

مرور نگاشت نظام‌مند بر تحقیقات اثرگذار در حوزه‌ی تشخیص فرصت کارآفرینانه و تحلیل رویکرد شناختی: از سال ۱۹۹۴-۲۰۱۸

سوده قوامی^۱-وحیده بامشاد^۲- کامبیز طالبی^{۳*}- حمیدرضا یزدانی^۴- زهرا آراستی^۵

۱. دانش آموخته کارآفرینی دانشگاه تهران

۲. دانشجوی دکتری کارآفرینی دانشکده مدیریت و حسابداری پردیس فارابی دانشگاه تهران

۳. استاد گروه کارآفرینی دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

۴. استادیار گروه مدیریت کسب و کار دانشکده مدیریت و حسابداری پردیس فارابی دانشگاه تهران

۵. دانشیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

تاریخ دریافت: ۱۳۹۹/۱۰/۱۶

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۹/۱۲/۱۶

چکیده

به‌رغم رشد بی‌سابقه‌ی تحقیقات در زمینه تشخیص فرصت کارآفرینانه در دهه‌های اخیر، اما انباشت دانش در این زمینه با شکست مواجه شده است. این مطالعه درصدد است تا با نگاشت نظام‌مند این حوزه، موجب بهبود درک ساختار و محتوای ادبیات شود. از این‌رو روش پژوهش برحسب هدف کاربردی و برحسب گردآوری اطلاعات، توصیفی- مرور اسنادی در نظر گرفته شده است. برای انتخاب مقاله‌ها از روش جست‌وجوی نظام‌مند در ۱۹ مجله معتبر کارآفرینی و مدیریت استفاده شده است. از مجموع ۳۶۲ مقاله جمع‌آوری شده در فاز اول جست‌وجو، در نهایت با استفاده از ابزار کسپ (CASP) تعداد ۷۱ مقاله که در فاصله زمانی ۱۹۸۸ تا ۲۰۱۸ منتشر شده است، انتخاب و تحلیل شدند. در این مطالعه سعی شد تا بدنه‌ی ادبیات براساس سه معیار تمرکز تحقیق، دیدگاه نظری و روش‌شناسی نگاشت شود. نتایج نشان می‌دهد که تمرکز مقاله‌های یادشده اغلب معطوف به بررسی دو حوزه‌ی چرایی و چگونگی این فرآیند است. همچنین در این مطالعه نظریه‌های به‌کار گرفته شده در تشخیص فرصت به تفکیک تمرکز نظری مطالعات نیز بررسی و مشخص شد. به‌علاوه، مرور انجام شده از منظر روش‌شناسی نشان می‌دهد که مطالعات فرصت اغلب کیفی- مفهومی هستند و سهم مطالعات کمی- مفهومی در پایین‌ترین رتبه قرار دارد.

واژه‌های کلیدی: فرصت کارآفرینانه، فرآیند تشخیص فرصت، مرور نگاشت نظام‌مند

مقدمه

کارآفرینی و فرصت دو پدیده‌ی درهم تنیده‌اند که تصور یکی بدون دیگری محال است. در حقیقت کارآفرینی با فرآیند تشخیص، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌های سودآور تداعی می‌شود. اما همانطور که از فعالیت‌های کارآفرینانه نیز بر می‌آید، تشخیص فرصت به عنوان اولین و مهمترین گام در کارآفرینی قلمداد می‌گردد (Ardichvili et al., 2003; Baron, 2006). در حقیقت تشخیص فرصت کارآفرینانه در تحقق کارآفرینی نقشی حیاتی داشته و کارآفرینان را در ایجاد کسب و کاریاری می‌رساند، لذا می‌تواند موجبات اشتغالزایی و رشد کلان اقتصادی را در پی داشته باشد.

از طرفی سیر صعودی پژوهش‌ها نیز در دهه‌های اخیر حاکی از اهمیت این سازه در ادبیات کارآفرینی است. اما با نگاهی دقیق‌تر درمی‌یابیم که ادبیات هنوز در انباشت دانش در حوزه‌ی تشخیص فرصت ناکام مانده است (George et al., 2016) و تلاش برای حل چالش اصلی که چرا تنها برخی افراد و نه همه قادر به تشخیص فرصت هستند، موجب گسستگی بدنه ادبیات شده است. لذا انجام مطالعه‌ی نظام‌مند مروری جهت نگاشت بدنه‌ی ادبیات می‌تواند موجب درک هر چه بیشتر ساختار و محتوای ادبیات شده و گامی در راستای حل گسستگی نظری در بدنه ادبیات و شفاف‌سازی مسیرهای پژوهشی آینده قلمداد شود.

از جمله مطالعاتی که نگاهی مروری به تشخیص فرصت داشته‌اند را می‌توان به تحقیق شرت و همکاران^۱ (۲۰۱۰) اشاره کرد که با مروری بر بدنه‌ی ادبیات به بررسی مفهوم فرصت و فرآیندهای مربوطه در کارآفرینی پرداخته است. همچنین هانسن و همکاران^۲ (۲۰۱۱) به شکاف نظری در تعاریف مربوط به فرصت اشاره کرده و با مرور ۱۹ سال پژوهش در این زمینه، تعاریف فرصت را به دو دسته‌ی مفهومی و عملیاتی که متکی بر عناصر فرصت و فرآیندهای مربوطه، تقسیم کردند. همچنین، جورج و همکاران^۳ (۲۰۱۶) با بررسی ۱۸۰ مقاله، موفق شدند تا عوامل موثر بر تشخیص فرصت را شناسایی کنند که عبارتند از دانش، سرمایه اجتماعی، ویژگی‌های

1 Short et al., 2010

2 Hansen et al., 2011

3 George et al., 2016

شناختی، محیط، هوشیاری و جست‌وجوی نظامند. از طرف دیگر، با نگاهی به ادبیات تشخیص فرصت به زبان فارسی درمی‌یابیم که مقالات مروری در حوزه‌ی تشخیص فرصت انگشت‌شمار است. در این میان می‌توان به تحقیق ولی‌نفس و قاضی (۱۳۹۵) اشاره کرد که با مرور ادبیات دریافتند که فرصت محصول دو فرآیند تشخیص و یا جست و جوی نظامند است. آنها همچنین به نقش هوشیاری کارآفرینانه، شبکه‌های اجتماعی و آشنایی با بازار در تشخیص فرصت اشاره کرده‌اند. بعلاوه صوفیه و همکاران (۱۳۹۷) نیز در تلاش بودند تا با مرور نظامند حوزه‌ی فرصت کارآفرینانه، به تحلیل محتوای ادبیات مذکور از منظر روش‌شناسی پردازند.

