

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۱۲/۲۳

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۱/۳۰

از صفحه ۸۵ الی ۱۰۰

فصلنامه خط‌مشی‌گذاری عمومی در مدیریت

سال سیزدهم / شماره چهل و هشتم / زمستان ۱۴۰۱

ارزیابی فرصت‌های کارآفرینانه با رویکرد تحلیل کتابسنجی (۲۰۲۲-۲۰۰۰)

شیوا مهدیزاده اقدم^۱ - جهانگیر یداللهی فارسی^۲ - نرگس ایمانی پور^۳

چکیده

زمینه: بسیاری از تصمیمات کارآفرینی به نتایج ارزیابی فرصت بستگی دارد. ارزیابی نادرست منجر به اتلاف وقت، انرژی و منابع می‌شود و احتمال شکست را افزایش می‌دهد.

هدف: بررسی موضوعات پژوهشی و مبانی نظری برای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینان روش‌ها: برای بهبود ساختار و محتوای این حوزه، ترکیبی از این مفاهیم به وسیله تحلیل هم‌استنادی و رویکرد کتابسنجی ارائه می‌گردد.

یافته‌ها: ایجاد بینش جدید در مورد ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی و نحوه مطالعه آن‌ها و گسترش یافته‌های تحقیقات قبلی با مروری سیستماتیک، کمی و کل‌نگر.

ابزار: در این مقاله از نرم‌افزار کتاب‌شناختی Publish or Perish برای شناسایی خوشه‌های تحقیقاتی در شبکه هم‌استنادی و از نرم‌افزار Biblioshiny برای نمایش شبکه هم‌استنادی و برای ترسیم ساختار اصلی نقشه‌ها از نرم‌افزار Bibliometrix استفاده نموده‌ایم.

نتیجه‌گیری: نتایج ما به دو بخش تقسیم می‌شود. در ابتدا، ما تجزیه و تحلیل آماری را بر روی مجموعه داده‌های کتاب‌سنجی ارائه می‌دهیم و تأثیر تجزیه و تحلیل و خوشه‌بندی هم‌استنادی را توضیح می‌دهیم. سپس، تعاریف مفهومی ارزیابی فرصت‌ها را بر اساس رویکرد آنها دسته‌بندی و مرور می‌کنیم.

واژگان کلیدی: فرصت‌های کارآفرینی، ارزیابی فرصت، تحلیل استنادی، تحلیل هم‌استنادی

^۱ دانشجوی دکتری، گروه کارآفرینی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران.

^۲ دانشیار گروه کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) jfarsi@ut.ac.ir

^۳ دانشیار گروه کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

مقدمه

این فرصت، مانند امکان سنجی بازار، فناوری، محصول یا خدمات اشاره دارد.

ما در این مقاله مسیر دوم را دنبال می‌کنیم و رویکرد اقتصادی را برای این امر اتخاذ می‌کنیم. بنابراین، این مطالعه بر ویژگی‌های فرصت تمرکز دارد. تغییرات فنی، اقتصادی، اجتماعی و سیاسی کارآفرینان را با فرصت‌های زیادی مواجه می‌کند. با این حال، به دلیل محدودیت زمانی و منابع محدود، پیگیری همه احتمالات غیرممکن است. بنابراین، کارآفرینان باید از طریق استفاده از روش‌های ارزیابی فرصت، گزینه مناسب را انتخاب کنند (برایانت، ۲۰۰۷). بر همین اساس، ارزیابی فرصت‌ها هسته اصلی تصمیم‌گیری‌های کارآفرینانه هستند (ارزروملو^۳ و همکاران، ۲۰۱۸).

مطالعات زیادی برای درک چگونگی ارزیابی فرصت‌ها انجام شده اند که هر یک از آنها رویکرد خاصی به موضوع داشته اند، به طور اجمالی به بررسی و جمع بندی آن‌ها می‌پردازیم.

دیدگاه اول شخص و سوم شخص (آتیو^۴ و همکاران، ۲۰۱۳؛ هاینی^۵ و همکاران، ۲۰۰۹؛ مک مولن^۶ و شفر، ۲۰۰۶)، دیدگاه حداکثرسازی درآمد اقتصادی (وود^۷ و همکاران، ۲۰۱۶) و نقش عوامل شناختی یا اجتماعی در ارزیابی فرصت‌ها (هاینی و همکاران، ۲۰۰۹؛ میشل^۸ و شفر، ۲۰۱۰؛ وود و ویلیام، ۲۰۱۴).

بسیاری از کارآفرینان بالقوه می‌توانند فرصت‌ها را شناسایی کنند، اما بیشتر سرمایه گذاری‌ها زمانی شکست می‌خورند که کارآفرینان درک درستی از ریسک‌های مرتبط با فرصت‌ها نداشته باشند (ایرلند^۹ و همکاران، ۲۰۰۳)، ارزیابی فرصت رویکردی برای بررسی و ارزیابی ریسک درک شده از سرمایه گذاری می‌باشد (سبستوا^{۱۰} و همکاران، ۲۰۰۷).

مطالعه ما به ادبیات مربوط به ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی به روش‌های زیر کمک می‌کند:

پژوهش ما اول، به بهبود درک این موضوع پیچیده از طریق ارائه ترکیبی از رویکردهای مختلف ارائه شده

علازغم گسترش تحقیقات در زمینه ارزیابی فرصت‌ها، هم چنان تصمیم‌گیری در مورد اینکه کدام فرصت‌ها بهتر هستند یک سوال بی پاسخ باقی مانده است (برایانت^۱، ۲۰۰۷). ارزیابی فرصت‌ها سنگ بنای کارآفرینی هستند و بسیاری از تصمیمات کارآفرینانه به نتایج ارزیابی فرصت بستگی دارند. به عبارت دیگر راه دستیابی به بهره‌برداری و اقدام کارآفرینانه، ارزیابی فرصت می‌باشد (توماسجان و همکاران^۲، ۲۰۱۲). محدودیت‌های زمانی و منابع محدود نشان دهنده ضرورت ارزیابی دقیق برای موفقیت کارآفرینی است. ارزیابی ناکافی منجر به از دست دادن زمان، انرژی و منابع کارآفرین می‌شود و احتمال شکست را افزایش می‌دهد.

دو جریان اصلی پژوهشی در حال بررسی ارزیابی فرصت‌ها در کارآفرینی هستند. دیدگاه اول ارزیابی فرصت را از منظر روانشناختی مرتبط با باورها، مقاصد، تفاسیر، احساسات و بازنمایی ذهنی یک فرصت در نظر می‌گیرد. این ادبیات بر جنبه‌های ذهنی ارزیابی شخص ارزیاب تاکید می‌کند. دیدگاه دوم مبتنی بر یک چشم انداز اقتصادی مرتبط با حداکثر سازی اقتصادی، منابع، مسائل بازار و تغییرات محیطی است. این مطالعات بر ویژگی‌های عینی یک فرصت خاص متمرکز هستند.

به عنوان مثال، کارایی و امکان سنجی را به عنوان دو معیار ضروری برای ارزیابی فرصت‌ها در نظر بگیرید، از دیدگاه روانشناسی، معیارهای درک شده، میزان جذابیت این فرصت را برای کسی در نظر می‌گیرند که به آن فرصت‌ها علاقه دارند و معتقدند که شانس شروع یک کسب و کار را دارند. از سوی دیگر، دیدگاه اقتصادی، مطلوبیت را کارایی مالی می‌داند. در این دیدگاه، اثربخشی یک فرصت به درک فرد از ریسک، درآمد، استقلال، تلاش کاری و عملی بودن

همکاران، ۲۰۰۳). در مقابل، رویکرد ذهنی استدلال می‌کند که فرصت‌ها همه منحصر به فرد هستند، زیرا از دیدگاه کارآفرینان در مورد آینده و اقدامات آنها برای تبدیل به واقعیت ناشی می‌شوند (آلوارز^{۱۴} و بارنی، ۲۰۰۷). این فرآیند پیچیده و تکراری منجر به بهره‌برداری یا رها شدن فرصت‌ها بر اساس عدم قطعیت می‌گردد. این دیدگاه‌ها علیرغم تفاوت‌های چشمگیر دارای شباهت‌هایی نیز هستند (دیمو^{۱۵}، ۲۰۱۱). در هر دو رویکرد، افراد فرصت‌هایی را ایجاد می‌کنند که ماهیت بیرونی دارند (وود و مک کینلی، ۲۰۱۰) و تشخیص دقیق به دلیل تشخیص فرصت درست اتفاق می‌افتد (د کارولیس^{۱۶} و ساپاریتو، ۲۰۰۶) و هنگامی که یک کارآفرین فرصتی را خلق می‌کند، در بعد ذهنی این اتفاق می‌افتد (بیکر^{۱۷} و نلسون، ۲۰۰۵). بنابراین، تفکر کارآفرینی از تشخیص فرصت به مطلوبیت و امکان‌پذیری فرصت تغییر می‌کند و در زمینه کشف، این امر با جذب و فیلتر کردن اطلاعات و تلاش برای پیش‌بینی آینده اتفاق می‌افتد (شین، ۲۰۰۳) در حالی که در زمینه خلق فرصت و فرآیندهای ذهنی، کارآفرینان بر عناصر محیطی که می‌توانند کنترل کنند تمرکز می‌کنند (آلوارز و بارنی، ۲۰۰۷). هنگامی که افراد فرصت‌ها را عینی فرض می‌کنند، آن‌ها را بر اساس جذابیتشان ارزیابی می‌کنند و سپس تصمیم می‌گیرند و روی آنها سرمایه‌گذاری می‌کنند (شین، ۲۰۰۳) و این امر به صراحت ارزیابی را به عنوان مرحله‌ای از کشف فرصت‌های کارآفرینی قرار می‌دهد. با این حال، ارزیابی فرصت‌ها در خلق فرصت‌های کارآفرینی نیز وجود دارند. (فاس و کلین، ۲۰۱۲) تاکید کردند که "فضاوت‌های کارآفرینانه" محرک‌های اصلی کارآفرینی هستند که شامل ارزیابی فرصت‌ها و تصمیم‌گیری در مورد استفاده از منابع می‌شوند.

