

مقاله مروری

ارائه چارچوبی جهت طبقه‌بندی انگیزه‌های کارآفرینی بر اساس جهت و منبع انگیزه
خدیجه عزیزی^{۱*}، مهدی حسین‌پور^۲، بیژن رضایی^۳

چکیده

هدف: کارآفرینی یکی از عوامل کلیدی در توسعه اقتصادی و شاخص اساسی در توسعه جوامع روبه‌رشد است. آنچه که کارآفرین را به آغاز فعالیت کارآفرینی ترغیب می‌کند، انگیزه کارآفرینی است. انگیزه کارآفرینی فرایند تبدیل یک فرد عادی به یک فرد کارآفرین است که می‌تواند فرصت‌هایی را ایجاد کند و در به حداکثر رساندن ثروت و توسعه اقتصادی کمک کند. هدف این پژوهش شناسایی و طبقه‌بندی انگیزه‌های کارآفرینان می‌باشد. **طراحی / روش‌شناسی / رویکرد:** این پژوهش با رویکرد مرور نظام‌مند و با استفاده از یک ماتریس شش سلولی در دو مؤلفه جهت انگیزه (کشش یا فشار) و منبع انگیزه (اقتصادی، روان‌شناختی یا اجتماعی) انجام شده است.

یافته‌های پژوهش: بر اساس ماتریس شش سلولی بیشترین فراوانی انگیزه‌های شناسایی شده عبارت است از: انگیزه‌های کششی روان‌شناختی با ۶۱ درصد، انگیزه‌های کششی اقتصادی با ۲۱/۱ درصد، انگیزه‌های کششی اجتماعی با ۶/۲ درصد، انگیزه‌های فشاری روان‌شناختی با ۹/۲۵ درصد، انگیزه‌های فشاری اجتماعی ۲ درصد و انگیزه‌های فشاری اقتصادی ۰/۵ درصد توزیع انگیزه‌ها را نشان می‌دهد. **محدودیت‌ها و پیامدها:** بافت فرهنگی و ویژگی‌های جمعیت‌شناختی کارآفرینان در این مطالعه تفکیک نشده است.

پیامدهای عملی: با توجه به این که کارآفرینان یکی از مؤثرترین نیروی بالقوه اقتصادی محسوب می‌شوند شناسایی و طبقه‌بندی انگیزه‌های آنان و تمرکز و تقویت این انگیزه‌ها در برنامه‌های سیاست‌گذاران و برنامه‌ریزان سبب توسعه اقتصادی و اجتماعی خواهد شد.

ابتکار یا ارزش مقاله: بر اساس الگویی جدید انگیزه‌های کارآفرینان در دو مؤلفه جهت انگیزه (کشش یا فشار) و منبع انگیزه (اقتصادی، روان‌شناختی یا اجتماعی) طبقه‌بندی شده است.

نوع مقاله: مقاله مروری

مشخصات نویسندگان

۱. گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، اقتصاد و کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران (*نویسنده مسئول).

khazizi44@gmail.com

۲. استادیار گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

m.hosseinpour@razi.ac.ir

۳. استادیار، گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشکده علوم اجتماعی، اقتصاد و کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

b.rezaee@razi.ac.ir

کلمات کلیدی: انگیزه‌های کارآفرینی؛ کشش؛ فشار؛ مرور نظام‌مند.

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۰۴/۱۱ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۰/۰۹/۰۵ تاریخ چاپ مقاله: ۱۴۰۱/۰۴/۰۱

منتشر شده توسط دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران



Review Paper

Provide a Framework for Classifying Entrepreneurial Motivations Based on the Direction and Source of Motivation

Khadijeh Azizi¹, Mahdi Hosseinpour², Bijan Rezaee³

Authors

1 Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Social Sciences, Economics and Entrepreneurship, Razi University, Kermanshah, Iran (*Corresponding Author).
khazizi44@gmail.com
2. Assistant Professor, Department of Management and Entrepreneurship, Faculty of Social Sciences, Razi University, Kermanshah, Iran.
m.hosseinpour@razi.ac.ir
3. Department of Management and Entrepreneurship - Faculty of Social Sciences, Economics and Entrepreneurship - Razi University, Iran.
b.rezaee@razi.ac.ir

Abstract

Purpose: Entrepreneurship is one of the key factors in economic development and a key indicator in the development of growing societies. What motivates the entrepreneur to start an entrepreneurial activity is entrepreneurial motivation. Entrepreneurial motivation is the process of transforming an ordinary person into an entrepreneur who can create opportunities and help maximize wealth and economic development. The purpose of this study is to identify and classify the motivations of entrepreneurs.

Design/Methodology/Approach: This research has been done with a systematic review approach and using a six-cell matrix in two components for motivation (traction or pressure) and sources of motivating (economic, psychological or social).

Research Findings: According to the six-cell matrix, the highest frequency of motivations identified are: psychological traction motives with 61%, economic traction motives with 21.1%, social traction motives with 6.2%, psychological compulsive motives with 9.2%, Social pressure motives 2% and economic pressure motives 5%. Shows the percentage distribution of motivations.

Limitations & Consequences: The cultural context and demographic characteristics of entrepreneurs are not separated in this study

Practical Consequences: Identifying and classifying their motivations and focusing and strengthening these motivations in the programs of policy makers and planners will lead to economic and social development.

Innovation or value of the Article: According to the new model, entrepreneurs' motivations are classified into two components: motivation and motivation source.

Paper Type: Systematic review

Keywords: Entrepreneurial Motivations; Traction; Pressure; Systematic Review.



مقدمه

انگیزه‌های^۱ افراد برای کارآفرین شدن متفاوت است و همواره طبقه‌بندی‌های مختلفی از انگیزه‌های کارآفرینان صورت گرفته است. انگیزه‌های کارآفرینی در پژوهش‌های متعددی مورد مطالعه قرار گرفته است. با توجه به این که فعالیت‌های کارآفرینانه به وجود آمده تحت تأثیر عوامل کشتی از موفقیت مالی بیشتری نسبت به فعالیت‌های کارآفرینانه در اثر عوامل رانشی برخوردار هستند (آمیت و مولر،^۲ ۱۹۹۵) طبقه‌بندی انگیزه‌های کارآفرینان بر اساس دو نیروی رانش^۳ یا کشت^۴ (مک کلاند و همکاران^۵، ۲۰۰۵؛ شوگو و شیور^۶، ۲۰۰۷؛ سگال و همکاران^۷، ۲۰۰۵؛ کرک وود^۸، ۲۰۰۹) اهمیت می‌یابد.

از آنجا که کارآفرینان نیروی محرکه توسعه اقتصادی در جوامع هستند شناسایی و بررسی رویکردهای رفتاری و انگیزه‌های کارآفرینان از منظر اقتصادی، اجتماعی و روان‌شناختی و یافتن وجه تمایز آنان با غیر کارآفرینان همواره مورد توجه صاحب نظران است (سروستان، عزیزی نژاد^۹، ۲۰۱۵). علی‌رغم اهمیت مطالعات مربوط به شناسایی انگیزه‌های کارآفرینان تا کنون پژوهشی به صورت نظام‌مند و در چارچوب دو عامل جهت انگیزه (رانشی یا کشتی) و جنس انگیزه (اجتماعی، روان‌شناختی و اقتصادی) انجام نشده است. مرور نظام‌مند انگیزه‌های کارآفرینان این امکان را فراهم می‌آورد که پژوهشگران و مدیران با خلاصه‌ای از مطالعات انجام شده، چالش‌ها، کاستی‌ها و زمینه‌های بهبود در این حوزه آشنا شوند. بنابراین پژوهش حاضر درصدد است تا بر مبنای چارچوبی جدید و از ترکیب دو عامل جهت انگیزه (رانشی یا کشتی) و جنس انگیزه (اجتماعی، روان‌شناختی و اقتصادی) در قالب ماتریسی شش سلولی، انگیزه‌های فعالیت‌های کارآفرینی را شناسایی و طبقه‌بندی کند.

مبانی نظری و پیشینه تحقیق

رابینز^{۱۰} (۱۹۴۳) انگیزش را تمایل به انجام کار که در گرو توانایی فرد است می‌داند، تا بدان وسیله نوعی نیاز تأمین‌گردد. نیاز نوعی کسر و کمبود روانی و فیزیولوژیک است که می‌تواند دستاورد خاصی را جذاب نماید. دهه ۱۹۵۰ یکی از دهه‌های پربار از نظر ارائه مفاهیم انگیزش بود. سپهوند و همکاران^{۱۱} (۲۰۱۳) به نقل از رابینز و

رتال جامع علوم انسانی

^۱ Motivations

^۲ Amit & Muller

^۳ pressure

^۴ strain

^۵ McClelland et al

^۶ Schjoedt & Shaver

^۷ Segal et al,

^۸ Kirkwood

^۹ Sarvestan & Azizinejad

^{۱۰} Robbins

^{۱۱} Sepahvand et al

جاج^۱ (۲۰۱۰) انگیزه را تعامل بین فرد و موقعیت وی تعریف می‌کند که شدت، جهت و میزان تلاش به منظور رسیدن به هدفی مشخص را تعیین می‌کند.