علیرغم اینکه هر کدام از این پژوهش‌ها به نحوی به اهمیت فرصت و تشخیص آن در ادبیات کارآفرینی اذعان داشته‌اند اما هیچ‌کدام تا بحال نگاهی جامع که به سبب آن بتوان تشخیص فرصت کارآفرینانه را همزمان از منظرهای متفاوتی همچون نظری و روش‌شناسی بررسی کرد، ارایه نکرده‌اند. برای مثال، ایرادات وارد آمده بر مطالعه‌ی شورت و همکاران (۲۰۱۰) و هانسن (۲۰۱۱) اولاً مربوط به زمان انجام پژوهش است که تقریباً مربوط به یک دهه پیش می‌شود و ثانیاً تمرکز اصلی تحقیقات بر بررسی تشخیص فرصت بصورت فرآیندی و عوامل موثر بر آن نبوده است بلکه همانطور که اشاره شد به دسته‌بندی مربوط به تعاریف فرصت و فرآیند فرصت پرداخته‌اند. و یا اینکه در پژوهش جورج و همکاران (۲۰۱۶) علیرغم جدید بودن، اما تنها به بررسی عوامل تاثیرگذار پرداخته و فرآیندهای منتج به تشخیص و روش شناسی بکار برده شده در مطالعات را لحاظ نکرده است. بعلاوه، تحقیق مذکور به مرور ادبیات فرصت پرداخته و از نقد آن غافل مانده است. و یا اینکه در مطالعه‌ی مروری صوفیه و همکاران (۱۳۹۷) اولاً حوزه‌ی فرصت‌های کارآفرینانه بطور کلی در نظر گرفته شده است همچنین پژوهش‌ها تنها از منظر روش‌شناسی تحلیل شده‌اند و از بررسی نظریه‌های مطرح بکار گرفته شده در این حوزه و بطور خاص تشخیص فرصت صرف‌نظر کرده‌اند. لذا مطالعه‌ی حاضر سعی دارد تا با هدف بررسی حوزه‌های حیاتی در بدنه‌ی ادبیات تشخیص فرصت که شامل دیدگاه نظری، روش‌شناسی، تحلیل و تمرکز است بتواند مروری کلی به مطالعات فرصت داشته باشد.

همچنین سعی بر آن شد تا با ارایه‌ی نظریه‌های متنوع در ادبیات فرصت به نقش برجسته‌ی رویکردهای نظری چندگانه اشاره و نهایتاً پیشنهاداتی برای پژوهش‌های آتی ارایه شود.

مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

فرصت کارآفرینانه

بدلیل اهمیت فرصت در کارآفرینی، محققان همواره در تلاش بودند تا به کمک مطالعات مفهومی و تجربی به درک هرچه بهتر مفهوم فرصت بپردازند (Hansen et al., 2011). این در حالی است که تاکنون موفق به دستیابی به اجماع نظر در مورد سازه‌ی فرصت نشده‌اند (Hansen et al., 2011). تیم پژوهشی هانسن و همکاران (۲۰۱۱) با انجام مطالعه‌ی مروری، به دسته‌بندی تعاریف فرصت نموده‌اند (جدول ۱).

جدول ۱. تعاریف فرصت (برگرفته از هانسن و همکاران، ۲۰۱۱)

نویسندگان	مفهوم فرصت
گاگلیو (۲۰۰۴)، دتینی و چندلر (۲۰۰۷)	امکان معرفی محصولی جدید به بازار که منجر به سود شود.
کامپنیز و مک‌مولن (۲۰۰۷)	موقعیتی جهت کشف/خلق چارچوب وسیله-هدف جدید.
آردیچویلی و همکاران (۲۰۰۳)، دیمو (۲۰۰۷)	ایده برای توسعه کسب و کار.

تشخیص فرصت کارآفرینانه

از دیدگاه صاحب‌نظران کارآفرینی همچون کریزنر^۱ (۱۹۷۳)، شومپتر^۲ (۱۹۳۴) و شین و ونکاتارامان (۲۰۰۰) تشخیص فرصت نقشی اساسی در فعالیت‌های کارآفرینانه دارند. تعاریف تشخیص فرصت با در نظر گرفتن دو نقطه‌نظر کریزنری (۱۹۷۳) در مقابل شومپتری (۱۹۳۴) شکل گرفته است. رویکرد اول رویکرد کشف فرصت کرزنر (۱۹۷۳) نام دارد. در این رویکرد خاستگاه فرصت، روندهای بیرونی است که ناشی از تغییر در فناوری، ذائقه‌ی مشتریان و یا تغییر در صنعت است. سازوکار کارآفرین در این نظریه به گونه‌ای طراحی شده که نسبت به فرصت‌های عینی "هوشیار" است و قادر به دیدن ابزار-هدف جدید می‌باشد. رویکرد دوم که

1 Kirzner, 1973

2 Schumpeter, 1934

به خلق فرصت شومپتر (۱۹۳۴) مشهور می‌باشد بر این اصل استوار است که فرصت‌ها نه از روندهای بیرونی بلکه توسط رفتار افرادی که بدنبال تولید منفعت اقتصادی هستند شکل می‌گیرد. در این حالت فرصت‌ها درک نمی‌شوند مگر اینکه در فرآیند تکرار شونده‌ی عمل و عکس‌العمل، وضع شوند. با وجود تفاوت‌های اساسی در دو رویکرد اما آنچه که در این بین مشترک است فرد کارآفرین به عنوان سازوکاری برای کشف/خلق فرصت است. به عبارت دیگر فرصت‌ها نه در گروه‌ها و نه بصورت جمعی تشخیص داده می‌شود بلکه تشخیص فرصت یک فرآیند شناختی است که توسط کارآفرین رخ می‌دهد (Shane, 2003). به همین دلیل است که چالش اصلی در اغلب پژوهش‌ها این است که چه کسانی و چگونه قادر به تشخیص فرصت‌ها هستند.

