

تحلیل محتوای وضع موجود روش‌شناسی پژوهش‌های منتشرشده در مجله‌های برتر حوزه‌ی فرصت‌های کارآفرینانه

جمال صوفیه¹ - غلامحسین حسینی‌نیا^{2*} - علی مبینی دهکردی³

1. دانشجوی دکترای دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

2 و 3. دانشیار دانشکده کارآفرینی دانشگاه تهران

تاریخ دریافت: 1397/7/4

تاریخ پذیرش: 1397/9/19

چکیده

هدف این تحقیق، توصیف و تحلیل وضع موجود روش‌شناسی در حوزه فرصت‌های کارآفرینانه در مجله‌های مرتبط با کارآفرینی است. روش پژوهش، برحسب هدف کاربردی و برحسب گردآوری اطلاعات، تحلیل محتوا-کیفی است. برای انتخاب مقاله‌ها از روش جست‌وجو در پایگاه‌های داده ABI/INFORM استفاده شده است. از مجموع 470 مقاله جمع‌آوری شده در فاز اول جست‌وجو، 191 مقاله که در فاصله زمانی 1988 تا 2017 در مجله‌های برتر بین‌المللی منتشر شده، انتخاب و تحلیل شدند. یافته‌های این پژوهش حاکی است که مقاله‌های یادشده از لحاظ گزارش‌روایی و پایایی وضعیت مناسبی دارند. سطح تحلیل منفرد و خرد در بیشتر مقاله‌ها وجود دارد و پیمایش‌ها، بیشترین فراوانی را در بین ابزارهای جمع‌آوری داده دارند. اغلب مقاله‌ها نیز از لحاظ چارچوب زمانی مقطعی هستند و مطالعات طولی درصد اندکی را به خود اختصاص داده‌اند. از لحاظ نوع مطالعه، مطالعات پیمایشی بیشترین میزان را دارند و سهم مطالعات آزمایشی و شبه‌آزمایشی ناچیز است.

واژه‌های کلیدی: پژوهش کارآفرینی، روش‌شناسی، روش‌شناسی کارآفرینی، فرصت‌های کارآفرینانه

مقدمه

پژوهش‌ها و یافته‌های هر رشته، تنها به اندازه دقتِ روش‌های تحقیقی که برای تحلیل به کار گرفته شده‌اند، محکم، قابل دفاع و دقیق هستند (Ketchen et al., 2008). با توجه به ماهیت خاص پدیده کارآفرینی، بین‌رشته‌ای بودن و سابقه کم آن، پرداختن به روش تحقیق در رشته کارآفرینی اهمیت دارد (Deeds, 2014; Short et al. 2010; Davidsson, 2005). در باره‌ی اهمیت موضوع روش تحقیق در هر رشته‌ای از جمله کارآفرینی، می‌توان گفت، اگر پژوهشی دارای خطاهای سیستماتیک و یا سوگیری‌های محقق در انتخاب طرح تحقیق مناسب باشد و یا فاقد پایایی و روایی کافی بوده و دقت کافی و متناسب در بخش‌های مختلف روش تحقیق مشاهده نشود، می‌توان کل نتایج یا بخش‌هایی از آن را زیر سؤال برد و نمی‌تواند راهنمای مناسبی برای پژوهشگران بعدی و قابل استناد برای پژوهشگران، سیاست‌گذاران و دیگر افراد دخیل باشد. از طرفی مفهوم فرصت، نقش محوری و کلیدی در کارآفرینی دارد. بنابراین تحقیق در زمینه موضوعات مرتبط با روش تحقیق در پژوهش‌های فرصت، می‌تواند موجب روشن‌تر شدن سازه فرصت و همچنین کیفیت پژوهش‌های موجود در این حوزه شود. برخی محققان معتقدند، هم‌زمان با توسعه مفهوم باید توجه ویژه‌ای به توسعه سنجش آن مفهوم هم مبذول شود (Venkataraman & Grant, 1986).

گریگوری و همکاران (2010)، در مقاله‌ای که به‌طور سیستماتیک مطالعات تشخیص فرصت را در سه دهه گذشته مرور کرده است، بیان می‌کنند که این حوزه بسیار نامنسجم، تکه‌تکه و پراکنده است و از لحاظ تجربی، نه تنها در حال توسعه نیست، بلکه توسعه نیافته است. دیویدسون (2015) با بررسی بیش از 210 مقاله در زمینه فرصت‌های کارآفرینانه، بیان می‌کند که از سال 2010 حجم ادبیات موضوعی در این زمینه تقریباً سه برابر شده است. از این میان تنها تعداد اندکی از مقاله‌ها تعریفی از فرصت ارائه داده‌اند. در بخش کارهای تجربی نیز تنها 20 درصد از مقاله‌ها تعریفی از فرصت ارائه داده‌اند. این به معنای آن است که اغلب مقاله‌ها، فاقد حداقل استاندارد در مورد روش بودن سازه فرصت هستند (Davidsson, 2015).

همچنین دیمو (2011)، بیان می‌کند که دست‌وپنجه نرم کردن با عملیاتی‌سازی مفهوم فرصت از لحاظ تئوریک جذاب بوده، اما از جنبه تجربی تا حد زیادی دور از دسترس و فرآر است.

از لحاظ مشارکت نظری، پژوهش حاضر تلاشی است برای ارائه‌تصویری کلان از توصیف وضع موجود روش تحقیق در پژوهش‌های فرصت که بازه زمانی طولانی‌ای از مقاله‌های فرصت را بررسی کرده است. همچنین تحلیل‌های ارائه‌شده که مبتنی بر مرور و استخراج مطالب از مقاله‌هاست، از ویژگی‌های تازگی و غیر تکراری بودن و بینش‌بخش بودن برخوردار است و می‌تواند زمینه خوبی برای مطالعات جزئی‌تر و عمیق‌تر بعدی باشد. علاوه‌براین، اگر مدل ارائه شده WH5 (Whetten, 1989) را برای مشارکت نظری مدنظر قرار دهیم، می‌توان گفت پژوهش حاضر (اگرچه به صورت محدود) در سطح قابل قبولی، دارای مشارکت نظری و نوآوری است.

ساختار پژوهش به این ترتیب است که نخست مرور ادبیات مرتبط با روش تحقیق در کارآفرینی به‌طور عام و سپس تعدادی از مقاله‌های در دسترس که به جنبه‌هایی از روش تحقیق در پژوهش‌های فرصت پرداخته‌اند، به‌طور خاص مرور شده است. در بخش بعدی، روش‌شناسی پژوهش مورد بحث قرار می‌گیرد. در ادامه به ارائه یافته‌های توصیفی اشاره می‌کنیم که در قالب جداول مختلف، وضعیت موجود را نشان می‌دهند. در نهایت به بحث و نتیجه‌گیری، محدودیت‌ها و پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آتی خواهیم پرداخت. هدف اصلی پژوهش حاضر، ارائه بینشی تازه از وضعیت موجود روش تحقیق در پژوهش‌های فرصت و تحلیل، و توصیه‌هایی برای بهبود آن‌هاست.