در ادبیات کمک می‌کند و به طور خاص، تجزیه و تحلیل ما بینش جدیدی در مورد محتوای موضوعات اصلی در این زمینه و نحوه مطالعه آنها ارائه می‌دهد. علاوه بر این، یافته‌های تحقیقات قبلی را گسترش داده و به محققان آینده کمک می‌کند تا اقدامات خاص را در ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی شناسایی کنند. پژوهش ما مروری سیستماتیک، کمی و کل نگر از ادبیات ارائه می‌دهد و درک جامع تری از ادبیات در این زمینه ارائه می‌نماید.

دوم، تجزیه و تحلیل کتابشناختی ما به عنوان مبنایی برای طراحی سؤالات احتمالی و جهت‌گیری‌های تحقیقاتی آتی برای توسعه ادبیات ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی و ایجاد یک برنامه تحقیقاتی در آینده برای ارتقای این زمینه می‌باشد. علاوه بر این، بینش‌های جدید از مبانی نظری پژوهش در این زمینه، ما را قادر می‌سازد تا راه‌های تحقیقاتی آتی را شناسایی کنیم.

پیشینه پژوهش

برای درک بهتر روش‌های مختلف ارزیابی فرصت، دو موضوع اساسی زیر و مقاله‌های مرتبط را در هر مورد بررسی می‌کنیم: ارزیابی عینی در مقابل ذهنی، و مناسب بودن و امکان‌سنجی فرصت‌ها.

۱) ارزیابی عینی در مقابل ارزیابی ذهنی

بر اساس تفکر اولیه، فرصت یک پدیده عینی است که توسط کارآفرینان کشف می‌گردد (شین^{۱۱}، ۲۰۰۳)، سپس این ایده مطرح شد که فرصت‌ها پدیده‌های ذهنی هستند (فاس^{۱۲} و همکاران، ۲۰۰۸). تفاوت‌های اساسی بین کشف عینی و فرآیند خلق ذهنی وجود دارد. طرفداران نظریه کشف، ادعا می‌کنند فرصت‌هایی برای یافتن و بهره‌برداری در محیط موجود است، بنابراین کارآفرینی شامل شناخت، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها می‌شود (آردیچویلی^{۱۳} و

۲) تناسب و امکان سنجی فرصت‌ها

ارزیابی فرصت فرآیند کاهش عدم اطمینان است که به موجب آن فرد به طور فزاینده ای عوامل، شرایط و رویدادهای ذهنی را تعریف می‌کند تا آنها را به عنوان واقعیت مطلوب و ممکن آینده ببیند (دیمو، ۲۰۱۰). ارزیابی تناسب و امکان سنجی می‌تواند برای سوم شخص (فرصت برای شخص دیگری) یا برای اول شخص (فرصت برای من) باشد. ارزیابی فرصت‌ها به عنوان اول شخص با فعالیت‌های کارآفرینانه بیشتر مرتبط می‌باشد (مک مولن و شپرد، ۲۰۰۶). بنابراین، ارزیابی‌ها بر اساس آینده یا مجموعه ای از قضاوت‌ها است که در آن رویدادها و نتایج به صورت مبهم استنباط می‌شوند (هستی^{۱۸}، ۲۰۰۱).
تجمیع و تجزیه و تحلیل داده‌ها برای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی کار ساده ای نیست (ارزوملو و همکاران، ۲۰۱۸). کارآفرینان با ارزیابی فرصت‌ها برای ادامه یا پایان فرصت‌ها تصمیم می‌گیرند. بنابراین، ارزیابی فرصت‌ها مرحله‌ای حیاتی در کارآفرینی است که در مورد جذابیت جستجوی فرصت یا موارد دیگر قضاوت می‌کند (ویلیامز^{۱۹} و وود، ۲۰۱۵). برای این قضاوت، افراد فرصت‌ها را در معیارهای مختلفی ارزیابی می‌کنند که ساختار شناختی، زیربنایی را برای تعیین سطح جذابیت فرصت‌های منحصر به فرد فراهم می‌کند (وود و ویلیام، ۲۰۱۴). به این ترتیب، معیارهای ارزیابی برای تعیین اینکه آیا مجموعه شرایط مرتبط با تصویر ذهنی افراد است یا خیر، استفاده می‌شود (شپرد و همکاران، ۲۰۰۷).

روش تحقیق

برای شناسایی مقالات تحقیقاتی منتشر شده در زمینه ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی، پایگاه‌های اطلاعاتی الکترونیکی مانند Business Source Premier، Thomson Reuters، Web of Science و Google Scholar به علت جامعیت و

گسترده‌گی، سهولت استفاده، امکان دسترسی به همه مراجع استنادی هر مقاله، یکپارچه بودن بانک‌های اطلاعاتی، عمق زمانی اطلاعات و امکان جستجوی دقیق و کامل بررسی شد.

برای به دست آوردن نتایج دقیق، پایگاه داده نهایی خود را پس از بررسی اعتبار سوابق مقالات در این زمینه ایجاد کردیم و مجموعه داده‌ها را در سه مرحله بهبود دادیم.

در گام اول عناوین مقالات، چکیده و کلمات کلیدی آنها خوانده شد. موارد تکراری و مقالات غیر مرتبط با بحث مورد بررسی در این مرحله حذف شد. مقالات با توجه به نام نویسنده در مرحله دوم مرتب شدند و در نهایت در مرحله سوم، نام مجلات را با توجه به اعتبار مرجع طبقه نمودیم، سپس یک روش استاندارد برای پاکسازی داده‌های مرجع و ادغام منابع تکراری به کار رفت. نتیجه این روش ۱۷۹۰ مقاله از ۱۱۸۷ مجله مختلف و ۴۹۷ ناشر منتشر شده بین سالهای ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۱ می‌باشد که شامل ۲۴۰۲۴۳ استناد است.

هدف اصلی این مقاله، بررسی ادبیات پیشین، موضوعات پژوهشی و مبانی نظری برای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینان و نحوه پیگیری مفاهیم مختلف در این زمینه می‌باشد.

آنالیزها

در این مقاله تحلیل هم‌استنادی^{۲۰} انجام داده شده است، تحلیل‌های هم‌استنادی به طور گسترده ای در زمینه‌های مختلف علوم، مانند کارآفرینی (گرگوایر^{۲۱} و همکاران، ۲۰۰۶؛ شیلد^{۲۲} و همکاران، ۲۰۰۶)، نوآوری (راندواو^{۲۳} و همکاران، ۲۰۱۶) و مدیریت استراتژیک (نرور^{۲۴} و همکاران، ۲۰۰۸) صورت گرفته است. این روش فرض می‌کند که استنادها در مقالات تحقیقاتی بین نویسندگان ارتباط برقرار می‌کنند (زوویک^{۲۵} و چاتر، ۲۰۱۵). هر بار که دو مقاله به یکدیگر استناد

Biblioshiny برای نمایش شبکه هم‌استنادی و برای ترسیم ساختار اصلی نقشه‌ها از نرم افزار Bibliometrix استفاده نموده ایم.

بحث و نتیجه گیری

نتایج ما به دو بخش فرعی تقسیم می‌شود. در ابتدا، ما تجزیه و تحلیل آماری را بر روی مجموعه داده‌های کتاب‌سنجی ارائه می‌دهیم و تأثیر تجزیه و تحلیل و خوشه‌بندی استنادی مشترک را توضیح می‌دهیم. سپس، تعاریف مفهومی ارزیابی فرصت‌ها را بر اساس رویکرد آنها دسته‌بندی و مرور می‌کنیم.