روش‌شناسی

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر گردآوری داده، توصیفی-مرور اسنادی است و به منظور نگاشت ادبیات تشخیص فرصت کارآفرینانه صورت گرفته است. لذا روش تحقیق بکار برده شده، مرور نگاشت نظامند است به این معنا که محقق به کاوش یک متن جهت حصول به اطلاعات جامع و روش شدن روندهای تحقیق و سازماندهی ادبیات موجود در سطوح بالاتر می‌پردازد (Petersen et al. 2008). در حقیقت روش تحقیق مرور نگاشت نظامند^۱، نوعی از مرور ادبیات^۲ است که به تکمیل مرور نظامند ادبیات^۳ پرداخته است و سعی در ارایه‌ی دیدی جامع از حوزه‌ی مورد نظر براساس معیارهای مشخص دارد (Kitchenham et al., 2011). مراحل کلی انجام مطالعه مرور نگاشت نظامند عبارتند از ۱. مطالعه‌ی ادبیات موضوع که شامل مطالعه‌ی سطحی و تحلیلی می‌باشد، ۲. طبقه‌بندی، تحلیل و ادغام که در این مرحله محقق براساس معیار و ویژگی مشخص از جمله ساختار، نظریه و روش‌شناسی به بررسی و ارزیابی و طبقه‌بندی متون می‌پردازد و ۳. نهایتاً نتیجه‌گیری که خلاصه‌ای از نکات اصلی تحقیق به‌مراه

1 Systematic Mapping Review

2 Literature review

3 Systematic Literature Review

مرور ادبیات است که هم بصورت کمی و هم کیفی ارایه می‌شود (Grant & Booth, 2009; Kitchenham et al., 2011).

لذا با توجه به آنچه گفته شد، پژوهش حاضر یک مطالعه‌ی مرور نگاشت نظام‌مند است که با تمرکز بر مطالعات خارجی تشخیص فرصت منتشر شده در بازه‌ی زمانی ۱۹۹۴ تا ۲۰۱۸ انجام شده است. جامعه‌ی آماری در این مطالعه، تمام مقالات علمی-پژوهشی مربوط به تشخیص فرصت، چاپ شده به زبان انگلیسی در بازه‌ی زمانی مذکور در مجلاتی هستند که دارای دو شرط اصلی می‌باشند: اولاً مجلات علمی-پژوهشی با ضریب تاثیر و شاخص Q1 باشند که به موضوع کارآفرینی پرداخته‌اند و یا اینکه مجله‌ی معتبر دانشگاه بابسون کالج (FER) باشد.

برای جمع‌آوری مقاله‌ها در این پژوهش فرآیند زیر طی شد: ابتدا مقاله‌هایی که در مجلات مذکور و در حوزه‌ی فرصت‌های کارآفرینانه منتشر شده است شناسایی گردید. در این مرحله تعداد ۳۶۲ مقاله مستخرج گردید. سپس از میان مقاله‌های یاد شده، آندسته از مقالاتی که از عبارات ('تشخیص فرصت' یا 'کشف فرصت' یا 'خلق فرصت') و ('فرصت' یا 'کشف' یا 'خلق' یا 'تبیین') در بخش‌های عنوان، چکیده یا کلمات کلیدی استفاده کرده بودند، شناسایی و انتخاب شدند که در این مرحله تعداد ۲۳۳ مقاله منتخب گردید. سپس در مرحله‌ی بعد مقاله‌ها با استفاده از ابزار کسپ^۱ (CASP) که شامل ۱۰ معیار سنجش است از جنبه‌های مختلف بررسی گردید (Long et al., 2020; Singh, 2013). به این صورت که به مقالات با توجه به هر معیار از ۱ تا ۵ امتیاز داده شد و تنها مقالاتی استخراج گردید که مجموع نمرات شان بالای ۳۵ بود. بنابراین در این مرحله به تعداد ۷۱ مقاله نهایی جهت تحلیل دست یافتیم (شکل ۱). لازم به ذکر است که علاوه بر استفاده از تکنیک کسپ (CASP) که روایی ابزار تحقیق را تضمین می‌کند، جهت سنجش پایایی ابزار گردآوری داده‌ها، محقق دیگری بجز محقق اصلی بطور همزمان به جست و جو در پایگاه داده‌ها و غربال مقالات بر اساس کلمات کلیدی مذکور در بخش عنوان و چکیده پرداخت که نهایتاً نتایج مشابهی به بار آمد.