مروری بر مبانی نظری و پیشینه پژوهش

در مورد روش تحقیق در پژوهش‌های فرصت‌های کارآفرینانه، تحقیقات اندکی وجود دارد. به‌عنوان مثال مولن و همکاران (2009)، روش‌شناسی و چالش‌های آن را در تحقیقات کارآفرینی و کسب‌وکارهای کوچک مورد بررسی قرار داده‌اند. دیویدسون و همکاران (2005) نیز موضوعات روش‌شناسی، نمونه‌گیری و روندهای در حال ظهور، نمونه واجد

شرایط، انحراف نمونه گیری، معرف بودن، نرخ پاسخ و چالش های تحلیل آن را بررسی کرده اند. مقاله های دیگری نیز کم و بیش به موضوع روش تحقیق پرداخته اند که در جدول های 1 و 2 خلاصه تحقیقات و تمرکز پژوهشی آنها مشخص شده است. جدول 1 مقالات با تمرکز بر روش تحقیق در کارآفرینی به صورت عام، و جدول 2 مقالات مرتبط با روش تحقیق در پژوهش های فرصت را خلاصه کرده اند.

در جدول 1 به ترتیب زمانی، خلاصه ای از تمرکز تحقیق مقاله های مهمی که به موضوع روش تحقیق و متدولوژی و چالش ها و مشکلات آن در کارآفرینی پرداخته اند، فهرست شده است. از جمله موضوعاتی که بیشتر مورد توجه قرار گرفته اند، طرح تحقیق، نمونه گیری، سنجش و اندازه گیری سازه ها، پایایی و روایی، سطح تحلیل، جمع آوری و تحیل داده و چارچوب زمانی تحقیق از نظر مقطعی یا طولی است.

جدول 1. مقاله های بررسی شده برای تدوین چارچوب تحلیلی برحسب تمرکز تحقیق

ردیف	نویسنده	تمرکز تحقیق
1	Wortman (1987)	پژوهش های تجربی در کارآفرینی و به ویژه درجه پیچیدگی متدهای آماری این پژوهش ها.
2	Low & MacMillan (1988)	شش جنبه از طرح تحقیق مورد بحث قرار گرفته که سه مورد روش شناسی، چارچوب زمانی و سطح تحلیل مستقیماً با روش شناسی مرتبط هستند.
3	Chandler & Lyon (2001)	طرح تحقیق، سنجش سازه، پایایی و روایی، همچنین ارائه بینش هایی در مورد منبع داده، سطح تحلیل، رویه های تحلیلی و چارچوب زمانی.
4	Davidsson et al., (2001)	بررسی سه تم اصلی شامل سطح تحلیل، چارچوب زمانی، موضوعات روش شناسی مثل تکنیک های تحلیلی، پژوهش های تجربی، تئوری مبنا و منابع جایگزین داده.
5	Davidsson & Wiklund (2007)	سطح تحلیل در پژوهش های کارآفرینی.
6	Coviello & Jones (2004)	موضوعات روش شناسی در مطالعات کارآفرینی بین الملل، شامل مباحثی در زمینه چارچوب زمانی، نمونه گیری، جمع آوری و تحلیل داده و موضوع معادل بودن.
7	Davidsson (2005b)	ضرورت مطالعات فرایند مبنا، ناهمگونی و ماهیت در اقلیت بودن کارآفرینی و همچنین چالش ها در سه حوزه نمونه گیری، عملیاتی سازی و تحلیل.
8	Davidsson (2005a)	موضوعات روش شناسی، نمونه گیری و روندهای در حال ظهور، نمونه واجد شرایط، انحراف نمونه گیری، معرف بودن، نرخ پاسخ و چالش های تحلیل آن.
9	Ireland et al., (2005)	بررسی چالش های مسائل مربوط به روش های زیر: الف) نمونه گیری ب) اندازه گیری ج) چارچوب زمانی د) اندازه اثر
10	Yang et al., (2006)	موضوع روش شناسی در پژوهش های کسب و کار بین المللی (IB)

ردیف	نویسنده	تمرکز تحقیق
11	Davidsson (2007b)	بر مفهوم کسب و کار جدید تمرکز کرده و از محققان روانشناسی می‌خواهد که این مفهوم از کارآفرینی را بپذیرند و با مشارکت‌شان اثر بیشتری داشته باشند.
12	Davidsson (2007a)	بررسی چالش‌هایی را که ناهمگونی در پژوهش‌های کارآفرینی ایجاد می‌کند و چگونگی مواجهه با آن‌ها.
13	Dean et al., (2007)	اهمیت تحلیل داده را در پیشرفت این رشته بررسی کرده است. همچنین وضعیت تحلیل کمی در پژوهش‌های کارآفرینی ارزیابی شده و روندها، بررسی و شناسایی شدند.
14	Bouckennooghe et al., (2007)	وضعیت روایی در پژوهش‌های کارآفرینی
15	Short et al., (2010)	نویسندگان با درخواست از سردبیران مجله‌ها، چالش‌ها و فرصت‌های روش‌شناسی در مطالعات کارآفرینی را ارزیابی کرده‌اند. همچنین مقاله‌های یک ویژه‌نامه را با این هدف که چگونه با چالش‌ها مواجه می‌شوند، مرور کردند.
16	Crook et al., (2010)	نویسنده این مقاله وضعیت اندازه‌گیری و سنجش را در پژوهش‌های کارآفرینی از طریق تحلیل محتوای پژوهش‌های تجربی در ژورنال‌های پیشرو ارزیابی می‌کند.
17	Mullen et al., (2009)	با الگو گرفتن از Chandler & Lyon، روش‌شناسی و چالش‌های آن را در تحقیقات کارآفرینی و کسب و کارهای کوچک مورد بررسی قرار داده.
18	Crook et al., (2010)	طرح تحقیق مطالعات کارآفرینی برای یافتن شکاف بین وضع موجود و مطلوب بررسی شده و تحلیل محتوای مقاله‌های تجربی از متخصصان این رشته صورت گرفته است.
19	Breitenecker & Harms (2010)	استفاده از متد GWR (رگرسیون وزنی جغرافیایی) برای تعیین حوزه مطالعه و اعمال و به کارگیری آن برای تحلیل تجربی در مطالعات کارآفرینی.
20	De Massis et al., (2012)	این مطالعه، مقاله‌ها را در پژوهش‌های تجربی و کسب و کارهای خانوادگی تحلیل محتوا کرده و روندها را بررسی می‌کند.
21	Deeds (2014)	بر اهمیت درک کارآفرینی در سطح ونچر تأکید کرده و بر ضرورت پژوهش تجربی برای دستیابی به این درک و چالش‌های پژوهش تجربی، تأکید می‌کند.
22	Shaver (2014)	به مشکل بودن و دشواری انجام پژوهش‌های آزمایشی در رشته کارآفرینی اشاره شده است (در مقایسه با برخی رشته‌های دیگر علوم اجتماعی).
23	Schjoedt & Bird (2014)	اهمیت درک و استفاده از متغیرهای کنترل و استفاده مناسب یا نامناسب از آن‌ها را نشان داده و توصیه‌هایی در این زمینه برای استفاده بهتر ارائه می‌دهد.
24	Wilson et al. (2014)	به روندهای روش تحقیق در 30 سال گذشته توجه دارد. همچنین الزامات کسب و کارهای خانوادگی را بررسی و تکنیک‌های آماری و تحلیلی را در این نوع مطالعات تحلیل می‌کند.
25	Hsu et al., (2016)	مروری بر طرح‌های آزمایشی در مطالعات کارآفرینی و سنخ‌شناسی شناسایی شده است.

