دنبال ارزیابی جایگاه خود در میان سایر رشته‌های مطالعاتی و دستیابی به مقبولیت می‌باشد (Bruyat and Julien 2001, p. 166; Busenitz, et al, 2003, p.351). بوسینیتز و همکاران^۲ (۲۰۰۳) معتقدند که مشروعیت رشته در گرو توسعه تئوری و روش است. به نظر آنها توسعه تئوری و روش لازم و ملزوم هم هستند. از سویی، تئوری مرزهای رشته را تعیین می‌کند و از دیگر سو، روش است که آزمون چنین تئوری‌هایی را ممکن می‌سازد (Dean and et al, 2007, P. 601).

بنابراین، روش‌شناسی مناسب برای دستیابی به نتایج مطلوب و توسعه‌ی نظریه در کارآفرینی ضروری است. محققان بسیاری وارد این رشته شده و به توسعه روش تحقیق در کارآفرینی پرداختند، اما هم‌چنان استفاده از روش‌های تحقیق قوی و مناسب در کارآفرینی درهاله‌ای از ابهام قرار دارد (Short et al, 2010:7; Ireland, et al, 2005, Busenitz et al., 2003, Chandler & Low, 2001). لوو و مک میلان (۱۹۸۸) معتقدند که پژوهش‌های کارآفرینی بر یک روش، چارچوب زمانی محدود، و یک سطح تحلیل تاکید دارند. هم‌چنین کروک و همکاران^۳ (۲۰۱۰) نیز بیان کردند که بین طرح، روش و معیارهای مورد استفاده در مطالعات کارآفرینی تناسب وجود ندارد. در واقع، پژوهش‌های کارآفرینی به دلایل مختلف از جمله نبودن چارچوب مفهومی (Shane and Venkataraman, 2000; Ireland, et al, 2005) فقدان استحکام تحلیلی (Chandler and Lyon, 2009; Mullen, et al, 2001)، و نبودن تنوع روش‌شناسی (Davidsson, 2003; Ireland, et al, 2005) مورد انتقاد قرار گرفته‌اند. هر چند شواهدی وجود دارد که این روند در حال بهبود است، اما این ضعف به قوت خود باقی است و بررسی روش‌شناسانه و موضوعی پژوهش‌های کارآفرینی برای توسعه تئوری در این حوزه بسیار حایز اهمیت است. با توجه به مطالب عنوان شده، این پژوهش به واکاوی تولیدات علمی منتشر شده در

1.Paradigm

2.Busenitz, et al

3.Crook, et al

نشریه علمی - پژوهشی توسعه کارآفرینی به‌عنوان تنها نشریه تخصصی کارآفرینی در ایران می‌پردازد. برای این منظور، نخست به بررسی پژوهش صاحب‌نظران در حوزه روش‌شناسی کارآفرینی پرداخته و چارچوبی برای بررسی مطالعات ارائه می‌گردد. سپس بر مبنای این چارچوب به بررسی وضعیت موجود روش‌شناسی و محورهای موضوعی نشریه پرداخته و "تصویری بزرگ" از کارنامه پژوهشی کارآفرینی در کشور ارائه می‌گردد. ثانیاً، این پژوهش بر مبنای تحلیل وضع موجود، «نقشه روش‌شناسی مطلوب» برای کارآمدی پژوهش‌های آتی کارآفرینی ارائه می‌کند. در واقع، سوال‌های این پژوهش عبارتند از: وضعیت موجود مطالعات کارآفرینی چگونه است؟ روش‌شناسی مطلوب مطالعات آینده کارآفرینی کدام است؟

مروری بر ادبیات و پیشینه‌ی تحقیق

کارآفرینی یک حوزه مطالعاتی نسبتاً جوان است (Cooper, 2003: 21-22). بعضی از محققان (مثل Low, 2001) معتقدند که کارآفرینی در مرحله نوجوانی است، عده‌ای از محققان (مثل Busenitz, et al, 2003) معتقدند که کارآفرینی در حال ظهور است. در واقع، کارآفرینی رشته‌ای است که (۱) در آن جستجو برای تئوری قوی و متمایز کارآفرینی ادامه دارد (Phan, 2004)، (۲) پارادایمی نوظهور است که چندان توسعه نیافته است (Ireland, Webb & Coombs, 2005)، و (۳) محققان آن را به‌عنوان یک رشته مستقل مورد بررسی قرار می‌دهند (Davidsson, 2003; Sarasvathy, 2004). کوهن اظهار داشت که:

پارادایم چندان توسعه نیافته، با مسایل و بحث‌های عمیق «روش‌شناسی و استاندارد سازی راه حل‌ها» شناخته می‌شود (کوهن، ۱۹۹۶، صص ۴۷-۴۸).

«سازه کارآفرینی» غالباً درباره «شناسایی و بهره‌برداری از فرصت» (Shane & Venkataraman, 2000: 218-219)، «بازسازی و احیای سازمان» (Guth & Ginsberg, 1990: 5)، و «ایجاد شرکت» (Alvarez, 2003) می‌باشد. بسیاری از این بحث‌ها در آثار کلاسیک محققانی نظیر نایت (۱۹۲۱)، شومپتر (۱۹۳۴) و کرزنر (۱۹۷۳)^۱ تئوریزه شده است.

1. Kuhn, T. S.

2. Knight, Schumpeter, and Kirzner

شارما و چریسمن (۱۹۹۹) با تلفیق تعاریف معتبر، کارآفرینی را در بردارنده ایجاد، احیا، و نوآوری سازمانی می‌دانند که در درون یا بیرون از سازمان کنونی رخ می‌دهد (Sharma and Chrisman, 1999: 17). بنابراین، فقدان اجماع درباره تعریف «سازه کارآفرینی» (Davidsson, 2003; Gartner, 1990: 28)، نشان می‌دهد که کارآفرینی یک رشته مطالعاتی با توسعه پارادایمیک نسبتاً کم است.