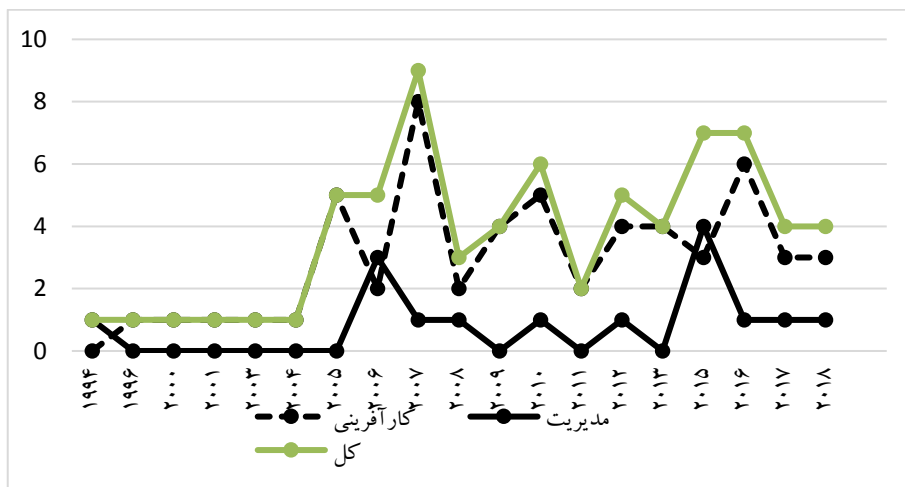
شکل ۱. فرآیند انتخاب و غربال مقالات

برای تحلیل اطلاعات نیز با توجه به ماهیت تحقیق که مرور نگاشت نظام‌مند است، مرحله‌ی ارزیابی داده‌ها در آن بصورت غیررسمی و فارغ از هر نوع تکنیک و یا نرم‌افزار ویژه‌ای صورت می‌گیرد (Grant & Booth, 2009). بنابراین پس از غربالگری مقالات، تحلیل کیفی داده‌ها و ارزیابی نتایج براساس سه معیار (Heidari et al., 2018) تمرکز تحقیق، دیدگاه نظری و روش‌شناسی انجام شد.

یافته‌ها

الف) توصیف مطالعات در طول زمان و با توجه به نوع مجله‌ها

مجلات‌ی که مقالات حوزه‌ی فرصت در آنها چاپ شده به دو دسته‌ی مدیریت و کارآفرینی تقسیم می‌شوند. سهم مجلات کارآفرینی در چاپ مقالات فرصت در پیوست ۱ نشان داده شده است. بررسی رشد تعدادی مقالات در هریک از مجله‌های کارآفرینی و مدیریت به تفکیک سال نشان می‌دهد که مجله‌های کارآفرینی سردار چاپ مقالات در حوزه‌ی فرصت هستند (شکل ۲). همچنین با وجود قدمت مطالعات در زمینه‌ی تشخیص فرصت کارآفرینانه که مربوط به سه دهه‌ی اخیر است، فارغ از نوع مجلات، در کل شاهد توجه چشمگیر محققان در دهه‌ی آخر هستیم.



شکل ۲. روند مقالات در مجلات کارآفرینی و مدیریت

علت این پدیده را با توجه به محتوای مقالات، می‌توان به چند جریان کلیدی نسبت داد: اولاً مقاله‌ی اکهارت و شین^۱ (۲۰۰۳) که سنگ بنای توجه به پیوند فرد-فرصت است. این مقاله، سیر توجهات را از بررسی افراد کارآفرین به سمت تمرکز بر پیوند فرد و فرصت و همچنین نقش فرصت در فرایندهای کارآفرینانه سوق داد. جریان دوم مطالعات، زمانی شکل گرفت که مقالاتی همچون لامپکین و همکارش^۲ (۲۰۰۵) و یا دیمو^۳ (۲۰۰۷) توجه محققان را معطوف به نگاهی فرآیندی به تشخیص فرصت کردند. به عبارت دیگر، این دسته از محققان به اهمیت بررسی "چگونگی" فرآیند تشخیص فرصت به جای توجه صرف به "چرایی" پدیده اشاره کردند. و نهایتاً می‌توان ظهور حوزه‌های مختلف از جمله علوم شناختی در ادبیات فرصت و ارایی دیدگاه‌های متنوع در ادبیات فرصت خصوصاً بعد از محققانی همچون بوسنتیز و بارنی^۴ (۱۹۹۷)، را علت توجه چشمگیر محققان در دهه‌ی اخیر دانست.

1 Eckhart & Shane, 2003

2 Lumpkin & Lichtenstein, 2005

3 Dimov, 2007

4 Busentiz & Barney, 1997

ب) تمرکز تحقیق و دیدگاه نظری مطالعات

در اینجا با در نظر گرفتن جایگاه محوری تشخیص فرصت در تمامی ۷۱ مقاله به بررسی نظریه ها مرتبط با آن می پردازیم. با نگاهی مروری به ادبیات روشن شد که مطالعات برای پاسخ به سوال اصلی که چرا تنها برخی افراد و نه همه قادر به تشخیص فرصت هستند، دو رویکرد عمده در تمرکز نظری پژوهش در پیش گرفته اند. در حقیقت همانطور که کروگر^۱ (۲۰۰۳) نیز اشاره می کند، جهت توصیف و تحلیل هر مفهوم، مادامی که محققان موفق به پاسخ به "چرایی" آن پدیده نشوند، نمی توانند "چگونگی" آن پدیده را توضیح دهند. لذا رویکرد اول مربوط به مقاله هایی است که جهت درک پدیده ی تشخیص فرصت سعی در بررسی "چرایی" تشخیص فرصت دارند و در صدد برشمردن عوامل موثر بر فرآیند تشخیص فرصت برآمده اند.

همچنین موج دوم تحقیقات پس از بررسی عوامل موثر تشخیص فرصت و با انگیزه ی پاسخ به "چگونگی" تشخیص فرصت شکل گرفت. محققان در این دسته، نگاهی فرآیندی به تشخیص فرصت داشته و سعی در واکاوی مکانیزم های تشخیص فرصت داشته اند.

همچنین، بررسی مقالات نشان داد که اغلب مطالعات (۴۶ مقاله) تمرکز بر چرایی تشخیص فرصت داشته اند و بصورت مفهومی و یا تجربی عوامل موثر بر آن را شناسایی کرده اند. بنابراین مطالعاتی که در پی یافتن فرآیندهای تشخیص فرصت و سازوکارهای موثر در این فرآیند بوده اند در رتبه ی دوم (۲۵ مقاله) قرار خواهند گرفت.