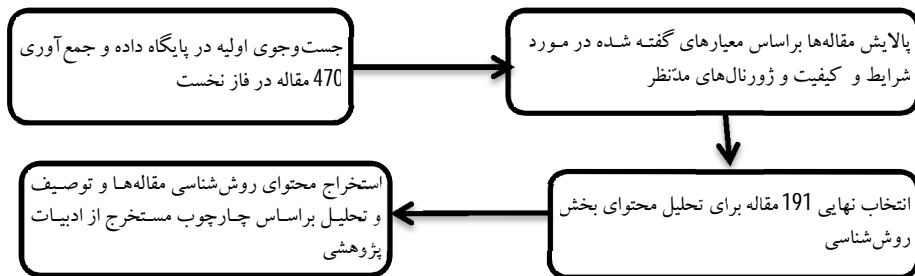
در جدول 2 هم به ترتیب زمانی، خلاصه‌ای از موضوعات اصلی مطرح شده در هر مقاله را که مرتبط با بحث روش تحقیق و سازه فرصت است، خلاصه کرده‌ایم؛ موضوعاتی از قبیل: ضرورت روشن‌بودن سازه فرصت و فرایندهای مرتبط با آن، چالش‌های روش تحقیق در فرصت از جنبه سطح تحلیل، استراتژی‌های جمع‌آوری داده، سنجش و اندازه‌گیری، نمونه‌گیری، اهمیت بیشتر شدن پژوهش‌های آزمایشگاهی، غلبه مطالعات پیمایشی و مقطعی، کمبود سنجه‌های چندگانه و یا منابع داده چندگانه و همچنین ضرورت توجه به مبانی نظری به موازات متدولوژی در پژوهش‌های فرصت.

جدول 2. فهرست مقاله‌های مرتبط با ویژگی‌ها و چالش‌های روش تحقیق در پژوهش‌های فرصت

ردیف	نویسنده	موضوع مطرح شده توسط مقاله و عنوان مقاله
1	(Davidsson, 2015)	روشن نبودن سازه فرصت و فرایندهای مرتبط با آن و نبود سازگاری در پژوهش‌ها.
2	(Grégoire & Shepherd, 2015)	چالش‌های روش تحقیق در فرصت شامل سطح تحلیل، انتخاب استراتژی جمع‌آوری داده، سنجش و اندازه‌گیری و چگونگی در نظر گرفتن انواع فرصت‌ها را بررسی می‌کند.
3	(Wood & McKelvie, 2015)	نمونه مورد مطالعه، تنوع جغرافیایی، نوع افراد انتخاب شده و نمونه‌های ترکیبی - مثلث‌سازی - روند انتشار مقاله‌ها - الگوهای تجربی در زمینه ارزیابی فرصت (اول آزمایشی بعد پیمایشی و نادر بودن تحقیقات کیفی و ترکیبی).
4	(Welter & Alvarez, 2015)	گذر از یک حالت (نوع) فرصت و تغییر آن به نوع دیگر بین حالت کشف و خلق - سنجش و انتخاب متریک (پراکسی) مناسب برای حالت‌ها و انواع مختلف فرصت.
5	(Alvarez & Barney, 2013)	با وارد کردن موضوع زمان، دوگانگی خلق و کشف را آشتی می‌دهد. - توجه به ایستمولوژی دو دیدگاه کشف و خلق (رنالیسم انتقادی در برابر رنالیسم تکاملی).
6	(Short et al., 2009)	مواردی از قبیل غلبه مطالعات پیمایشی و مقطعی، استفاده زیاد از رگرسیون در زمینه تحلیل داده و نامناسب بودن آن، توصیه به متدهای قضاوتی و تجزیه‌ای، توصیه به سنجه‌های چندگانه و مثلث‌سازی یا منابع داده چندگانه را بررسی کرده‌اند.
7	(Hansen et al., 2011)	19 سال مطالعات فرصت و فرایندهای مرتبط با فرصت، شامل 25 تعریف متمایز مفهومی، 12 عنوان و 39 عنصر عملیاتی مرتبط با فرصت شناسایی شده‌اند.
8	(Hill & Birkinshaw, 2009)	یکی از شکاف‌های اصلی در پژوهش‌های فرصت، مشکل تعریف و سنجش یک واحد تحلیل مناسب است که از طریق آن بتوانیم به مطالعه فرصت بپردازیم.
9	(Seymour, 2006)	ضرورت توجه به مبانی نظری و فلسفی قبل از پرداختن به متد و متدولوژی در پژوهش‌های کارآفرینی و فرصت.

روش‌شناسی

این پژوهش از نظر هدف، کاربردی است و به منظور توصیف و تحلیل وضعیت روش‌شناسی در مقاله‌های فرصت انجام شده است. تحلیل محتوای کیفی روش‌شناسی هر مقاله نیز به صورت جداگانه است. به عنوان مثال، بخش روش‌شناسی هر مقاله از لحاظ طرح تحقیق کلی، نمونه‌گیری و سطح تحلیل، سنجش و عملیاتی‌سازی، سطح تحلیل، روایی و پایایی، جمع‌آوری و تحلیل داده و غیره بررسی شد. شکل (1) گام‌ها و مراحل انجام تحقیق حاضر را نشان می‌دهد.