مازلو^۲ (۱۹۸۱) ایده سلسله‌مراتب نیازها را در کتاب خود به نام «انگیزه و شخصیت» در سال ۱۹۸۱ مطرح نمود. او هدف و آرمان اصلی انسان را و تربیت و تقلائی او را دست‌یافتن به مرتبه والای انسانی و همانا تحقیق خویشتن یا خودشکوفایی می‌داند. وی مراتبی را برای دسترسی به این آرمان به صورت سلسله‌مراتب نیازها تدوین نموده است.

طبق هرم نیازهای مازلو، پنج سطح مختلف در سلسله‌مراتب نیازهای انسان وجود دارد که شامل نیازهای زیستی، امنیت، اجتماعی، احترام و در نهایت نیاز به خودشکوفایی است. ارهان و اسکات^۳ انگیزه‌ها را به دو دسته رانشی و کششی تقسیم‌بندی کرده و بیان می‌کنند که عوامل رانشی پیوندهای منفی با شرایط کارآفرین دارند مانند کافی نبودن درآمد خانواده، بیکاری، فقدان رضایت شغلی و انتخاب مشاغل قابل انعطاف به علت تعهدات خانوادگی (ارهان و اسکات، ۲۰۰۱). عوامل کشش آن‌هایی هستند که با انگیزه‌های مثبت فرد در ارتباط بوده مانند دو عامل که بیشتر از سایر انگیزه‌ها مورد بحث قرار گرفته یعنی استقلال و پول. بین مؤلفه‌های کشش و انگیزه‌های کارآفرینی ارتباط مؤثرتری برقرار می‌باشد طوری که بیشتر انگیزه‌های کارآفرینان به مؤلفه کشش مربوط می‌باشد (کرک وود، ۲۰۰۹). در این میان انگیزه‌های روان‌شناسی، اقتصادی و اجتماعی فرد به عنوان یکی از عوامل مهم مورد توجه قرار می‌گیرد. نیازهایی مانند رئیس خود بودن، درآمد، رضایت شغلی، توفیق، فرصت پیشرفت قدرت تحت عنوان عوامل انگیزشی فرد برای کارآفرین شدن بیان شده‌اند (هیسریچ، پیترز و میشل، ۲۰۰۲، ۴). محمدی و همکاران^۵ (۲۰۱۵) در پژوهشی به نقل شین^۶ (۲۰۰۳) یکی از مهم‌ترین انگیزه‌هایی که سبب می‌شود افراد وظایف و فعالیت‌هایی را شروع کنند نیاز به موفقیت است که به مؤلفه کشش ارتباط دارد. الکساندرچرنو^۷ (۲۰۱۳) نیازهای اقتصادی و روان‌شناختی را جزء نیازهای اساسی به حساب می‌آورد. پژوهشگران و دانشمندان همواره در پی فراهم‌آوردن شرایط مناسبی جهت بروز خلاقیت، نوآوری و کارآفرینی می‌باشند.

بر اساس یافته‌های پژوهش‌های شناسایی شده بین دو بُعد جهت انگیزه (کشش یا رانش) و جنس انگیزه (اقتصادی، روان‌شناختی یا اجتماعی) ارتباط تنگاتنگی مشاهده می‌شود که بر همین اساس این پژوهش جهت ارائه یک چارچوب مناسب برای بیان یافته‌های خود از ماتریس شش سلولی که سطرهای آن جهت انگیزه (کشش یا رانش) و ستون‌های آن جنس انگیزه (اقتصادی، روان‌شناختی یا اجتماعی) می‌باشد استفاده می‌کند که کلیه انگیزه‌های استخراج شده از این پژوهش در یکی از شش سلول این ماتریس قرار می‌گیرد.

^۱ Robbins & Jaj

^۲ Maslow

^۳ Orhan & Scott

^۴ Hisrich , Peters & Michael

^۵ Mohammadi et al

^۶ Shane

^۷ Cherno alexander

نتایج مطالعات قبلی (۳۷ پژوهش شناسایی شده) در زمینه انگیزه‌های کارآفرینی به صورت طبقه‌بندی شده در جداول زیر که دربرگیرنده عنوان انگیزه، نویسندگان و سال چاپ مقاله است، گردآوری شده است. جدول شماره ۱ انگیزه‌های روان‌شناختی کششی را بیان می‌کند.

جدول شماره ۱. انگیزه‌های روان‌شناختی کششی

ردیف	انگیزه	پژوهش
۱	تمایل به رئیس و کارفرمای خود بودن	دلانو و لینان ^۱ (۲۰۱۹)، کالیانی و کومار ^۲ (۲۰۱۱)، سانچز و آتیانزا ^۳ (۲۰۱۲)، استفانوویچ و همکاران ^۴ (۲۰۱۰)، بنزینگ و همکاران ^۵ (۲۰۰۹)، دی مارتینو و بارباتو ^۶ (۲۰۰۲)، پاروانا و ساهاد ^۷ (۲۰۱۸)، آلدز و همکاران ^۸ (۲۰۱۷)، کرک وود ^۹ (۲۰۰۹)، افتن وهنپی ^{۱۰} (۲۰۱۸)، رابی چاد و همکاران ^{۱۱} (۲۰۱۰)، آراستی و والی نژاد ^{۱۲} (۲۰۱۱)، وارسته و کیلی فرد ^{۱۳} (۲۰۱۶)، محمدی و لشگرآرا ^{۱۴} (۲۰۱۳)، جهانی و همکاران ^{۱۵} (۲۰۱۴)، یعقوبی فرانی و سلیمانی ^{۱۶} (۲۰۱۵)، آراستی، کنعانی و سیدقاسمی ^{۱۷} (۲۰۱۳)، امینی و دیگران ^{۱۸} (۲۰۱۲)، رستمعلی‌زاده و جمعه‌زاده ^{۱۹} (۲۰۱۸)، مرادی و همکاران ^{۲۰} (۲۰۱۰)، دموری و همکاران ^{۲۱} (۲۰۰۹)، خنیفر و همکاران ^{۲۲} (۲۰۱۰)، شیر و علی بیگی ^{۲۳} (۲۰۱۵)

- ^۱ Delanoë & Liñán
^۲ Kalyani & Kumar
^۳ Sánchez & Atienza
^۴ Stefanovic et al
^۵ Benzing et al
^۶ DeMartino & Barbato
^۷ Purwana & Suhud
^۸ Aldaz et al
^۹ Kirkwood
^{۱۰} Aftan & Hanapi
^{۱۱} Robichaud et al
^{۱۲} Arasti & Valinejad
^{۱۳} Vakilifard & Varestefar
^{۱۴} LashgarAra & Mohammadi
^{۱۵} Jahani et al
^{۱۶} YaghoubiFarani & Soleymani
^{۱۷} Seyedghasemi , Arasti & Kanani
^{۱۸} Amini et al
^{۱۹} Rostamalizadeh & alijomezadeh
^{۲۰} Moradi et al
^{۲۱} Damori et al
^{۲۲} khanifar et al
^{۲۳} Shiri & Alibaygi



۲	فرصتی برای آزمون ایده‌ها	اپادایا و چادا ^۱ (۲۰۱۹)، سانچز و آتینزا (۲۰۱۲)، استفانوویچ و همکاران (۲۰۱۰)، رامان و همکاران ^۲ (۲۰۰۸)، بنزینگ و همکاران (۲۰۰۹)، فریدونی و همکاران ^۳ (۲۰۱۰)، کرک وود (۲۰۰۹)، افتن و هنیی (۲۰۱۸)، آراستی و والی نژاد (۲۰۱۱)، آراستی و کنعانی و سید قاسمی (۲۰۱۳)، رستمعلی‌زاده و جمعه‌زاده (۲۰۱۸)، مرادی و همکاران (۲۰۱۰)، خنیفر و همکاران (۲۰۱۰)، شیر و علی بیگی (۲۰۱۵)، آراستی و همکاران (۱۳۹۱)
۳	رسیدن به رشد و بالندگی در اجتماع	سانچز و آتینزا (۲۰۱۲)، بنزینگ و همکاران (۲۰۰۹)، دی مارتینو و بارباتو (۲۰۰۲)، کرک وود (۲۰۰۹)، افتن و هنیی (۲۰۱۸)، رابی چاد و همکاران (۲۰۱۰)، آراستی و والی نژاد (۲۰۱۱)، جهانی و همکاران (۲۰۱۴)، آراستی و همکاران (۲۰۱۳)، دموری و همکاران (۲۰۰۹)، شیر و علی بیگی (۲۰۱۵)
۴	شناخت و اثبات استعداد و توانایی‌های شخصی	ابسیس و همکاران ^۴ (۲۰۲۱)، سانچز و آتینزا (۲۰۱۲)، استفانوویچ و همکاران (۲۰۱۰)، رامان و همکاران (۲۰۰۸)، بنزینگ و همکاران (۲۰۰۹)، اسماعیل و همکاران ^۵ (۲۰۰۶)، پاروانا و ساهاد (۲۰۱۸)، رابی چاد و همکاران (۲۰۱۰)، آراستی و والی نژاد (۲۰۱۱)، آراستی و همکاران (۲۰۱۳)، شیر و علی بیگی (۲۰۱۵)، آراستی، کنعانی و سید قاسمی (۲۰۱۳)
۵	نیاز به کار انعطاف‌پذیر برای آزادی شخصی	سانچز و آتینزا (۲۰۱۲)، استفانوویچ و همکاران (۲۰۱۰)، بنزینگ و همکاران (۲۰۰۹)، رامان و همکاران (۲۰۰۸)، هامرت و درو ^۶ (۲۰۱۰)، آلدز و همکاران (۲۰۱۷)، فریدونی و همکاران (۲۰۱۰)، افتن و هنیی (۲۰۱۸)، رابی چاد و همکاران (۲۰۱۰)، آراستی و والی نژاد (۲۰۱۱)، وارسته و وکیلی فرد (۱۳۹۵)
۶	نیاز به تحقق آرمان	آرامند (۲۰۱۱)، سانچز و آتینزا (۲۰۱۲)، آلدز و همکاران (۲۰۱۷)، کرک وود (۲۰۰۹)، آراستی و والی نژاد (۲۰۱۱)، وارسته و وکیلی فرد (۱۳۹۵)، محمدی و لشگرآرا (۱۳۹۲)، خنیفر و همکاران (۲۰۱۰)، شیر و علی بیگی (۲۰۱۵)، آراستی و همکاران (۲۰۱۳)
۷	نیاز به پیشرفت	آلدز و همکاران (۲۰۱۷)، آراستی و والی نژاد (۲۰۱۱)، جهانی و همکاران (۱۳۹۳)، مرادی و همکاران (۱۳۸۹)، خنیفر و همکاران (۲۰۱۰)، آراستی و همکاران (۲۰۱۳)، سرمدی و همکاران (۱۳۸۸)
۸	مهیا ساختن شرایط کاری بهتر برای فرزندان و دیگر اعضای خانواده	استفانوویچ و همکاران (۲۰۱۰)، بنزینگ و همکاران (۲۰۰۹)، دی مارتینو و بارباتو (۲۰۰۲)، پاروانا و ساهاد (۲۰۱۸)، کرک وود (۲۰۰۹)، رابی چاد و همکاران (۲۰۱۰)، آراستی و همکاران (۲۰۱۳)
۹	نیاز به شغل مناسب	سانچز و آتینزا (۲۰۱۲)، استفانوویچ و همکاران (۲۰۱۰)، آراستی و همکاران (۲۰۱۳)، آراستی و والی نژاد (۲۰۱۱)، شیر و علی بیگی (۲۰۱۵)
۱۰	جذابیت ایجاد یک کسب‌وکار	سانچز و آتینزا (۲۰۱۲)، رامان و همکاران (۲۰۰۸)، دی مارتینو و بارباتو (۲۰۰۲)، رابی چاد و همکاران (۲۰۱۰)، شیر و علی بیگی (۲۰۱۵)
۱۱	تمایل به خوداشتغالی	بنزینگ و همکاران (۲۰۰۹)، دی مارتینو و بارباتو (۲۰۰۲)، کالیانی و کومار (۲۰۱۱)، فریدونی و همکاران (۲۰۱۰)
۱۲	برتری یافتن نسبت به دوستان	شیری و علی بیگی (۲۰۱۵)، رامان و همکاران (۲۰۰۸)

^۱ Upadhaya & Chadha^۲ Raman et al^۳ Fereidouni et al^۴ Abecassis et al^۵ Ismail et al^۶ Humbert & Drew

۱۳	برای تأمین نیازهای شخصی خود	امیل و همکاران ^۱ (۲۰۱۹)، وارد و همکاران ^۲ (۲۰۱۹)، سانچز و آتینزا (۲۰۱۲)، افتن و هنیی (۲۰۱۸)
۱۴	رضایت درونی	خسروی پور و همکاران ^۳ (۲۰۲۱)، آراستی، کنعانی و سید قاسمی (۲۰۱۳)
۱۵	تمایل به انجام‌دادن کارهای عملی و پرتحرک	شیری و علی‌بیگی (۲۰۱۵)
۱۶	رضایت شغلی	رامان و همکاران (۲۰۰۸)
۱۷	انعطاف‌پذیری کار در خانه	خنifer و همکاران (۲۰۱۰)
۱۸	مشاغل مشترک با همسر	دی‌مارتینو و بارتو (۲۰۰۲)
۱۹	برای تفریح	استفانوویچ و همکاران (۲۰۱۰)، بنزینگ و همکاران (۲۰۰۹)
۲۰	برای دنبال کردن نمونه کسی که تحسین شده است	سانچز و آتینزا (۲۰۱۲)، پاروانا و ساهاد (۲۰۱۸)

جدول شماره ۲ انگیزه‌های اقتصادی کشتی را نشان داده است. بر اساس پژوهش‌های پیشین افزایش درآمد و دستیابی به استقلال مالی از مهم‌ترین عوامل اقتصادی برانگیزاننده برای کارآفرین شدن می‌باشد و مواردی مانند امنیت اقتصادی و سرمایه‌گذاری‌های کوچک جزء عوامل کم‌اهمیت‌تر در این طبقه می‌باشند.

جدول شماره ۲. انگیزه‌های اقتصادی کشتی

ردیف	انگیزه	پژوهش‌های مرتبط
۱	برای افزایش درآمد	شی و وانگ ^۴ (۲۰۲۱)، خسروی پور و همکاران (۲۰۲۱)، کالیانی و کومار (۲۰۱۱)، سانچز و آتینزا (۲۰۱۲)، استفانوویچ و همکاران (۲۰۱۰)، بنزینگ و همکاران (۲۰۰۹)، پاروانا و ساهاد (۲۰۱۸)، آرامند (۲۰۱۱)، کرک وود (۲۰۰۹)، آلدز و همکاران (۲۰۱۷)، فریدونی و همکاران (۲۰۱۰)، رابی چاد و همکاران (۲۰۱۰)، هامرت و درو (۲۰۱۰)
۲	دستیابی به استقلال مالی	خسروی پور و همکاران (۲۰۲۱)، دلانو و لینان (۲۰۱۹)، اسیس و همکاران (۲۰۱۹)، سانچز و آتینزا (۲۰۱۲)، آلدز و همکاران (۲۰۱۷)، وارسته و وکیلی فرد (۱۳۹۵)، آراستی، کنعانی و سید قاسمی (۲۰۱۳)، آراستی و همکاران (۲۰۱۳)، شیری و علی بیگی (۲۰۱۵)
۳	برای بهره‌برداری از فرصت شغلی	امیل و همکاران (۲۰۱۹)، شی و وانگ (۲۰۲۱)، اپادایا و چادا (۲۰۱۹)، کالیانی و کومار (۲۰۱۱)، سانچز و آتینزا (۲۰۱۲)، اسماعیل و همکاران (۲۰۰۶)، فریدونی و همکاران (۲۰۱۰)، افتن و هنیی (۲۰۱۸)
۴	مهیا ساختن شرایط بهتر زندگی	آراستی و همکاران (۲۰۱۳)، آراستی و والی‌نژاد (۲۰۱۱)، شیری و علی بیگی (۲۰۱۵)، دموری و همکاران (۲۰۰۹)، رابی چاد و همکاران (۲۰۱۰)
۵	کمک به درآمد خانواده	خسروی پور و همکاران (۲۰۲۱)، خنifer و همکاران (۲۰۱۰)، شیری و علی بیگی (۲۰۱۵)
۶	دوری از فقر	دموری و همکاران (۲۰۰۹)، شیری و علی بیگی (۲۰۱۵)
۷	استفاده از امتیازات دولت	کالیانی و کومار (۲۰۱۱)، کرک وود (۲۰۰۹)
۸	ریسک پایین و نیاز به درآمد کمتر کسب‌وکار خانگی	خنifer و همکاران (۲۰۱۰)
۹	سرمایه‌گذاری کوچک	سانچز و آتینزا (۲۰۱۲)
۱۰	امنیت اقتصادی	سانچز و آتینزا (۲۰۱۲)

^۱ Emielet al

^۲ ward et al

^۳ Khosravipour et al

^۴ Shi & Wang

جدول شماره ۳ انگیزه‌های اجتماعی کشتی را نشان داده است. از نظر پژوهشگران خدمت به جامعه با بیشترین فراوانی بااهمیت‌ترین انگیزه در طبقه انگیزه‌های اجتماعی کشتی می‌باشد.

جدول شماره ۳. انگیزه‌های اجتماعی کشتی

ردیف	انگیزه	پژوهش‌ذی‌ربط
۱	خدمت به جامعه	سانچز و آتینازا (۲۰۱۲)، آرامند (۲۰۱۱)، آراستی و والی‌نژاد (۲۰۱۱)، وارسته و وکیلی فرد (۱۳۹۵)، آراستی، کنعانی و سید قاسمی (۲۰۱۳)، آراستی و همکاران (۲۰۱۳)، دموری و همکاران (۲۰۰۹)، شیرینی و علی‌بیگی (۲۰۱۵)
۲	ایجاد اشتغال	فریدونی و همکاران (۲۰۱۰)، آراستی، کنعانی و سید قاسمی (۲۰۱۳)، رابی چاد و همکاران (۲۰۱۰)
۳	روابط کاری گرم	سانچز و آتینازا (۲۰۱۲)
۴	برای پذیرش اجتماعی	سانچز و آتینازا (۲۰۱۲)

ارائه چارچوبی جهت
طبقه‌بندی ...
۱۳۴ | صفحه

جدول شماره ۴ انگیزه‌های روان‌شناختی رانشی را نشان داده است. این انگیزه‌ها در اثر عوامل بیرونی و در شرایط محیطی خاص فرد را به سمت کارآفرین شدن هدایت می‌کند. ایجاد امنیت شغلی و ناخشنودی از شغل قبلی از مهم‌ترین انگیزه‌های این طبقه می‌باشند.

جدول شماره ۴. انگیزه‌های روان‌شناختی رانشی

ردیف	انگیزه	پژوهش‌ذی‌ربط
۱	برای ایجاد امنیت شغلی	استفانوویچ و همکاران (۲۰۱۰)، بنزینگ و همکاران (۲۰۰۹)، اسماعیل و همکاران (۲۰۰۶)، رابی چاد و همکاران (۲۰۱۰)
۲	ناخشنودی از شغل قبلی	سانچز و آتینازا (۲۰۱۲)، هامرت و درو (۲۰۱۰)، کرک وود (۲۰۰۹)، دموری و همکاران (۲۰۰۹)
۳	برای غلبه بر چالش	سانچز و آتینازا (۲۰۱۲)، اسماعیل و همکاران (۲۰۰۶)، کرک وود (۲۰۰۹)
۴	تنفر از بیکاری	ختیفر و همکاران (۲۰۱۰)، شیرینی و علی‌بیگی (۲۰۱۵)
۵	عدم تطابق باورها و ارزش‌های فرد با جو محیط‌های کاری	ختیفر و همکاران (۲۰۱۰)، شیرینی و علی‌بیگی (۲۰۱۵)
۶	احساس نیاز به ایجاد تغییر در زندگی	یعقوبی فرانی و سلیمانی (۲۰۱۵)
۷	نیاز به کار انعطاف‌پذیر به‌خاطر مسئولیت‌های زندگی	آراستی و همکاران (۲۰۱۳)
۸	آخرین راه‌حل	شی و وانگ (۲۰۲۱)، هامرت و درو (۲۰۱۰)

جدول شماره ۵ انگیزه‌های اقتصادی رانشی را نشان داده است. محل اقامت بر اساس پژوهش اسماعیل و همکاران (۲۰۰۶) تنها انگیزه این طبقه می‌باشد. قرارگیری تنها یک مورد در این جدول نشان از کم‌اهمیت بودن این طبقه به‌عنوان عاملی جهت کارآفرین شدن دارد.

جدول شماره ۵. انگیزه‌های اقتصادی رانشی

ردیف	انگیزه	پژوهش‌ذی‌ربط
۱	محل اقامت	اسماعیل و همکاران (۲۰۰۶)

جدول شماره ۶ انگیزه‌های اجتماعی رانشی را نشان داده است. در پژوهش‌های پیشین به سنت خانوادگی و بیماری همسر یا عضوی از خانواده به‌عنوان انگیزه‌هایی جهت کارآفرین شدن اشاره شده است.

جدول شماره ۶. انگیزه‌های اجتماعی رانشی

ردیف	انگیزه	پژوهش ذی‌ربط
۱	سنت خانوادگی	کالیانی و کومار (۲۰۱۱)، سانچز و آتینزا (۲۰۱۲)
۲	بیماری همسر یا عضوی از خانواده	آراستی و والی‌نژاد (۲۰۱۱)، آراستی و همکاران (۲۰۱۱)

PAP

۱۳ (۱)

۱۲۵ | صفحه

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر بر اساس مرور نظام‌مند^۱ (SLR) انجام شده است. در ابتدا پژوهش‌های موجود مرتبط با شناسایی الگوها، مضامین و موضوعات خلاصه‌سازی و سپس محتوای مفهومی حوزه مورد پژوهش شناسایی می‌شود. در این پژوهش از دو الگوی اکلاهی و شابران^۲ (۲۰۱۰) و آیدن و همکاران^۳ (۲۰۱۶) که شامل مراحل برنامه‌ریزی، انتخاب، استخراج و اجرا می‌باشد استفاده شده است و در مرحله انتخاب مقالات نیز روش سیلوا^۴ (۲۰۱۵) استفاده مورد استفاده قرار گرفت (عزیزی و همکاران^۵ ۲۰۱۸). در مرحله اول بر اساس واژه‌های کلیدی فارسی «انگیزه‌های کارآفرینی»، «مولفه‌های کوشش و رانش»، «انگیزه‌های اقتصادی»، «انگیزه‌های اجتماعی»، «انگیزه‌های روان‌شناختی»، در عنوان، متن، چکیده و واژه‌های کلیدی انگلیسی "Entrepreneurial motivations"، "Tensile and Pressure Factor" در عنوان مد نظر قرار گرفتند. به منظور تعیین حد و مرز جست و جو به نکات زیر توجه شده است:

۱- از بین اسناد علمی فقط مقاله‌های علمی چاپ شده در مجله یا کنفرانس‌های بین‌المللی معتبر که دآوری‌های مشخص علمی و تخصصی دارد مد نظر قرار گرفت.

۲- جستجوی مقالات از سایت‌ها و موتورهای جست‌وجوگر: پایگاه مجلات تخصصی نور، پایگاه مرکز اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی، گوگل و اسکولار گوگل استفاده و واژه‌های کلیدی در قسمت چکیده، عنوان، متن و کلیدواژه‌ها جستجو و ۷۷۰ مقاله یافت شد. مقاله‌هایی که صرفاً کلید واژه‌ها در عنوان آن‌ها بدون هیچ‌گونه ارتباطی با موضوع پژوهش بود در مرحله اول پس از مشاهده حذف شدند.

۳- چکیده مقالات فارسی و ترجمه چکیده مقالات انگلیسی مطالعه و مقالاتی که با عنوان پژوهش ارتباط داشتند دانلود شد (۳۱۳ مقاله).

۴- مطالعه مقدمه و نتیجه‌گیری مقالات مرتبط با هدف پژوهش (۸۳ مقاله).

^۱ Systematic Literature Review

^۲ Okoli & Schabram

^۳ Iden et al

^۴ Silva

^۵ Azizi et al

۵- یافته‌های مقالات منتخب مورد بررسی سریع قرار گرفت و ۳۷ عنوان مقاله جهت بررسی نهایی شدند. سپس به تحلیل توصیفی یا همان تحلیل کتابشناسانه ایگراشی و دیوئر^۱ (۲۰۱۳) پرداخته شد. در این پژوهش سال انتشار مقاله، نام و اعتبار مجله و نوع روش پژوهش مورد نظر قرار گرفت. در مرحله بعد یافته‌های مقاله‌ها برای پاسخگویی به پرسش‌های این پژوهش مورد مطالعه و بررسی قرار گرفت. این مرحله تحت عنوان تحلیل محتوا^۲ یا تحلیل مضمون (سورینگ و مولر^۳، ۲۰۰۸) شناخته می‌شود. شکل شماره ۱ فرایند انجام پژوهش را نشان می‌دهد. برای سنجش پایایی ابزار گردآوری اطلاعات فهرست انگیزه‌های گردآوری شده در اختیار یکی از خبرگان حوزه کارآفرینی قرار گرفت و پس از دسته‌بندی انگیزه‌ها در ماتریس شش سلولی توسط ایشان سلول‌های ماتریس پژوهشگر با ماتریس خبره مقایسه و نتایج توسط شاخص کاپا از نرم‌افزار SPSS ارزیابی شد که در این پژوهش شاخص کاپا برابر با ۹۳ درصد بود و $k > 0/6$ در آن نشان‌دهنده پایایی پژوهش است.



شکل ۱. فرایند انجام پژوهش

^۱ Igarashi & de Boer

^۲ content analysis

^۳ Seuring, Muller

تحلیل داده‌ها

شکل شماره ۲ توصیف مقاله‌ها را بر اساس سال انتشار نشان می‌دهد. بر اساس یافته‌های این پژوهش اولین مقاله مورد بررسی مربوط به سال ۲۰۰۲ و آخرین مقاله که انگیزه‌های کارآفرینی را مورد بررسی قرار داده است مربوط به سال ۲۰۲۱ می‌باشد. توزیع مقاله‌ها در مجلات مختلف نیز در جدول شماره ۷ مشاهده طبقه‌بندی شد.



شکل ۲. توصیف مقاله‌ها بر اساس سال انتشار

جدول شماره ۷. توصیف مقاله‌ها بر اساس مجله‌ها

درصد	فراوانی	مجله
۵/۵۶	۲	توسعه کارآفرینی
۵/۵۶	۲	نشریه زن در توسعه و سیاست
۵/۵۶	۲	مطالعات اجتماعی و روان‌شناختی زنان
۵/۵۶	۲	مجله پژوهش‌های ترویج و آموزش کشاورزی
۲/۷۸	۱	حقوق و توسعه (تحقیقات زنان)
۲/۷۸	۱	فصلنامه آینده‌پژوهی مدیریت
۲/۷۸	۱	فصلنامه مدیریت پرستاری
۲/۷۸	۱	فصلنامه پژوهشی زن و جامعه
۲/۷۸	۱	فصلنامه توسعه اجتماعی
۲/۷۸	۱	ماهنامه اجتماعی اقتصادی، علمی و فرهنگی کار و جامعه
۲/۷۸	۱	تحقیقات اقتصاد و توسعه کشاورزی ایران
۲/۷۸	۱	فصلنامه علمی - پژوهشی روان‌شناسی دانشگاه تبریز
۵/۵۶	۲	Journal of Administrative Sciences
۲/۷۸	۱	Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa
۲/۷۸	۱	Asian Academy of Management Journal
۲/۷۸	۱	Zb. rad. Ekon. fak. Rij. Serbia
۲/۷۸	۱	IBIMA malaysia conference
۲/۷۸	۱	Journal of Small Business Management
۲/۷۸	۱	Journal of Small Business strategy
۲/۷۸	۱	International Business & Economics Research Journal
۲/۷۸	۱	Problems and Perspectives in Management
۲/۷۸	۱	International Journal of Gender and Entrepreneurship
۲/۷۸	۱	Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal
۲/۷۸	۱	Gender in Management: An International Journal
۲/۷۸	۱	International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences
۲/۷۸	۱	Entrepreneurial practice review
۲/۷۸	۱	Far East Journal of Psychology and Business
۲/۷۸	۱	Revista Espacios
۲/۷۸	۱	Creativity and Innovation Management jornal

۲/۷۸	۱	Journal of Commerce & Accounting Research
۲/۷۸	۱	Frontiers in Psychology
۲/۷۸	۱	Journal of african business

در نهایت توصیف مقاله‌ها بر اساس نوع روش‌شناسی مورد دسته‌بندی قرار گرفت. نتایج در جدول شماره ۸ و نمودار شماره ۳ نشان داده شده است. همان‌گونه که مشاهده می‌شود بیشترین پژوهش‌های صورت گرفته در دسته پژوهش‌های کمی و پس از آن به‌صورت آمیخته و تنها سه مورد به‌صورت منحصراً کیفی انجام شده است.

ارائه چارچوبی جهت
طبقه‌بندی ...

۱۲۸ | صفحه

جدول شماره ۸. روش‌شناسی مقالات

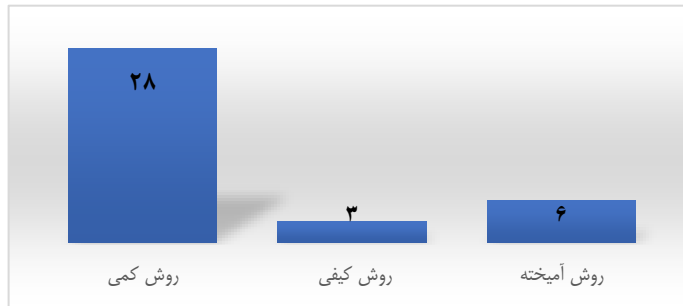
روش	عنوان مقاله	ردیف
کمی	Motivational factors, entrepreneurship and education: Study with reference to women in SMEs	۱
کمی	Entrepreneurial behavior: Impact of motivation factors on decision to create a new venture	۲
کمی	Motivational and success factors of entrepreneurs: the evidence from a developing country	۳
کمی	Motivational Factors Affecting Entrepreneurial Decision: A Comparison between Malaysian Women Entrepreneurs and Women Non Entrepreneurs	۴
کمی	Entrepreneurs in turkey: A Factor Analysis of Motivations, Success Factors ,and Problems	۵
کمی	An Analysis of the motivational factors of intending Entrepreneurs	۶
کمی	A Study of Motivation in Business Start-Ups Among Malay Entrepreneurs	۷
کمی	Investigating the effect of motivation on entrepreneurial intention: three different approaches	۸
آمیخته	Gender, entrepreneurship and motivational factors in an Irish context	۹
آمیخته	Women entrepreneurship in Mongolia: the role of culture on entrepreneurial motivation	۱۰
کمی	Factors affecting entrepreneurial intention of Senior University Students	۱۱
کمی	Consequences of external environment on entrepreneurial motivation in Iran	۱۲
آمیخته	Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship	۱۳
کمی	The Impact of Entrepreneurial Motivation on Small Business Performance in Iraq	۱۴
کمی	Greater of Case The Entrepreneurs: Female Canadian among Barriers and Factors, Motives, Success	۱۵
کمی	Fluid Entrepreneurial Motivations in Tanzania	۱۶
کمی	Entrepreneurial Intentions in Students from a Trans-National Perspective	۱۷
کمی	A longitudinal analysis of the influence of career motivations on entrepreneurial intention and action	۱۸
کمی	Entrepreneurial motivations and barriers among management students in himachal pradesh: an empirical study	۱۹
کمی	Analysis of Entrepreneurial Motivation on Entrepreneurial Psychology in the Context of Transition Economy	۲۰
کیفی	Imprinting of founders' entrepreneurial motivations on enterprises' practices and processes:	۲۱
آمیخته	نوع‌شناسی انگیزه‌های زنان کارآفرین ایرانی	۲۲
کیفی	زنان کارآفرین (مطالعه موردی و مقایسه در دو استان تهران و سمنان)	۲۳
کمی	نقش آموزش کارآفرینی در توانمندسازی زنان کارآفرین روستایی استان ایلام	۲۴
کیفی	انگیزه‌های کارآفرینانه درک شده توسط پرستاران کارآفرین ایرانی: یک مطالعه کیفی	۲۵
کمی	تأثیر ویژگی‌های شخصیتی بر موفقیت زنان روستایی کارآفرین در استان همدان	۲۶
آمیخته	انگیزه‌های کارآفرین زنان و مردان در بخش صنعت شباهت‌ها و تفاوت‌ها	۲۷
کمی	ارزیابی قابلیت کارآفرینی دختران دانشجو	۲۸
کمی	انگیزه‌های زنان کارآفرین در راه‌اندازی کسب و کار و تأثیر آن در رشد کسب‌وکار	۲۹
کمی	بررسی عوامل مؤثر بر موفقیت زنان کارآفرین شهر تهران	۳۰
کمی	شناسایی قابلیت‌های کارآفرینی - مطالعه موردی: دانشجویان دختر دانشگاه کشاورزی و منابع طبیعی رامین اهواز	۳۱
کمی	شناسایی نوع انگیزه شغلی مؤثر بر تصمیم‌گیری کارآفرینان مستقر در پارک علم و فناوری دانشگاه تهران	۳۲

۳۳	شناسایی و رتبه‌بندی انگیزه‌های کارآفرینی دختران دانشجو با رویکرد Topsis فازی: دانشجویان دختر گروه اقتصاد و حسابداری دانشگاه یزد	کمی
۳۴	نقش انگیزه‌ها و عوامل جمعیت‌شناختی در کارآفرینی خانگی	کمی
۳۵	شناسایی انگیزه‌های کارآفرینانه دانشجویان کشاورزی: کاربرد مقیاس‌بندی چندبعدی	آمیخته
۳۶	بررسی رابطه متغیرهای باورهای هوشی، عزت‌نفس و انگیزه پیشرفت با کارآفرینی در دانشجویان دانشگاه پیام‌نور استان‌های آذربایجان	کمی
۳۷	بررسی انگیزه زنان روستایی از راه‌اندازی کسب و کارهای خرد کشاورزی - محور در استان‌های گیلان و مازندران	کمی

PAP

۱۳ (۱)

۱۳۹ | صفحه



شکل ۳. توصیف مقاله‌ها بر اساس نوع روش‌شناسی

نتایج تحلیل محتوا

در این بخش ابتدا انگیزه‌های کارآفرینی عنوان شده در کلیه پژوهش‌ها همراه با فراوانی آن‌ها در جدول شماره ۹ گردآوری شده است. بر اساس پژوهش‌های انجام شده فوق بیشترین فراوانی در انگیزه «تمایل به رئیس خود بودن» و «فرصتی برای آزمون ایده‌ها» می‌باشد. به‌طور کلی یافته‌ها در ۴۵ انگیزه طبقه‌بندی شده و فراوانی کلی آن ۲۰۸ مورد می‌باشد.

جدول شماره ۹. انگیزه‌های کارآفرینان (منبع: یافته‌های پژوهشگران)

انگیزه	ف	%	انگیزه	ف	%
تمایل به رئیس و کارفرمای خود بودن	۲۳	۱۱/۱	سنت خانوادگی	۲	۱
فرصتی برای آزمون ایده‌ها	۱۵	۷/۲	عدم تطابق باورها و ارزش‌های فرد با جو محیط‌های کاری	۲	۱
برای افزایش درآمد	۱۳	۶/۳	تنفر از بیکاری	۲	۱
شناخت و اثبات استعداد و توانایی‌های شخصی	۱۲	۵/۸	برتری یافتن نسبت به دوستان	۲	۱
رسیدن به رشد و بالندگی در اجتماع	۱۱	۵/۳	استفاده از امتیازات دولتی	۲	۱
نیاز به کار انعطاف‌پذیر برای آزادی شخصی	۱۱	۵/۳	دوری از فقر	۲	۱
نیاز به تحقق آرمان‌ها	۱۰	۴/۸	برای دنبال کردن نمونه کسی که تحسین شده	۲	۱
دستیابی به استقلال مالی	۹	۴/۳	برای تفریح	۲	۱
خدمت به جامعه	۸	۳/۸	رضایت درونی	۲	۱
نیاز به پیشرفت	۸	۳/۸	آخرین راه‌حل	۲	۱
برای بهره‌برداری از فرصت شغلی	۸	۳/۸	احساس نیاز به ایجاد تغییر در زندگی	۱	۰/۵
مهیا ساختن شرایط بهتر کاری برای فرزندان و دیگر اعضای خانواده	۷	۳/۴	نیاز به کار انعطاف‌پذیر به‌خاطر مسئولیت‌های زندگی	۱	۰/۵

۰/۵	۱	انعطاف‌پذیری کار در خانه	۲/۴	۵	نیاز به شغل مناسب
۰/۵	۱	ریسک پایین و نیاز به درآمد کمتر کسب‌وکار خانگی	۲/۴	۵	جذابیت ایجاد یک کسب‌وکار
۰/۵	۱	تمایل به انجام‌دادن کارهای عملی و پرتحرک	۱/۹	۴	تمایل به خوداشتغالی
۰/۵	۱	سرمایه‌گذاری کوچک	۱/۹	۴	برای ایجاد امنیت شغلی
۰/۵	۱	روابط کاری گرم	۱/۹	۴	ناخشنودی از شغل قبلی
۰/۵	۱	محل اقامت	۱/۹	۴	مهیا ساختن شرایط بهتر زندگی
۰/۵	۱	برای پذیرش اجتماعی	۱/۹	۴	برای تأمین نیازهای شخصی خود
۰/۵	۱	رضایت شغلی	۱/۴	۳	ایجاد اشتغال
۰/۵	۱	مشاغل مشترک با همسر	۱/۴	۳	برای غلبه بر چالش
۰/۵	۱	امنیت اقتصادی	۱/۴	۳	کمک به درآمد خانواده
۱۰۰	۲۰۸	مجموع	۱	۲	بیماری همسر یا عضوی از خانواده
ف=فراوانی %=درصد					

در جدول شماره ۱۰ انگیزه‌های اجتماعی - رانشی، اقتصادی - رانشی و روان‌شناختی - رانشی گردآوری شده است. در مجموع با ۲۴ فراوانی ۱۱/۵٪ کل انگیزه‌ها را دربرمی‌گیرد. در این جدول انگیزه‌های رانشی روان‌شناختی با ۹/۲٪ و پس از آن انگیزه‌های رانشی اجتماعی با ۲٪ و انگیزه‌های رانشی اقتصادی با ۰/۵٪ به ترتیب بیشترین فراوانی‌ها را به خود اختصاص داده‌اند.

جدول شماره ۱۰. انگیزه‌های رانشی (منبع: یافته‌های پژوهشگران)

نوع	انگیزه	ف	%
اجتماعی	سنت خانوادگی	۲	۱
	بیماری همسر یا عضوی از خانواده	۲	۱
	جمع	۴	۲
اقتصادی	محل اقامت	۱	۰/۵۰
	جمع	۱	۰/۵۰
روان‌شناختی	برای ایجاد امنیت شغلی	۴	۱/۹
	ناخشنودی از شغل قبلی	۴	۱/۹
	برای غلبه بر چالش	۳	۱/۴
	تنفر از بیکاری	۲	۱
	عدم تطابق باورها و ارزش‌های فرد با جو محیط‌های کاری	۲	۱
	آخرین راه‌حل	۲	۱
	احساس نیاز به ایجاد تغییر در زندگی	۱	۰/۵
	نیاز به کار انعطاف‌پذیر به‌خاطر مسئولیت‌های زندگی	۱	۰/۵
	جمع	۱۹	۹/۲

انگیزه‌های کششی بر اساس انواع روان‌شناختی، اجتماعی و اقتصادی در جدول شماره ۱۱ گردآوری شده است که از مجموع کل ۱۸۴ انگیزه عنوان شده کششی، به ترتیب انگیزه‌های کششی روان‌شناختی با ۶۱٪، انگیزه‌های کششی اقتصادی ۲۱/۱٪ و انگیزه‌های کششی اجتماعی ۶/۲٪ از سهم کل انگیزه‌ها را به خود اختصاص داده‌اند.

جدول شماره ۱۱. انگیزه‌های کشتی (منبع: یافته‌های پژوهشگران)

نوع	انگیزه	ف	%	نوع	انگیزه	ف	%
اجتماعی	خدمت به جامعه	۸	۳/۸	روانشناسی	رئیس و کارفرمای خود بودن	۲۳	۱۱/۱
	ایجاد اشتغال	۳	۱/۴		فرصتی برای آزمون ایده‌ها	۱۵	۷/۲
	پذیرش اجتماعی	۱	۰/۵		شناخت و اثبات استعداد و توانایی‌های شخصی	۱۲	۵/۸
	روابط کاری گرم	۱	۰/۵		رسیدن به رشد و بالندگی در اجتماع	۱۱	۵/۳
	جمع	۱۳	۶/۲%		کار انعطاف‌پذیر برای آزادی شخصی	۱۱	۵/۳
	افزایش درآمد	۱۳	۶/۳		تحقق آرمان‌ها	۱۰	۴/۸
	دستیابی به استقلال مالی	۹	۴/۳		پیشرفت	۸	۸/۸
	بهره‌برداری از فرصت شغلی	۸	۳/۸		مهیا سازی شرایط بهتر کاری برای فرزندان و دیگر اعضای خانواده	۷	۴/۳
	مهیا سازی شرایط بهتر زندگی	۴	۱/۹		نیاز به شغل مناسب	۵	۲/۴
	کمک به درآمد خانواده	۳	۱/۴		جذابیت ایجاد یک کسب‌وکار	۵	۲/۴
اقتصادی	استفاده از امتیازات دولت	۲	۱	تمایل به خوداشتغالی	۴	۱/۹	
	دوری از فقر	۲	۱	برای تأمین نیازهای شخصی خود	۴	۱/۹	
	سرمایه‌گذاری کوچک	۱	۰/۵	برتری یافتن نسبت به دوستان	۲	۱	
	امنیت اقتصادی	۱	۰/۵	تفریح	۲	۱	
	ریسک پایین و نیاز به درآمد کمتر کسب‌وکار خانگی	۱	۰/۵	دنباله‌روی از افراد مورد تحسین	۲	۱	
	جمع	۴۴	۲۱/۱%	رضایت درونی	۲	۱	
				انجام کارهای عملی و پرتحرک	۱	۰/۵	
				رضایت شغلی	۱	۰/۵	
				انعطاف‌پذیری کار در خانه	۱	۰/۵	
				شغل مشترک با همسر	۱	۰/۵	
			جمع	۱۲۷	۶۱%		

ماتریس شش سلولی زیر بر اساس عوامل کشتی و رانش و انگیزه‌های اقتصادی، روان‌شناختی و اجتماعی توزیع انگیزه‌ها را نشان می‌دهد. همانگونه که کرک وود (۲۰۰۹) بیان می‌کند بیشترین توزیع انگیزه در این پژوهش هم بر اساس عامل کشتی و در دسته انگیزه‌های روان‌شناختی قرار می‌گیرد. انگیزه‌های روان‌شناختی بر اساس مؤلفه کشتی ۶۱٪ کل انگیزه‌های عنوان شده در پژوهش‌های انجام شده می‌باشد.

ماتریس شش سلولی انگیزه‌های کارآفرینی (همراه با فراوانی)

کشش	افزایش درآمد (۱۳) - دستیابی به استقلال مالی (۹) - بهره‌برداری از فرصت شغلی (۸) - مهیاسازی شرایط بهتر زندگی (۴) - کمک به درآمد خانواده (۳) - استفاده از امتیازات دولت (۲) - دوری از فقر (۲) - سرمایه‌گذاری کوچک (۱) - ریسک پایین و نیاز به درآمد کمتر کسب‌وکار خانگی (۱) - امنیت اقتصادی (۱)	رئیس و کارفرمای خود بودن (۲۳) - فرصتی برای آزمون ایده‌ها (۱۵) - شناخت و اثبات استعداد و توانایی‌های شخصی (۱۲) - رسیدن به رشد و بالندگی در اجتماع (۱۱) - کار انعطاف‌پذیر برای آزادی شخصی (۱۱) - تحقق آرمان‌ها (۱۰) - پیشرفت (۸) - مهیاسازی شرایط بهتر کاری برای فرزندان و دیگر اعضای خانواده (۷) - شغل مناسب (۵) - جذابیت ایجاد یک کسب‌وکار (۵) - خوداشتغالی (۴) - برتری یافتن نسبت به دوستان (۲) - تأمین نیازهای شخصی خود (۴) - تفریح (۲) - دنباله‌روی از افراد مورد تحسین (۲) - رضایت درونی (۲) - به انجام کارهای عملی و پرتحرک (۱) - رضایت شغلی (۱) - انعطاف‌پذیری کار در خانه (۱) - شغل مشترک با همسر (۱)	خدمت به جامعه (۸) - ایجاد اشتغال (۳) - پذیرش اجتماعی (۱) - روابط کاری گرم (۱)
	محل اقامت (۱)	ایجاد امنیت شغلی (۴) - ناخشنودی از شغل قبلی (۳) - غلبه بر چالش (۳) - تنفر از بیکاری (۲) - عدم تطابق باورها و ارزش‌های فرد با جو محیط‌های کاری (۲) - آخرین راه‌حل (۲) - ایجاد تغییر در زندگی (۱) - کار انعطاف‌پذیر به‌خاطر مسئولیت‌های زندگی (۱)	سنت خانوادگی (۲) - بیماری همسر یا عضوی از خانواده (۲)
جهت‌انگیزه	اقتصادی	روان‌شناختی	اجتماعی
جنس انگیزه			

ارائه چارچوبی جهت طبقه‌بندی ...

۱۳۲ | صفحه

نتیجه‌گیری

به‌طور کلی، در این پژوهش ابتدا انگیزه‌های کارآفرینی توصیف شده توسط پژوهشگران در مقاله‌های مطالعه شده، گردآوری شد. درحالی‌که انگیزه‌های عنوان شده در بین مقالات مختلف تا حدود زیادی مشابه بود اما طبقه‌بندی جامع و کاملی از نقطه نظر عوامل رانش و کشش انجام نشده بود؛ بنابراین، هرچند این مقاله مروری نظام‌مند بر انگیزه‌های کارآفرینی بود اما در پایان با ارائه یک ماتریس شش سلولی در دو بُعد جهت‌انگیزه (کشش یا رانش) و جنس انگیزه (اقتصادی، روان‌شناختی یا اجتماعی) به شناسایی و طبقه‌بندی انگیزه‌های کارآفرینی ذکر شده در پژوهش‌های قبلی پرداخت. این مقاله فراتر از اینکه فقط به بیان انگیزه‌های کارآفرینان اشاره کند وجود رابطه بین مؤلفه کشش یا رانش و جنس انگیزه، به افراد کمک می‌کند تا ماهیت تفاوت‌های انگیزه‌های کارآفرینی را مورد بررسی قرار دهند. چرا که بدون شناخت انگیزه‌های کارآفرینان نمی‌توان مسیر مشخص و یکسانی برای افراد به‌منظور کارآفرین شدن تجویز کرد. با توجه به پژوهشی که کرک وود (۲۰۰۹) انجام داد و در آن به ارتباط مؤثر و مستقیم بین بُعد جهت‌انگیزه کشش و انگیزه‌های کارآفرینی اشاره کرده است، یافته‌های این پژوهش هم اذعان می‌دارد که ۸۸/۵ درصد از انگیزه‌های بیان شده در ماتریس شش سلولی این مقاله در طبقه انگیزه‌های کششی قرار گرفته است. همچنین با توجه به نتایج پژوهش آمیت و مولر^۱ (۱۹۹۵) که بیان می‌کنند مشاغل ایجاد شده توسط کارآفرینانی که تحت فشار به کارآفرینی اقدام نموده‌اند نسبت به کارآفرینانی که با انگیزه‌های کششی فعالیت‌های کارآفرینانه خود را پایه‌گذاری کرده‌اند از موفقیت‌های مالی کمتری برخوردار شده‌اند. با توجه به این که انگیزه‌های کششی مانند [تمایل به رئیس و کارفرمای خود بودن (استقلال)، فرصتی برای آزمون ایده‌ها، رسیدن به رشد و بالندگی در اجتماع] از مهم‌ترین عوامل جهت کارآفرین

^۱ Muller & Amit

شدن افراد می‌باشد در بین این انگیزه‌ها رئیس و کارفرمای خود بودن با ۱۱ درصد کل انگیزه‌ها در جایگاه نخست از نظر وزنی قرار دارد درحالی‌که برخی از انگیزه‌ها که از نظر ماهیت دارای اهمیت هستند مانند نیاز به تغییر در زندگی ضریب وزنی کمتری به خود اختصاص داده‌اند که یکی از دلایل آن می‌تواند این باشد که «تغییر در زندگی» نسبت به «رئیس خود بودن» انگیزه کلی و عمومی‌تر و ضمنی‌تری است و وضوح کمتری دارد و می‌تواند مصداق‌های بسیار زیادی داشته باشد. ولی «رئیس خود بودن» کاملاً انگیزه مشخص و دقیقی است و از این نظر نیرو و انرژی و جذابیت بسیار بیشتری به‌عنوان نیروی محرکه دارد. به‌عبارت دیگر از نگاه نظریه هدف‌گذاری، شفافیت هدف می‌تواند انگیزه را بالا ببرد و با اشراف به این که کارآفرینی یکی از مؤلفه‌های مهم برای توسعه کشورهاست، بسترسازی مناسب جهت توسعه آن به‌منظور پیشرفت اقتصادی کشورها به‌خصوص کشورهای در حال توسعه از اهمیت زیادی برخوردار می‌باشد؛ بنابراین جهت تشویق افراد به کارآفرین شدن، شناخت انگیزه‌های افراد، هدف‌گذاری دقیق و مناسب و تقویت آن همراه با آموزش‌های لازم کارآفرینی و تاکید بر عوامل کشتی می‌توان در کشور به موفقیت‌های روزافزونی در جهت توسعه اقتصاد و پیشرفت همه‌جانبه رسید.

منابع

1. Abecassis Moedas, C., BenMahmoud Jouini, S., Manceau, D., & Pereira, J. (2021). Imprinting of founders' entrepreneurial motivations on enterprises' practices and processes: The context of creative industries. *Creativity and Innovation Management*, 30(1), 182-197
2. Aftan, Y., & Hanapi, M. (2018). The impact of entrepreneurial motivation on small business performance in Iraq. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 8(1), 409-419.
3. Akhtari, M., Keshavarzi, A. (2014). Identifying the Effective Type of Job Incentives on Entrepreneurs' Decision Making Case Study: Tehran University Science and Technology Park. *Journal of Entrepreneurship Development*, 7(2), 289-304. doi: 10.22059/jed.2014.52067
4. Aldaz, F. J. D., Gómez, E. G. P., & Vasco, W. Á. (2018) Factors affecting entrepreneurial intention of Senior University Students. Vol. 39 (09). Page 32
5. Amini, M., Tamanai, M., GHolami Alavi, S. (2012). Evaluation of Entrepreneurship Capabilities of Girl Student. *Quarterly Journal of Women and Society*, 3(12), 115-138.
6. Amit, R. and Muller, E. (1995), Push and pull entrepreneurship (two types based on motivation), *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, Vol. 12 No. 4, pp. 64-80.
7. Aramand, M. (2013). Women entrepreneurship in Mongolia: the role of culture on entrepreneurial motivation. *Equality, Diversity and Inclusion: An International Journal* 32(2), 68-82.
8. Arasti, z., & valinejad, m. (2011). Type of entrepreneur's incentives among iranian women. *The journal of womens' studies (journal of scientific and research on women's studies)*, 5(3), 99-125. <https://www.sid.ir/en/journal/viewpaper.aspx?id=239605>
9. Arasti, Z., Kanani, A., SeyedGhasemi, N. (2013). Women and Men Entrepreneurs' Motivations in Industry Sector: Similarities and Differences. *Women in Development & Politics*, 11(1), 83-100. doi: 10.22059/jwdp.2013.35481

10. Arasti, Z., Maleki, M., Valinejad, M., Mobaraki, M. (2013). Women Entrepreneurs' Start-Up Motivations and its influence on Business Growth.. *Women's Studies Sociological and Psychological*, 11(1), 71-92. doi: 10.22051/jwsp.2014.1460
11. Barba-Sánchez, V., & Atienza-Sahuquillo, C. (2012). Entrepreneurial behavior: Impact of motivation factors on decision to create a new venture. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 18(2), 132-138.
12. Benzing, C., Chu, H. M., & Kara, O. (2009). Entrepreneurs in Turkey: A factor analysis of motivations, success factors, and problems. *Journal of small business management*, 47(1), 58-91.
13. Chernev, A. (2015). *The marketing plan handbook*. Cerebellum Press.
14. DamOri, D., Nejati AjTbishe, M., Monfared, S. (2009). Identifying and Ranking Motivations for Entrepreneurship among Female University Students Using a Fuzzy TOPSIS Approach: Case of Female Students of University of Yazd. *Women's Studies Sociological and Psychological*, 7(3), 7-29. doi: 10.22051/jwsp.2009.1366
15. Delanoë Gueguen, S., & Liñán, F. (2019). A longitudinal analysis of the influence of career motivations on entrepreneurial intention and action. *Canadian Journal of Administrative Sciences/Revue Canadienne des Sciences de l'Administration*, 36(4), 527-543
16. DeMartino, R., & Barbato, R. (2002). An analysis of the motivational factors of intending entrepreneurs. *Journal of Small Business Strategy*, 13(2), 26-36.
17. Duque, f.J., pazan, e.G., & alvarez, w.A. (2018). Factors affecting entrepreneurial intention of senior university students. *Revista espacios*, 39(09), 32-43.
18. Emiel L. Eijdenberg, Nsubili M. Isaga, Leonard J. Paas & Enno Masurel (2019): Fluid Entrepreneurial Motivations in Tanzania, *Journal of African Business*, DOI: 10.1080/15228916.2019.1695191
19. Fereidouni, H. G., Masron, T. A., Nikbin, D., & Amiri, R. E. (2010). Consequences of external environment on entrepreneurial motivation in Iran. *Asian Academy of Management Journal*, 15(2), 175-196.
20. Hisrich, Robert; Peters, Michael (2002). *Entrepreneurship (Vol. I)*. Translated by Feyzbakhsh, Seyed Alireza; Taghi Yari, Hamidreza (2010). Scientific publications of Sharif University, Tehran
21. Humbert, A. L., & Drew, E. (2010). Gender, entrepreneurship and motivational factors in an Irish context. *International Journal of Gender and Entrepreneurship*, 2(2), 173-196.
22. Iden, J., Methlie, L. B., & Christensen, G. E. (2017). The nature of strategic foresight research: A systematic literature review. *Technological Forecasting and Social Change*, 116, 87-97.
23. Igarashi, M., de Boer, L., & Fet, A. M. (2013). What is required for greener supplier selection? A literature review and conceptual model development. *Journal of Purchasing and Supply Management*, 19(4), 247-263.
24. Ismail, A. Z. B. H., Zain, M. F. B. M., & Ahmed, E. M. (2006). A study of motivation in business start-ups among Malay entrepreneurs. *International Business & Economics Research Journal (IBER)*, 5(2), 103-112.
25. Jahani S, Abedi ha, Fallahi Khoshknab m, Elahi n. (2014). *Perceived entrepreneurial motivators by Iranian nurse entrepreneurs: a qualitative study*.3(3) ,68-77
URL: <http://ijnv.ir/article-1-260-fa.html>

26. Khanifar, Hossein; Ahmadi Azram, Hadi; Zamanifar, Mohsen (2010). "The Role of Demographics and Demographic Factors in Home Entrepreneurship" Socio-Economic, Scientific and Cultural Monthly of Work and Society, No. 127, pp. 77-59.
27. Khosravipour, B., Tahmasbi, M., Baradaran, M. (2021). Investigating the Rural Women's Motivations for Establishing Agriculture- based Micro-Enterprises in Gilan and Mazandaran Provinces. *Iranian Agricultural Extension and Education Journal*, 17(0), 77-87
28. Kirkwood, J. (2009). Motivational factors in a push pull theory of entrepreneurship. *Gender in Management: An International Journal*, 24(5), 346-364.
29. Kumar, D., & Kalyani, B. (2011). Motivational factors, entrepreneurship and education: Study with reference to women in SMEs. *Far East journal of psychology and business*, 3(2), 14-35.
30. Maslow, A. H. (1981). *Motivation and personality*. Prabhat Prakashan.
31. McClelland, E., Swail, J., Bell, J. and Ibbotson, P. (2005), "Following the pathway of female entrepreneurs: a six-country investigation", *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, Vol. 11 No. 2, pp. 84-107
32. Mohammadi, Mehdi, Khazaei, Saeed, Mubarak, Mohammad Hassan, Rezaei Torghi, Saeed. (2015). *Public Administration Perspective*, 5(4), 107-122.
33. Mohammadi, Zohreh; Lashgar Ara, Farhad (2013). "The Role of Entrepreneurship Education in Empowering Rural Women Entrepreneurs in Ilam Province" *Journal of Agricultural Extension and Education Research*, Volume 6, Number 2, Pages 72-61.
34. Moradi, Houria; Shaban Ali Fami; Hossein (2010). "Identification of Entrepreneurship Capabilities - Case Study: Female Students of Ahvaz Ramin University of Agriculture and Natural Resources" . *Journal of Entrepreneurship Development*, 3(2), 141-161
35. Okoli, C., & Schabram, K. (2010). A guide to conducting a systematic literature review of information systems research.
36. Orhan, M., & Scott, D. (2001). Why women enter into entrepreneurship: an explanatory model. *Women in management review*.
37. Purwana, D., & Suhud, U. (2018). Investigating the effect of motivation on entrepreneurial intention: three different approaches. *Problems and Perspectives in Management*, 16(2), 200-208.
38. Raman, K., Anantharaman, R. N., & Jayasingam, S. (2008). Motivational factors affecting entrepreneurial decision: A comparison between Malaysian women entrepreneurs and women non entrepreneurs. *Communications of the IBIMA*, 2(12), 85-89.
39. Robbins, Stephen P.; Jaj, Timothy. (2010). *organizational behavior*. Translated by Mehdi Zare. Nas Publications, Tehran, Volume One.
40. Robbins, Stephen. (1943). *Fundamentals of Organizational Behavior*. Translated by Parsaiyan, Ali; Arabi, Seyed Mohammad (1999). Publications of the Office of Cultural Studies, Tehran.
41. Robichaud, Y., Cachon, J. C., & Haq, R. (2010). Motives, success factors, and barriers among Canadian female entrepreneurs: The case of Greater Sudbury. *Entrepreneurial practice review*, 1(2), 36-65.
42. Rostamalizadeh, V., alijomeh zadeh, P. (2018). Factors Affecting on the Success of Women Entrepreneurs in Tehran. *Quarterly Journal of Social Development (Previously Human Development)*, 12(3), 147-172. Doi: 10.22055/qjdsd.2018.13

43. Sarmadi, M., Mahboobi, T., Abdollahzade, H. (2009). Investigating the Relationship between of Intelligence Beliefs, Self-Esteem, Achievement Motive and Entrepreneurship among the Students of Payame Noor University in Western and Eastern Azerbaijan. *Journal of Modern Psychological Researches*, 4(14), 63-88.
44. Sarvestan Narges; Azizinejad, Hossein (2015). "A Review of Entrepreneurial Psychology and its Role in Business" *Journal of New Advances in Psychology, Educational Sciences and Education*, First Year, No. 1, pp. 39-26
45. Schjoedt, L. and Shaver, K.G. (2007), Deciding on an entrepreneurial career: a test of the pull and push hypotheses using the panel study of entrepreneurial dynamics data", *Entrepreneurship Theory & Practice*, Vol. 31 No. 5, pp. 733-52
46. Segal, G., Borgia, D. and Schoenfeld, J. (2005), The motivation to become an entrepreneur, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, Vol. 11 No. 1, pp. 42-57
47. Sepahvand Reza, Nasr Isfahani Ali, Arefnejad Mohsen, Sobhani Mohammad Impact Leadership Spiritual Leadership Motivation Internal Staff.. (2013). *Public Administration Perspaective*, 4(1), -.
48. Seuring, S., & Müller, M. (2008). From a literature review to a conceptual framework for sustainable supply chain management. *Journal of Cleaner Production*, 16(15), 1699-1710
49. Shane, S. (2003). *A General Theory of Entrepreneurship. The Individual–Opportunity Nexus*, Cheltenham: Edward Elgar
50. Shi, B., & Wang, T. (2021). Analysis of Entrepreneurial Motivation on Entrepreneurial Psychology in the Context of Transition Economy. *Frontiers in Psychology*, 2979.
51. Shiri, N., Alibaygi, A. (2015). Identifying entrepreneurial motivations of agricultural students: application of multidimensional scaling (Case study: Campus of agriculture and natural resources, Razi University). *Iranian Journal of Agricultural Economics and Development Research*, 46(2), 347-362. doi: 10.22059/ijaedr.2015.54901
52. Silva, M. (2015). A systematic review of Foresight in Project Management literature. *Procedia Computer Science*, 64, 792-799.
53. Stefanovic, I., Prokic, S., & Rankovic, L. (2010). Motivational and success factors of entrepreneurs: the evidence from a developing country. *Zbornik radova Ekonomskog fakulteta u Rijeci: časopis za ekonomsku teoriju i praksu*, 28(2), 251-269.
54. Upadhaya, G., & Chadha, P. (2019). Entrepreneurial Motivations and Barriers Among Management Students in Himachal Pradesh: An Empirical Study. *Journal of Commerce and Accounting Research*, 8(2), 48.
55. Varestefar, A., Vakilifard, M. (2016). Entrepreneurship of Women (Case Study of Industrial Park of Tehran and Semnan). *Future study Management*, 27(106), 45-59.
56. Ward, A., Hernández-Sánchez, B., & Sánchez-García, J. C. (2019). Entrepreneurial Intentions in Students from a Trans-National Perspective. *Administrative Sciences*, 9(2), 37
57. Yaghoubi Farani, A., Soleymani, A. (2015). The impact of personal characteristics on rural women entrepreneurs' success in Hamedan Province. *Women in Development & Politics*, 13(1), 113-130. doi: 10.22059/jwdp.2015.5520