با بررسی دسته اول مقاله ها و نظریه های بکار رفته جهت توضیح "عوامل موثر در تشخیص فرصت" دریافتیم که اغلب مطالعات سعی در بررسی عوامل فرصت براساس دو تئوری شناختی و تئوری سرمایه انسانی داشته اند (جدول ۲). از نظر این دسته از مطالعات، افرادی که قادرند فرصت های کارآفرینانه را کشف/خلق کنند خصوصیات شناختی بارزی از جمله خودباوری (۶ مقاله)، شهود (۴ مقاله)، خوش بینی (۱ مقاله)، تطبیق شناختی (۱ مقاله) و انسجام طرحواره ی ذهنی (۱ مقاله) و یا قابلیت درک دیدگاه مشتری (۱ مقاله) داشته اند، یا از فرآیندهای شناختی مشخصی از جمله یادگیری (۵ مقاله)، تشخیص الگو (۱ مقاله) و خلاقیت (۴ مقاله) تبعیت کرده اند و یا تحت تاثیر حالات شناختی از جمله احساس (۶ مقاله) بوده اند.

جدول ۲. دیدگاه‌های نظری به تفکیک تمرکز تحقیق

حوزه تمرکز	دیدگاه‌های نظری	تعداد	درصد
عوامل تشخیص فرصت (چرایی)	تئوری شناختی (خصوصیات، فرآیندها و متغیر احساس)	۳۰	۳۸/۱
	تئوری سرمایه انسانی (شامل دانش، تجربه و تحصیلات)	۲۴	۲۷/۳
	تئوری انگیزه (خودتنظیمی، اشتیاق، نیت، تعهد و انگیزه مالی)	۱۱	۱۲/۵
	تئوری اطلاعات (دسترسی به اطلاعات، جست و جوی نظامند)	۹	۱۰/۲
	تئوری سرمایه اجتماعی (منابع اجتماعی اطلاعات، کمیت و کیفیت شبکه‌های اجتماعی، پیوندهای شبکه و نوع شبکه)	۸	۹/۱
	تئوری هوشیاری کارآفرینانه	۴	۴/۵
	تئوری نوع فرصت کارآفرینانه	۲	۲/۳
	مجموع	۸۸	۱۰۰
سازوکارهای تشخیص فرصت (چگونگی)	تئوری پردازش اطلاعات (جست و جوی نظامند، پردازش الگوریتمی و میانبری، باور فرصت و مدل‌های توجه به اطلاعات)	۸	۲۸/۶
	تئوری خلاقیت	۵	۱۷/۹
	تئوری هوشیاری کارآفرینانه	۴	۱۴/۳
	تئوری یادگیری (یادگیری تجربی، یادگیری سازمانی)	۴	۱۴/۳
	تئوری تشخیص الگو و تفکر ارتباطی	۴	۱۴/۳
	تئوری حل مسئله	۲	۷/۱
	تئوری هماهنگی ساختاری	۱	۳/۵
	مجموع	۲۸	۱۰۰

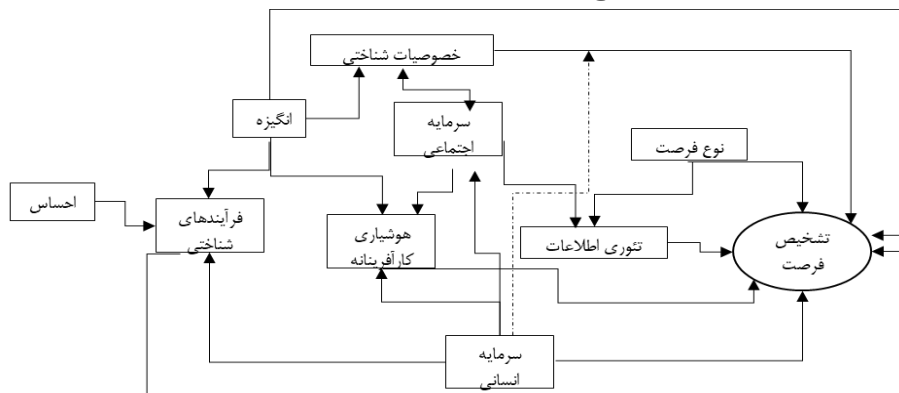
همچنین، ورود سازه‌ی جدید "احساس" در ادبیات برای اولین بار توسط بارن^۱ (۲۰۰۷) صورت گرفت و توانست توجه بسیاری از محققان همچون بارن (۲۰۰۸)، هایتون و چولاکوا^۲ (۲۰۱۲) و گاس و اشمیت^۳ (۲۰۱۸) را به خود جلب کند. این سازه پیوند عمیقی با شناخت کارآفرینانه داشته و بواسطه‌ی عواملی همچون فرآیندهای شناختی، پیوندهای اجتماعی، نحوه‌ی جست و جو و دانش و توجه و خلاقیت می‌تواند بر تصمیم‌گیری، قضاوت و تشخیص فرصت تاثیرگذار باشد. همچنین از منظر نظریه سرمایه انسانی، نه تنها دارا بودن دانش قبلی تاثیر چشمگیری بر تشخیص فرصت کارآفرینانه دارد بلکه نحوه‌ی استفاده از دانش و مسیری که اطلاعات بدست آمده و به دانش تبدیل شده نیز موثر است. این نتایج با یافته‌های تحقیق شین و

1 Baron, 2007

2 Hayton & Cholakova, 2012

3 Goss & Sadler-Smith, 2018

ونکاتارامن (۲۰۰۰) که داشتن اطلاعات و شناخت را دو علت اصلی برای تشخیص فرصت کارآفرینانه می‌دانند، همخوانی دارد. بعلاوه، توجه به روابط میان متغیرهای تاثیرگذار بر فرصت نشان می‌دهد که تعامل گسترده‌ای میان متغیرها حکمفرماست. شکل ۳ خلاصه‌ای از روابط میان عوامل تاثیرگذار، را براساس نتایج بدست آمده ارائه می‌نماید.