شکل 1. مراحل جستجو و انتخاب نهایی مقالات و تحلیل آن‌ها

جامعه آماری مورد نظر ما کلیه مقالات منتشر شده از سال 1989 تا 2017 در زمینه فرصت‌های کارآفرینانه در مجله‌های بین‌المللی است. از این جامعه براساس معیارها و شرایط اشاره شده در زیر و به شکل هدفمند، 191 مقاله به عنوان نمونه نهایی انتخاب شدند. برای جمع‌آوری مقاله‌ها در این پژوهش فرایند زیر طی شد: ابتدا مقاله‌هایی که اصطلاحات «روش‌شناسی»، «روش‌های تحقیق»، «فرصت» یا «فرصت‌های کارآفرینانه» را در قسمت‌های عنوان، کلمات کلیدی یا چکیده مقاله استفاده کرده بودند، در پایگاه داده / ABI INFORM¹ جست‌وجو و شناسایی کردیم. بررسی و شناسایی مقاله‌های یادشده، در ابتدای سال 1396 (ژوئن 2017) انجام شد و 470 مقاله اولیه به دست آمد. سپس مقاله‌ها از جنبه‌های مختلف بررسی شدند؛ اینکه آیا واقعاً مرتبط با فرصت‌های کارآفرینانه هستند؟ آیا از نوع

1. یک پایگاه داده جامع از ژورنال‌هاست که بیشتر دربرگیرنده موضوعات مدیریت، کسب‌وکار و اقتصاد است.

مطالعات تجربی و کمی هستند؟ و آیا بخش تشریح روش تحقیق دارند یا خیر؟ از آنجا که در این پژوهش قصد داشتیم صرفاً مقاله‌های منتشر شده در مجله‌های معتبر و دارای رتبه بالا در رشته کارآفرینی یا مجلات مرتبط با این حوزه را بررسی کنیم، انتخاب خود را به مقاله‌هایی محدود کردیم که در نشریات چهار، سه و دو ستاره براساس سیستم رتبه‌بندی¹ ABS منتشر شده‌اند.

برای تحلیل اطلاعات، با توجه به اینکه واحد تحلیل در پژوهش حاضر، مقاله و محتوای کیفی بخش روش‌شناسی هر مقاله است نه متن یا داده‌های کمی و آماری، از ابزار، تکنیک یا نرم‌افزار ویژه‌ای برای تحلیل استفاده نکرده‌ایم. برای این کار، با کدگذاری مطالب استخراج شده از هر مقاله در یک فایل اکسل، تعداد تکرارها، درصدها و بسامد هر مورد را احصا کرده‌ایم که در جداول توصیفی بیان شده در بخش یافته‌ها ارائه شده‌اند.

یافته‌ها

پژوهش حاضر حدود 47 آیتم مختلف را در زمینه روش تحقیق در مقاله‌ها احصا کرده است. با این حال در این بخش به علت محدودیت صفحات، ناگزیر به ارائه بخش محدودی از یافته‌های پژوهش هستیم، زیرا امکان ارائه همه آن‌ها وجود ندارد. این موارد در ادامه ارائه شده‌اند.

براساس ادبیات پژوهش، مقاله‌ها در بخش‌های مختلف زیرمجموعه روش تحقیق، توصیف و تحلیل شدند. در اینجا چند نمونه از یافته‌ها در رابطه با نوع مطالعه، نمونه‌گیری، روایی و پایایی، سطح تحلیل، ابزارهای جمع‌آوری داده، منابع داده و روش‌های تحلیل داده، ارائه می‌شوند.

تحلیل موضوعی مقاله‌های بررسی شده از منظر نوع مطالعه

از نظر نوع مطالعه، مقاله‌ها به تحقیقات پیمایشی، توصیفی، آزمایشی، شبه‌آزمایشی،

1. سیستم رنکینگ و رتبه‌بندی ژورنال‌ها و وابسته به انجمن دانشکده‌های کسب و کار است که ژورنال‌ها را به ترتیب کیفیت و اعتبار، از چهار ستاره تا یک ستاره، رتبه‌بندی می‌کند و اعتبار زیادی در دانشگاه‌های برتر دارد.

پس‌رویدادی و علی - مقایسه‌ای تفکیک می‌شوند. بیشترین مقاله‌ها، مطالعات پیمایشی و کمترین، پس‌رویدادی (علی - مقایسه‌ای) است.

جدول 3. توزیع مقاله‌های بررسی شده از منظر نوع مطالعه

نوع مطالعه	تعداد	درصد	نوع مطالعه	تعداد	درصد
پیمایشی	123	64%	آزمایشی و شبه‌آزمایشی	18	9%
توصیفی	41	21%	پس‌رویدادی (علی مقایسه‌ای)	9	5%

از منظر روش نمونه‌گیری

به‌طور متداول انواع نمونه‌گیری در تحقیقات کارآفرینی، شامل نمونه‌گیری قضاوتی و هدفمند، نمونه در دسترس، نمونه احتمالی، داده‌های مالی، آماری و دولتی، سرشماری و نمونه آماری، و نمونه‌گیری براساس نمونه‌های گفته شده در پژوهش‌های قبلی توسط سایر محققان، تفکیک می‌شوند که نتایج آن در جدول 4 ارائه شده است. همان‌طور که مشاهده می‌شود، نمونه‌گیری به روش هدفمند و قضاوتی بیشترین روش مورد استفاده بوده است.

جدول 4. توزیع مقاله‌های بررسی شده از منظر روش نمونه‌گیری

روش نمونه‌گیری	تعداد	درصد	روش نمونه‌گیری	تعداد	درصد
قضاوتی و هدفمند	65	34%	نمونه‌گیری براساس نمونه‌های گفته شده در پژوهش‌های قبلی توسط دیگر محققان	28	15%
نمونه در دسترس	46	24%	سرشماری و نمونه آماری	12	6%
احتمالی	31	16%	داده‌های مالی، آماری و دولتی	9	5%

توزیع مقاله‌های بررسی شده از منظر روش نمونه‌گیری، در شکل (2) قابل مشاهده است.

از منظر میزان پایایی

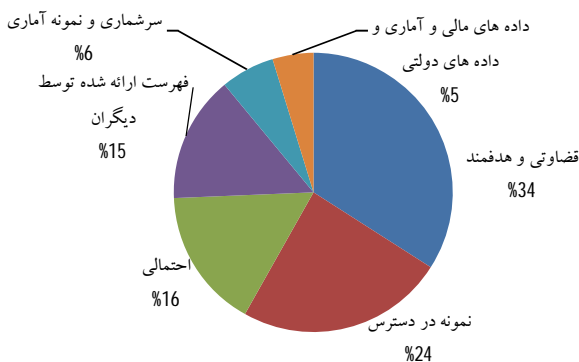
از نظر مشخص بودن میزان روایی و پایایی، در 129 مقاله (68 درصد) از مجموع 191 مقاله، روایی و پایایی مشخص شده است. میزان پایایی به شرح جدول (5) است.