۱) تجزیه و تحلیل آماری و استنادی

مجلات پر استناد در زمینه ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در جدول ۱ قابل ملاحظه می‌باشد. اکثر مجلات در زمینه کارآفرینی و مدیریت هستند که نشان می‌دهد تحقیقات در مورد ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی با مطالعه کارآفرینی و مدیریت استراتژیک همسو است. علاوه بر این، یافته‌های ما نشان می‌دهد که بسیاری از مجلات مرجع در زمینه‌های بازاریابی، امور مالی، تجارت بین‌الملل، نوآوری و روان‌شناسی نیز این زمینه را پوشش داده‌اند که خود بر گستردگی موضوع تأکید می‌کند.

جدول ۲ نشان می‌دهد که بیشتر مقالات (۱۰ عنوان برتر) در مجلات کارآفرینی و مدیریت منتشر شده است. با این حال، در بین ۲۰ خروجی برتر در این زمینه، مجلاتی در زمینه ارزیابی فرصت وجود دارد که نشان دهنده تحقیقات بین‌رشته‌ای در این خصوص می‌باشد. جدول ۳ بیشترین استناد را در این زمینه نشان می‌دهد. مقاله (هلوگ^{۲۸} و میلا، ۲۰۱۴) انتقادی‌ترین مقاله در جهت گیری کارآفرینی است و به دنبال آن سایر کارهای اساسی در این زمینه قرار دارند.

می‌کنند، دانش رد و بدل می‌شود و پیوندی بین این مقالات ایجاد می‌شود (کیم^{۲۶} و همکاران، ۲۰۱۰). این روش به محققان اجازه می‌دهد تا با بررسی الگوی استنادی مشترک، روابط بین مفاهیم، تکنیک‌ها یا ایده‌های انتقادی را در آن حوزه ترسیم کنند (زوپیگ و چاتر، ۲۰۱۵). برای ارائه یک نمای کلی از ارتباطات، ما فقط پژوهش‌هایی را در نظر گرفتیم که بالاتر از یک آستانه خاص قرار دارند (گرگوایر و همکاران، ۲۰۰۶). تعریف آستانه مناسب برای تعداد استندهایی که یک نشریه باید دریافت کند، بخشی از تحلیل کتابسنجی است (زوپیگ و چاتر، ۲۰۱۵). با کاهش آستانه، وضوح شبکه به دلیل تعداد منابع مورد نیاز کاهش می‌یابد. در مقابل، آستانه بالاتر، موجب حذف مقالات جدیدتر می‌گردد (شیلد و همکاران، ۲۰۰۶). بنابراین، آستانه‌های مختلف را آزمایش نمودیم تا به سطحی رسیدیم که تعداد استناد ثابت باقی بماند. با توجه به مطالعات تطبیقی، آستانه استاندارد را در این مقاله ۲٪ در نظر گرفتیم (شیلد و همکاران، ۲۰۰۶؛ زوپیک و چاتر، ۲۰۱۵). در این مقاله از نرم‌افزار کتاب‌شناختی Publish or Perish برای شناسایی خوشه‌های تحقیقاتی در شبکه هم‌استنادی استفاده کردیم که نشان‌دهنده موضوع تحقیق و رویکرد نظری خاص است. برای غلبه بر نقص مشابهت مقالات، از شاخص جاکارد به عنوان یک معیار شبیه‌سازی استاندارد شده استفاده کردیم که بر پیوندها در بخش‌های پایگاه داده تمرکز می‌کند و ساختار دقیق‌تری نسبت به این معیارها ایجاد می‌کند. مطالعات پیشین از محدوده ۰،۱ (راغورام^{۲۷} و همکاران، ۲۰۱۰) تا ۰،۵ (کیم و همکاران، ۲۰۱۰) استفاده کرده‌اند. ما نهایتاً ۰،۲۵۵ را به عنوان شاخص جاکارد تعیین کردیم تا یک مقدار معقول برای تجسم ساختار شفاف شبکه‌های استنادی مشابه باشد. بنابراین، تمام اسناد خوشه‌ای حداقل ۲۲،۵ درصد از منابع استنادی را با سایر اسناد گروه خود مشترک هستند (شیلد و همکاران، ۲۰۰۶). در این مقاله از نرم‌افزار

جدول ۱: پر استنادترین مجلات در زمینه ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی

Journal	Citations	
	Total	(%)
Journal of Management	13856	5.8%
Strategic Management Journal	11725	4.9%
Academy of Management Journal	10042	4.2%
Journal of Applied Psychology	7291	3%
Journal of Management Studies	6953	2.9%
Journal of Business Venturing	6111	2.5%
Academy of Management Review	4787	2%
Administrative Science Quarterly	3657	1.5%
Entrepreneurship Theory and Practice	3474	1.4%
Strategic Entrepreneurship Journal	2531	1%
International Journal of Enterprise Network Management	2512	1%
Business Economics	1732	0.7%
Business Information Review	1050	0.4%

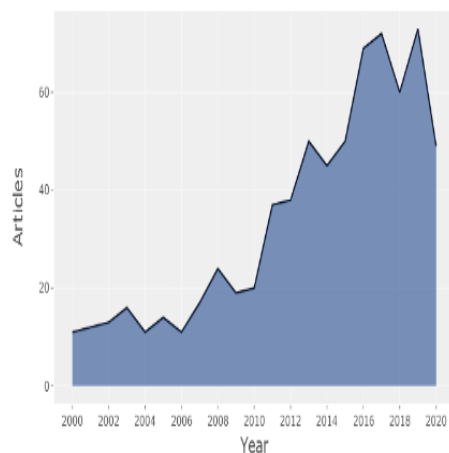
جدول ۲: مروری بر ژورنال‌های منتشر شده و مفهوم سازی ها

Journal	Total
JOURNAL OF BUSINESS VENTURING	313
SCIENCE	201
ENTREPRENEURSHIP THEORY AND PRACTICE	178
ACADEMY OF MANAGEMENT REVIEW	175
ENVIRON SCI TECHNOL	168
N ENGL J MED	161
LANCET	152
INT J LIFE CYCLE ASSESS	138
JAMA	134
NATURE	133
J CLEAN PROD	132
CIRCULATION	125
NEUROIMAGE	118
JOURNAL OF MANAGEMENT	113
BMJ	111
STRATEGIC MANAGEMENT JOURNAL	107
ACADEMY OF MANAGEMENT JOURNAL	104
ENVIRON HEALTH PERSPECT	95
JOURNAL OF PERSONALITY AND SOCIAL PSYCHOLOGY	95
PLOS ONE	90

جدول ۳: بیشترین مقالات استناد شده در زمینه ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی (۲۰۰۰-۲۰۲۱)

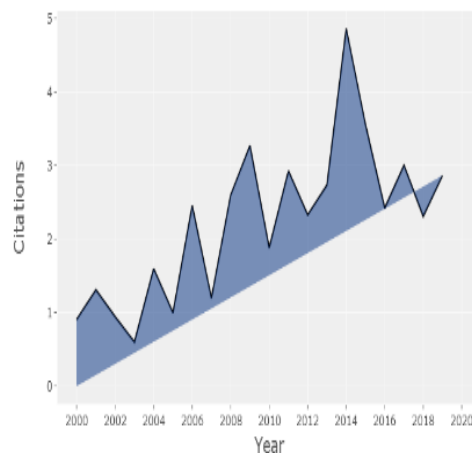
Article	# Citations (Rank)	
	Total	Per year
HELLWEG S, 2014, SCIENCE	485	69.2857
ILARDI EA, 2014, J MED CHEM	484	69.1429
TESCHKE K, 2002, OCCUP ENVIRON MED	268	14.1053
HAYNIE JM, 2009, J MANAGE STUD	224	18.6667
STENSBERG MC, 2011, NANOMEDICINE	211	21.1
JORDAN SA, 2010, TOXICOL APPL PHARMACOL	190	17.2727
FOO M-D, 2011, ENTREP THEORY PRACT	180	18
LANGSTON C, 2008, BUILD ENVIRON	178	13.6923
ARNOLD DM, 2001, CHEST	177	8.85
PRICE L, 2011, ENERGY POLICY	169	16.9
WELPE IM, 2012, ENTREP THEORY PRACT	146	16.2222
LEWIS J, 2006, J EUR PUBLIC POLICY	139	9.2667
RAJGOPAL S, 2006, J FINANC	135	9
SCHAFFER BR, 2008, GEO-MAR LETT	127	9.7692
ROTHENBERG ML, 2003, NAT REV CANCER	115	6.3889
KULIK CT, 2008, ACAD MANAGE LEARN EDUC	114	8.7692
SCHALTEGGER U, 2015, CHEM GEOL	108	18
WENG Z, 2015, ECON GEOL	107	17.8333
AUTIO E, 2013, ACAD MANAGE J	107	13.375