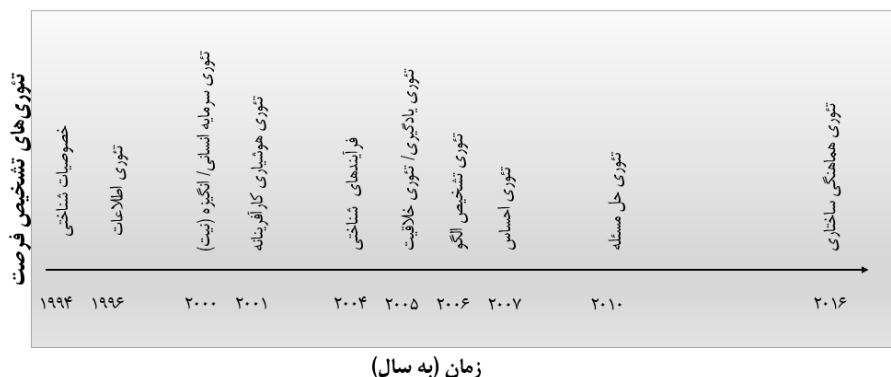
شکل ۳. عوامل تاثیرگذار بر تشخیص فرصت و روابط بین آنها

برای مثال دانش قبلی علاوه بر تاثیر مستقیمی که بر تشخیص فرصت دارد، با تاثیر بر شبکه‌های اجتماعی و پیوندهای میان شبکه، هوشیاری کارآفرینانه و فرآیندهای شناختی مثل یادگیری می‌تواند بطور غیرمستقیم بر تشخیص فرصت اثر گذارد. برخی دیگر از مقاله‌ها نیز بر تاثیر میانجی متغیر دانش بر رابطه‌ی بین ویژگی شناختی مربوط به دیدگاه مشتری و تشخیص فرصت اشاره کرده‌اند. همچنین نتایج مطالعات نشان می‌دهد که رابطه‌ی بین سرمایه اجتماعی و خصوصیات شناختی رابطه‌ای دوطرفه است. به این معنا که همانطور که خصوصیات شناختی از جمله خلاقیت و خوش بینی بر سرمایه اجتماعی و پیوندهای میان شبکه تاثیر می‌گذارد، منابع اجتماعی اطلاعات از جمله مربی و روابط غیررسمی نیز موجب تقویت ویژگی‌های شناختی از جمله خودکارآمدی و طرحواره‌های ذهنی می‌شود. از طرف دیگر، سرمایه‌های اجتماعی با تاثیر بر میزان دسترسی افراد به منابع اطلاعاتی، بطور غیرمستقیم بر تشخیص فرصت اثر دارد. همچنین، با نگاهی به مفهوم انگیزه می‌توان دریافت که حالات انگیزشی مثل انگیزه‌ی

پیش‌برنده، اشتیاق کارآفرینانه، نیت کارآفرینانه و یا محرک‌های انگیزشی همچون آگاهی از نیازهای مشتریان و انگیزه‌های مالی علاوه بر تاثیر مستقیم بر تشخیص فرصت می‌تواند منجر به بروز رفتارهایی از جمله تعهد، تمرین عمدی، توجه به ارزش فرصت، غلبه بر عدم اطمینان و جهت‌گیری استراتژیک شده و لذا خصوصیات شناختی مثل خودکارآمدی و در نتیجه هوشیاری را تحت تاثیر قرار می‌دهد و یا اینکه از طریق مکانیزم‌های شناختی از جمله درک نیاز بازار و یا پردازش اطلاعات بطور غیرمستقیم بر تشخیص فرصت تاثیر گذارد. و در آخر ذکر این نکته مهم است که برخی مقاله‌ها با تمرکز به نوع فرصت و تاثیر آن بر تشخیص فرصت اذعان دارند که بسته به اینکه فرصت صریح باشد یا ضمنی می‌تواند به ترتیب از طریق جست و جوی نظاممند و یا تجربه قبلی، کشف/خلق شود.

از طرف دیگر، با مطالعه‌ی دسته‌ی دوم تحقیقات یعنی آنهایی که به تشخیص فرصت نگاهی فرآیندی داشته‌اند (پیوست ۲) و بدنبال پاسخ به چگونگی کشف و یا خلق فرصت بوده‌اند، درمی‌یابیم که محققان توانستند از منظر علوم شناختی نگرش عمیق‌تری نسبت به فرآیند تشخیص فرصت کسب کنند و همانطور که بسیاری از محققان نیز اشاره کرده‌اند (Busentiz & Barney, 1997)، گام اولیه در بررسی تشخیص فرصت، کارآفرین و فرآیندهای شناختی ذهن می‌باشد. به عبارت دیگر کارآفرین به کمک فرآیند شناختی هماهنگی ساختاری توانسته تا میان کارکردهای تکنولوژی جدید و نیازهای اصلی بازار ارتباط برقرار کرده و چارچوب وسیله-هدف جدید را کشف کند. و یا اینکه به کمک مکانیزم‌های دریافت و پردازش اطلاعات، خلاقیت و طی یک فرآیند تدریجی و یا حل مسئله قادر است تا با تبدیل اطلاعات به دانش و یادگیری به تفسیر اطلاعاتی که جست و جو کرده‌اند پرداخته و فرصت را خلق می‌کنند. همانطور که از پژوهش‌ها برمی‌آید، کارآفرین به کمک چارچوب‌های شناختی‌اش به جذب و پردازش اطلاعات محیط بیرونی پرداخته و قادر است تا اطلاعات به ظاهر بی‌ارتباط را بر اساس نمونه‌های اولیه^۱ فرصت به یکدیگر متصل کرده، نسبت به وجود فرصت هوشیار شده و لذا آن را کشف کند.

و در آخر اینکه، برای درک بهتر نظریه‌های‌های بکار گرفته در تشخیص فرصت، (شکل ۴) سیر ظهور تاریخی تئوری‌های مختلف (چرایی و چگونگی) را نشان می‌دهد.