از منظر روش مورد استفاده در پایایی

از نظر روش مورد استفاده در پایایی، روش‌های متعددی گفته شده که عبارتند از: سنجه‌های چندآیتمی و برقراری سازگاری درونی (ضریب آلفا)، استفاده از پاسخ‌دهندگان چندگانه و برقراری سازگاری بین ارزیابان و پاسخ‌دهندگان و منابع داده چندگانه.

جدول 5. توزیع مقاله‌های بررسی شده از منظر میزان پایایی

میزان پایایی	تعداد درصد	میزان پایایی	تعداد درصد
بین 60 تا 70 درصد	6	بیشتر از 90 درصد	27
بین 71 تا 80 درصد	28	مشخص نشده	94
بین 81 تا 90 درصد	36	جمع کل	191



شکل 2. درصد توزیع مقاله‌های بررسی شده از منظر روش نمونه‌گیری

جدول 6. توزیع مقاله‌های بررسی شده از منظر روش مورد استفاده در پایایی

درصد	تعداد	توزیع مقاله‌ها از منظر روش مورد استفاده در پایایی
53%	102	سنجه‌های چندآیتمی و برقراری سازگاری درونی (مناسب برای داده‌های اولیه - ضریب آلفا)
4%	7	استفاده از پاسخ‌دهنده‌های چندگانه و برقراری سازگاری بین ارزیابان و پاسخ‌دهندگان
1%	2	منابع داده چندگانه
42%	80	مشخص نشده

توزیع مقاله‌ها از منظر روش مورد استفاده پایایی، در نمودار زیر قابل مشاهده است.



شکل 3. توزیع مقاله‌های بررسی شده از منظر روش مورد استفاده در پایایی

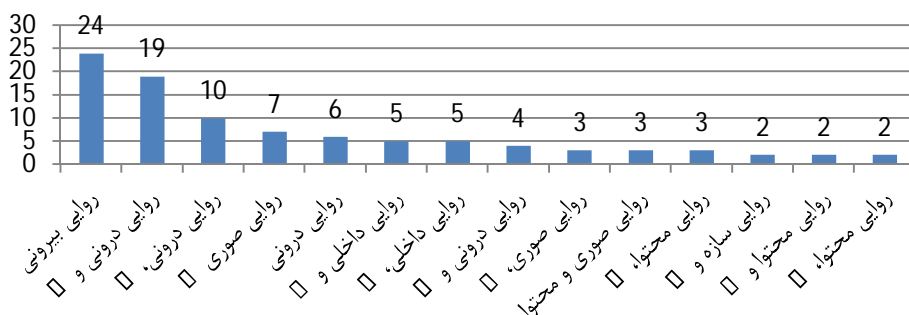
از منظر روش مورد استفاده در روایی

در این مورد روش‌های متعددی گفته شده که عبارتند از: روایی محتوا، روایی اساسی، روایی ساختاری، روایی داخلی، روایی بیرونی، روایی نتیجه‌گیری آماری، روایی سازه، روایی صوری و یا حالت‌هایی که دو یا چند نوع از این روش‌ها برای ارزیابی روایی با هم استفاده شده‌اند.

جدول 7. توزیع مقاله‌های بررسی شده از منظر روش مورد استفاده در روایی

روش مورد استفاده در روایی	تعداد	درصد	روش مورد استفاده در روایی	تعداد	درصد
روایی بیرونی	24	13%	روایی صوری، روایی بیرونی	3	2%
روایی درونی و بیرونی	19	10%	روایی صوری و محتوا	3	2%
روایی درونی، بیرونی و سازه	10	5%	روایی محتوا، روایی بیرونی	3	2%
روایی صوری (ظاهری)	7	4%	روایی سازه و پیش‌بین	2	1%
روایی درونی	6	3%	روایی محتوا و سازه	2	1%
روایی داخلی و نتیجه‌گیری آماری	5	3%	روایی محتوا، داخلی و سازه	2	1%
روایی داخلی، بیرونی، سازه و نتیجه‌گیری آماری	5	3%	مشخص نشده	96	50%
روایی درونی و سازه	4	2%	جمع کل	191	100%

توزیع مقاله‌ها از منظر روش مورد استفاده روایی، در شکل (4) قابل مشاهده است.



شکل 4. توزیع مقاله‌های بررسی شده از منظر روش مورد استفاده در روایی

از منظر ویژگی‌های مختلف سطح تحلیل

در این بخش، مقاله‌ها از منظر مشخص بودن سطح تحلیل، ترکیبی یا منفرد بودن سطح تحلیل و نوع سطح تحلیل بررسی می‌شوند. براین اساس، در 61 مقاله (32٪) سطح تحلیل مشخص شده و در 130 مقاله (68٪)، اشاره‌ای به سطح تحلیل نشده است.

جدول 8. توزیع مقاله‌های بررسی شده از منظر ترکیبی یا منفرد بودن سطح تحلیل

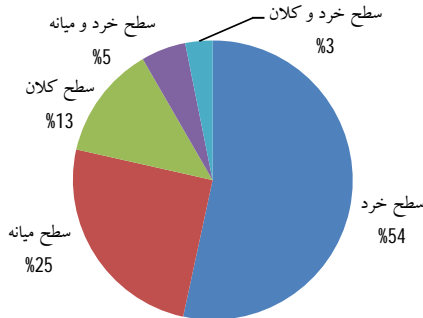
درصد	تعداد	توزیع مقاله‌ها از منظر ترکیبی یا منفرد بودن سطح تحلیل
12%	23	ترکیبی و چندگانه
88%	168	منفرد

از این نظر، سطح تحلیل مقاله‌ها شامل سطح خرد (فرد، گروه و تیم)، سطح میانه (سازمان و بنگاه) و سطح کلان (صنعت، منطقه و کشور) است. برخی از آن‌ها نیز ترکیبی از سطوح تحلیل را مورد استفاده قرار داده‌اند.

جدول 9. توزیع مقاله‌های بررسی شده از منظر نوع سطح تحلیل

درصد	تعداد	سطح تحلیل	درصد	تعداد	سطح تحلیل
5%	10	سطح خرد و میانه	53%	102	خرد (فرد، گروه یا تیم)
3%	6	سطح خرد و کلان	25%	48	میانه (سازمان، بنگاه)
100%	191	جمع کل	13%	25	کلان (صنعت، منطقه یا کشور)

توزیع مقاله‌های بررسی شده از منظر سطح تحلیل، در شکل (5) قابل مشاهده است.



شکل 5. درصد توزیع مقاله‌های بررسی شده از منظر سطح تحلیل

از منظر ابزار گردآوری و منابع داده

در مطالعات کارآفرینی و فرصت، داده‌ها را می‌توان از طریق یک یا چند روش جمع‌آوری کرد. از مجموع مقاله‌های بررسی شده، داده‌ها در 159 مقاله (83٪) به یک روش و در 32 مقاله (17٪) به چند روش جمع‌آوری شده‌اند. همچنین منابع داده در مطالعات کارآفرینی شامل استفاده از داده‌های اولیه و ثانویه، پیمایش کاغذی، پیمایش تلفنی، مصاحبه، مشاهده، آزمایش و ترکیبی از داده‌های اولیه و ثانویه است.