Annual Scientific Production



الف) تولید علمی سالانه

Average Article Citations per Year

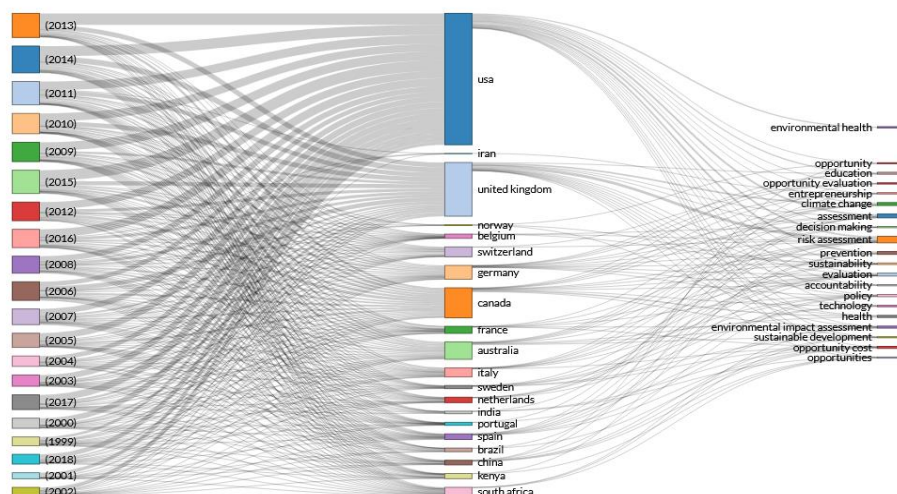


ب) میانگین استناد در سال

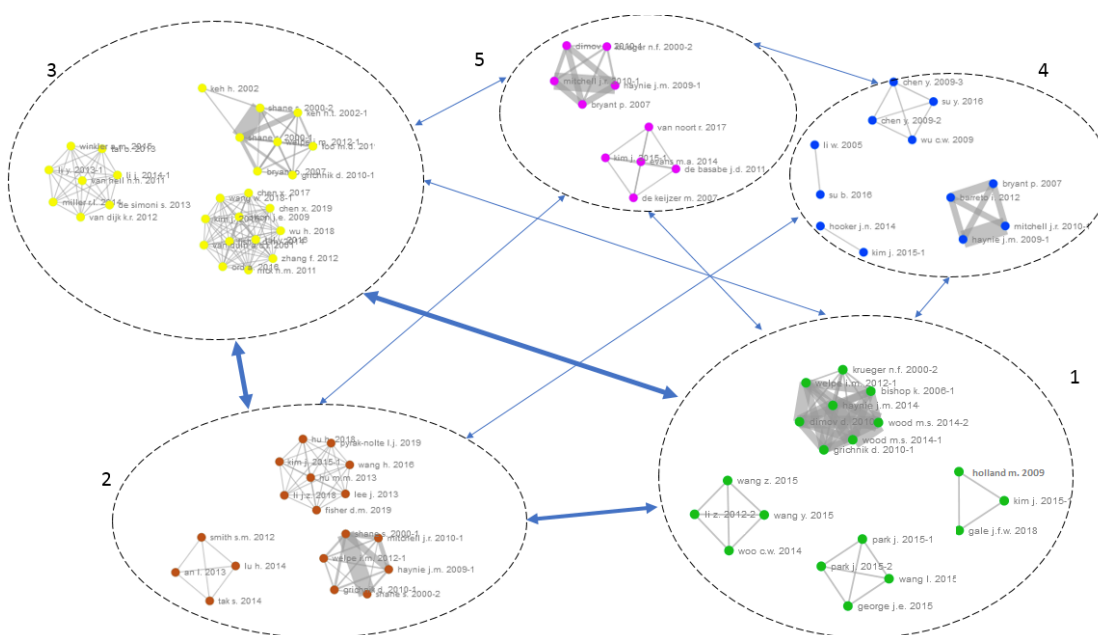
فصلنامه خط‌مشی گذرای عمومی در مدیریت

شکل ۱ الف) تولید علمی سالانه را با نرخ رشد سالانه ۶۸۱ درصد نشان می‌دهد. در این شکل، می‌توان دید که سال ۲۰۱۹ دارای بزرگترین ASP با ۱۱۲ است. شکل ۱ ب) میانگین استنادات در سال را نشان می‌دهد، که سال ۲۰۱۴ با میانگین ۳،۹ استناد پیشرو می‌باشد. در شکل ۲، آیتم‌های اصلی شامل سه فیلد (مرجع، کشورها و کلمات کلیدی) و رابطه آنها از طریق نمودار سانکی^{۲۹} را به تصویر می‌کشیم. همچنین شکل ۲، نشان می‌دهد که رایج‌ترین کلمات کلیدی مورد

استفاده، ارزیابی ریسک با ۸۱ تکرار است. اکثر ارجاعات مربوط به سال ۲۰۱۴ با ۳۳۳ مقاله است که توسط شکل ۱ ب تایید شده است. نویسندگان مختلفی از کشورهای مختلف (آمریکا، انگلستان، کانادا، استرالیا، سوئیس، آلمان، ایتالیا، ایران و ...) مقالاتی را نوشته‌اند. بیشترین تعداد مقاله با ۱۶۳۵ مقاله مربوط به ایالات متحده است و پس از آن انگلستان با ۶۶۸ مقاله رتبه دوم را به خود اختصاص داده است. رتبه سوم به کانادا با ۳۷۲ مقاله تعلق دارد.



شکل ۲: تجزیه و تحلیل سه میدانی



شکل ۳: شبکه هم استنادی. ۲۰۰۰-۲۰۲۱

دیگان^{۳۲} و همکاران، ۲۰۱۷؛ گروبر^{۳۳} و همکاران، ۲۰۱۵؛ وود و ویلیامز، ۲۰۱۴)، ارزیابی (ولپ^{۳۴} و همکاران، ۲۰۱۲؛ بیلی^{۳۵}، ۲۰۲۱؛ بانف^{۳۶} و مارکس، ۲۰۱۹؛ بنگال^{۳۷}، ۲۰۱۹)، ارزش بالقوه (بیشاپ^{۳۸} و نیکسون، ۲۰۰۶)، تمایل به دنبال کردن فرصت (وود و همکاران، ۲۰۱۴) و مطلوبیت (چان^{۳۹} و پرهانکنانگاس، ۲۰۱۷؛ چاندرا^{۴۰}، ۲۰۱۷؛ کروگر^{۴۱} و همکاران، ۲۰۰۰؛ ووگل^{۴۲}، ۲۰۱۷).

برآورد سود: در این دسته، تمرکز مقالات بر ارزیابی سود بالقوه است. به عنوان مثال، بسیاری از تعاریف ساختار ارزیابی فرصت بر افرادی تاکید دارند که پتانسیل سود را برای دنبال کردن فرصت‌های منحصر به فرد تخمین می‌زنند (چاندرا^{۴۳}، ۲۰۱۷؛ گریکنیک^{۴۴} و همکاران، ۲۰۱۰؛ گوپتا^{۴۵} و همکاران، ۲۰۱۴؛ هاینی^{۴۶} و همکاران، ۲۰۰۹؛ کیم و همکاران، ۲۰۱۰؛ میشل و شپرد، ۲۰۱۰؛ شین و ونکاتارامن، ۲۰۰۰؛ توماسجان و همکاران، ۲۰۱۲). تعاریف دیگر در این ساختار به جنبه‌هایی که مستقیماً بر سود پیش بینی شده تأثیر می‌گذارند، اشاره می‌کند. به عنوان مثال،

شکل ۳ یک شبکه استنادی مشترک را برای تجسم ساختار و مبانی نظری این زمینه ترسیم می‌کند. این شکل یک نمای کلی از خوشه‌های پژوهشی و روابط متقابل آنها در ادبیات ارائه می‌دهد. مقالات این شکل پنج گروه مجزا را تشکیل داده‌اند که هر خوشه را به تفصیل در زیر بخش‌های مرتبط توضیح می‌دهیم.

۲) تعاریف مفهومی ارزیابی فرصت‌ها

بر اساس تحلیل‌های انجام شده، کلیه تعاریف‌های مفهومی در خصوص ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی به پنج دسته تقسیم می‌شود که در شکل ۳ قابل مشاهده می‌باشد و منطبق بر جدول ۴ استخراجی می‌باشد: ۱- ارزیابی کلی، ۲- برآورد سود، ۳- ارزیابی زیان، ۴- سودمندی درک شده و ۵- درک امکان‌سنجی.