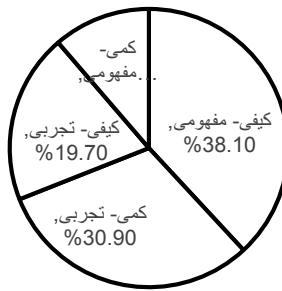


شکل ۴. ظهور تاریخی نظریه تشخیص فرصت

ج) رویکرد روش‌شناسی مقاله‌ها

علیرغم جایگاه تشخیص فرصت در ادبیات کارآفرینی، اما اثربخشی این نظریه به روش‌های تحقیق بکار رفته بستگی دارد. در این مرور، روش تحقیق بر اساس معیار ناکاتا و هوانگ^۱ (۲۰۰۵) به ۴ طبقه اصلی تقسیم می‌شود: ۱. پژوهش کیفی-مفهومی: تحقیقاتی که به ارایه‌ی چارچوب نظری و یا دیدگاهی جدید می‌پردازد. ۲. پژوهش کمی-مفهومی: از ابزار ریاضی و یا داده‌های دست دوم برای بیان یک مورد و یا توسعه‌ی مدل استفاده می‌کنند. ۳. پژوهش کیفی-تجربی که با استفاده از ابزار کیفی همچون مشاهده، مصاحبه عمیق، مطالعه موردی و آزمایش به گردآوری و تحلیل اطلاعات می‌پردازد. ۴. پژوهش کمی-تجربی که داده‌ها را مقیاس بالا را با ابزاری چون پیمایش و یا طرح‌های آزمایشی گردآوری کرده و اطلاعات را بصورت کمی تحلیل می‌کند. نتایج نشان داد که اغلب مقاله‌ها (۳۸/۱٪، ۲۷ مقاله) از نوع دسته‌ی کیفی-مفهومی بوده و در رتبه‌ی دوم مقاله‌های کمی-تجربی (۳۰/۹٪، ۲۲ مقاله) قرار دارند همچنین به ترتیب رتبه سوم و چهارم مربوط به دسته‌ی کیفی-تجربی (۱۹/۷٪، ۱۴ مقاله) و دسته‌ی کمی-مفهومی (۱۱/۳٪، ۸ مقاله) می‌باشد (شکل ۵). به عبارت دیگر محققان بیشتر

تمایل به ارایه‌ی کیفی چهارچوب‌های نظری و مفهومی دارند و یا اینکه درصددند تا صحت مدل‌های نظری را به روش‌های تجربی همچون پیمایش محک بزنند.



شکل ۵. توزیع مقالات با توجه به روش تحقیق

جهت فهم کلی انواع دسته‌بندی صورت گرفته در ۷۱ مقاله، پیوست (۳) با توجه به سه معیار تمرکز تحقیق، دیدگاه تئوریکی و روش‌شناسی و همچنین با توجه به مجله منتشر شده، مطالعات را ارایه می‌دهد.

بحث و نتیجه‌گیری

مطالعه مروری حاضر با هدف ارزشیابی انتقادی پژوهش‌های تشخیص فرصت انجام شد. در این مطالعه شروع موج علاقمندی محققان به موضوعات تشخیص فرصت را می‌توان از سالهای ۲۰۰۵ به بعد دانست. این جهش را می‌توان تحت تاثیر موضوعات کلیدی همچون پیوند فرد و فرصت، مفاهیم مربوط به توسعه‌ی تدریجی و فرآیندی فرصت و ورود دیدگاه‌های جدیدی همچون علوم شناختی در ادبیات فرصت و کارآفرینی دانست. همچنین پژوهش حاضر از منظر دیدگاه‌های نظری بکار رفته جهت توضیح پدیده‌ی فرصت و اینکه چرا تنها برخی افراد قادر به تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه می‌شوند، مورد بررسی قرار گرفت. در حالی که تمرکز اصلی اغلب تحقیقات معطوف به تعیین عوامل موثر بر تشخیص فرصت است اما موج جدیدی از گرایش محققان به سمت بررسی ماهیت فرآیندی تشخیص فرصت و سازوکارهای مربوطه

از منظر نظری		
پیشنهاد پژوهش	جزئیات	منبع
ادغام و بررسی همزمان چندین نظریه	تئوری تشخیص سیگنال و تئوری تمرکز خودتنظیمی	بارن (۲۰۰۴) در مقاله‌ای خود اذعان دارد علیرغم مرتبط بودن تئوری تشخیص سیگنال با تشخیص فرصت اما اگر با تئوریهای دیگر ادغام شود می‌تواند نتایج مفیدتری به بار آورد. یکی از این

تئوریا، تئوری تمرکز خودتنظیمی بروکنر و همکاران (۲۰۰۴) است.		
توماس جان و براون (۲۰۱۲) در مقاله‌ی خود پیشنهاد دادند که بررسی تاثیر همزمان این دو تئوری سبب درک تاثیرات جبرانشان بر یکدیگر و نهایتا تشخیص فرصت می‌شود..	تئوری تمرکز تنظیمی و تئوری خودباوری	
تانگ و همکاران (۲۰۱۲) توجه به تئوری پردازش اطلاعات از منظر هوشیاری کارآفرینانه را پیشنهاد دادند. این ادغام تئوریک به درک جریان اطلاعاتی از زمانی که در محیط دریافت می‌شود تا زمانی که فرصت تشخیص داده می‌شود، کمک می‌کند.	تئوری هوشیاری کارآفرینانه و پردازش اطلاعات	
از منظر روش شناسی		
منبع	دلایل پیشنهاد	پیشنهاد پژوهش
با توجه به ماهیت فرصت، تحقیقاتی که بصورت روایتی و پیمایشی سوگیری‌های گذشته‌نگر دارند (Shepherd & DeTienne, 2005)، همچنین مطالعاتی که بصورت مشاهده انجام می‌شوند بدلیل ماهیت فرصت که در هر مکانی و هر زمانی ممکن است رخ دهد، لذا پرهزینه و دشوار است (Tumasjan & Braun, 2012).	امکان دستکاری اطلاعات فرصت، کنترل عوامل مداخله‌گر و بررسی فرآیندهای شناختی موثر	بکارگیری روش تحقیق‌های آزمایشی
بهترین تکنیک جهت سنجش تصمیم‌گیری در زمان واقعی (Harrison et al., 2015)	ماهیت قضاوت محور تشخیص فرصت	بکارگیری تکنیک پروتکل شفاهی

منابع

- صوفیه، جمال؛ حسینی‌نیا، غلامحسین؛ مبینی دهکردی، علی. (۱۳۹۷). تحلیل محتوای وضع موجود روش شناسی پژوهش‌های منتشرشده در مجله‌های برتر حوزه‌ی فرصت‌های کارآفرینانه، ۱۱(۴): ۶۶۰-۶۴۱.
- ولی‌نفس، عبدالعزیز؛ قاضی، عیسی. (۱۳۹۵). تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه. مطالعات مدیریت و کارآفرینی، سال دوم، شماره ۲(۱): ۱۳۱-۱۴۱.
- Ardichvili, A., Cardozo, R., and Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Business Venturing*, 18(1), 105-123.
- Baron, R. A. (2004). The cognitive perspective: a valuable tool for answering entrepreneurship's basic "why" questions. *Business venturing*, 19(2), 221-239.