جدول 10. توزیع مقاله‌های بررسی شده از منظر ابزار گردآوری و منابع داده

منابع داده	تعداد	درصد	منابع داده	تعداد	درصد
پیمایش کاغذی (پرسش‌نامه)	131	69%	پیمایش تلفنی	6	3%
پیمایش کاغذی (پرسش‌نامه و مصاحبه)	25	13%	ترکیب داده‌های اولیه و ثانویه	6	3%
فقط داده‌های ثانویه	22	12%	آزمایش	1	1%

از منظر روش‌های تحلیل داده

تکنیک‌های متعددی برای تحلیل داده‌ها به صورت جداگانه یا ترکیبی از روش‌ها در پژوهش‌های کارآفرینی استفاده می‌شوند؛ تکنیک‌هایی از قبیل مقایسه میانگین‌ها، تحلیل عاملی، همبستگی، رگرسیون، معادلات ساختاری، آماره‌های ناپارامتری و ...

جدول 11. توزیع مقاله‌های بررسی شده از منظر تکنیک‌های تحلیلی

روش‌های تحلیل	تعداد	درصد	روش‌های تحلیل	تعداد	درصد
تحلیل توصیفی، همبستگی و رگرسیون	62	32%	تحلیل توصیفی، رگرسیون و مقایسه میانگین‌ها	1	1%
تحلیل توصیفی	28	15%	مدل ریاضی، رگرسیون	1	1%
تحلیل توصیفی، همبستگی و تکنیک عاملی	19	10%	تحلیل توصیفی، همبستگی، مقایسه میانگین‌ها، تحلیل عاملی و رگرسیون	1	1%
تحلیل توصیفی، مقایسه میانگین‌ها	10	5%	معادلات ساختاری و مقایسه	1	1%
تحلیل توصیفی، واریانس و رگرسیون	9	5%	مقایسه میانگین‌ها، لگاریتمیک	1	1%
تحلیل توصیفی، همبستگی و رگرسیون لجستیک	7	4%	تحلیل توصیفی، مقایسه میانگین‌ها، معادلات ساختاری	1	1%
تحلیل توصیفی، همبستگی، مدل معادلات ساختاری، تحلیل عاملی	6	3%	مقایسه میانگین‌ها، همبستگی، تحلیل ژنتیک	1	1%
تحلیل تصمیم‌گیری چندمعیاره	6	3%	مقایسه میانگین‌ها، همبستگی	1	1%
تحلیل توصیفی، همبستگی، مقایسه میانگین‌ها	4	2%	تحلیل عاملی، همبستگی، رگرسیون لجستیک	1	1%
تحلیل توصیفی، همبستگی، مقایسه میانگین‌ها، رگرسیون	4	2%	تحلیل همبستگی، رگرسیون، داده‌های تابلویی (پنل دیتا)	1	1%
تحلیل توصیفی، مقایسه میانگین‌ها، رگرسیون لجستیک	4	2%	تحلیل عاملی، همبستگی، رگرسیون و تحلیل حساسیت	1	1%
تحلیل توصیفی، همبستگی، مقایسه میانگین‌ها، مدل معادلات ساختاری	3	2%	تحلیل توصیفی، مقایسه میانگین‌ها، تحلیل مسیر	1	1%
مقایسه میانگین‌ها	3	2%	تحلیل همبستگی	1	1%
تحلیل توصیفی، واریانس و مقایسه میانگین‌ها	2	1%	مرور مجدد مصاحبه‌ها و کدگذاری	1	1%
تحلیل توصیفی، واریانس، رگرسیون، تحلیل حساسیت	2	1%	تحلیل توصیفی، مقایسه میانگین‌ها، واریانس، رگرسیون	1	1%
تحلیل توصیفی، واریانس	2	1%	تحلیل توصیفی، تحلیل عاملی	1	1%
تحلیل عاملی، همبستگی، رگرسیون	2	1%	تحلیل توصیفی، همبستگی	1	1%
تحلیل توصیفی، واریانس، رگرسیون، لگاریتمیک	1	1%	جمع کل	191	100%

بحث و نتیجه‌گیری

در این بخش به بحث و تأمل در مورد چند یافته مهم پژوهش حاضر می‌پردازیم. در مورد روش نمونه‌گیری، بیشترین سهم مربوط به نمونه‌گیری قضاوتی و هدفمند، و بعد از آن متعلق به نمونه‌گیری در دسترس بود که با توصیه محققان این حوزه مبنی بر تلاش برای نمونه‌گیری مبتنی بر نظریه مورد نظر در تحقیق و نمونه‌های تصادفی تر فاصله دارد. از لحاظ میزان گزارش روایی و پایایی در مقاله‌های مرور شده فرصت، حدود 68 درصد به این دو مقوله پرداخته و آن را گزارش کرده‌اند که رقمی به نسبت قابل توجه و نشان‌دهنده روند افزایشی توجه به اهمیت آن‌هاست. از نظر سطح تحلیل همان‌طور که انتظار می‌رفت، اکثریت قابل توجه مقاله‌ها، حدود 88 درصد، سطح تحلیل منفرد داشته و تنها 12 درصد سطح تحلیل شان چندگانه یا ترکیبی بوده است که طبق ادبیات پژوهشی یک ضعف محسوب می‌شود، چرا که توصیه محققان برجسته کارآفرینی، انجام بیشتر پژوهش‌ها با سطح تحلیل چندگانه است. از نگاه روش جمع‌آوری داده نیز بیشتر مقاله‌ها از پیمایش (پرسش‌نامه) استفاده کرده‌اند که نشان می‌دهد این روش در این حوزه پژوهشی غلبه دارد؛ هرچند که ادبیات کارآفرینی استفاده از پرسش‌نامه و پیمایش را توصیه نمی‌کنند. از جنبه چارچوب زمانی، 83 درصد مطالعات مرور شده از نوع مقطعی بوده و تنها 17 درصد طولی هستند. با این حال محققان حوزه روش تحقیق بارها اشاره کرده‌اند که مطالعات مقطعی برای پژوهش‌های کارآفرینی و فرصت مناسب نیست. از لحاظ نوع مطالعه، اغلب مقاله‌ها از نوع توصیفی - پیمایشی بودند (حدود 85 درصد) و تنها حدود 9 درصد از مطالعات آزمایشی و شبه‌آزمایشی بهره برده‌اند. این در حالی است که طبق پژوهش شورت و همکاران (2010) که نتایج مشابهی از مرور 30 مقاله کمی داشته‌اند، مطالعات پیمایشی و روش‌های رگرسیونی که در این پژوهش‌ها نیز مشاهده می‌شوند، حالتی استاتیک دارند و چندان مناسب‌سازه فرصت نیستند و توصیه می‌شود، بیشتر از مطالعات آزمایشی و روش‌های قضاوتی استفاده شود. همچنین کمبود سنج‌های چندگانه و نادر بودن منابع چندگانه، موضوعی است که در این تحقیق هم مشاهده شد. این نتایج با یافته‌های وود و مک کلوی (2015) که در مورد مطالعات تجربی در زمینه ارزیابی فرصت انجام داده‌اند، همخوانی دارد. به علاوه، مشاهدات ما در مورد پراکندگی و ناسازگاری تعاریف و روشن نبودن مفهوم و سازه فرصت

در این مقاله‌ها، با یافته‌های مطالعات دیویدسون (2015) سازگاری دارد. در مورد مقایسه یافته‌های این پژوهش با سایر مقاله‌ها، از آنجا که تقریباً هیچ مقاله‌ای به صورت مشخص و جزئی به بحث روش تحقیق در پژوهش‌های فرصت نپرداخته است، مقایسه یافته‌های این پژوهش به جز دو سه مورد مختصری که در بالا به آن اشاره شد، مستقیماً قابلیت مقایسه با ادبیات موجود را ندارد.

محدودیت‌ها در انجام این پژوهش: محدودیت‌های متعددی فرآیند انجام تحقیق را تحت تأثیر قرار داد. نخستین مورد این است که برخی مقاله‌ها به طور خلاصه یا ناقص به ارائه بخش روش تحقیق می‌پردازند که توصیف و استخراج محتوای آن‌ها را دشوار می‌کند. محدودیت دیگر، تعداد بسیار اندک مقاله‌هایی است که به صورت محدود و حاشیه‌ای، بحث روش تحقیق در فرصت را بررسی کرده‌اند. محدودیت دیگر مربوط به میزان عمیق شدن در هر جنبه از روش تحقیق است. از آنجا که هر یک از جنبه‌های تحقیق مثل نمونه‌گیری یا سنجش، شامل موضوعات و جزئیات زیاد و عمیق است، در این پژوهش، بیشتر بحث‌های کلان و تصویر کلی مطرح بوده و کمتر فرصت و امکان ورود به جزئیات وجود داشته است. از طرفی، گستردگی موضوعات مرتبط با روش تحقیق به صورت عام نیز امکان پرداختن به همه جنبه‌ها را در یک تحقیق غیرممکن می‌کند.

پیشنهادهایی برای تحقیقات آتی: با توجه به محدودیت‌های اشاره شده و متناسب با درک حاصل شده در طول این تحقیق، چند پیشنهاد برای تحقیقات مکمل و هم‌راستا با این پژوهش ارائه می‌شود. نخست آن که هر کدام از موضوعات مورد بحث، می‌تواند موضوع یک تحقیق مستقل و عمیق در آن حوزه باشد. همچنین اگر ادبیات روش تحقیق در سایر رشته‌های هم‌جوار با کارآفرینی مانند مدیریت استراتژیک و مطالعات سازمانی به کار گرفته شود، موجب بینش بهتر و غنی‌تر شدن تحقیق می‌شود؛ هر چند که وجوه منحصر به فرد روش تحقیق در کارآفرینی را هم نباید فراموش کرد. همچنین توصیف و تحلیل پژوهش‌های تجربی غیر کمی نیز می‌تواند در تحقیقات بعدی مورد توجه قرار گیرد، زیرا تمرکز در این پژوهش صرفاً مطالعات تجربی کمی بوده است.

چند بینش مهم تحقیق حاضر:

- ◀ مشکلات مربوط به نمونه‌گیری، هم‌چنان پژوهش‌های این حوزه را با محدودیت مواجه کرده، به گونه‌ای که نمونه‌های مدنظر به ندرت براساس تئوری پژوهش انتخاب شده‌اند.
- ◀ نسبت به پژوهش‌های مشابه در ادبیات پژوهشی کارآفرینی، شاهد افزایش میزان مقاله‌هایی هستیم که به گزارش روایی و پایایی و موضوعات مرتبط با آن پرداخته‌اند.
- ◀ هنوز هم در بیشتر مقاله‌ها، تنها با سطح تحلیل منفرد مواجه هستیم که چالش و محدودیتی برای مطالعات فرصت است که نیاز به سطح تحلیل‌های چندگانه و ترکیبی دارد.
- ◀ پژوهش‌های پیمایشی و پرسش‌نامه‌ای هنوز غلبه قابل توجهی دارد، درحالی که چندان برای مطالعات فرصت توصیه نمی‌شوند.
- ◀ مطالعات مقطعی در مقایسه با مطالعات طولی، سهم بسیار بالاتری دارند. از این‌رو، بهبود و افزایش بیشتر مطالعات طولی برای لحاظ کردن فرایندی بودن مفهوم کارآفرینی و فرصت، ضرورت دارد.
- ◀ کمبود سنجه‌های چندگانه، منابع چندگانه و نادر بودن مطالعات آزمایشی و شبه‌آزمایشی در مطالعات موجود به شدت مشاهده می‌شود که این موارد نیز پژوهش‌ها را با محدودیت و چالش‌های مهمی مواجه می‌کند.

منابع

- و کیلی، یوسف و انصاری، محسن (1390). ارزیابی روش‌های پژوهش کارآفرینی در کشور و پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آینده، توسعه کارآفرینی، 4 (3). 185-204.
- Alvarez, Sharon A, & Barney, Jay B. (2013). Epistemology, opportunities, and entrepreneurship: Comments on Venkataraman et al.(2012) and Shane (2012). *Academy of Management Review*, 38(1). 154-157.
- Bouckenoghe, D., Clercq, Willem, D. D. A. and Buelens, M. (2007). "An assessment of validity in entrepreneurship research." *The Journal of Entrepreneurship*, 16(2). 147-171.
- Breitenecker, R. J., and Harms, R. (2010). "Dealing with spatial heterogeneity in entrepreneurship research." *Organizational Research Methods*, 13(1). 176-191.
- Bull, I., and Thomas, H. (1993). "Editors' note: A perspective on theory building in entrepreneurship." *Journal of Business Venturing*, 8(3). 181-182.
- Busenitz, L. W., West III, G. Shepherd, P. Nelson, D. Chandler, T. G. N. and Zacharakis, A. (2003). "Entrepreneurship research in emergence: Past trends and future directions." *Journal of management*, 29(3). 285-308.
- Chandler, G. N., and Lyon, D. W. (2001). "Issues of research design and construct measurement in entrepreneurship research: The past decade." *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 25(4). 101-114.
- Coviello, N. E., and Jones, M. V. (2004). "Methodological issues in international entrepreneurship research." *Journal of Business Venturing*, 19(4). 485-508.
- Crook, T. R., Shook, C. L. Madden, T. M. and Morris, M. L. (2010). a. "A review of current construct measurement in entrepreneurship." *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(4). 387-398.
- Crook, T. R., Shook, C. L. Morris, M. L. and Madden, T. M. (2010). b. "Are we there yet? An assessment of research design and construct measurement practices in entrepreneurship research." *Organizational Research Methods*, 13(1). 192-206.
- Davidsson, Per (2005) a. "Method issues in the study of venture start-up processes". *Entrepreneurship Research in Europe: Outcomes and Perspectives*. Edward Elgar Publishing Ltd. 35-54.
- Davidsson, P. (2005) b. "Methodological approaches to entrepreneurship: past research and suggestions for the future." *Small Enterprise Research*, 13(1). 1-21.
- Davidsson, Per (2007) a. "Dealing With Heterogeneity in Entrepreneurship Research". In Gillin, L. Murray (Ed.) 4th AGSE International Entrepreneurship Research Exchange 2007, 6 - 9 February, Brisbane, Australia.
- Davidsson, Per (2007) b. "Method challenges and opportunities in the psychological study of entrepreneurship". In Baum, J.R., Frese, M., & Baron, R.A.(Eds.) *The Psychology of Entrepreneurship*. L. Erlbaum Associates, Mahway, N.J., 287-323.
- Davidsson, P., Low, M., and Wright, M. (2001). "Editors' introduction: Low and MacMillan ten years on—achievements and future directions for entrepreneurship research." *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(4). 5-16.
- Davidsson, P., and Wiklund, J. (2007). "Levels of analysis in entrepreneurship research: Current research practice and suggestions for the future." *Entrepreneurship: concepts, theory and perspective*, 25(4), 81-100.

- Davidsson, Per. (2015). Entrepreneurial opportunities and the entrepreneurship nexus: A re-conceptualization. *Journal of Business Venturing*, 30 (5), 674-695.
- De Massis, A., Sharma, P. J. Chua, J. Chrisman, J. and Kotlar, J. (2012). "Trends in family business empirical research." *Family business studies: an annotated bibliography*, Cheltenham: Edward Elgar.
- 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.
- Deeds, D. (2014). Thoughts on the Challenge of Empirical Research in Entrepreneurship. *Handbook of research methods and applications in entrepreneurship and small business*. by Alan Carsud, Malin Brannback. Cheltenham: Edward Elgar.
- Dimov, D. (2011). Grappling with the Unbearable Elusiveness of Entrepreneurial Opportunities. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35(1), 57-81.
- Duane Ireland, R., Webb, J. W. and Coombs, J. E. (2005). "Theory and methodology in entrepreneurship research." In *Research methodology in strategy and management*. Emerald Group Publishing Limited: 111-141.
- Grégoire, D. A., & Shepherd, D. A. (2015). *Opportunity identification*. Wiley Encyclopedia of Management. John Wiley & Sons, Ltd
- Hansen, David J, Shrader, Rodney, & Monllor, Javier. (2011). Defragmenting Definitions of Entrepreneurial Opportunity. *Journal of Small Business Management*, 49(2), 283-304.
- Hill, Susan A, & Birkinshaw, Julian M. (2009). Idea sets: Conceptualizing and measuring a new unit of analysis in entrepreneurship research. *Organizational research methods*, 13 (1), 85-113.
- Hsu, D. K., Simmons, S. A. and Wieland, A. M. (2016). "Designing Entrepreneurship Experiments: A Review, Typology, and Research Agenda" *Organizational Research Methods*, 20(3), 379-412.
- Ireland, R. D., Webb, J. W., and Coombs, J. E. (2005). "Theory and Methodology in Entrepreneurship Research". *Research Methodology in Strategy and Management* 2(3), 111-141.
- Ketchen, D. J., Boyd, B. K., & Bergh, D. D. (2008). Research Methodology in Strategic Management: Past Accomplishments and Future Challenges. *Organizational Research Methods*, 11(4), 643-658.
- Low, M. B. (2001). "The adolescence of entrepreneurship research: specification of purpose." *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 25(4), 17-26.
- Low, M. B., and MacMillan, I. C. (1988). "Entrepreneurship: Past research and future challenges." *Journal of management*, 14(2), 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(3), 287-307.
- Schjoedt, L., and Bird, B. (2014). *Handbook of research methods and applications in entrepreneurship and small business*. by Alan Carsud, Malin Brannback. Cheltenham: Edward Elgar.

- Seymour, Richard G. (2006). Hermeneutic phenomenology and international entrepreneurship research. *Journal of International Entrepreneurship*, 4(4), 137-155.
- Shaver, K. G. (2014). *Handbook of research methods and applications in entrepreneurship and small business*. by Alan Carsrud, Malin Brannback. Cheltenham: Edward Elgar.
- Short, Jeremy C, Ketchen, David J, Shook, Christopher L, & Ireland, R Duane. (2009). The concept of" opportunity" in entrepreneurship research: Past accomplishments and future challenges. *Journal of Management*. 36 (1). 40-65.
- Short, J. C., Ketchen Jr, D. J. Combs, J. G. and Ireland, R. D. (2010). "Research methods in entrepreneurship: Opportunities and challenges." *Organizational Research Methods*, 13(1). 6-15.
- Venkatraman, N. & John H. Grant, J. H. (1986) Construct Measurement in Organizational Strategy Research: A Critique and Proposal, *Academy of Management Review*, 11(1). 71-87.
- Welter, Chris, & Alvarez, Sharon. (2015). The state of opportunities: clarifying the transitions between opportunity types. *Management Decision*, 53(7). 1398-1411.
- Whetten, David. A., (1989). What Constitutes a Theoretical Contribution?, *Academy of Management Review*, 14(4). 490-495.
- Wilson, S. R., Whitmoyer, J. G. Pieper, T. M. Astrachan, J. H. Hair, J. F. and Sarstedt, M. (2014). "Method trends and method needs: Examining methods needed for accelerating the field" *Journal of Family Business Strategy*, 5(1). 4-14.
- Wood, M. S., & McKelvie, A. (2015). Opportunity evaluation as future focused cognition: Identifying conceptual themes and empirical trends. *International Journal of Management Reviews*, 17(2). 256-277.
- Wortman Jr, M. S. (1987). "Entrepreneurship: An integrating typology and evaluation of the empirical research in the field." *Journal of management*, 13(2). 259-279.
- Yang, Z., Wang, X. and Su, C. (2006). "A review of research methodologies in international business." *International Business Review*, 15(6). 601-617.