ارزیابی کلی: ادبیات این دسته از مقالات به شدت بر ارزیابی جذابیت فرصت‌ها برای افراد تکیه دارد. به طور خاص، مفاهیم اصلی در این دسته عبارتند از اعتماد به نفس (دیویدسون^{۳۰}، ۲۰۱۵؛ دیمو، ۲۰۱۰؛ مورنیکس^{۳۱} و همکاران، ۲۰۱۶)، جذابیت فرصت

درک امکان سنجی: دسته پنجم و آخر بر اساس امکان سنجی وظایف و فعالیت‌های لازم برای تبدیل ایده به محصول یا خدمات می‌باشد. به عنوان مثال، بسیاری از تعاریف مفهوم ارزیابی فرصت بر توانایی افراد برای توسعه راه حل (آتیو و همکاران، ۲۰۱۳؛ کوربت، ۲۰۰۵؛ مک آلیستر^۲ و همکاران، ۲۰۱۶؛ مک مولن و شپرد، ۲۰۰۶؛ شپرد و همکاران، ۲۰۰۷) و در خصوص ارتباط بین دانش و فرصت (برایانت، ۲۰۰۷؛ میشل و شپرد، ۲۰۱۰) تاکید می‌کنند. تعاریف دیگر در این دسته بر اعتقاد فردی به توانایی ایجاد یک راه حل خاص تاکید ندارند، بلکه به اعتماد عمومی فرد نیز اشاره می‌کنند. توانایی آنها برای راه اندازی یک کسب و کار (دیمو، ۲۰۱۰؛ کروگر و همکاران، ۲۰۰۰؛ توماسجان و همکاران، ۲۰۱۲؛ ووگل، ۲۰۱۷)، احساسات شهودی (برایانت، ۲۰۰۷)، دسترسی به منابع (کوربت، ۲۰۰۵)، بازخورد از خانواده اعضا (مبارائونیه^۳ و همکاران، ۲۰۲۱)، اولین زمان فروش (گروبر و همکاران، ۲۰۱۵) و اینکه آیا کمبود سرمایه اجتماعی می‌تواند مانع از دستیابی به فرصت شود یا خیر (برایانت، ۲۰۰۷).

در یک سناریوی ایده آل، ترکیبی از برآورد سود، تخمین زیان، مطلوبیت درک شده و امکان سنجی درک شده از اقدامات اصلی ارزیابی فرصت محسوب می‌شوند که اولویت‌های کارآفرینان را در سطح فرصت‌های منحصر به فرد تعیین می‌کند (شیف و همکاران، ۲۰۱۹). درک نظری فعلی از ماهیت ارزیابی فرصت‌ها نشان می‌دهد که این چهار معیار برای شکل دادن جذابیت فرصت ترکیب می‌شوند (مک مولن و شپرد، ۲۰۰۶؛ شپرد و همکاران، ۲۰۰۷).

تازگی بازار (داهلکویست^{۴۷} و ویکلونند، ۲۰۱۲)، اندازه بازار و مزیت رقابتی (شپرد^{۴۸} و همکاران، ۲۰۱۳)، احتمال موفقیت (گریکنیک و همکاران، ۲۰۱۰)، بازده مالی (کوربت^{۴۹}، ۲۰۰۵) و اندازه بازار، انتظار رشد سالانه بازار و تمایل مشتریان به تولید محصولات (گروبر و همکاران، ۲۰۱۵).

ارزیابی ضرر: این دسته مقالات ضررهای احتمالی مرتبط با پیگیری فرصت را ارزیابی می‌کنند. بسیاری از تعاریف موجود تاکید می‌کنند که اندازه زیان‌های احتمالی (برایانت، ۲۰۰۷؛ فو^{۵۰}، ۲۰۰۹؛ گریکنیک و همکاران، ۲۰۱۰؛ شین و ونکاتارامن، ۲۰۰۰) و احتمال پیامدهای منفی (که^{۵۱} و همکاران، ۲۰۰۲) را تخمین می‌زنند. سایر تعاریف ساختاری در این دسته دقیقاً به ضرر اشاره نمی‌کنند، اما به جنبه‌هایی که منجر به شکست می‌شوند، مانند تعداد رقبای، اشاره دارند (گروبر و همکاران، ۲۰۱۵).

سودمندی درک شده: موضوع اصلی مقالات این دسته، مطلوبیت برای تبدیل ایده به محصول یا خدمات می‌باشد. برای مثال، برخی از این تعاریف ساختاری به صراحت اشاره می‌کنند که آیا پیگیری فرصت، مطلوب است یا خیر (آتیو و همکاران، ۲۰۱۳؛ مک مولن و شپرد، ۲۰۰۶؛ شپرد و همکاران، ۲۰۰۷). سایر تعاریف ساختاری در این دسته بر جنبه‌هایی تأکید می‌کنند که بر میزان علاقه به انجام وظایف یا فعالیت‌های جستجوی فرصت تأثیر می‌گذارند. به عنوان مثال، یک تعریف اساسی بر این نکته تأکید می‌کند که آیا عملکردها و رویدادهای مورد نیاز برای توسعه محصول یا خدمات متناسب با استراتژی شرکت هستند یا خیر (برایانت، ۲۰۰۷). همچنین مقالاتی نیز در این دسته وجود دارند که بر ملاحظاتی مانند سطح نوآوری محصول تأکید می‌کنند (گروبر و همکاران، ۲۰۱۵).

جدول ۴: معیارهای ارزیابی فرصت

معیار	تعریف/منطق نظری از مفهوم	مفهوم ارزیابی	منبع
ارزیابی کلی	توقعات فزاینده مالی شخصی و تلاش برای پی گیری سرمایه گذاری.	ارزش بالقوه	(بیشاپ و نیکسون ۲۰۰۶، ۵۴)
	ارزیابی ذهنی از جذابیت محرک فرصت (توانمندسازی بیرونی یا ایده سرمایه گذاری جدید).	اعتماد به نفس	(دیویدسون ۲۰۱۵، ۵۵)
	مجموع باورهای شخصی در مورد امکان سنجی فرصت و خودکارآمدی.	اعتماد به نفس	(دیمو، ۲۰۱۰)
	ارزیابی شخصی جذابیت فرصت به عنوان تابعی از ویژگی های فرصت.	جذابیت	(گروبر و همکاران ۲۰۱۵، ۵۶)
	جذابیت شخصی برای شروع یک کسب و کار، شامل تاثیرات بین فردی و فردی.	مطلوبیت ادراک	(کروگر و همکاران ۲۰۰۰، ۵۷)
	درجه مطلوبیت و امکان پذیری فرصت.	اعتماد به نفس	(مورنیکس و همکاران ۲۰۱۶، ۵۸)
	به طور کلی ارزیابی ذهنی از فرصت.	ارزیابی	(ولپ و همکاران ۲۰۱۲، ۵۹)
	احتمال سرمایه گذاری زمان و پول برای دنبال کردن فرصت بر اساس جذابیت فرصت.	اشتیاق پیگیری	(وود و همکاران ۲۰۱۴، ۶۰)
	ارزیابی شخصی از جذابیت کلی فرصت.	جذابیت	(وود و ویلیام، ۲۰۱۴)
	باور اول شخص در مورد جذابیت کلی فرصت.	جذابیت	(ویلیام و وود، ۲۰۱۵، ۶۱)
	ارزش بالقوه کلی.	درجه مطلوبیت	(وگول ۲۰۱۷، ۶۲)
	دانش، مهارت ها و توانایی های مرتبط یک کارآفرین با فرصت	جذابیت	(دیگین ۶۱ و همکاران، ۲۰۱۷)
	ترجیح پرداختن به فرصت و امکان پذیری فرصت	مطلوبیت	(پارهنگانگاس ۲۰۱۷، ۶۲)
	جذابیت کسب و کار شامل تاثیرات زمانی	مطلوبیت	(چاندر ۲۰۱۷، ۶۳)
	فرصت ها در آینده نزدیک راحتتر از فرصت های در آینده دور ارزیابی می شوند.	ارزیابی زمان	(باتیو ۶۴ و مارکس، ۲۰۱۹)
	ایده های سرمایه گذاری در حال تغییر در طول فاز ارزیابی می باشند.	ارزیابی زمان	(بنگال ۲۰۱۹، ۶۵)
	ابعاد فرصت ها در سطوح تحلیل بازار، جامعه، شرکت و کارآفرین بر ارزیابی کارآفرینان از فرصت های کشف و ایجاد تأثیر می گذارد.	ارزیابی	(بیلی ۲۰۲۱، ۶۶)
	مقدار سود پیش بینی شده توسط راه حل های به دست آمده.	بازگشت مالی	(کوربت ۲۰۰۵، ۶۷)
	فرصت ها با توجه به نوآوری بازار متفاوت هستند که ممکن است با کارآفرینان در جهت دستیابی به ثروت شخصی هماهنگ باشند.	تازگی بازار	(ویکلوند ۲۰۱۲، ۶۸)
	مقدار سود حاصل از راه حل توسعه.	سود بالقوه	(همکاران ۲۰۱۰، ۶۹)
احتمال نتیجه مثبت.	احتمال موفقیت	(گریچنیک و همکاران، ۲۰۱۰)	
اندازه فعلی بازار هدف.	اندازه بازار	(گروبر و همکاران، ۲۰۱۵)	
انتظار سرعت رشد بازار هدف.	انتظار رشد سالانه بازار	(گروبر و همکاران، ۲۰۱۵)	
شدت اشتیاق مشتری به محصولات.	میل مشتریان به محصول	(گروبر و همکاران، ۲۰۱۵)	
برآورد سود	ارزیابی جذابیت شامل ارزیابی فرصت های بالقوه آینده و ارزش موقعیت خاص برای تولید کالاها و خدمات آینده می شود.	جذابیت	(گوپتا و همکاران ۲۰۱۴، ۷۰)
	پتانسیل فرصت تولید مزیت رقابتی و بازگشت سرمایه به شرکت.	جذابیت	(هاینی و همکاران ۲۰۰۹، ۷۱)
	مزایای بالقوه درک شده به عنوان نتیجه موفقیت سرمایه گذاری.	باور به سود	(کیم و همکاران ۲۰۱۰، ۷۲)
	ارزش از طریق سرمایه گذاری در یک فرصت کارآفرینی بر مبنای بازده اقتصادی و سهم اجتماعی تلاش کارآفرینانه به دست می آید و در مازاد پیش بینی شده فراتر از پول، تلاش و زمان سرمایه گذاری شده توسط کارآفرین مشهود است.	باورهای مطلوب	(میشل و شفر ۲۰۱۰، ۷۳)
	فرضیاتی درباره قیمت که در آن ترکیب های جدید بیشتر به فروش می رسند و یا اینکه ممکن است در آینده بازارهای جدیدی خلق شوند.	باور به سود	(شین و ونکاتارامان، ۲۰۰۰)
	جذابیت اشاره به مشارکت در موفقیت شرکت و مزیت رقابتی آن است.	جذابیت	(شفر و همکاران ۲۰۱۳، ۷۴)
	ظرفیت یا جذابیت مشاهده شده (به عنوان مثال، یک فرصت با پتانسیل بالا برای سود بسیار مطلوب تلقی می شود)	مطلوبیت	(توماسجان و همکاران، ۲۰۱۳)
	ارزیابی ریسک از نظر اندازه احتمالی فرصت های از دست رفته	ریسک - بدترین حالت	(برایانت، ۲۰۰۷)
	ارزیابی قطعیت، وضعیت کنترل فردی.	ادراک ریسک	(فو ۲۰۱۱، ۷۵)
	از دست دادن سرمایه گذاری	ریسک در نظر گرفته شده	(گریچنیک و همکاران، ۲۰۱۰)
برآورد ضرر	تعداد رقبای مستقیم در بازار هدف.	تعداد رقبا	(گروبر و همکاران، ۲۰۱۵)
	قضاوت ذهنی درباره میزان ریسک ذاتی در آن وضعیت	ادراک ریسک	(کچ و همکاران، ۲۰۰۲)
	ضررهای بالقوه ادراک شده به عنوان نتیجه ای از شکست ریسک	ادراک ریسک	(کیم و همکاران، ۲۰۱۰)