- *Baron, R. A. (2006). Opportunity recognition as pattern recognition: How entrepreneurs "connect the dots" to identify new business opportunities. *Academy of Management Perspectives*, 20(1), 104-119.
- *Baron, R. A. (2007). Behavioral and cognitive factors in entrepreneurship: Entrepreneurs as the active element in new venture creation. *Strategic Entrepreneurship*, 1(1-2), 167-182.
- *Bhava, N., Gupta, V. K., & Jain, T. K. (2006). The entrepreneurship of the good samaritan: a development framework to understand social entrepreneurship using insights form a qualitative study. In *Babson Research Conference, Madrid*.
- Brockner, J., Higgins, E. T., & Low, M. B. (2004). Regulatory focus theory and the entrepreneurial process. *Business venturing*, 19(2), 203-220.
- Busenitz, L. W., & Barney, J. B. (1997). Differences between entrepreneurs and managers in large organizations: Biases and heuristics in strategic decision-making. *Business venturing*, 12(1), 9-30.
- Compans, Y. E., & McMullen, J. S. (2007). Strategic entrepreneurs at work: The nature, discovery, and exploitation of entrepreneurial opportunities. *Small Business Economics*, 28(4), 301-322.
- DeTienne, D. R., & Chandler, G. N. (2007). The role of gender in opportunity identification. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 365-386.
- *Dimov, D. (2007). From opportunity insight to opportunity intention: The importance of person-situation learning match. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(4), 561-583.
- Eckhardt, J. T., and Shane, S. A. (2003). Opportunities and entrepreneurship. *Management*, 29(3), 333-349.
- Gaglio, C. M. (2004). The role of mental simulations and counterfactual thinking in the opportunity identification process. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(6), 533-552.
- George, N. M., Parida, V., Lahti, T., and Wincent, J. (2016). A systematic literature review of entrepreneurial opportunity recognition: Insights on influencing factors. *International Entrepreneurship and Management*, 12(2), 309-350.
- Goss, D., and Sadler-Smith, E. (2018). "Opportunity creation: Entrepreneurial agency, interaction, and affect." *Strategic Entrepreneurship* 12 (2), 219-236.
- Grant, M. J., & Booth, A. (2009). A typology of reviews: an analysis of 14 review types and associated methodologies. *Health information & libraries*, 26(2), 91-108.
- Grégoire, D. A., Binder, J. K., & Rauch, A. (2019). Navigating the validity tradeoffs of entrepreneurship research experiments: A systematic review and best-practice suggestions. *Business Venturing*, 34(2), 284-310.
- Hansen, D. J., Shrader, R., & Monllor, J. (2011). Defragmenting definitions of entrepreneurial opportunity. *Small Business Management*, 49(2), 283-304.
- Harrison, R. T., Mason, C., & Smith, D. (2015). Heuristics, learning and the business angel investment decision-making process. *Entrepreneurship and Regional Development*, 27(9-10), 527-554.
- Hayton, J. C., & Cholakova, M. (2012). The role of affect in the creation and intentional pursuit of entrepreneurial ideas. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(1), 41-67.

- Heidari, A., Yazdani, H. R., Saghafi, F., & Jalilvand, M. R. (2018). The perspective of religious and spiritual tourism research: a systematic mapping study. *Islamic Marketing*, 9(4), 748-797.
- Kirzner, I. M. (1973). Competition and entrepreneurship. *University of Chicago press*.
- Krueger, N. F. (2003). The cognitive psychology of entrepreneurship. In Handbook of entrepreneurship research, 105-140. Springer, Boston, MA.
- Long, H. A., French, D. P., & Brooks, J. M. (2020). Optimising the value of the critical appraisal skills programme (CASP) tool for quality appraisal in qualitative evidence synthesis. *Research Methods in Medicine & Health Sciences*, 1(1), 31-42.
- Lumpkin, G., and Lichtenstein, B. (2005). The role of organizational learning in the opportunity–recognition process. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(4), 451-472.
- Nakata, C., & Huang, Y. (2005). Progress and promise: the last decade of international marketing research. *Business Research*, 58(5), 611-618.
- Schumpeter, J. A. (1934). The theory of economic development. *Harvard Studies*, 46.
- Shane, S., and Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Shane, S. A. (2003). A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus. *Edward Elgar Publishing*.
- Shepherd, D. A., & DeTienne, D (2005). Prior knowledge, potential financial reward, and opportunity identification. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(1), 91-112.
- Short, J. C., Ketchen Jr, D. J., Shook, C. L., and Ireland, R. D. (2010). The concept of “opportunity” in entrepreneurship research: Past accomplishments and future challenges. *Management*, 36(1), 40-65.
- Singh, J. (2013). Critical appraisal skills programme. *pharmacology and Pharmacotherapeutics*, 4(1), 76-90.
- Tang, J., Kacmar, K. M. M., & Busenitz, L. (2012). Entrepreneurial alertness in the pursuit of new opportunities. *Business Venturing*, 27(1), 77-94.
- Tumasjan, A., & Braun, R. (2012). In the eye of the beholder: How regulatory focus and self-efficacy interact in influencing opportunity recognition. *Business Venturing*, 27(6), 622-636.