جدول ۱. جمع بندی مطالعات پیشین

صاحب نظران	کروک و دیگران (۲۰۱۰)	مون و همکاران (۲۰۰۹)	دین و همکاران (۲۰۰۷)	اپرند (۲۰۰۵)	کولبو و جونز (۲۰۰۴)	چندلر و لایون (۲۰۰۱)	وردمن (۱۹۸۷)	مک میلان (۱۹۸۸)	کنفرانس بایسون و ICSB
روش شناسی									
منع داده‌ها									
داده‌های اولیه	✓	✓		✓		✓	✓	✓	
داده‌های ثانویه	✓	✓		✓	✓	✓	✓	✓	
داده‌های چندگانه	✓				✓			✓	
پیمایش	✓	✓		✓	✓	✓	✓		
مصاحبه	✓			✓	✓	✓	✓		
مشاهده				✓		✓			
تجربه	✓	✓				✓			
گزارش نشده									
مقطعی	✓		✓		✓	✓		✓	
طولی	✓				✓	✓		✓	
بازنگرانه			✓			✓			
سطح تحلیل									
یک سطح					✓	✓		✓	
سطوح چندگانه			✓		✓	✓		✓	
فرد	✓		✓	✓	✓	✓		✓	
گروه/تیم	✓		✓	✓	✓	✓		✓	
سازمان/شرکت	✓		✓	✓	✓	✓		✓	
صنعت				✓	✓	✓		✓	
کشور				✓	✓	✓		✓	
سایر	✓								
روش تحقیق									
کمی		✓	✓	✓	✓	✓		✓	
کیفی		✓	✓	✓	✓	✓		✓	
آمیخته				✓	✓	✓		✓	
سایر موارد بررسی شده									
تکنیک‌های آماری					✓		✓		
تمرکز جغرافیایی					✓				
اندازه شرکت/ نمونه					✓		✓		
جامعه مورد مطالعه					✓		✓		
صنعت/ سازمان					✓				
موضوعات محوری				✓					✓
تعداد مقاله	۲۴۲	۴۷۸	۵۹۲	۵۰	۵۵	۲۹۱

به موازات تکامل کارآفرینی به‌عنوان یک رشته، وضعیت توسعه‌ی نظریه و روش‌شناسی بهبود یافته است، اما انتقادات از روش تحقیق هم‌چنان به قوت خود باقی مانده است (Crook, et al, 2010:3-4). تحلیل روش در کارآفرینی محدود بوده است. در ادامه مهم‌ترین پژوهش‌های روش‌شناسانه ارائه می‌شود (جدول شماره ۱).

در نخستین دهه کمک به تحقیقات کارآفرینی، ورتمن^۱ (۱۹۸۷) تغییراتی را در دامنه و قلمرو پژوهش، طرح تحقیق، و روش‌شناسی پژوهش کارآفرینی معرفی کرد. ارزیابی ورتمن نشان داد که حجم نمونه، طیفی از کوچک تا بزرگ را دربر دارد، جمع‌آوری داده‌های از طریق مصاحبه و پرسشنامه بوده است، ابزارهای جدیدی برای اندازه‌گیری توسعه یافته‌اند و تکنیک‌های آماری مورد استفاده ابتدا ساده بودند (مثل همبستگی و تی تست) و به مرور زمان در جهت روش‌های پیچیده‌تر نظیر مدل‌سازی ریاضی، رگرسیون چندگانه و تحلیل‌های خوشه‌ای و تحلیل فاکتور تغییر کردند (Wortman, 1987). لوو و مک میلان (۱۹۸۸) تحقیقات کارآفرینی را بر اساس هدف، دیدگاه تئوریک، تمرکز، سطح تحلیل، چارچوب زمانی، و متدولوژی ارزیابی کردند (Millan, Low and MacMillan, 1988:140) و پیشنهاد کردند که در طراحی تحقیقات آتی، باید بر بستر و فرآیند تاکید گردد، سطوح چندگانه تحلیل را بپذیرند، و چارچوب زمانی گسترده‌تر و متدولوژی‌های مقطعی و طولی را بکار بگیرند و محققان را به تعقیب رویکردها علمی‌تر برای مطالعه پدیده کارآفرینی دعوت کردند (Low and MacMillan, 1988:149-150).

چندلر و لایون^۲ (۲۰۰۱)، نیز با هدف بررسی روش‌شناسی و سنجه‌ها در تحقیقات کارآفرینی در دهه ۱۹۹۰ و اطمینان از پیشرفت کافی رشته، ۲۹۱ مقاله کارآفرینی منتشر شده در سال ۱۹۸۹ و ۱۹۹۹ در نشریه‌های^۳ ETP, JBV, JOM, AMJ, AMR, OS, MS, ASQ, SMJ را مورد بررسی قرار دادند. چندلر و لایون (۲۰۰۱) پی بردند که ۷۵٪ مطالعات

1. Wortman

2. Chandler, G. N., & Lyon, D. W.

3. Entrepreneurship Theory and Practice (ETP), Journal of Business Venturing (JBV), Strategic Management Journal (SMJ), Journal of Management (JOM), Academy of Management Journal (AMJ), Academy of Management Review (AMR), Organization Science (OS), Management Science (MS), and Administrative Science Quarterly (ASQ).

از داده‌های اولیه (پیمایش ۵۲٪، مصاحبه ۱۹٪، مشاهده ۱٪ و تجربه ۳٪) و ۲۵٪ از داده‌های ثانویه استفاده کردند. ۷٪ مطالعات به شکل طولی صورت گرفته است و اکثر مطالعات (۸۹٪) از یک سطح تحلیل و ۱۱٪ سطح تحلیل چندگانه را بکار گرفتند. سطح تحلیل سازمان (۵۳٪) و فرد (۳۵٪) در تحقیقات غالب هستند. ۸۱٪ روش تحقیق کیفی و ۱۹٪ کمی و ۳٪ آمیخته را بکار گرفتند و حرکت به سمت تکنیک‌های آماری پیچیده و چند متغیره بوده است (Chandler and Lyon, 2001:112).

آیرلند و دیگران^۱ (۲۰۰۵) نیز با هدف توصیف روند تحقیقات کارآفرینی و شناسایی ویژگی‌های تحقیقات کارآفرینی در AMJ، ۵۰ مقاله منتشر شده کارآفرینی که در AMJ در فاصله سال‌های ۱۹۶۳-۲۰۰۰ را مورد بررسی قرار داد. آیرلند با بیان اینکه پژوهش‌های مربوط به کارآفرینی بین الملل و کسب و کارهای مخاطره پذیر جدید در حال افزایش است، نشان داد که موضوعات غالب در پژوهش‌های کارآفرینی، کسب و کارهای کوچک، کارآفرینی بین المللی، کارآفرینی نهادی، کارآفرینی شرکتی، افراد کارآفرین، و کسب و کارهای مخاطره پذیر جدید است. به علاوه، آنها به این نتیجه رسیدند که ۹۴٪ مطالعات داده‌های اولیه (پیمایش ۴۸٪، مصاحبه ۴۰٪ و تجربه ۶٪) و ۵۸٪ داده‌های ثانویه را استفاده کردند و پیمایش و مصاحبه در حال رواج بیشتر هستند. ۹۰٪ مطالعات از روش‌های کیفی و ۱۶٪ کمی و ۶٪ آمیخته استفاده کردند و استفاده روش تحلیل کیفی در حال رشد است. سطح تحلیل سازمان و فرد (با ۶۸٪ و ۲۰٪) سطح تحلیل غالب هستند و سطح تحلیل شرکت در حال رشد است. در نهایت، استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری افزایش یافته و رگرسیون تحلیل آماری غالب در تحقیقات است و استفاده از تحلیل آماری پیچیده‌تر نیز در حال افزایش است.

دین و همکاران^۲ (۲۰۰۷) با هدف تعیین مهمترین تکنیک‌های تحلیل داده‌های کمی در تحقیقات کارآفرینی، نمونه ای شامل ۳۵۴ مقاله کارآفرینی ETP (۱۹۷۶-۲۰۰۴) و JBV (۱۹۸۵-۲۰۰۴) را مورد بررسی قرار دادند. یافته‌های دین و همکاران (۲۰۰۷) نشان داد

1. Ireland, Reutzell, and Webb

2. Dean, M. A., Shook, C. L., & Payne, G. T.

که ۸۶٪ مطالعات مقطعی و ۱۴٪ از مطالعات طولی بوده است. آنها به این نتیجه رسیدند که با گذر زمان مطالعات طولی افزایش یافته است و مطالعات مقطعی کاهش یافته است. سازمان (۶۰٪ مطالعات) و فرد (۳۱٪ مطالعات) سطح تحلیل غالب در مطالعات کارآفرینی بودند. علاوه، ۶۰٪ از مطالعات از روش تحلیل کیفی و ۴۰٪ از روش تحلیل کمی استفاده کردند. در نهایت آنها پی بردند که استفاده از رگرسیون و معادلات ساختاری و تحلیل واریانس چند متغیره در حال افزایش است.

مولن و همکاران^۱ (۲۰۰۹)، نیز با هدف بررسی مسایل روش شناسانه، اقدامات روش شناسانه اخیر، شناسایی روندهای اخیر، و آرایه پیشنهاداتی برای محققان آینده، به بررسی ۴۷۸ مقاله تجربی و مفهومی در نشریه‌های JSBM, ETP, JBV^۲ (از سال ۲۰۰۱ تا ۲۰۰۸) پرداختند. یافته‌ها نشان داد که محققان به سمت روش شناسی‌های قوی‌تر و پیچیده‌تر حرکت کردند. ۵۷٪ مطالعات اطلاعات را از داده‌های اولیه (پیمایش ۵۴٪ و تجربه ۳٪) و ۳۲٪ از داده‌های ثانویه استفاده کردند. ۴۵٪ به بررسی یک صنعت پرداخته و اندازه نمونه آماری در مقاله‌های بررسی شده نشریه JSBM, JBV بالاتر از ۳۰۰ و ETP دو برابر بالاتر یعنی ۶۱۰ نفر می‌باشد. ۹۰٪ مطالعات کیفی و ۱۰٪ کمی بودند و استفاده از رگرسیون و معادلات ساختاری و تحلیل متغیره افزایش یافته است.

کروک و دیگران (۲۰۱۰)، به بررسی ۱۸۲ مقاله انتشار یافته در ETP (۶۷)، JBV (۱۱۵) از سال ۲۰۰۰ تا ۲۰۰۲ و ۲۰۰۵ تا ۲۰۰۷ و همینطور نمونه‌ای از مقالات در AMJ (۱۲)، ASQ (۴)، JOM (۳)، MS (۱۳)، OS (۴)، SMJ (۲۰) پرداختند. یافته‌ها نشان داد که در مجموع، طرح تحقیق و اندازه‌گیری سازه در حال بهبود است؛ ۵۲٪ مطالعات، اطلاعات را از داده‌های اولیه (پیمایش ۵۱٪، مصاحبه ۳٪، و تجربه ۳٪) و ۴۸٪ داده‌های ثانویه جمع‌آوری کردند. سازمان (۵۸٪ مطالعات) و فرد (۲۶٪ مطالعات) سطح تحلیل غالب در مطالعات کارآفرینی هستند. ۶۳٪ مطالعات مقطعی بوده و این روند در طی زمان ثابت مانده است. ۳۱٪ مطالعات طولی و این روند در طی زمان افزایش یافته است. نهایتاً مدل‌ها بیانگر استفاده

1. Mullen, M.R., Budeva, D.G., & Doney, P.M.
2. Journal of Small Business Management

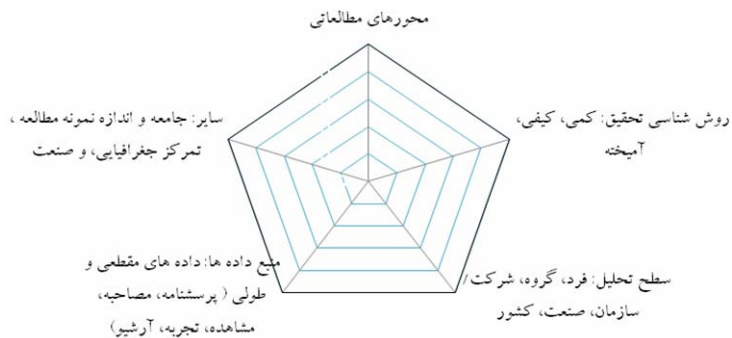
از متغیرهای مداخله‌گر و افزایش میزان پیچیدگی مدل‌ها در طی زمان است. کویلو و جونز^۱ (۲۰۰۴) نیز به بررسی ۵۵ مقاله کارآفرینی بین‌الملل (۱۹۸۹-۲۰۰۲) در نشریات^۲ JBV, EPT, JIBS, MIR, AMJ, SMJ و مقالات منتشره کنفرانس مک‌گیل در نشریات^۳ JIM, JIM, SBE, JEM, GF پرداختند. یافته‌ها نشان داد که اکثر تحقیقات ایستا و مقطعی و سطح تحلیل عمدتاً شرکت (۳۲ مطالعه) و فرد (۱۱ مطالعه) بودند. عمدتاً از منابع دست اول (پیمایش و مصاحبه) استفاده شده است. فضای حاکم بر مطالعات کمی و کم‌تر از یک چهارم مطالعات کیفی (مصاحبه و مورد کاوی) هستند. ۵ مطالعه کیفی-کمی (یعنی آمیخته) بوده و تحقیقات گرایش به پیمایش در سطح جمعی و رویکرد کیفی در یک بخش خاص دارند. به لحاظ تمرکز جغرافیایی، تحقیقات در آمریکا، انگلیس، کانادا، نیجریه، اسلونی، پرتغال، فنلاند و نیوزیلند متمرکز بودند. به لحاظ اندازه شرکت، مطالعات عمدتاً در SMEs با کم‌تر از ۱۰۰ نفر صورت گرفته‌اند. اندازه نمونه نیز عمدتاً ۳ تا ۳۰ شرکت و کم‌تر از ۲۰۰ نفر بوده است و عمدتاً روسا (۲۱ مطالعه) و مالکان (۱۶ مطالعه) و ۷ مطالعه نمونه چندگانه (کارآفرین در مقابل سرمایه‌گذار و کارآفرین در مقابل مدیر ارشد اجرایی) را مورد بررسی قرار دادند. تکنیک‌های تحلیلی غالب رگرسیون، تحلیل واریانس و آمار توصیفی، همبستگی بوده است. در نهایت، جدول محتوای کنفرانس *باسون*، با عنوان مرز تحقیقات کارآفرینی و کنفرانس^۴ *JCSB*، اطلاعات جالبی را درباره موضوعات فراهم می‌نماید. جدول شماره ۲ موضوعات غالب در رشته کارآفرینی را نشان می‌دهد.

ارایه چارچوب مفهومی

بررسی توأم با تعمق پژوهش‌های بازنگری شده، نشان می‌دهد که پنج محور اساسی برای تحلیل پژوهش‌های کارآفرینی مورد استفاده قرار گرفته است. این پژوهش با محور

1. Nicole E. Coviello & Marian V. Jones
2. Journal of Business Venturing, Entrepreneurship Theory and Practice, Journal of International Business Studies, Management International Review, Academy of Management Journal, and Strategic Management Journal
3. Journal of International Management, Journal of International Marketing, Small Business Economics, Journal of Euro-Marketing, and Global Focus
4. International Council for Small Business

قرار دادن محورهای پژوهش‌های قبلی به شرح زیر چارچوب تحلیلی خود را شکل می‌دهد (شکل شماره ۱).



شکل ۱. چارچوب مفهومی برای بررسی پژوهش‌های کارآفرینی

جدول ۲. موضوعات محوری در تحقیقات کارآفرینی

۱. ویژگیهای رفتاری کارآفرینان	۲. کسب و کار خانوادگی
۳. ویژگیهای اقتصادی و جمعیت شناسانه کسب و کارهای کوچک	۴. خود اشتغالی
۵. کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک در کشورهای در حال توسعه	۶. انگوباتور و سیستم‌های حمایت کارآفرینی
۷. ویژگیهای مدیریتی کارآفرینان	۸. شبکه‌ها
۹. فرایند کارآفرینانه	۱۰. فاکتورهای اثرگذار بر ایجاد و توسعه کسب و کار مخاطره پذیر
۱۱. ایجاد کسب و کار مخاطره پذیر	۱۲. سیاست‌های دولت و ایجاد کسب و کار مخاطره پذیر
۱۳. توسعه کسب و کار	۱۴. زنان، اقلیت‌ها، گروه‌های قومی - نژادی و کارآفرینی
۱۵. تامین مالی کسب و کار	۱۶. آموزش کارآفرینی
۱۷. مدیریت، احیاء، تملک کسب و کار	۱۸. پژوهش‌های کارآفرینی
۱۹. شرکت‌های با فناوری پیشرفته	۲۰. مطالعات فرهنگی تطبیقی
۲۱. استراتژی و رشد شرکت‌های کارآفرین	۲۲. کارآفرینی و جامعه
۲۳. ائتلاف استراتژیک	۲۴. فراننشیز
۲۵. کارآفرینی شرکتی / سازمانی	

موضوع‌های مطالعاتی: دغدغه‌ها و کنجکاوی‌های پژوهش‌گران.

منبع داده‌ها: منبع داده‌ها در بر دارنده استفاده یک منبع داده یا چند منبع داده، و ابزارهای جمع آوری داده‌ها (شامل پرسشنامه، مصاحبه، مشاهده، تجربه، آرشیو) است که در یک مقطع زمانی (داده‌های مقطعی) یا در طول زمان (داده‌های طولی) جمع آوری شده‌اند.

سطح تحلیل: سطح تحلیل در بردارنده یک یا چند سطح تحلیل می‌باشد. در این پژوهش سطح تحلیل به سطح تحلیل فرد، گروه، شرکت / سازمان، صنعت، کشور،

دسته‌بندی شده است.

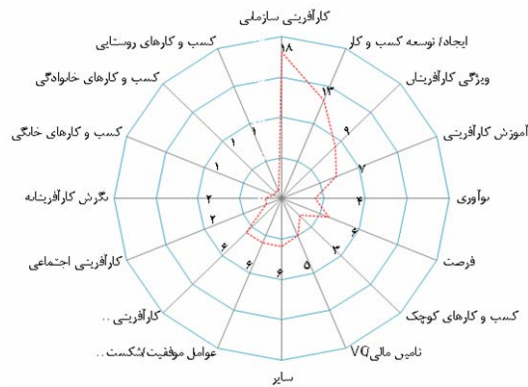
◀ روش‌شناسی تحقیق: روش‌شناسی تحقیق در بردارنده روش تحقیق کمی، کیفی، آمیخته است.

◀ سایر: این بخش در بردارنده مواردی همچون جامعه و اندازه نمونه مطالعه، تمرکز جغرافیایی، و صنعت می‌باشد.

روش‌شناسی

این پژوهش به لحاظ هدف پژوهشی از نوع ارزیابی - توسعه‌ای بوده و روش تحقیق تحلیل محتوا است. به عبارت دیگر، ابتدا به ارزیابی وضع موجود پژوهش‌ها پرداخته و ثانیاً، با بازبینی پژوهش‌ها، نه تنها جهات تحقیقی آینده، بلکه روش‌شناسی مناسب کارآفرینی برای تحقیقات آینده نیز ارائه کرده است. برای اطمینان از تکرارپذیری پژوهش برای محققین آینده، پژوهش فرآیند بررسی نظامندی را تبعیت می‌کند. این مساله در شکل شماره (۱)، نمود یافته است. تمرکز این پژوهش بر موضوعات محوری و روش‌شناسی پژوهش‌های نشریه علمی - پژوهشی توسعه کارآفرینی است. برای این منظور نخست، به بازبینی و بررسی پیشینه پژوهش، مطالعات صورت گرفته در زمینه تحلیل روش‌شناسی و موضوعات محوری کارآفرینی پرداخته و بعد از بررسی مقالات، مسایل روش‌شناسانه و موضوعات محوری استخراج شد. سپس با کنار هم گذاشتن محورهای مورد بررسی در مطالعات صورت گرفته، یک چارچوب مفهومی برای تحلیل محتوای پژوهش‌ها طراحی گردید.

این پژوهش با مبنا قرار دادن چارچوب طراحی شده، به تحلیل محتوا پژوهش‌های انتشار یافته در نشریه علمی - پژوهشی توسعه کارآفرینی پرداخته است. در مجموع، کل ۹۲ مقاله‌ای که در دوره زمانی ۱۳۸۷ - ۱۳۹۰ انتشار یافته، مورد بررسی قرار گرفته است. به منظور کاهش خطا و اعتبار یافته‌ها، تحلیل مقالات توسط دو پژوهشگر صورت گرفت و با مقایسه داده‌های استخراج شده، اشکالات و نواقص شناسایی و مورد بررسی مجدد قرار گرفت تا میزان خطا در گزارش داده‌های اولیه کاهش یابد. درنهایت، برای تجزیه و تحلیل اطلاعات از آمار توصیفی (میانگین و فراوانی) استفاده گردید.



شکل ۲. فراوانی موضوعات پژوهشی

یافته‌ها

محور اول: موضوعات برگزیده؛ یافته‌ها نشان می‌دهد که موضوعات کارآفرینی سازمانی و ایجاد یا توسعه کسب و کار دارای بیشترین فراوانی (۱۸ و ۱۳ مطالعه) بودند. شکل شماره (۲) فراوانی موضوعات پژوهشی را نشان می‌دهد.

محور دوم: روش تحقیق؛ بررسی روش تحقیق پژوهش‌ها نشان می‌دهد که ۶۶٪ از مطالعات از روش کمی، ۱۳٪ از روش کیفی و ۱۶٪ از روش آمیخته استفاده گردیده است. جدول شماره (۴) فراوانی و درصد روش تحقیق را نشان می‌دهد.

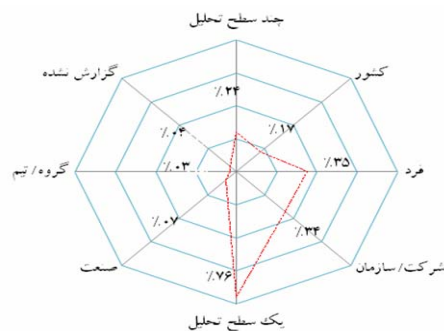
جدول ۴. فراوانی روش تحقیق پژوهش

درصد	روش تحقیق
۶۶٪	کمی
۱۳٪	کیفی
۱۶٪	آمیخته
۰۵٪	گزارش نشده

به عبارتی دیگر، فضا و روش تحقیق حاکم بر مطالعات، روش کمی است و استفاده از روش کیفی و آمیخته که متناسب با ماهیت پویا و پیچیده کارآفرینی است، بسیار پایین است.

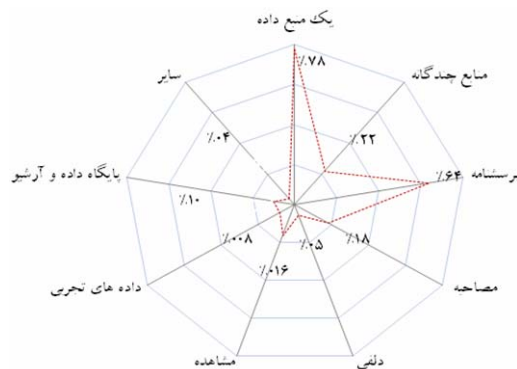
محور سوم: سطح تحلیل؛ یافته‌های سطح تحلیل نشان می‌دهد که اکثر تحقیقات برای درک پدیده‌های کارآفرینانه از یک سطح تحلیل استفاده کردند. ۷۶٪ مطالعات از یک سطح تحلیل، ۲۴٪ مطالعات نیز از سطوح تحلیل چندگانه استفاده کردند. فرد و سازمان

سطح تحلیل غالب در مطالعات است. ۳۵٪ مطالعات در سطح تحلیل فردی و ۳۴٪ مطالعات در سطح تحلیل سازمان صورت گرفته‌اند. شکل شماره (۳) سطوح تحلیل مطالعات را نشان می‌دهد.



شکل ۳. وضعیت سطوح تحلیل پژوهش‌ها

محور چهارم؛ منبع داده‌ها. یافته‌ها نشان می‌دهد که ۷۸٪ پژوهش‌ها از یک منبع داده و ۲۲٪ مطالعات از چند منبع داده استفاده کردند. بعلاوه، مطالعات عمدتاً از منابع دست اول استفاده کردند. در این پژوهش‌ها پیمایش پرسشنامه‌ای (۶۴٪) غالب‌ترین روش جمع‌آوری اطلاعات و استفاده از مصاحبه (۱۸٪)، پایگاه داده و آرشیو (۱۰٪) در رتبه‌های بعدی قرار دارند. در واقع، استفاده از ابزار مصاحبه، مشاهده و تجربه پایین است. شکل شماره (۴) منبع داده‌ها را نشان می‌دهد.



شکل ۴. منبع داده‌ها

یافته‌ها نشان می‌دهد که کل داده‌های در یک مقطع زمانی (۹۵٪) خاص جمع‌آوری شدند. به عبارتی دیگر در مطالعات صورت گرفته، داده‌ها به شکل مقطعی جمع‌آوری

شده و مطالعات طولی مدنظر قرار نگرفته‌اند.

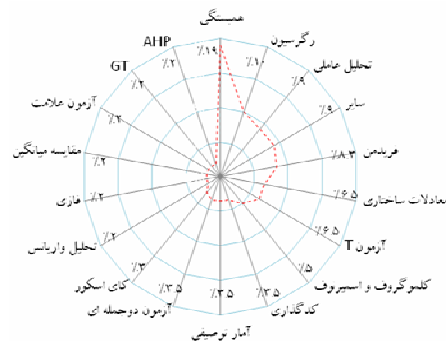
محور پنجم، سایر بررسی‌ها:

جامعه و نمونه آماری: یافته‌ها مربوط به جامعه و نمونه آماری نشان می‌دهد که میانگین حجم نمونه در پژوهش‌ها ۱۴۵ نفر بوده است. بعلاوه، ۴۰ درصد مطالعات به بررسی کارآفرینان یا موسسان کسب و کار و ۲۰ درصد به بررسی مدیران سازمان‌ها و نهادهای دولتی و غیر دولتی پرداختند. جدول شماره (۶) فراوانی جامعه مورد مطالعه را نشان می‌دهد.

جدول ۶. فراوانی جامعه مورد مطالعه مقالات

نمونه آماری	کارآفرینان / موسسان کسب و کار	مدیران سازمان‌ها و نهادهای دولتی و غیر دولتی	متخصصان صنعت	کارکنان	دانشجویان و دانش آموزان	مشتریان	گزارش نشده
فراوانی	۴۲	۲۱	۱۲	۱۲	۱۱	۲	۵
درصد	۴۰	۲۰	۱۱,۵	۱۱,۵	۱۰	۲	۵

تکنیک تحلیل آماری: یافته‌های مربوط به تکنیک تحلیل آماری نشان می‌دهد که تکنیک‌های تحلیل آماری در طی زمان در حال پیچیده شدن است. مجموعه‌ای از تکنیک‌های آماری در پژوهش‌ها مورد استفاده قرار گرفتند که به ترتیب عبارتند از: همبستگی (۱۹٪)، رگرسیون (۱۰٪)، تحلیل عاملی (۹٪)، آزمون فریدمن (۸,۳٪) و مدل‌سازی معادلات ساختاری و آزمون T (۶,۵٪). فراوانی دیگر تکنیک‌های تحلیلی در شکل شماره (۵) نشان داده شده است.



شکل ۵. فراوانی تکنیک‌های تحلیل آماری مطالعات

صنعت / سازمان: یافته‌ها نشان می‌دهد که ۱۶ مطالعه در دانشگاه، ۱۲ مطالعه در

سازمان‌های دولتی، ۹ مطالعه در صنایع چندگانه، و ۸ مطالعه در بخش کشاورزی صورت گرفته است. جدول شماره (۷) صنعت و سازمان مورد مطالعه را نشان می‌دهد.

جدول ۷. صنعت و سازمان مورد مطالعه سایر

گزارش نشده	۶
سایر	۵
کالاهای ورزشی	۱
کودکان خیابانی	۱
خرما	۱
برق و الکترونیک	۱
بانک و بیمه	۲
صنایع غذایی	۲
سازمان خصوصی	۲
فناوری پیشرفته	۲
سرمایه گذاری مخاطره پذیر	۲
نساجی	۲
ایران خودرو	۲
سازمان غیر انتفاعی	۴
وزارت کار	۴
فناوری اطلاعات و ارتباطات	۴
شهرک صنعتی	۵
نفت	۵
پارک علم و فناوری	۷
کشاورزی	۸
صنایع چندگانه	۹
سازمان دولتی	۱۲
دانشگاه	۱۹

تمرکز جغرافیایی: یافته‌ها نشان می‌دهد که به لحاظ تمرکز جغرافیایی، پژوهش‌ها عمدتاً در تهران (۳۳ مطالعه) صورت گرفته است. جدول شماره (۸) تمرکز جغرافیایی پژوهش‌ها را نشان می‌دهد.

جدول ۸. تمرکز جغرافیایی پژوهش‌ها

کشور	تهران	خوزستان	کرمانشاه	اصفهان	گلستان	سیستان و بلوچستان	یزد	قم	بیرجند	مازندران	گزارش نشده	سایر
۲۵	۳۸	۳	۳	۲	۲	۲	۲	۲	۱	۲	۴	۷

بعلاوه، ۳ مطالعه کرمانشاه و ۳ مطالعه در خوزستان صورت گرفته است که نشانگر تمرکز مطالعات در مرکز و توجه نه چندان کافی به کارآفرینی در سایر شهرستان‌ها است.

بحث و نتیجه

نتایج این مطالعه نشان داد که نوعی ابهام در موضوعات غالب در رشته کارآفرینی وجود دارد، زیرا هیچگونه هم‌رأیی درباره تعریف و مرزهای پارادایم کارآفرینی وجود ندارد. به هر حال، محورهای موضوعی غالب در مطالعات ایجاد یا توسعه کسب و کار و کارآفرینی سازمانی هستند. اکثر مطالعات منتشر شده از یک منبع داده استفاده کردند و ابزار مصاحبه و مشاهده و تجربه در مطالعات کم‌تر مورد استفاده قرار گرفته است. روش تحلیل غالب در پژوهش‌های کارآفرینی، کمی است. در واقع، بهره‌گیری از مطالعات کیفی و آمیخته که متناسب با ماهیت پویا و پیچیده کارآفرینی است، بسیار ناچیز است هر چند روند رو به رشدی در مطالعات آمیخته دیده می‌شود. مطالعات عمدتاً مقطعی بوده و

مطالعات طولی مد نظر قرار نگرفته است. بعلاوه، تکنیک‌های تحلیل آماری در طی زمان در حال پیچیده شدن است و استفاده از آزمون همبستگی، رگرسیون و مدل‌سازی معادلات ساختاری نیز در حال افزایش است. در حالیکه بعضی از مطالعات چند سطحی هستند، اما سطح تحلیل غالب (بیش از سه چهارم تحقیقات کارآفرینی) در سطح تحلیل فرد و شرکت / سازمان است و مطالعات در سطح ملی پایین است. بعلاوه، اکثر مطالعات بر روی کارآفرینان موسسان کسب و کار و مدیران سازمان‌ها و نهادهای دولتی و غیر دولتی صورت گرفته است. درنهایت، مطالعات عمدتاً در شهر تهران و در دانشگاه‌ها و سازمان‌های دولتی صورت گرفته است.

برخی از تحقیقات قبلی به بررسی منبع داده‌ها پرداختند. به لحاظ منبع داده‌ها، یافته‌های این پژوهش با یافته پژوهش‌های پیشین تطابق دارد (Chandler and Lyon, 2001; Ireland, et al, 2005; Mullen et al., 2009; Crook et al, 2010). کروک و همکاران (۲۰۱۰)، و ایرلند (۲۰۰۵) پی بردند که مطالعات از منبع داده‌های اولیه (پیمایش، مصاحبه، و تجربه) و داده‌های ثانویه و منابع داده چندگانه استفاده کردند. مولن و همکاران (۲۰۰۹) و کویلو و جونز (۲۰۰۴) پی بردند که مطالعات از داده‌های اولیه (پیمایش و تجربه) و داده‌های ثانویه استفاده کردند و پیمایش و مصاحبه رایج و در حال رایج شدن است. چندلرو لایون (۲۰۰۱) نیز پی بردند که در مطالعات از داده‌های اولیه (پیمایش، مصاحبه، مشاهده و تجربه) و داده‌های ثانویه استفاده شده است.

روش تحلیل غالب در پژوهش‌های کارآفرینی، کمی است و بهره‌گیری از مطالعات کیفی بسیار پایین است. یافته‌های این پژوهش با بعضی یافته‌ها همخوانی دارد (Coviello, 2004 and Jones). کویلو و جونز (۲۰۰۴) پی بردند که فضای حاکم بر مطالعات کارآفرینی کمی است. کم‌تر از یک چهارم مطالعات کیفی هستند. این یافته مغایر با یافته مطالعات مولن و همکاران (۲۰۰۹)، دین و اران (۲۰۰۷)، ایرلند (۲۰۰۵) و چندلرو لایون (۲۰۰۱) است که پی بردند که فضای حاکم بر پژوهش‌های کارآفرینی، کیفی است و این روند هم‌چنان در حال رشد است.

یافته نشان داد که تکنیک‌های تحلیل آماری در طی زمان در حال پیچیده شدن است و

استفاده از آزمون همبستگی، رگرسیون و مدلسازی معادلات ساختاری در حال افزایش است. یافته‌های این پژوهش با بعضی یافته‌ها همخوانی دارد (Ireland, et al., 2005; Dean, et al, 2007; Mullen et al., 2009). یافته‌های مولن و همکاران (۲۰۰۹) نشان داد که استفاده از رگرسیون و معادلات ساختاری و تحلیل متغیره افزایش یافته است. دین و همکاران (۲۰۰۷) نیز پی بردند که استفاده از رگرسیون و معادلات ساختاری و تحلیل واریانس چند متغیره در حال افزایش است. ایرلند (۲۰۰۵) نیز به مانند چندلرو لایون (۲۰۰۱) پی بردند که حرکت به سمت تکنیک‌های آماری پیچیده و چند متغیره بوده و استفاده از معادلات ساختاری افزایش یافته و استفاده از رگرسیون در پژوهش‌های کارآفرینی غالب است.

یافته‌ها نشان داد که مطالعات چند سطحی، پایین و عمدتاً از یک سطح تحلیل استفاده کردند. سطح تحلیل غالب (بیش از سه چهارم تحقیقات کارآفرینی) فرد و شرکت یا سازمان است. یافته‌های این پژوهش با بعضی یافته‌ها همخوانی دارد (کروک و همکاران، ۲۰۱۰؛ دین و همکاران، ۲۰۰۷؛ چندلر و لایون، ۲۰۰۱؛ کویلو و جونز، ۲۰۰۴). اکثر مطالعات در یافتند که سطح تحلیل سازمان و فرد در تحقیقات غالب هستند و استفاده از سطح تحلیل شرکت در حال رشد است. نکته دیگر که با یافته لوو و مک میلان (۱۹۸۸) تطابق دارد مبنی بر اینکه محققان کارآفرینی سطح تحلیل مشخصی در تحلیل خود ندارند و آن را به روشنی بیان نمی‌کنند. بعلاوه، یافته‌های پژوهش نشان داد که مطالعات مقطعی هستند و مطالعات طولی مد نظر قرار نگرفتند. این یافته پژوهش با یافته‌های کویلو و جونز (۲۰۰۴)، کروک و همکاران (۲۰۱۰) دین و همکاران (۲۰۰۷) چندلر و لایون (۲۰۰۱) سازگار است. مطالعات آنها نشان داد اکثر تحقیقات ایستا و مقطعی است.

در مجموع، مشکل عمده‌ای که در تحقیقات وجود دارد این است که اکثر مطالعات یک سطح تحلیل، یک روش تحلیل (که غالباً کمی است و کیفی و آمیخته چندان مورد استفاده قرار نگرفته است) و یک منبع جمع آوری داده را استفاده می‌کنند که این امر اعتبار یافته‌ها را تهدید می‌کند. در مجموع، پارادایم اثبات گرایانه بر تحقیقات کارآفرینی در نشریه غالب است. پارادایم اثبات گرایانه تنها برای بخشی از رشته که به تغییرات کوچک توجه دارند مفید است، در حالی که کارآفرینی با رویدادهای ناپیوسته، پویا و غیر خطی

آغاز می‌شود که نمی‌توان آنرا با فرآیندهای آرام، پیوسته، خطی مطالعه کرد (Bygrave, 1989:28) و نیازمند روش‌شناسی متناسب با ماهیت پیچیده و پویای کارآفرینی است.

پیشنهادها

برای این که یافته‌های پژوهش قابل اتکا باشد و به توسعه تئوری در حوزه کارآفرینی بیانجامد، پیشنهادات ذیل برای تحقیقات آتی در حوزه روش‌شناسی ارائه می‌گردد:

«استفاده از «داده‌های طولی» و «تاکید بر بستر» در تحقیقات کارآفرینی امری ضروری است. استفاده از مطالعات طولی و دارای چارچوب‌های زمانی طولانی در عوض «مطالعات مقطعی»، بینش‌های بیشتری ارائه می‌دهد زیرا کارآفرینی فرآیندی پویا است که در طی زمان رخ می‌دهد. درک فرآیند کارآفرینانه مستلزم جمع‌آوری داده‌هایی درباره مراحل قبل راه‌اندازی، حین راه‌اندازی کسب و کار و شرایط اجتماعی-اقتصادی و نهادی است که در آن بوجود آمده است. البته این امر به معنای کنار گذاشتن مطالعات و داده‌های مقطعی نیست. لذا در طراحی تحقیقات آتی، محققان بایستی بر بستر و فرآیند تاکید داشته باشند و چارچوب زمانی گسترده‌تر و متدولوژی‌های مقطعی و طولی را همزمان بکار بگیرند.

«برای تحقق الزامات بالا «استفاده از منابع چندگانه برای جمع‌آوری داده» ضروری است. زیرا به محققان اجازه می‌دهد که از پدیده فاصله بگیرند. این امر منجر به حفظ عینیت و جلوگیری از ارب‌هایی است که از یک منبع اطلاعاتی حاصل می‌گردد. استفاده از منابع چندگانه داده، اعتبار نتایج را بهبود می‌بخشد. لذا به محققان توصیه می‌شود که «استفاده همزمان از چندین روش تحقیق یا منبع داده»^۱ را در تحقیقات آتی مد نظر قرار دهند زیرا امکان مقایسه یافته‌ها را فراهم و اعتبار یافته‌ها را بهبود می‌بخشد.

«ارزش جمع‌آوری داده‌ها از چند منبع، زمانی ارزشمند است که داده‌ها در بردارنده بیش از یک سطح-فرد، سازمان، محیط-باشد. در تحقیقات آینده کارآفرینی باید مطالعات چند سطحی برای درک پدیده‌های کارآفرینانه به کار گرفته شود؛ تا تبیین پدیده‌ها

1. Triangulation

جامع تر باشد. زیرا هر سطح تحلیل، دیدگاه منحصر بفردی را ارائه می‌دهد. استفاده از چند سطح تحلیل نسبت به استفاده از یک سطح داده، داده‌های غنی تری ارائه می‌دهد و می‌تواند پیچیدگی‌های زندگی واقعی سازمانی را نشان دهد.

◀ جمع‌آوری از چند منبع و بیش از یک سطح مستلزم روش‌های چندگانه تحلیل است (کثرت‌گرایی در روش تحلیل). کلید استفاده از روش‌های جمع‌آوری داده‌ها، بکارگیری روش تحلیل مناسب برای داده‌ها و سوالات تحقیق و سپس «استفاده همزمان از چندین روش تحقیق یا منبع داده» است. لذا استفاده همزمان از روش‌های تحلیل کمی و کیفی به نسبت استفاده از تنها یک روش تحلیل به ارائه نتایج محکم‌تر می‌انجامد. بکارگیری روش‌های اکتشافی (مثل تحلیل تاریخی و مورد کاوی) در گام نخست پژوهش، به محققان اجازه می‌دهد که بررسی نمایند چگونه پدیده‌ها در بسترشان استقرار یافته‌اند، چگونه پدیده‌ها و عوامل اجتماعی و اقتصادی با هم رابطه دارند و اهمیت آنها در میان دیگر پدیده‌های اجتماعی و اقتصادی به چه میزان است. در گام دوم، زمانی که چارچوب تئوریک توسعه یافت و سوالات پژوهش محدودتر می‌شود، استفاده از روش‌های محدودتر مطلوب‌تر است. در نهایت، باید توجه داشت که رابطه بین روش‌های تحلیل خطی نیست، بلکه تعاملی است. تعامل روش‌های تحلیل بررسی جامع‌تر پدیده‌ها را ممکن می‌سازد.

◀ هر چند استفاده از مطالعات چند سطحی، روش‌های چندگانه تحلیل و منابع چندگانه جمع‌آوری داده مشکل است و به مهارت‌های خاصی نیاز دارد، اما برای تبیین و درک پدیده پیچیده‌ای همچون فرآیند کارآفرینانه ضرورت دارد. از این رو بایستی از پارادایم اثبات‌گرا فاصله گرفت و موضع ساختارگرایان را برای درک پدیده‌های کارآفرینانه مدنظر قرار داد. البته این امر به معنای آن نیست که پارادایم اثبات‌گرایی را کنار گذاشت، بلکه بایستی از ساختارگرایی و اثبات‌گرایی بطور همزمان و در کنار هم استفاده کردند.

منابع

- Alvarez, S. A. (2003), Resources and hierarchies: Intersections between entrepreneurship and strategy. In Z. J. Acs and D. B. Audretsch (Eds.), *Handbook of entrepreneurship research*: 247–263.
- Bruyat Christian, Julien Pierre-Andre', defining the field of *Research in Entrepreneurship*, *Journal of Business Venturing*, vol.16, 165–180.
- Bull, I., Willard, G.E. (1993), "Towards a Theory of Entrepreneurship", *Journal of Business Venturing*, vol. 8, no. 3, p. 183-196.
- 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.
- Bygrave, W. D. (1989b), The Entrepreneurship Paradigm (II): Chaos and Catastrophes Among Quantum Jumps?, *Entrepreneurship Theory and Practice*, winter, p. 7-30
- Chandler, G.N., Lyon, D.W. 2001. Issues of research design and construct measurement in entrepreneurship research: The past decade. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25: 101-113.
- Cooper, A. C. 2003. Entrepreneurship: The past, the present, the future. In Z. J. Acs & D. B. Audretsch (Eds.), *Handbook of entrepreneurship research*: 21–34.
- 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. 2003. The domain of entrepreneurship research: Some suggestions. In J. Katz and D. Shepherd (Eds.), *Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth*, vol. 6: 315–372.
- Dean, M. A., Shook, C. L., and 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.
- Guth, W. D., Ginsberg, A. 1990. Guest editor's introduction: Corporate entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, 11(special issue): 5–16.
- 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.
- Low, M.B. & MacMillan, I.C. 1988. Entrepreneurship: Past research and future challenges. *Journal of Management*, 14: 139-161.
- Mullen, M.R, Budeva, D.G., and 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.
- Phan, P. H. 2004. Entrepreneurship theory: Possibilities and future directions. *Journal of Business Venturing*, 19: 617-620.
- Sarasvathy, S. D. (2004), the questions we ask and the questions we care about: Reformulating some problems in entrepreneurship research. *Journal of Business Venturing*, 19: 707-717.
- Shane, S., Venkataraman, S. 2000. The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25: 217-226.
- Sharma, P., Chrisman, J. J. 1999. Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3): 11-27.
- Short, J. C., Ketchen, D. J., Combs, J. G., & Ireland, R. D. 2010. Research Methods in Entrepreneurship: Opportunities and Challenges, *Organizational Research Methods*, Vol. 13 No.1.
- Wortman, M., Birkenholz, W. (1991), "Entrepreneurship Research on a Global Basis: An Empirically Based Model", *36th Annual World Conference ICSB, Vienna*, Vol. 1, p. 67-77.