معیار	تعریف/منطق نظری از مفهوم	مفهوم ارزیابی	منبع
مطلوبیت درک شده	هزینه‌های درک شده مرتبط با جابجایی (از جمله از دست رفتن اوقات فراغت)	درک ریسک/ ضرر	(شین و ونکاتارامان، ۲۰۰۰)
	تعیین مطلوبیت مسیر مشخص شده	مطلوبیت	(آتیو و همکاران، ۲۰۱۳)
	درجه تناسب بین فرصت و استراتژی شرکت در عملیات جاری	تناسب استراتژیک	(برایانت، ۲۰۰۷)
	اینکه پیشنهاد محصول تان نسبت به رقبا چقدر نوآورانه است	نوآوری محصول	(گروبر و همکاران، ۲۰۱۵)
	این که فرد معتقد است که پی‌گیری این فرصت انگیزه‌های فردی آن‌ها را تحقق خواهد داد یا نه.	ارزیابی مطلوبیت	(مک مولان و شفر، ۲۰۰۶) (شفر و همکاران، ۲۰۰۷)
	بینش در مورد کیفیت فرصت بر اساس تجربه قبلی و تخصص.	احساسات شهودی	(برایانت، ۲۰۰۷)
	داشتن دانش و تجربه مرتبط با بازار فرصت	دانش	(برایانت، ۲۰۰۷)
	داشتن ارتباط که برای بهره‌برداری از فرصت حیاتی هست.	اعتماد به دیگران	(برایانت، ۲۰۰۷)
	درجه پذیرش توسط مشتری	پذیرش بازار	(کوریت، ۲۰۰۵)
	توانایی و ظرفیت توسعه راه‌حل	دسترسی به منابع	(کوریت، ۲۰۰۵)
	اینکه آیا فرصتی قابل دستیابی است یا نه	امکان سنجی	(دیمو، ۲۰۱۰)
	ارزیابی فردی از توانایی خود در ایجاد یک سرمایه‌گذاری جدید	آغاز خودکارآمدی	(دیمو، ۲۰۱۰)
	درجه ای که شخص احساس می‌کند قادر به شروع کسب و کار است.	درک امکان سنجی	(کروگر و همکاران، ۲۰۰۰)
زمان لازم برای تولید اولین فروش	زمان فروش اول	(گروبر و همکاران، ۲۰۱۵)	
اعتقاد فردی که می‌تواند این فرصت را پیش بینی کند	ارزیابی امکان سنجی	(شفر و همکاران، ۲۰۰۷) (آتیو، ۲۰۱۳)	
درک امکان سنجی	ادراک فردی که دانش لازم را در اختیار یک فرصت خاص قرار داده است.	باورهای احتمالی	(میشل و شفر، ۲۰۱۰)
	امکان پذیری یا دشواری فرصت (به عنوان مثال، فرصتی که در یک بازار بسیار رقابتی قرار دارد کم‌تر از فرصتی است که در بازاری با تنها چند رقیب ضعیف قرار دارد).	امکان پذیری	(توماسجان و همکاران، ۲۰۱۳)
	توانایی کارآفرینان در بهره‌برداری از فرصت	امکان پذیری	(وگول، ۲۰۱۷)
	اراده سیاسی افراد (تاثیر اجتماعی) برای عمل در مورد یک فرصت	توانایی شناختی	(مک آلیستر و همکاران، ۲۰۱۶، ۷۶)
	توانایی انتخاب فرصت‌های خوب و صرف‌نظر کردن از موارد بد به موقعیت اجتماعی - شناختی رهبران گروه‌های ارزیابی، نسبت به دانش دیگر اعضای سازمان و محیط خارجی و نحوه مشارکت آن‌ها در تصمیم‌گیری‌های ارزیابی بستگی دارد.	توانایی شناختی	(هیلی و همکاران، ۲۰۱۹، ۷۷)
	سرمایه روانشناختی به عنوان انگیزه و اینرسی	توانایی شناختی	(ولتر، ۷۸ و اسکریمیشاپیر، ۲۰۲۰)
	ارزیابی کارآفرینان از فرصت‌های سرمایه‌گذاری جدید به بازخورد مربوطه از اعضای خانواده بستگی دارد.	پذیرش خانواده	(مبارونی، ۷۹ و همکاران، ۲۰۲۱)
	نگرش فرصت، تطابق ارزیابی فرصت در بین قوای شناختی، عاطفی و همبستگی است.	توانایی شناختی	(آلمایهو، ۸۰ و همکاران، ۲۰۲۰)
	پیگیری فرصت‌های شناختی دور به پایداری مزیت رقابتی یک شرکت کمک می‌کند.	توانایی شناختی	(وینوکورووا، ۸۱ و همکاران، ۲۰۲۱)

فصلنامه خط‌مشی‌گذاری عمومی در مدیریت

رویکردهای قبلی موجب جلوگیری از رویکردهای خلاقانه در این زمینه می‌گردد. مطالعات آینده به بهبود مبانی نظری از طریق ایده‌های موجود کمک می‌کند، اما انجام تحقیقات اکتشافی منجر به بینش‌های جدیدی برای پیشرفت ادبیات شده است. تحلیل ما همچنین مشخص می‌کند که کدام رشته‌های علمی در حال بررسی ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی هستند، بنابراین بینش جدیدی در مورد مرزهای حوزه‌های تحقیقاتی ارائه می‌دهد. به طور خاص، نتایج ما نشان می‌دهد که این موضوعات عمدتاً توسط کارآفرینی و مدیریت

تحقیقات در مورد ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی در دهه‌های اخیر به سرعت افزایش یافته است. با این حال، این تحقیق با توجه به مفهوم‌سازی‌های متفاوتی که فرصت‌های کارآفرینی را توصیف می‌کنند و بسیار پیچیده هستند، از تبادل و انباشت دانش جلوگیری می‌کند. در این مقاله برای درک بهتر ساختار و محتوای علمی تحقیقات قبلی، مفهوم‌سازی فرصت‌های کارآفرینی را از منظر کتاب‌سنجی تحلیل کردیم. ادغام نظریه‌های موجود به علت اینکه محققان می‌توانند بر دانش جمعی تکیه کنند، کاربردی است در حالی که

- Administrative Science Quarterly*, 50 (3), 329-366. doi:10.2189/asqu.2005.50.3.329
- Batev, T., & Marks, J. (2019). Temporal Mediation of Uncertainty within Entrepreneurial Opportunity Evaluation. *Academy of Management Proceedings*, 2019 (1), 18765. doi:10.5465/AMBPP.2019.18765abstract
- Benegal, S. (2019). Opportunity Evaluation through Social Interactions and Entrepreneurial Micro-action. *Academy of Management Proceedings*, 2019 (1), 17436. doi:10.5465/AMBPP.2019.17436abstract
- Bishop, K., & Nixon, R. D. (2006). VENTURE OPPORTUNITY EVALUATIONS: COMPARISONS BETWEEN VENTURE CAPITALISTS AND INEXPERIENCED PRE-NASCENT ENTREPRENEURS. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 11 (01), 19-33. doi:10.1142/s1084946706000246
- Bryant, P. (2007). Self-regulation and decision heuristics in entrepreneurial opportunity evaluation and exploitation. *Management Decision*, 45 (4), 732-748. doi:doi:10.1108/00251740710746006
- Chan, C. S. R., & Parhankangas, A. (2017). Crowdfunding Innovative Ideas: How Incremental and Radical Innovativeness Influence Funding Outcomes. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41 (2), 237-263. doi:10.1111/etap.12268
- Chandra, Y. (2017). A time-based process model of international entrepreneurial opportunity evaluation. *Journal of International Business Studies*, 48 (4), 423-451. doi:10.1057/s41267-017-0068-x
- Corbett, A. C. (2005). Experiential Learning Within the Process of Opportunity Identification and Exploitation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29 (4), 473-491. doi:10.1111/j.1540-6520.2005.00094.x
- Dahlqvist, J., & Wiklund, J. (2012). Measuring the market newness of new ventures. *Journal of Business Venturing*, 27 (2), 196-185. doi:10.1016/j.jbusvent.2010.12.001
- Davidsson, P. (2015). Entrepreneurial opportunities and the entrepreneurship nexus: A re-conceptualization. *Journal of Business Venturing*, 30 (5), 674-695. doi:10.1016/j.jbusvent.2015.01.002
- De Carolis, D. M., & Saporito, P. (2006). Social Capital, Cognition, and Entrepreneurial Opportunities: A Theoretical Framework. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30 (1), 41-56. doi:10.1111/j.1540-6520.2006.00109.x
- Digan, S. P., Kerrick, S. A., & Cumberland, D. M. (2017). The Role of Knowledge on Opportunity Evaluation Decisions: An Example from Franchising. *Academy of Management*
- استراتژیک مورد بحث قرار می‌گیرند. علاوه بر این، شناسایی موضوعات مختلف به درک این موضوع کمک می‌کند که جوامع علمی در مورد موضوعات خاص در ادبیات این موضوع، بحث کنند و بنابراین دانشمندان را قادر می‌سازد تا با سایر محققانی که بر روی موضوعات مرتبط با دیدگاه‌های مختلف کار می‌کنند، ارتباط برقرار کنند.
- به طور خلاصه این مقاله، با بررسی ادبیات پیشین، به بررسی موضوعات پژوهشی و مبانی نظری برای ارزیابی فرصت‌های کارآفرینان و نحوه پیگیری مفاهیم مختلف می‌پردازد. این یافته‌ها محققان را در شناسایی بهتر فرصت‌های کارآفرینی و ارزیابی فرصت‌ها راهنمایی می‌کند.
- دانش در خصوص موضوعات خاص به محققان اجازه می‌دهد تا سهم قابل توجهی در ادبیات موضوع داشته باشند. با توجه به نتایج، ما فرصت‌هایی را برای تحقیقات آینده در ارزیابی فرصت‌های کارآفرینی مطرح می‌نماییم.

منابع و مأخذ

- Alvarez, S. A., & Barney, J. B. (2007). Discovery and creation: alternative theories of entrepreneurial action. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1 (1-2), 11-26. doi:10.1002/sej.4
- Ardichvili, A., Cardozo, R., & Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing*, 18 (1), 105-123. doi:10.1016/s0883-9026 (01)00068-4
- Autio, E., Dahlander, L., & Frederiksen, L. (2013). Information Exposure, Opportunity Evaluation, and Entrepreneurial Action: An Investigation of an Online User Community. *Academy of Management Journal*, 56 (5), 1348-1371. doi:10.5465/amj.2010.0328
- Bailey, R. C. (2021). Evaluation of International Market Opportunities: A Creation Versus Discovery Perspective. *Academy of Management Proceedings*, 2021 (1), 12716. doi:10.5465/AMBPP.2021.12716abstract
- Baker, T., & Nelson, R. E. (2005). Creating Something from Nothing: Resource Construction through Entrepreneurial Bricolage.

- Haynie, J. M., Shepherd, D. A., & McMullen, J. S. (2009). (An Opportunity for Me? The Role of Resources in Opportunity Evaluation Decisions. *Journal of Management Studies*, 46 (3), 337-361. doi:10.1111/j.1467-6486.2009.00824.x
- Hellweg, S., & Milà i Canals, L. (2014). Emerging approaches, challenges and opportunities in life cycle assessment. *Science*, 344 (6188), 1113-1109. doi:10.1126/science.1248361
- Ireland, R. D., Hitt, M. A., & Sirmon, D. G. (2003). A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its Dimensions. *Journal of Management*, 29 (6), 963-989. doi:10.1016/s0149-2063_03_00086-2
- Keh, H. T., Der Foo, M., & Lim, B. C. (2002). Opportunity Evaluation under Risky Conditions: The Cognitive Processes of Entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27 (2-148-125) doi:10.1111/1540-8520.00003
- Kim, J.-S., Choi, J. H., & Lee, Y.-Z. (2010). *The Fretting Wear Characteristics of CrN and TiN Coating on Steam Generator Tube*. Paper presented at the STLE/ASME 2010 International Joint Tribology Conference.
- Krueger, N. F., Reilly, M. D., & Carsrud, A. L. (2000). Competing models of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing*, 15 (5), 411-432. doi:10.1016/S0883-9026 (98)00033-0
- Mbaraonye, I. E., Hanna, A. A., & Titus, V. (2021). What about my family? The role of negative family feedback in entrepreneurial opportunity evaluation. *Academy of Management Proceedings*, 2021 (1), 10229. doi:10.5465/AMBPP.2021.1022, abstract
- McAllister, C. P., Ellen, B. P., & Ferris, G. R. (2016). Social Influence Opportunity Recognition, Evaluation, and Capitalization: Increased Theoretical Specification Through Political Skill's Dimensional Dynamics. *Journal of Management*, 44 (5), 1926-1952. doi:10.1101/149206
- McMullen, J. S., & Shepherd, D. A. (2006). Entrepreneurial Action And The Role Of Uncertainty In The Theory Of The Entrepreneur. *Academy of Management Review*, 31 (1), 132-152. doi:10.5465/amr.2006.19379628
- Mitchell, J. R., & Shepherd, D. A. (2010). To thine own self be true: Images of self, images of opportunity, and entrepreneurial action. *Journal of Business Venturing*, 25 (1), 138-154. doi:10.1016/j.jbusvent.2008.08.001
- Murnieks, C. Y., Cardon, M. S., Sudek, R., White, T. D., & Brooks, W. T. (2016). Drawn to the fire: The role of passion, tenacity and inspirational leadership in angel investing. *Proceedings*, 2017 (2). doi:10.5465/ambpp.2015.15447abstract
- Dimov, D. (2010). Nascent Entrepreneurs and Venture Emergence: Opportunity Confidence, Human Capital, and Early Planning. *Journal of Management Studies*, 47 (6), 1123-1153. doi:10.1111/j.1467-6486.2009.00874.x
- Dimov, D. (2011). Grappling With the Unbearable Elusiveness of Entrepreneurial Opportunities. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35 (1), 57-81. doi:10.1111/j.1540-6520.2010.00423.x
- Erzurumlu, S., Canakoglu, E., & Erzurumlu, Y. (2018). Data-Driven Entrepreneurship: A Data Analysis Approach to Business Opportunity Evaluation. *Academy of Management Proceedings*, 2018 (1), 11500. doi:10.5465/AMBPP.2018.11500abstract
- Foo, M.-D. (2009). Emotions and Entrepreneurial Opportunity Evaluation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35 (2), 375-393. doi:10.1111/j.1540-6520.2009.00357.x
- Foss, N. J., Klein, P. G., Kor, Y. Y., & Mahoney, J. T. (2008). Entrepreneurship, subjectivism, and the resource-based view: toward a new synthesis. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 2 (1), 73-94. doi:10.1002/sej.41
- Foss, N., & Klein, P. (2012). *Organizing entrepreneurial judgment: A new approach to the firm*.
- Grégoire, D. A., Noël, M. X., Déry, R., & Béchar, J. P. (2006). Is There Conceptual Convergence in Entrepreneurship Research? A Co-Citation Analysis of Frontiers of Entrepreneurship Research, 1981-2004. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30 (3), 333-373. doi:10.1111/j.1540-6520.2006.00124.x
- Grichnik, D., Smeja, A., & Welp, I. (2010). The importance of being emotional: How do emotions affect entrepreneurial opportunity evaluation and exploitation? *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76 (1), 15-29. doi:10.1016/j.jebo.2010.02.010
- Gruber, M., Kim, S. M., & Brinckmann, J. (2015). What is an Attractive Business Opportunity? An Empirical Study of Opportunity Evaluation Decisions by Technologists, Managers, and Entrepreneurs. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 9 (3), 205-225. doi:10.1002/sej.1196
- Gupta, V. K., Goktan, A. B., & Gunay, G. (2014). Gender differences in evaluation of new business opportunity: A stereotype threat perspective. *Journal of Business Venturing*, 29 (2), 273-288. doi:10.1016/j.jbusvent.2013.02.002
- Hastie, R. (2001). Problems for Judgment and Decision Making. *Annual Review of Psychology*, 52 (1), 653-683. doi:10.1146/annurev.psych.52.1.653

- Theory and Practice*, 36 (1), 69-96. doi:10.1111/j.1540-6520.2011.00481.x
- Williams, D. W., & Wood, M. S. (2015). Rule-Based Reasoning for Understanding Opportunity Evaluation. *Academy of Management Perspectives*, 29 (2), 218-236. doi:10.5465/amp.2013.0017
- Wood, M. S., & McKinley, W. (2010). The production of entrepreneurial opportunity: a constructivist perspective. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 4 (1), 66-84. doi:10.1002/sej.83
- Wood, M. S., & Williams, D. W. (2014). Opportunity Evaluation as Rule-Based Decision Making. *Journal of Management Studies*, 51 (4), 573-602. doi:10.1111/joms.12018
- Wood, M., Bylund, P., & Bradley, S. (2016). The influence of tax and regulatory policies on entrepreneurs' opportunity evaluation decisions. *Management Decision*, 54, 1160-1182. doi:10.1108/MD-10-2015-0446
- Zupic, I., & Čater, T. (2015). Bibliometric Methods in Management and Organization. *Organizational Research Methods*, 18 (3), 429-472. doi:10.1177/1094428114562629
- Journal of Business Venturing*, 31 (4), 468-484. doi:10.1016/j.jbusvent.2016.05.002
- Nerur, S. P., Rasheed, A. A., & Natarajan, V. (2008). The intellectual structure of the strategic management field: an author co-citation analysis. *Strategic Management Journal*, 29 (3), 319-336. doi:https://doi.org/10.1002/smj.659
- Raghuram, S., Tuertscher, P., & Garud, R. (2010). Research Note —Mapping the Field of Virtual Work: A Cocitation Analysis. *Information Systems Research*, 21, 983-999. doi:10.1287/isre.1080.0227
- Randhawa, K., Wilden, R., & Hohberger, J. (2016). A Bibliometric Review of Open Innovation: Setting a Research Agenda. *Journal of Product Innovation Management*, 33 (6), 750-772. doi:https://doi.org/10.1111/jpim.12312
- Schildt, H. A., Zahra, S. A., & Sillanpää, A. (2006). Scholarly Communities in Entrepreneurship Research: A Co-Citation Analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30 (3), 399-415. doi:10.1111/j.1540-6520.2006.00126.x
- Sebestova, J., Rylkova, Z., & Smysl, M. (2007). How to Gain Success in SME? A Case Study of a region in the Czech Republic. 2 (1), 41. doi:10.2478/v10033-007-0014-0
- Shane, S. (2003). A general theory of entrepreneurship: The individual-opportunity nexus. doi:10.1177/0266242604043697
- Shepherd, D. A., McMullen, J. S., & Jennings, P. D. (2007). The formation of opportunity beliefs: overcoming ignorance and reducing doubt. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1 (1-2), 75-95. doi:10.1002/sej.3
- Shepherd, D. A., Patzelt, H., & Baron, R. A. (2013). "I Care about Nature .but ...": Disengaging Values in Assessing Opportunities that Cause Harm. *Academy of Management Journal*, 56 (5), 1251-1273. doi:10.5465/amj.2011.0776
- Tumasjan, A., Welpel, I., & Spörrle, M. (2012). Easy Now, Desirable Later: The Moderating Role of Temporal Distance in Opportunity Evaluation and Exploitation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37 (4), 859-888. doi:10.1111/j.1540-6520.2012.00514.x
- Vogel, P. (2017). From Venture Idea to Venture Opportunity. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41 (6), 943-971. doi:10.1111/etap.12234
- Welpel, I. M., Spörrle, M., Grichnik, D., Michl, T., & Audretsch, D. B. (2012). Emotions and Opportunities: The Interplay of Opportunity Evaluation, Fear, Joy, and Anger as Antecedent of Entrepreneurial Exploitation. *Entrepreneurship*

یادداشت‌ها

- ¹ Bryant
- ² Tumasjan
- ³ Erzurumlu
- ⁴ Autio
- ⁵ Haynie
- ⁶ McMullen
- ⁷ Wood
- ⁸ Mitchell
- ⁹ Ireland
- ¹⁰ Sebestova
- ¹¹ Shane
- ¹² Foss
- ¹³ Ardichvili
- ¹⁴ Alvarez
- ¹⁵ Dimov
- ¹⁶ De Carolis
- ¹⁷ Baker
- ¹⁸ Hastie
- ¹⁹ Williams
- ²⁰ co-citation
- ²¹ Grégoire
- ²² Schildt
- ²³ Randhawa
- ²⁴ Nerur
- ²⁵ Zupic
- ²⁶ Kim
- ²⁷ Raghuram
- ²⁸ Hellweg
- ²⁹ Sankey
- ³⁰ Davidsson
- ³¹ Murnieks
- ³² Digan

-
- ³³ Gruber
³⁴ Welpé
³⁵ Bailey
³⁶ Batev
³⁷ Benegal
³⁸ Bishop
³⁹ Chan
⁴⁰ Chandra
⁴¹ Krueger
⁴² Vogel
⁴³ Chandra
⁴⁴ Grichnik
⁴⁵ Gupta
⁴⁶ Haynie
⁴⁷ Dahlgvist
⁴⁸ Shepherd
⁴⁹ Corbett
⁵⁰ Foo
⁵¹ Keh
⁵² McAllister
⁵³ Mbaraonye
⁵⁴ Bishop and Nixon
⁵⁵ Davidsson
⁵⁶ Gruber et al
⁵⁷ Krueger et al
⁵⁸ Murnieks et al.
⁵⁹ Welpé et al
⁶⁰ Vogel
⁶¹ Digan et al
⁶² Chan & Parhankangas
⁶³ Chandra
⁶⁴ Batev
⁶⁵ Benegal
⁶⁶ Bailey
⁶⁷ Corbett
⁶⁸ Dahlgvist and Wiklund
⁶⁹ Grichnik et al
⁷⁰ Gupta et al
⁷¹ Haynie et al
⁷² Kim et al
⁷³ Mitchell & Shepherd
⁷⁴ Shepherd et al
⁷⁵ Foo
⁷⁶ McAllister et al
⁷⁷ Healey et al
⁷⁸ Welter
⁷⁹ Mbaraonye
⁸⁰ Alemayehu
⁸¹ Vinokurova



Evaluating Entrepreneurial Opportunities with Bibliometric Analysis Approach (2000-2022)

Shiva Mehdizadeh Aghdam¹- Jahangir Yadollahi Farsi*²- Narges Imanipour³

Abstract

Background: Many entrepreneurial decisions have the opportunity to evaluate results. Misdiagnosis leads to a waste of time, energy, and resources and increases the likelihood of failure.

Objective: To study research topics and theoretical foundations to evaluate the opportunities for entrepreneurs

Methods: To improve the structure and content of this field, a combination of these concepts is provided by co-citation analysis and a bibliometric approach.

Findings: Creating new insights on the evaluation of entrepreneurial opportunities and how to study them and the results of previous research with a systematic, quantitative and holistic review.

Tools: In this paper, Publish or Perish bibliographic software identifies research clusters in the citation network. Biblioshiny software is used to display the citation grid, and Bibliometrix software is used to draw the original design of the maps.

Conclusion: Our results are in two parts. First, we present the statistical analysis of the bibliographic data set and explain the effect of co-citation analysis and clustering. Second, we categorize and review the conceptual definitions of opportunity evaluation based on their approach.

Keywords: Entrepreneurial opportunities, opportunity evaluation, citation analysis, co-citation analysis

¹ Ph.D. Student, Department of entrepreneurship, Qazvin Branch, Islamic Azad University, Qazvin, Iran.

² Associate Professor, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran. (Corresponding Author)
jjfarsi@ut.ac.ir

³ Associate Professor, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran.