

چهار رویکرد به روش‌شناسی مقاله‌های مفهومی*

ترجمه: داتیس خواجه‌نایان^۱

تاریخ پذیرش نهایی: بهمن ۹۹

تاریخ دریافت مقاله: دی ۹۹

چکیده

اگر چه مقاله‌های مفهومی به عنوان ابزارهای قدرتمند ساخت تئوری، اهمیت فزاینده‌ای یافته‌اند؛ اما به دلیل فقدان یک قالب مورد توافق همگانی که راهنمای توسعه تئوریک قرار گیرد، پژوهش‌گران همواره با چالش‌های مربوط به طراحی و نگارش مقاله‌های غیر تجربی دست به گریبان هستند. هدف از این نوشتار تبیین ملاحظات روش‌شناختی در مقاله‌های مفهومی است و بیان می‌کند که چنین مقالاتی باید بر طراحی پژوهشی شفاف و مشخص بنیان نهاده شده باشند و انتخاب تئوری و نقش آن‌ها در تحلیل باید به خوبی شرح داده شده و توجیه شده باشد. این مقاله چهار قالب بالقوه را برای مقاله‌های مفهومی شرح می‌دهد که شامل ترکیب نظریه‌ها، سازگارسازی نظریه‌ها، نوع‌شناسی و مدل‌سازی هستند و سپس اهداف هر یک از آن‌ها، رویکرد مناسب برای استفاده از نظریه‌ها و پتانسیل آن‌ها برای مشارکت نظری را تبیین می‌کند. مقاله حاضر با کمک مثال‌هایی این چهار قالب را به صورت دستورعمل‌های قابل استفاده در طراحی مقاله‌های غیر تجربی در آورده و برای کسانی که در حال پژوهش، راهنمایی یا داوری مقاله‌های مفهومی هستند، قابل استفاده می‌کند.

واژگان کلیدی: مقاله مفهومی، مقاله نظری، روش‌شناسی، طراحی تحقیق.

* این متن، ترجمه‌ای است از مقاله Designing conceptual articles: four approaches نوشته خانم الینا یاکولا عضو هیأت علمی دانشکده اقتصاد دانشگاه تورکوی فنلاند که در فوریه ۲۰۲۰ در مجله AMS Review منتشر شده است.

۱- استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه تهران، تهران، ایران، (نویسنده مسئول)، پست الکترونیک: khajeheian@ut.ac.ir

مقدمه

نوع‌شناسی و مدل‌سازی تشریح کرده و سپس اهداف آن‌ها، رویکرد آن‌ها در استفاده از نظریه، و ظرفیت آن‌ها در دانش‌افزایی نظری را روشن می‌سازد. تمرکز این مقاله بر خود نظریه‌سازی نیست، گرچه از آنجا که دقت نظر تحلیلی پیش‌نیاز تئوری پرداز با کیفیت است، در واقع به نظریه‌سازی نیز می‌پردازد. به همین ترتیب، تمرکز بر مرور ادبیات یا فراتحلیل نیست، زیرا راهنماهای دقیقی برای این دو شکل مهم پژوهش‌های غیرتجربی وجود دارند (برای مثال وبستر و واتسون، ۲۰۰۲؛ پالماتیر و همکاران، ۲۰۱۸).

هدف نهایی این مقاله جلب توجه پژوهش‌گران به اهمیت یک رویکرد نظام‌مند در توسعه یک مقاله مفهومی است. سردبیران و داوران باتجربه متوجه شده‌اند که برخی پژوهش‌گران دشواری‌های نوشتن یک مقاله مفهومی باکیفیت را دستکم می‌گیرند و تصور می‌کنند نوشتن مقاله مفهومی یک مسیر راحت برای انتشار مقاله در نشریات است، بدون اینکه با سختگیری‌های پژوهشی متعارف بر روی مقالات تجربی روبه‌رو شوند (هیرش‌هایم، ۲۰۰۸). در عالم واقع طرح یک مباحثه دقیق و ساخت یک تبیین نظری پشتیبان یک تئوری، نیازمند دانش ضمنی و مهارت‌هایی است که به ندرت در دوره‌های دکتری آموزش داده می‌شوند (یاداو، ۲۰۱۰؛ کینگ و لاپاک، ۲۰۱۱). همانطور که فولمر اشاره می‌کند، «در یک مقاله نظری [مفهومی] مؤلف آزادی بیشتر دارد و می‌تواند حجم مقاله را صرف تبیین نظریه کند، ولی به همان میزان اختیار سردبیران برای مردود کردن کار نیز بیشتر است (۲۰۱۲، ص ۳۳۰).

این مقاله به شرح زیر سازمان‌دهی شده است: بخش بعدی الزامات کلیدی روش‌شناختی را برای مطالعات مفهومی شرح می‌دهد. سپس چهار نوع متعارف از طرح تحقیق معرفی می‌شوند و با مثال‌هایی شرح داده می‌شوند. سرانجام مقاله با نتیجه‌گیری و توصیه‌هایی برای پژوهش‌گران بازاریابی [و سایر رشته‌های مدیریت، از جمله مدیریت رسانه. مترجم] برای اجرا، نظارت و یا داوری پژوهش‌های مفهومی به کار به پایان می‌رسد.

مقاله‌های مفهومی: الزامات روش‌شناختی

عبارت «طرح تحقیق» به تصمیم پژوهش‌گر درباره نحوه دستیابی به اهداف تحقیق، اتصال تئوری‌ها، سؤالها و اهداف به یکدیگر و استفاده از منابع و روش مناسب اشاره دارد (فلیک، ۲۰۱۸، ص ۱۰۲). به طور مختصر، طرح تحقیق یک برنامه برای جمع‌آوری و تحلیل مستندات است که به پاسخ به سؤالات تحقیق کمک می‌کند (ریگین، ۱۹۹۴، ص ۱۹۱). همچون هر طرح دیگر، طرح تحقیق نیز باید کاربردپذیری را بهبود دهد؛ یعنی یک طرح تحقیق خوب ابزار بهینه برای بررسی بیان مسئله است و با منطق مطالعه

نشریات علمی معتبر در رشته بازاریابی به نیاز به مقاله‌های مفهومی خوبی که «بتوانند میان تئوری‌های موجود به شکل تعاملی پل بزنند، کارهای میان رشته‌ای را متصل کنند، بینش‌های چند سطحی ایجاد کنند و افق تفکر ما را گسترده‌تر کنند» ادعان دارند (گیلسون و گلدسبرگ، ۲۰۱۵، ص ۱۲۸). در واقع بسیاری از پرارجاع‌ترین مقاله‌های بازاریابی در دهه‌های اخیر مقاله‌های مفهومی بوده‌اند زیرا این نوع پژوهش امکان ساخت تئوری را فارغ از محدودیت‌های مربوط به تعمیم‌پذیری پژوهش‌های تجربی، فراهم می‌کنند (وارگو و لوش، ۲۰۰۴). نویسندگانی که روی مقاله‌های مفهومی کار می‌کنند می‌توانند نظرات ارزشمندی را درباره طرح مسئله (آلورسون و سندبرگ، ۲۰۱۱)، تئورپردازی و ساخت تئوری (کوری و گیوریا، ۲۰۱۱، کورنیلسون، ۲۰۱۷، شپرد و سودابی، ۲۰۱۷) و انواع مختلفی از دانش‌افزایی‌های مفهومی بیابند که انتشار مقاله در یک ژورنال خوب را تضمین می‌کنند (کوری و گیوریا، ۲۰۱۱). با این حال، فقدان قالب‌های مورد توافق یا «دستور پخت» برای این نوع مقاله‌ها به این معنا است که نوشتن یک مقاله مفهومی می‌تواند چالشی بزرگ باشد (کورنیلسون، ۲۰۱۷). در نتیجه، داوران مجلات اغلب با مقاله‌های مفهومی‌ای مواجه می‌شوند که فقط کمی بیش از یک مرور ادبیات توصیفی بوده یا مجموعه‌ای از ایده‌های جذاب ولی از هم گسسته هستند.

در مقالات تجربی، طرح تحقیق همان دستورپختی است که ساختار و منطق مقاله را شکل می‌دهد، فرایند توسعه دانش جدید را راهنمایی می‌کند و شیوه‌نامه‌ای برای گزارش‌دهی عناصر کلیدی تحقیق فراهم می‌کند (فلیک، ۲۰۱۸، ص ۱۰۲). طرح تحقیق بیان می‌کند که چگونه محتوای مطالعه انتخاب شده است، داده جمع‌آوری می‌شود و تحلیل به شکل مؤثری مسئله تحقیق را پاسخ می‌دهد؛ در نتیجه داوران می‌توانند براساس آن نیرومندی و قوام فرایندی مقاله‌های تجربی را با مراجعه به شیوه‌های رایج در ادبیات موجود ارزیابی کنند. از آنجا که مقالات مفهومی عموماً با قالب مقالات تجربی متفاوتند، نویسندگان و داوران فاقد چنین دستور راهنمایی هستند و از این رو امر حیاتی ارزیابی تحلیلی، مسئله‌ای چالش برانگیز می‌شود.

مقاله حاضر به مسئله روش‌شناسی و طرح تحقیق مقالات مفهومی می‌پردازد. با استفاده از مثال‌هایی از نشریات علمی معتبر، بر سر دستورعمل‌های موجود درباره «چگونه پژوهش مفهومی انجام دهیم؟» بحث می‌کند تا طرح تحقیق‌های مفهومی مختلف معرفی شده و به تصویر کشیده شوند. این مقاله چهار قالب را برای مقاله‌های مفهومی شامل ترکیب تئوری‌ها، سازگارسازی تئوری‌ها،

آن پدیده را در قالب مفاهیم و تئوری‌های مناسب بررسی کرده‌اند. در این حالت، انتخاب مفاهیم برپایه تناسب آن‌ها با پدیده محوری و ارزش آن‌ها در تکمیل مفهوم‌پردازی آن پدیده است. یک موضوع کلیدی در این امر این است که محقق چگونه پدیده تجربی را مفهوم‌پردازی می‌کند. اساساً هنگامی که محقق مفاهیم و تئوری‌های خاص را انتخاب می‌کند، در واقع دیدگاهی درباره عناصر مفهومی شکل‌دهنده پدیده تجربی مورد بررسی ارائه می‌دهد.

رویکرد دوم و معمول‌تر این است که با یک تئوری محوری شروع کنیم با این استدلال که یک مفهوم خاص، یعنی تئوری یا حوزه تحقیق از بعضی جنبه‌های مهم به طور درونی نامسجم یا ناکامل است و در نتیجه از طریق سایر تئوری‌ها، خلاءهای شناسایی شده را برطرف کنیم. در این حالت، انتخاب تئوری‌ها یا مفاهیم بر پایه توانایی آن‌ها برای رفع کمبودهای مشاهده شده در ادبیات موجود است، مثلاً در ارزش مکمل آن. این رویکرد ساده‌سازی شده از یک سؤال مهم انتقادی برخاسته است: هر مفهوم انتخابی، جریان ادبیات یا تئوری چه ارزشی برای مطالعه به همراه دارد و چرا نسبت به سایر تئوری‌ها باید انتخاب شوند؟

توضیح نقش تئوری‌ها و مفاهیم مختلف در تحلیل

مقالات مفهومی اساساً بر پایه مفاهیم چندگانه، جریان‌های ادبیاتی و تئوری‌هایی استوار هستند که نقش‌های متفاوت ایفا می‌کنند. در یک مقاله تجربی خواننده به آسانی می‌تواند ادبیات را از داده‌ها تشخیص بدهد، اما در یک مقاله مفهومی به دشواری می‌توان گفت کدام تئوری‌ها «داده» هستند و کدام تئوری‌ها چارچوب تحقیق. در همین زمینه (لوککا و ویناری، ۲۰۱۴) تمایزی مفید بین «تئوری حوزه» و «تئوری روش» قائل شدند. یک تئوری حوزه «مجموعه‌ای از دانش درباره یک موضوع مهم در یک رشته یا حوزه مطالعاتی است» (همان منبع، صفحه ۱۳۰۹) که آن حوزه با مجموعه‌ای از سازه‌ها، تئوری‌ها و فرضیه‌ها مشخص شده است (مک‌اینیس، ۲۰۱۱). از سوی دیگر، یک تئوری روش «نظامی مفهومی فراسطحی برای مطالعه موضوعات مهم تئوری حوزه در دست مطالعه است» (لوککا و ویناری، ۲۰۱۴، ص ۱۳۰۹). برای مثال، (برودی و همکاران، ۲۰۱۹) در پی پیشبرد پژوهش‌های مربوط به درگیرسازی (تئوری حوزه) از طریق ترسیم دیدگاه‌های جدید از منطق خدمت‌محوری (تئوری روش) بوده‌اند. البته باید دانست که تمایز این دو تئوری نسبی است و نه مطلق، و از این رو اینکه یک تئوری خاص در یک پژوهش تئوری روش یا تئوری حوزه است، بستگی به نقش آن در مطالعه در دست اجرا دارد (لوککا و ویناری، ۲۰۱۴). در واقع، یک مطالعه منفرد می‌تواند از چندین

به شکلی شفاف ارتباط برقرار می‌کند. در اصل، هر قطعه از پژوهش باید برای ارائه پاسخ‌های قابل اعتماد به سؤالات پژوهش به شکلی توجیه‌پذیر و قابل اعتماد طراحی شود.

طرح تحقیق یک پژوهش تجربی اساساً شامل تصمیمات پژوهش‌گر درباره چارچوب نظری مطالعه و جمع‌آوری داده و تحلیل می‌شود (میلر و سالکیند، ۲۰۰۲). آیا می‌توان یک پژوهش تجربی را تصور کرد که در آن پژوهش‌گر از معیارهای نمونه‌گیری یا انتخاب اطلاعات صحبتی نکرده باشد، یا نتوانسته باشد سنجه‌های استفاده شده را تعریف کند، یا نشان نداده باشد که نتایج از داده‌ها برگرفته شده‌اند؟ همین امر درباره مقاله‌های مفهومی نیز صادق است و آن‌ها نیز ملاحظات مشابهی را دارند (جدول ۱)، و فقدان عناصر مشابه همان ابهام‌ها را ایجاد می‌کند. به عبارت دیگر، یک مقاله مفهومی خوب طراحی شده باید به طور آشکار و شفاف تصمیمات پژوهش‌گر درباره عناصر کلیدی مطالعه را بیان کند. ادامه این مقاله به طور مشخص‌تری درباره طراحی کردن و برقراری ارتباط میان این جنبه‌های روش‌شناسانه در مقاله‌های مفهومی بحث می‌کند.

توضیح و توجیه انتخاب تئوری‌ها و مفاهیم

مقاله‌های تجربی و مفهومی در نهایت یک هدف مشترک دارند: ایجاد دانشی جدید از طریق ساخت مجموعه‌ای از منابع با دقت انتخاب شده براساس یک سری از هنجارها. در مورد مقاله‌های مفهومی، استدلال‌ها از داده‌ها به شکل متعارف حاصل نمی‌شوند، بلکه بر پایه شباهت‌ها و ترکیب مستندات در قالب مفاهیم و تئوری‌های پیشتر توسعه یافته بیان می‌شوند (هیرش‌هایم، ۲۰۰۸). باید دانست که مقاله‌های مفهومی فاقد بینش تجربی نیستند، بلکه مبتنی بر تئوری‌ها و مفاهیمی هستند که از طریق پژوهش‌های تجربی توسعه یافته و آزمون شده‌اند.

در یک پژوهش تجربی، پژوهش‌گر تعیین می‌کند کدام داده‌ها برای پاسخ به سؤال‌های تحقیق مورد نیازند و معیارهای نمونه‌گیری و ابزارهای تحقیق را مشخص می‌کند. یک مقاله مفهومی نیز به همین ترتیب باید شرح دهد که چگونه و چطور تئوری‌ها و مفاهیم مبتنی بر آن‌ها انتخاب شده‌اند. به شکل ساده می‌توان گفت دو شیوه ممکن برای شروع وجود دارد. اولین رویکرد این است که از یک پدیده کانونی آغاز کنیم که [اهمیت آن] مشهود است ولی به طور کافی در پژوهش‌های پیشین مورد بررسی قرار نگرفته است. در این رویکرد، محققان می‌توانند به طور قیاسی مفهوم‌پردازی‌های مختلف از آن پدیده را شناسایی کرده و سپس در این باره بحث کنند که پژوهش‌های پیشین تا چه میزان خوب زوایای گوناگون

بخش مهمی از یک پژوهش، ادعاها باید توسط زمینه‌های علمی تثبیت شوند و باید اهمیت قابل توجهی داشته باشند تا به عنوان دانش‌افزایی در نظر گرفته شوند (هیرش‌هایم، ۲۰۰۸).

در عمل، زنجیره مستندات در یک مقاله مفهومی برای خواننده از طریق روشن شدن قدم‌های کلیدی در یک استدلال قابل مشاهده می‌شوند. چگونه پدیده مطالعه شده مفهوم‌سازی شده است؟ فرضیات ضمنی مطالعه چیستند که در زیربنای تئوریک آن ریشه کرده‌اند؟ آیا فرض منطقی و اصول موضوعه‌ای که به عنوان زمینه استدلال مورد استفاده قرار گرفته‌اند به طور کافی روشن شده‌اند تا پژوهش‌گران آینده بتوانند به نتیجه‌گیری تحلیلی مشابهی دست یابند؟ شفافیت مفهومی، صرفه‌جویی و اقتصادی بودن، سادگی و انسجام منطقی، ویژگی‌های مهم هر مطالعه آکادمیک هستند اما به طور قابل بحثی هنگام ایجاد استدلال بدون داده‌های تجربی همه آن‌ها اهمیت حیاتی می‌یابند.

ساختار یک مقاله عاملی تعیین کننده در سهولت دنبال کردن زنجیره‌ای از استدلال‌های آن است. در حالی که هیچ «بهترین شیوه منحصر به فردی» برای ساختار یک مقاله مفهومی وجود ندارد، آنچه میان مقاله‌های موفق مشترک است وجود تناسب منطقی میان شکل و ساختار با هدف نظری مقاله است (فولمر، ۲۰۱۲). بنابراین ساختار باید هم اهداف یک پژوهش و هم نقش لنزهای متنوع به کار گرفته شده برای دستیابی به این اهداف را بازتاب دهد، به عبارت دیگر، ساختار آنچه نویسندگان در پی آن هستند را برجسته می‌کند. یک ساختار روشن همچنین از طریق ساخت یک سلسله مراتب مفاهیم و عناصر آن‌ها به طور مستقیم در دسترس خواننده قرار می‌گیرد در شفافیت مفهومی مشارکت می‌کند و هر اختلال احتمالی منحرف‌کننده پیام را حذف می‌کند. همانطور که (هیرش‌هایم، ۲۰۰۸) متذکر شده، یک ساختار شفاف اطمینان می‌دهد که برای همه چیز جا هست و هیچ نکته مهمی حذف نمی‌شود و با اجتناب از تکرار مطالب زاید، هر چیزی را سر جای خود قرار می‌دهد.

انواع متعارف طراحی تحقیق در مقالات مفهومی

برخلاف پژوهش‌های تجربی، درک مشترکی از انواع اساسی طرح تحقیق در مقالات مفهومی وجود ندارد، البته به استثنای ادبیات تحقیق و فراتحلیل. برای رفع این خلاء مقاله حاضر چهار شکل از این انواع را مطرح می‌سازد: ترکیب تئوری، سازگارسازی تئوری، دسته‌بندی و مدل‌سازی (جدول ۲ را ببینید). این چهار نوع، تفاوت در رویکردهای روش‌شناختی را نیز روشن می‌کنند، یعنی طبق آنچه توسط (مک‌اینیس، ۲۰۱۱) به عنوان دانش‌افزایی مفهومی دانسته

تئوری حوزه و چندین تئوری روش استفاده کند. یک کارکرد حیاتی طرح تحقیق در مقاله‌های مفهومی، روشن ساختن نقش هر عنصر در مطالعه است. چنانچه این نقش‌ها به خوبی تشریح نشوند، احتمالاً یافته‌های حاصله به طور عملی برای خوانندگان قابل مشاهده نخواهند بود. تعریف نقش تئوری‌های متفاوت همچنین جایگاه مقاله و شیوه ارزیابی مشارکت نظری آن را نشان می‌دهد. اساساً نقش تئوری روش فراهم کردن بینش جدید درباره تئوری حوزه است، مثلاً تئوری حوزه را گسترش می‌دهند، سازماندهی می‌کنند یا توضیح جدیدی از مفاهیم و روابط پیشنهاد می‌دهند. در نتیجه، دانش‌افزایی نظری معمولاً در تئوری حوزه قرار دارد و نه در تئوری روش (لوککا و ویناری، ۲۰۱۴). برای مثال پژوهش‌گران عرصه بازاریابی اغلب از تئوری‌های جا افتاده‌ای مثل تئوری منبع‌نگر، تئوری نهادی یا تئوری عمل به عنوان تئوری‌های روش استفاده می‌کند اما هر چارچوب مناسب دیگری از هر رشته دیگری هم می‌تواند این نقش را ایفا کند.

مرئی‌سازی و آسان‌سازی فهم زنجیره‌ای از مستندات

تمرکز مقاله‌های مفهومی اساساً روی پیشنهاد روابط جدید میان سازه‌ها قرار دارد و هدف آن‌ها این است که به جای آزمون تجربی این روابط، یک استدلال منطقی و کامل درباره آن‌ها ارائه دهند (گیلسون و گلدبرگ، ۲۰۱۵). از این رو، شیوه ارائه استدلال‌های منطقی، مسئله محوری این مقاله‌ها است. نویسندگان این مقاله‌ها همان‌گونه که درباره ارتباط مفاهیم بحث می‌کنند، باید یک توضیح منطقی نیز درباره آن ارتباط نیز بدهند. از آنجا که این توضیح، منطق ارتباط میان مفاهیم را به تصویر می‌کشد، برای ساخت تئوری حیاتی است (کینگ و لپاک، ۲۰۱۱).

در تلاش برای تحلیل اینکه چه عناصری یک استدلال خوب را می‌سازند، (هیرش‌هایم، ۲۰۰۸) چارچوبی ایجاد کرد که ابتدا توسط فیلسوف بریتانیایی (تولمین، ۱۹۵۸) و بر اساس این استدلال طرح شد که سه عنصر ضروری وجود دارند: ادعاها، زمینه‌ها و حکم‌ها. «ادعاها» به بیانیه‌های صریح یا تزهایی اشاره دارند که از خواننده می‌خواهد به عنوان واقعیت بپذیرد، یعنی نتایج تحقیق. «زمینه» مستندات و استدلال‌هایی است که برای پشتیبانی از ادعا و برای متقاعد کردن خواننده استفاده می‌شوند. در مقاله‌های مفهومی این مستندات به جای داده‌های اولیه، از مطالعات گذشته استخراج می‌شوند. سرانجام «حکم‌ها» فرضیات زیربنایی یا پیش‌فرضی هستند که زمینه را به ادعا مرتبط می‌کنند. احکام اغلب عقایدی هستند که تلویحاً درون یک حوزه پژوهشی پذیرفته شده‌اند، برای مثال فرض اینکه سازمان‌ها در پی رضایت مشتری هستند. در

کرده و تعیین کند (کروپانزانو، ۲۰۰۹). برای مثال (بکر و یاکولا، ۲۰۲۰) در مرور خود از مفهوم‌پردازی تجربه‌مشتی در ادبیات رشته‌های مختلف، مکمل بودن فرضیات و عناصر گوناگون را تحلیل کردند و به یک دیدگاه یکپارچه که می‌تواند در خلال زمینه‌ها و شرایط مختلف تعمیم یابد، رسیدند. در زمینه‌هایی که پژوهش به بلوغ بیشتری رسیده است، ترکیب تئوری می‌تواند به شناسایی شکاف‌های موجود در پژوهش حاضر کمک کند که این امر اغلب هدف مرور نظام‌مند ادبیات است. با این حال شناسایی شکاف به ندرت منبع کافی برای دانش‌افزایی است زیرا هدف اصلی یک مقاله مفهومی باید پیشبرد درک نظری فعلی درباره مفهوم یا پدیده مورد مطالعه باشد. یک مقاله ترکیب تئوری شکلی از نظریه‌پردازی را نشان می‌دهد که بر استدلال روایی تأکید دارد و به جای اینکه در پی سازوکارهای علی خاص باشد، درصد برده‌برداری از الگوها و ارتباطات «تصویر بزرگ» است (دیلبلریدج و فیس، ۲۰۱۳).

اگرچه گاهی اوقات مرز باریکی بین ترکیب تئوری و ادبیات تحقیق وجود دارد ولی این دو از هم کاملاً متمایزند. در حالی که یک مرور ادبیات خوب و دقیق بینش‌های ارزشمندی را برای توسعه دادن رشته، یا گستره آن یا غنای آن به همراه می‌آورد ولی در مرزهای موجود مفهومی یا تئوریک میماند و دانش حاضر را توصیف می‌کند به جای آنکه فراتر از آن را بنگرد؛ از سوی دیگر مرور ادبیات برای مقاله مفهومی یک ابزار ضروری است ولی هدف اصلی نیست. تمایز دیگر این است که در یک مقاله ترکیب نظری، نقش ادبیات تحقیق از هم باز کردن اجزای یک پدیده یا مفهوم است و گاه باید عناصر گنگ و نامتقارن را کاهش دهد. فقدان انعطاف‌هنگامی ایجاد می‌شود که نویسندگان تلاش کنند ایده‌های مجزای پژوهشی را با ضرب و زور و ضربه چکش به هم در قالب یک سری «خرده مرور ادبیات» به هم بچسبانند به جای اینکه به آن‌ها به عنوان یک موضوع مفهومی منحصر به فرد توجه کنند (کروپانزانو، ۲۰۰۹). برای مثال یک ادبیات تحقیق که در پی یکپارچه کردن دیدگاه‌های تحقیق چندگانه است، ممکن است صرفاً فصل‌های متنوع را کنار هم بگذارد و بگوید که هر یک از آن‌ها درباره این مفهوم چه می‌گویند. اساساً دیدگاه‌های متنوع پژوهشی ساختارها و مناسبات متنوعی را به کار می‌گیرند یا عناصر مفهومی را در شیوه‌های مشخص دسته‌بندی می‌کنند. یکپارچگی و ترکیب نیازمند این است که پژوهش‌گر اجزای سازنده‌ای که دیدگاه‌های مختلف برای مفهوم‌پردازی یک پدیده استفاده می‌کنند را توضیح دهد و زیربنای مفهومی را منفک کرده و روشن سازد و به زمینه‌های مشترکی که در ساخت یک مفهوم‌سازی جدید و پیشرفته کمک می‌کند توجه کند.

شده است، چگونه هر یک از این انواع پژوهش‌ها، استدلال ساختاردهی شده و توسعه یافته‌ای را ارائه کرده‌اند. این نوع‌شناسی چهارگانه از تحلیل کردن هدف، ساختاردهی و منطق استدلال مقاله‌های گوناگونی که در نشریات علمی سطح بالا منتشر شده است، حاصل شده‌اند. باید گفت که این لیست کامل نیست و بدون شک سایر پژوهش‌گران می‌توانند دیدگاه‌های متنوعی را ارائه دهند. با این حال، طرح ارائه شده در این مقاله می‌تواند الهام بخش پژوهش‌گران برای کشف و روشن‌سازی رویکرد به پژوهش‌های مفهومی باشد و چه بسی به تدوین رویکردی جایگزین نیز بیانجامد. باید در نظر داشت که هدف یک مقاله مفهومی می‌تواند در انواع پژوهش‌های آکادمیک متفاوت باشد. (جدول ۲) برخی از اهداف احتمالی هر یک از انواع پیشنهادی را معرفی می‌کند. البته این اهداف مانع‌الجمع نیستند و غالباً می‌توان آن‌ها را با هم ترکیب کرد.

ترکیب تئوری

یک پژوهش مبتنی بر ترکیب تئوری تلاش دارد میان تئوری‌های مختلف یا جریان‌های متنوع پژوهش‌های گذشته، یکپارچگی مفهومی ایجاد کند. چنین مقاله‌هایی با ارتباط دادن قطعه‌های پیشتر نامرتب یا ناسازگار با هم در قالبی جدید، دیدگاهی جدید یا توسعه یافته از یک مفهوم یا پدیده را ارائه می‌دهند. این نوع مقالات مفهومی از طریق تلخیص و یکپارچه ساختن دانش موجود درباره یک مفهوم یا پدیده، دانش‌افزایی علمی ایجاد می‌کنند. برطبق نظر (مک‌اینیس، ۲۰۱۱) تلخیص به محققان کمک می‌کند تا بتوانند از طریق محدود کردن، راحت‌فهم کردن و کاهش دادن آنچه که از یک کلیت می‌دانیم، جنگل را از درختان تشخیص بدهند. یکپارچه کردن نیز محققان را قادر می‌سازد که یک مفهوم یا پدیده را در شکلی جدید از طریق تغییر شکل تئوری‌ها و یافته‌های قدیمی در قالب یک دیدگاه با نظم بالاتر جدید ببینند که پدیده‌هایی را که پیشتر متمایز از هم دیده می‌شدند به هم ربط بدهند (مک‌اینیس، ۲۰۱۱). برای مثال، یک مقاله ترکیب تئوری ممکن است یک پدیده جدید یا غیرساختاری را ترسیم کند که پیشتر به شکل پراکنده و غیر یکپارچه در رشته‌ها یا حوزه‌های متفاوت بررسی شده بود. چنین مقالاتی می‌توانند با توصیف اینکه چگونه عناصر از هم پراکنده یک کل منسجم را شکل می‌دهند، زیربنای مفهومی لازم برای یک تئوری نوپدید را ایجاد کرده یا یافته‌های پژوهشی متعارض با هم را توضیح دهند.

این نوع تلخیص به طور ویژه هنگامی مفید است که پژوهش درباره یک موضوع خاص، در ادبیات رشته‌های مختلف پراکنده شده باشد و کمک می‌کند که مشترکاتی که انسجام می‌بخشند را شناسایی

توسعه‌های تجربی خاص یا دیدگاه‌های برگرفته از جریان‌های ادبیاتی سایر رشته‌ها به طور ناکافی و متعارضی مفهوم‌سازی دانش موجود را مفهوم‌سازی می‌کند؛ در این صورت یک پیکره‌بندی جدید یا تغییر دیدگاه و گستره نیاز است تا تئوری‌ها و مفاهیم را بهتر با اهداف آن همراستا سازد یا ناهماهنگی‌ها را اصلاح کند. اساساً پژوهش‌گر از تئوری دیگری استفاده می‌کند که برای هدایت این تغییر مناسب است. دانش‌افزایی نظری این نوع مقالات غالباً در حوزه و دامنه‌ای که مفهوم محوری متعلق به آن است، قرار دارد. نقطه آغاز یک پژوهش مبتنی بر سازگارسازی تئوری، خود تئوری یا مفهوم مورد علاقه است (تئوری حوزه). سایر تئوری‌ها به عنوان ابزار، یا تئوری‌های روش استفاده می‌شوند (لوککا و ویناری، ۲۰۱۴) تا یک چارچوب مرجع جایگزین برای تنظیم یا توسعه حوزه مفهومی فراهم کنند. یک «روش» سازگارسازی، تغییر در سطح تحلیل است: برای مثال (الکساندر و همکاران، ۲۰۱۸) بینش‌های جدیدی برای تأثیر سازمان‌ها بر درگیرسازی مشتری از طریق تغییر از سطح خرد روابط مشتری - که دیدگاه مسلط در این حوزه است - به سطح سازمانی و کلان فراهم کردند که این بینش جدید با فرایند تمرکزهای رفت و برگشتی (چندلر و وارگو، ۲۰۱۱) سازگار شده است. یک دیدگاه دیگر استفاده از یک تئوری مسلط برای کشف جنبه‌های جدید تئوری حوزه است (یاداوا، ۲۰۱۰). به عنوان یک نمونه از این نوع طراحی، (برودی و همکاران، ۲۰۱۹) اهمیت نظری و عملی توسعه دامنه پژوهش‌های درگیرسازی را به دو شیوه مطرح کردند: از یک تمرکز بر مشتریان به سوی یک طیف وسیع بازیگران؛ و از یک رابطه دوگانه شرکت - مشتری به سوی شبکه. یک پژوهش مبتنی بر سازگارسازی تئوریک، علاوه بر اینکه نیاز به گسترش تئوری یا لزوم تغییر مشخص در تمرکز آن را توجیه می‌کند، باید نشان دهد که تئوری روش انتخاب شده بهترین گزینه ممکن است. برای مثال، (برودی و همکاران، ۲۰۱۹) شرح استفاده خود از منطق خدمت-محور را برای توسعه حوزه مفهومی پژوهش درگیرسازی چنین شرح دادند که لنزی برای درک تعامل بازیگر با بازیگر در شبکه‌ها ارائه می‌دهد. به همین ترتیب، (هیلبراند و همکاران، ۲۰۱۵) از چندین تئوری برای بازنگری و تصحیح دیدگاه‌های موجود در زمینه بازاریابی ذینفعان استفاده کردند و نشان دادند که شبکه ذینفعان یک پیوستار است و نه یک مفهوم ناپیوسته. آن‌ها شرح دادند که چنین تصویری یک درک دقیق‌تر از ویژگی‌های بازارها را از طریق یک تبادل ارزش پیچیده و کنترل پراکنده ممکن می‌کند.

یک مقاله ترکیب تئوری می‌تواند درک ما از یک مفهوم نسبتاً جدید یا پدیده تجربی را افزایش دهد. برای مثال (لمون و ورهوف، ۲۰۱۶) با تلخیص زیربنای مفهومی و مفهوم‌سازی سفر مشتری، یک دیدگاه جدید یکپارچه تولید کردند. آن‌ها با استفاده از فرایند خرید مشتری، پدیده سفر را چارچوب‌بندی کردند و پژوهش خود را درون یک تصویر بزرگ سازماندهی کردند. در نمونه‌ای دیگر، (مولر، ۲۰۱۳) با طرح اینکه دانش موجود در زمینه بازاریابی رابطه‌ای و شبکه کسب‌وکار پراکنده و غیر جهت‌مند هستند، با ابداع یک لنز فرا نظری، یک نقشه تفصیلی از تئوری ساخت که تئوری‌های حوزه‌ای مختلف را به هم نزدیک کرده و دو تئوری جدید میان برد توسعه داد.

نهایتاً اینکه، یک مقاله ترکیب تئوری می‌تواند مجموعه گسترده‌ای از تئوری‌ها و پدیده‌ها را زیر یک چتر تئوریک جدید گرد هم آورد. یک مثال خوب اثر ماندگار (وارگو و لوش، ۲۰۰۴) است که با ارائه یک روایت یکپارچه کننده جدید، عناصر کلیدی را از حوزه‌های متنوع همچون بازاریابی، بازاریابی رابطه‌ای، مدیریت شبکه و مدیریت ارزش کنار هم گذاشت تا چارچوب ساده‌تری برای منطق خدمت‌گرایی تدوین کند. برای انجام چنین امری آن‌ها بر تئوری منبع‌گرا، تئوری ساختاری و تئوری نهادی به عنوان تئوری‌های روش تکیه کردند تا مفاهیم و موضوعات ادبیات میان برد را سازمان‌دهی و ترکیب کنند (برای مثال وارگو و لورش، ۲۰۰۴ و ۲۰۱۶). در حالی که پژوهش‌های موجود بنیانی برای یک چارچوب جدید ایجاد کردند، مفاهیم حاضر چنان به خوبی در قالب محتویات تفکیک شده‌اند که یکپارچگی حاصله، در مقایسه با تلخیص مفاهیم موجود، به نوبه خود یک دیدگاه تئوریک جدید شده است.

سازگارسازی تئوری

مقاله‌هایی که بر سازگارسازی تئوری تمرکز دارند در پی تصحیح یک تئوری موجود از طریق استفاده از سایر تئوری‌ها هستند. در حالی که پژوهش‌های تجربی به طور میدانی برخی از عناصر تئوری را در یک بستر فرضی توسعه می‌دهند، تلاش‌هایی که برپایه سازگارسازی تئوری صورت می‌گیرند در پی تغییری سریع‌تر در دیدگاه‌ها هستند. پژوهش‌های سازگارسازی تئوری در پی دانش‌افزایی نظری از طریق «بازنگری و تصحیح» دانش موجود هستند، که این دانش‌افزایی از طریق شناسایی چارچوب‌های مرجع جایگزین برای پیشنهاد یک دیدگاه نوین روی یک مفهوم‌سازی موجود صورت می‌گیرد (مک اینیس، ۲۰۱۱). از این رو نقطه شروع چنین مقاله‌هایی شناسایی مشکل یک تئوری یا مفهوم مشخص است. مثلاً ممکن است نویسندگانی براین باور باشند که برخی

نوع‌شناسی

پژوهش نوع‌شناسی گونه‌های مفهومی را به عنوان انواع متمایز دسته‌بندی می‌کند. هدف آن توسعه یک دسته‌بندی است که ماهیت فازی بسیاری از موضوعات را به شکل منطقی و با ترکیب علی‌سازه‌های متفاوت در یک مجموعه از انواع منسجم و تبیین‌گر، تشریح می‌کند (کورنلیسن، ۲۰۱۷). یک پژوهش نوع‌شناسی از طریق شناسایی دقیق و توضیح ابعاد کلیدی که گونه‌های مختلف را متنوع می‌سازد، درک دقیق‌تر و متنوع‌تری از یک پدیده یا مفهوم ارائه می‌دهد.

پژوهش‌های نوع‌شناسی از طریق تفاوت قائل شدن، اعم از تمایز، شناخت ابعاد، یا دسته‌بندی دانش موجود از یک پدیده، سازه یا تئوری مورد بررسی در دانش مشارکت می‌کند (مک‌اینیس، ۲۰۱۱). پژوهش‌های نوع‌شناسی، پیچیدگی را کاهش داده (فیس، ۲۰۱۱) و تنوع گونه‌های یک پدیده را نشان می‌دهند؛ و از این رو با سازمان‌دهی شبکه‌های پیچیده‌ای از مفاهیم و روابط، پیامدهای متفاوت آن‌ها، نمودها یا تأثیرات آن‌ها را شناسایی کرده و به این ترتیب به دانش کمک می‌کنند (مک‌اینیس، ۲۰۱۱). پژوهش‌های نوع‌شناسی همچنین از طریق دسته‌بندی ابعاد یا ویژگی‌های نظری به عنوان نمایه‌های متمایزی که هماهنگی برای پژوهش‌های تجربی را فراهم می‌کنند، یک دیدگاه چندبعدی در زمینه پدیده هدف ارائه می‌دهند (کورنلیسون، ۲۰۱۷). برای مثال، نوع‌شناسی‌های کلاسیک ارائه شده توسط (میلز و مارگولیس، ۱۹۸۰) و (لاولاک، ۱۹۸۳)، مفهوم خدمات را به دسته‌هایی تخصیص داده‌اند که جنبه‌های مختلفی از روابط بین مشتریان و سازمان‌های خدماتی را بازتاب می‌دهد و پیش‌بینی رفتار سازمانی و کنش‌های بازاریابی را تسهیل می‌کند. این نوع‌شناسی‌های تئوریک کاربردهای متنوع تجربی را به همراه دارند.

نقطه شروع معمول برای یک مقاله نوع‌شناسانه، شناسایی یک حوزه تحقیق مهم ولی پراکنده است که با بازنمود یک مفهوم یا یافته‌های نامنسجم در رابطه با پیشران‌ها و نتایج مشخص شده است. پژوهش‌گر دانش مربوط به حوزه مرکزی را گردآورده و سپس آن را برای شناخت انواع ویژگی‌های مشخص یک مفهوم یا پدیده سازمان‌دهی می‌کند. برای مثال، بعد از کشف رویکردهای متفاوت به نوآوری خدمات، (هلکولا و همکاران، ۲۰۱۸) یک نوع‌شناسی مبتنی بر چهار آرکناپ ارائه دادند. آن‌ها مطرح کردند که اختلاف موجود در پژوهش‌های گذشته می‌تواند توسط تمایزهای رویکردهای نظری تشریح شود و هر نوع کاربردهای ویژه‌ای برای ایجاد ارزش دارد.

ابعاد یک نوع‌شناسی می‌توانند از طریق به کارگیری یک تئوری

دیگر (برای مثال تئوری روش) که توضیح منطقی برای چرایی تفاوت موجود و مرتبط بودن آن‌ها را فراهم می‌کند، از هم متمایز شوند. برای مثال برای تشریح مرزهای یکپارچگی منبع، (دونگ و سیواکومار، ۲۰۱۷) با استفاده از ابعادی که توسط نظریه منبع محور استخراج کرده بودند، یک نوع‌شناسی از مشارکت مشتریان ایجاد کردند تا بتواند سوالات بنیادین مربوط به اینکه آیا گزینه‌ای برای اینکه چه کسی یک وظیفه را انجام دهد و کدام وظیفه انجام شود پاسخ دهند (کوزلنکووا و همکاران، ۲۰۱۴).

(اسنو و کتچن، ۲۰۱۴) مطرح کردند که پژوهش‌های نوع‌شناسی باکیفیت چیزی بیش از دسته‌بندی ساده هستند. یک نوع‌شناسی در واقع رابطه میان سازه‌ها را تبیین می‌کند و پیش‌بینی‌های قابل آزمون را ممکن می‌کند (برای مثال داتی و گلیک، ۱۹۹۴). در این راستا، یک پژوهش نوع‌شناسی ممکن است چندین رابطه را برای یک زمینه خاص پیشنهاد دهد (فیس، ۲۰۱۱). در حالیکه یک پژوهش نوع‌شناسی درک از یک پدیده را از طریق ترسیم دقیق گونه‌های کلیدی آن بهبود می‌بخشد، می‌تواند به دلیل ویژگی تبیین‌گر خود از پژوهش‌های ترکیب تئوری یا سازگارسازی تئوری متمایز دانسته شود. به این دلیل وجودی نوع‌شناسی گفته می‌شود یعنی انواع همیشه چیزی را توضیح می‌دهند و ابعادی که انواع را تشخیص می‌دهند، پیشران‌ها، نتایج یا اقتضائات هر گونه خاص یک پدیده را شناسایی می‌کنند. پژوهش‌های نوع‌شناسی از طریق همساز کردن روابط علی نامتقارن، سبب تسهیل توسعه مباحث مرتبط با پیکره‌بندی فراتر از همبستگی‌های ساده می‌شوند (فیس، ۲۰۱۱).

مدل‌سازی

یک مقاله مدل‌سازی در پی ساخت یک چارچوب نظری است که روابط میان مفاهیم را شناسایی می‌کند. یک مدل مفهومی یک هویت را تشریح می‌کند و مواردی که باید در مطالعه توصیف شوند را شناسایی می‌کنند؛ همچنین می‌تواند یک رویداد، شی، یا فرایند را تبیین کرده و تشریح کند که چگونه توسط افشای پیشایندها، نتایج و اقتضائات مرتبط با سازه‌های مرکزی کار می‌کند (مردیث، ۱۹۹۳؛ مک‌اینیس، ۲۰۱۱). این امر به طور متعارف شامل شکلی از نظریه‌پردازی می‌شود که در پی ایجاد یک شبکه قواعد حول مفهوم محوری است و یک رویکرد رسمی تحلیلی برای تبیین و ترسیم جزئی روابط علی و مکانیک‌های اجرایی را به کار می‌گیرد (دلبرج و فیس، ۲۰۱۳). یک پژوهش مدل‌سازی، ارتباطات پیشتر شناسایی نشده میان سازه‌ها را شناسایی می‌کند، سازه‌های جدید را شناسایی می‌کند یا توضیح می‌دهد که چرا عناصر یک فرایند به یک نتیجه خاص منجر می‌شوند (کورنلیسن، ۲۰۱۷، فولمر، ۲۰۱۲).

استفاده از خود این توانایی، ضعف‌های مجموعه تلاش‌های مرتبط با آن بحث را نیز روشن می‌کنند. بر اساس نظر (کورنلیسن، ۲۰۱۷)، هنگام طرح گزاره‌ها، که نیرویی هستند که منجر به اثر یا نتیجه خاصی می‌شوند، پژوهش‌گران باید «عامل علی» را در هر رابطه پیشنهاد شده با شفافیت بیان کنند. از این رو توجیه دقیق نظریه‌های انتخابی و نحوه استدلال از طریق تئوری‌ها، در برجسته کردن و شفاف سازی مباحثی که داوران یا خوانندگان را متقاعد می‌کند، نقش محوری دارد.

نتیجه‌گیری

این مقاله با ارائه انواع طراحی تحقیق، ملاحظات روش‌شناسی را در مقاله‌های مفهومی بررسی کرده است، با این امید که پژوهش‌گران را تشویق کند که به طور نقادانه‌ای مقاله‌های مفهومی را ارزیابی کرده و توسعه دهند. نویسندگان مقالات مفهومی باید به این سؤال‌ها پاسخ دهند که منطق ایجاد دانش جدید چیست، چرا منابع اطلاعاتی خاصی انتخاب می‌شوند، چگونه این اطلاعات تحلیل می‌شوند، و هر تئوری چه نقش‌هایی ایفا می‌کند. ارزیابی مقاله‌های مفهومی برای داوران نیز کاری دشوار است زیرا شیوه‌نامه‌های ارزیابی پژوهش‌های تجربی که عموماً در مجلات به کار گرفته می‌شوند به ندرت به کار ارزیابی کارهای غیرتجربی می‌آیند. بنابراین از طریق این سؤال‌ها داوران و ارزیابان می‌توانند ارزیابی کنند که آیا طراحی تحقیق یک مقاله یا پایان‌نامه به طور دقیقی صورت گرفته و به خوبی به خواننده منتقل شده است یا خیر. این پژوهش ابتدا چهار نوع مقاله مفهومی شامل ترکیب تئوری، سازگاری تئوری، نوع‌شناسی و مدل‌سازی را معرفی کرد و سپس اهداف، روش‌های استفاده از تئوری و دانش‌افزایی نظری بالقوه هر یک از آن‌ها را تبیین نمود. این چهار نوع، اگرچه تنها انواع ممکن مقاله مفهومی نیستند، اما قالب‌های اساسی برای طراحی تحقیقات مفهومی هستند و دانش‌افزایی نظری مورد نظر آن را مشخص می‌کنند (مک اینیس، ۲۰۱۱). توجه دقیق به این انواع می‌تواند انتخاب آگاهانه‌تر رویکرد و ساختار یک مقاله مفهومی را تسهیل کند. پژوهش‌گران همچنین می‌توانند ترکیب این انواع را نیز در نظر بگیرند. در بسیاری از موارد، ترکیب دو نوع می‌تواند یک گزینه جذاب باشد. برای مثال، (هلکولا و همکاران، ۲۰۱۸) بعد از دسته‌بندی انواع نوآوری خدمت در شکل زیربنایی مفهومی‌شان [نوع‌شناسی]، یک مفهوم‌سازی نوآوری خدمات را که قوت‌های هر نوع را استخراج کرده و محدودیت‌های آن‌ها را کاهش داده بود ترکیب کردند [ترکیب تئوری]. نوع شناسی‌ها می‌توانند پایه‌ای برای مدل‌ها فراهم کنند و ترکیب

پژوهش مدل‌سازی با ترسیم دقیق یک پدیده به دانش پیشین می‌افزاید: هدف آن «جزئی کردن، نمودار کشیدن، توصیف کردن، یا تصویر یک هویت و رابطه آن با سایر هویت‌هاست» (مک اینیس، ۲۰۱۱). در یک مقاله مفهومی، گستره خلاق توسط محدودیت‌های مرتبط با داده‌ها از قید و بند رها می‌شود و به پژوهش‌گران اجازه می‌دهد تا پدیده‌های در حال ظهور را در شرایطی که داده‌های تجربی کمی در دسترسند، کشف و مدل‌سازی کنند (یادا، ۲۰۱۰). پژوهش مدل‌سازی به طور معمول از طریق فراهم کردن یک نقشه راه برای درک هویت تحت بررسی مشارکت نظری می‌کند، شامل تشریح دقیق مفهوم محوری، چگونگی تغییر آن، فرایندهایی که اجرا می‌کند، یا شرایط میانجی که می‌تواند بر آن تأثیر بگذارد (مک اینیس، ۲۰۱۱).

یک پژوهش مدل عموماً با یک سازه یا پدیده محوری شروع می‌شود که توضیح بیشتر را امکان‌پذیر می‌سازد. برای مثال (هوانگ و راست، ۲۰۱۸) در پی توضیح فرایند و مکانیزمی بودند که هوش مصنوعی جایگزین انسان‌ها در مشاغل خدماتی می‌شوند. آن‌ها ادبیات تحقیقی را به کار گرفتند که متغیرهای کلیدی مرتبط با پدیده هدف را در بر می‌گرفت؛ شامل پژوهش در حوزه خدمات که بر پدیده محوری نور می‌افکند و خدمات فناوری محور و پژوهش‌های میان رشته‌ای تأثیر احتمالی هوش مصنوعی بر نیروی انسانی را مورد بحث قرار می‌داد. از طریق ترکیب این مجموعه ادبیات پژوهش، آن‌ها چهار نوع هوش را شناسایی کردند و سپس یک تئوری ساختند که می‌توانست تأثیر هوش مصنوعی روی نیروی انسانی خدماتی را پیش‌بینی کند. تئوری حاصله شامل یک استدلال رسمی بود که توسط ادبیات تحقیق رشته‌های مختلف و کاربردهای واقعی پشتیبانی شد (هوانگ و راست، ۲۰۱۸). به عبارت دیگر، پژوهش‌گران تئوری‌های روش و استدلال قیاسی را به کار می‌گیرند تا روابط میان گونه‌های کلیدی را با استفاده از نظریه‌های در حال استفاده تشریح کنند (مک اینیس، ۲۰۱۱).

پژوهش‌های مدل‌سازی عموماً مباحث را یا در قالب یک شکل که سازه‌ها را تصویر می‌کند خلاصه می‌کنند یا به عنوان مجموعه‌ای از گزاره‌های رسمی ارائه می‌دهند که از چارچوب‌های مفهومی استخراج شده‌اند (مردیث، ۱۹۹۳). برای مثال (پین و همکاران، ۲۰۱۷) تئوری منبع محور را برای توسعه یک مدل مفهومی از پیش‌آیندها و نتایج حاصل از ارزش پیشنهادی به مشتری به کار گرفتند. در حالی که تصویرها و گزاره‌هایی از این نوع به خواننده کمک می‌کند تا پیام اصلی مقاله را هضم کند، (دلیبریج و فیس، ۲۰۱۳) اشاره کردند که این امر می‌تواند یک شمشیر دولبه باشد. گزاره‌ها در بهترین حالت خود، عصاره یک بحث را به شکل دقیق و راحت فهمی استخراج می‌کنند اما با

دقیق و امانت‌دارانه و در عین حال روان و قابل فهم به زبان فارسی. امیدوارم مطالعه این مقاله سبب شود که با انجام مطالعات مفهومی، پژوهش‌های تجربی و میدانی که تا کنون در کشور انجام شده‌اند به خوبی مورد تحلیل نظری قرار گیرند و در فرایند تئوری‌پردازی مورد استفاده قرار گیرند. پیشنهاد می‌کنم انجام پژوهش‌های مفهومی در سطح پایان‌نامه‌های ارشد و به عنوان بخشی از پایان‌نامه‌های دکتری مورد توجه قرار گیرند. همچنین به طور خاص برای دانشجویان و پژوهش‌گران رشته مدیریت رسانه توصیه می‌کنم که نظر به سرعت پیشرفت و تغییرات در موضوعات این رشته، با انجام مطالعات مفهومی در قالب سازگاری تئوری به به روزرسانی نظریه‌های رایج با تغییرات جدید بپردازند تا دانش‌افزایی‌های قابل اعتنایی را در این رشته ارائه دهند. در پایان از نشریه وزین مطالعات رسانه‌ای تشکر می‌کنم که در شرایطی که اغلب نشریات علمی از پذیرش انتشار مقاله در قالب ترجمه خودداری کردند، انتشار این مقاله ارزشمند و دانش‌افزا را پذیرفت. امیدوارم نتایج این مقاله در قالب انتشار مقاله‌های مفهومی ارزشمندی در رشته مدیریت رسانه و حوزه‌های وابسته و مرتبط مشاهده شود. داتیس خواجه‌ئیان

می‌تواند به سازگاری تئوری منجر شود.

این مقاله همچنین مسیرهای گوناگونی را که مقاله‌های مفهومی می‌تواند دانش موجود را گسترش دهند نشان داده است. باید مقاله‌های مفهومی را نه فقط به عنوان ابزاری برای ارزیابی وضعیت موجود، بلکه برای ایجاد زمینه‌های جدید در نظر بگیریم. در حالیکه برای انجام تحقیق تجربی زمان لازم است و دامنه تعمیم آن‌ها نیز نسبتاً باریک و محدود است، در سمت مقابل مقاله‌های مفهومی می‌توانند برای افزایش شناخت یک مفهوم یا پدیده در قالب جهش‌های بزرگ، به جای قدم‌های تدریجی، به کار گرفته شوند. برای اینکه هر یک از چنین جهش‌هایی به طور جدی انجام شوند، لازم است بر یک طرح تحقیق مناسب و با دقت ارزیابی شده مبتنی باشند.

نتیجه‌گیری مترجم:

همانطور که نویسنده این مقاله به درستی اشاره کرده است، مقاله‌های مفهومی سهم قبل توجهی در دانش‌افزایی دارند؛ با این حال در کشور ما مقاله‌های مفهومی کمتر بخت پذیرش در نشریات علمی را می‌یابند. در حقیقت در سال‌های گذشته اغلب نشریات علمی کشور روی مقاله‌های پژوهشی یا تجربی تأکید داشته‌اند، یعنی پژوهش‌هایی که داده‌های کیفی یا کمی را جمع‌آوری کرده و تحلیل می‌کنند. چنین تأکیدی از سوی نشریات سبب شده است منابع آموزشی مرتبط با روش تحقیق و تحلیل داده نیز حول این نوع پژوهش‌ها تهیه شوند تا به تقاضای پژوهش‌گران برای انجام پژوهش‌های تجربی پاسخ دهند. به همین ترتیب سردبیران و داوران نشریات نیز با پژوهش‌های میدانی و تجربی آشنا تر هستند و به دستورعمل‌های ارزیابی آشنا تر هستند. از سوی دیگر به مقاله‌هایی که پژوهش‌های قبلی را به عنوان داده جایگزین داده‌های کیفی یا کمی کنند به شکل مناسبی اهمیت داده نشده است و منابع کافی هم برای نحوه انجام صحیح آن‌ها توسط پژوهش‌گران و هم برای ارزیابی مقاله‌های دریافتی توسط داوران و سردبیران نشریات تولید نشده است. با توجه به اهمیت بالای پژوهش‌های مفهومی و خلاء اشاره شده در راهنمای انجام و ارزیابی این پژوهش‌ها، مقاله حاضر را بسیار جذاب و مهم یافتیم و احساس کردیم که یک ترجمه دقیق از این مقاله جدید و باکیفیت می‌تواند به عنوان راهنمای عمل برای پژوهش‌گران از یک سو و به سردبیران و داوران نشریات علمی کشور از سوی دیگر قرار گیرد و به افزایش توجه به این نوع پژوهش‌ها بینجامد. آنچه ملاحظه فرمودید تلاش من بود برای ترجمه تا حد ممکن

جدول ۱ - عناصر طرح تحقیق در مقاله‌های مفهومی

معادل آن در مقاله مفهومی	پژوهش تجربی
انتخاب نظریه‌ها و مفاهیم استفاده شده برای تولید بینش‌های نو	قاب‌بندی نظری
انتخاب نظریه‌ها و مفاهیم تحلیل شده	داده‌ها (منبع، نمونه، روش جمع‌آوری داده)
دیدگاه‌ها، سطوح تحلیل / جمع‌آوری	واحد تحلیل
مفاهیم کلیدی تحلیل شده / توصیف شده یا استفاده شده برای تحلیل / توضیح	متغیرهای مطالعه شده (مستقل/وابسته)
ترجمه پدیده هدف به زبان مفهومی، تعریف مفاهیم کلیدی	عملیاتی کردن، ابزارها، سنجها
رویکرد به یکپارچگی مفاهیم، کیفیت بحث	رویکرد به تحلیل داده

جدول ۲ - انواع معمول طرح تحقیق در مقاله‌های مفهومی

نمونه‌ها	ملاحظات مربوط به طراحی تحقیق	اهداف بالقوه و کاربردها	نوع مقاله
Becker and Jaakkola 2020 White et al. 2019 Lemon and Verhoef 2016 Kozlenkova et al. 2014 Möller 2013 Vargo and Lusch 2004	نقطه شروع: پدیده یا مفهوم انتخاب تئوری یا تئوری‌های حوزه: مرور ادبیاتی که می‌تواند مورد بحث قرار گیرد تا برخی جنبه‌های مفهوم/ پدیده را بررسی کند. انتخاب تئوری روشن: انتخاب تئوری مناسب برای سازماندهی ابعاد کلیدی پدیده.	خلاصه‌سازی و یکپارچه‌سازی فهم فعلی از طریق: * توصیف اجمالی دامنه مفهومی یک ایده یا پدیده جدید؛ * ساختار بندی یک زمینه پراکنده از طریق تحلیل آن توسط یک لنز تئوری مشخص.	ترکیب نظری: ایجاد یکپارچگی مفهومی از طریق دیدگاه‌های نظری متنوع
Brodie et al. 2019 Eckhardt et al. 2019 Alexander et al. 2018 Hartmann et al. 2018 Hillebrand et al. 2015	نقطه شروع: تئوری یا مفهوم. ابزارهای بالقوه سازگاری: تغییر در سطح تحلیل یا استفاده از یک تئوری موجود برای کشف ابعاد جدید تئوری حوزه انتخاب یک تئوری روشن تئوری که در جنبه‌هایی قدرتمند است که تئوری حوزه ضعیف است.	بازنگری در فهم فعلی از طریق: * عارضه‌یابی یک تئوری یا مفهوم فعلی و حل تناقض‌ها و مشکلات شناسایی شده از طریق یک لنز تئوریک جدید؛ * گسترش دامنه کاربرد یک نظریه یا مفهوم موجود از طریق معرفی یک لنز نظری جدید؛ * شناسایی ابعاد جدید یک سازه موجود از طریق معرفی یک لنز نظری جدید.	سازگاری تئوری: ایجاد تغییر در گستره یا دیدگاه یک تئوری موجود از طریق افزودن تئوری‌ها یا دیدگاه‌های دیگر به آن
Helkkula et al. 2018 Dong and Sivakumar 2017 Edvardsson et al. 2012 Lovell 1983 Mills and Margulies 1980	نقطه شروع: پدیده یا تئوری یا مفهوم. ابزارهای بالقوه برای شناسایی دسته‌ها: تکنیک استقرایی دسته‌های موجود در یک تئوری حوزه یا استفاده از یک تئوری متفاوت برای سازماندهی ادبیات مرتبط در زمینه نوع‌ها و دسته‌ها. انتخاب تئوری روشن: تئوری‌ای که تبیین ابعاد کلیدی یا کاربردهای نوع‌شناسی پیشنهادی را ممکن می‌سازد.	تشریح تفاوت‌ها میان انواع یک مفهوم از طریق: * سازماندهی پژوهش‌های پراکنده در قالب اشکال متمایز * شناسایی ابعاد حیاتی یک مفهوم برای آشتی دادن یافته‌های معارض از پژوهش‌های گذشته.	نوع شناسی: دسته‌بندی کردن گونه‌های مختلف مفاهیم در قالب انواع متمایز
Huang and Rust 2018 Payne et al. 2017 De Brentani and Reid 2012 MacInnis and De Mello 2005	نقطه شروع: پدیده یا تئوری/مفهوم. انتخاب تئوری‌های حوزه: مرور ادبیات موجود درباره عناصر کلیدی پدیده یا مفهوم مورد نظر انتخاب تئوری روشن: تئوری که تبیین روابط میان متغیرهای مورد مطالعه را ممکن می‌سازد.	تبیین و پیش‌بینی روابط میان سازه‌ها از طریق: * شناسایی اتصالات جدید میان سازه‌ها؛ * توسعه پیشنهادهای نظری که سازه‌های جدید و یا روابط میان سازه‌ها معرفی می‌کنند * تبیین اینکه چرا ترتیبی از رویدادها به نتیجه خاصی ختم می‌شود.	مدل‌سازی: ساختن یک چارچوب نظری که رابطه میان سازه‌ها را نشان می‌دهد

فهرست منابع

- Delbridge, R. & Fiss, P.C. (2013). "Editors' comments: Styles of theorizing and the social organization of knowledge", *Academy of Management Review*, Vol. 38(3), PP. 325-331.
- Dong, B. & Sivakumar, K. (2017). "Customer participation in services: Domain, scope, and boundaries", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 45(6), PP. 944-965.
- Doty, D.H. & Glick, W.H. (1994). "Typologies as a unique form of theory building: Toward improved understanding and modeling", *Academy of Management Review*, Vol. 19(2), PP. 230-251.
- Eckhardt, G.M., Houston, M.B., Jiang, B., Lambertson, C., Rindfleisch, A. & Zervas, G. (2019). "Marketing in the sharing economy", *Journal of Marketing*, Vol. 83(5), PP. 5-27.
- Edvardsson, B., Kristensson, P., Magnusson, P. & Sundström, E. (2012). "Customer integration within service development-A review of methods and an analysis of insitu and exsitu contributions", *Technovation*, Vol. 32(7-8), PP. 419-429.
- Fiss, P.C. (2011). "Building better causal theories: A fuzzy set approach to typologies in organizational research", *Academy of Management Journal*, Vol. 54, PP. 393-420.
- Flick, U. (2018). "An introduction to qualitative research. London: Sage Publications.
- Fulmer, I.S. (2012). "Editor's comments: The craft of writing theory articles-Variety and similarity in AMR", *Academy of Management Review*, Vol. 37, PP. 327-331.
- Gilson, L.L. & Goldberg, C.B. (2015). "Editors' comment: So, what is a conceptual paper?", *Group & Organization Management*, Vol. 40(2), PP. 127-130.
- Gioia, D. & Pitre, E. (1990). "Multiparadigm perspectives on theory building", *Academy of Management Review*, Vol. 15(4), PP. 584-602.
- Hartmann, N.N., Wieland, H. & Vargo, S.L. (2018). "Converging on a new theoretical foundation for selling", *Journal of*
- Alexander, M. J., Jaakkola, E. & Hollebeek, L.D. (2018). "Zooming out: Actor engagement beyond the dyadic", *Journal of Service Management*, Vol. 29(3), PP. 333-351.
- Alvesson, M. & Sandberg, J. (2011). "Generating research questions through problematization", *Academy of Management Review*, Vol. 36(2), PP. 247-271.
- Becker, L. & Jaakkola, E. (2020). "Customer experience: Fundamental premises and implications for research", *Journal of the Academy of Marketing Science*. Vol. 48, PP. 630-648.
- Brodie, R.J., Fehrer, J.A., Jaakkola, E. & Conduit, J. (2019). "Actor engagement in networks: Defining the conceptual domain", *Journal of Service Research*, Vol. 22(2), PP. 173-188.
- Chandler, J.D. & Vargo, S.L. (2011). "Contextualization and value-in context: How context frames exchange", *Marketing Theory*, Vol. 11(1), PP. 35-49.
- Corley, K.G. & Gioia, D.A. (2011). "Building theory about theory building: What constitutes a theoretical contribution?", *Academy of Management Review*, Vol. 36(1), PP. 12-32.
- Cornelissen, J. (2017). "Editor's comments: Developing propositions, a process model, or a typology? Addressing the challenges of writing theory without a boilerplate", *Academy of Management Review*, Vol. 42(1), PP. 1-9.
- Cropanzano, R. (2009). "Writing nonempirical articles for *Journal of Management*: General thoughts and suggestions", *Journal of Management*, Vol. 35(6), PP. 1304-1311.
- De Brentani, U. & Reid, S.E. (2012). "The fuzzy front-end of discontinuous innovation: Insights for research and management", *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 29(1), PP. 70-87.

- product evaluation and choice”, *Journal of Marketing*, Vol. 69(1), PP. 1-14.
- Meredith, J. (1993). “Theory building through conceptual methods”, *International Journal of Operations & Production Management*, Vol. 13(5), PP. 3-11.
- Miller, D.C. & Salkind, N.J. (2002). “Elements of research design. In *Handbook of research design & social measurement*”, ed. by Miller D.C. & Salkind, J.J. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Mills, P.K. & Margulies, N. (1980). “Toward a core typology of service organizations”, *Academy of Management Review*, Vol. 5(2), PP. 255-266.
- Möller, K. (2013). “Theory map of business marketing: Relationships and networks perspectives”, *Industrial Marketing Management*, Vol. 42(3), PP. 324-335.
- Okhuysen, G. & Bonardi, J. (2011). “The challenges of building theory by combining lenses”, *Academy of Management Review*, Vol. 36(1), PP. 6-11.
- Palmatier, R.W., Houston, M.B. & Hulland, J. (2018). “Review articles: Purpose, process, and structure”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 46(1), PP. 1-5.
- Payne, A., Frow, P. & Eggert, A. (2017). “The customer value proposition: Evolution, development, and application in marketing”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 45(4), PP. 467-489.
- Ragin, C.C. (1994). “Constructing social research”, Thousand Oaks: Pine Forge Press.
- Shepherd, D.A. & Suddaby, R. (2017). “Theory building: A review and integration”, *Journal of Management*, Vol. 43(1), PP. 59-86.
- Snow, C.C. & Ketchen Jr., D.J. (2014). “Typology-driven theorizing: A response to Delbridge and Fiss”, *Academy of Management Review*, Vol. 39(2), PP. 231-233.
- Toulmin, S. (1958). “The uses of argument”, Cambridge: Cambridge University Press.
- Vargo, S.L. & Lusch, R.F. (2004). “Evolving to a new dominant logic for Marketing”, Vol. 82(2), PP. 1-18.
- Helkkula, A., Kowalkowski, C. & Tronvoll, B. (2018). “Archetypes of service innovation: Implications for value cocreation”, *Journal of Service Research*, Vol. 21(3), PP. 284-301.
- Hillebrand, B., Driessen, P.H. & Koll, O. (2015). “Stakeholder marketing: Theoretical foundations and required capabilities”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 43(4), PP. 411-428.
- Hirschheim, R. (2008). “Some guidelines for the critical reviewing of conceptual papers”, *Journal of the Association for Information Systems*, Vol. 9(8), PP. 432-441.
- Huang, M.H. & Rust, R.T. (2018). “Artificial intelligence in service”, *Journal of Service Research*, Vol. 21(2), PP. 155-172.
- King, A.W. & Lepak, D. (2011). “Editors’ comments: Myth busting- What we hear and what we’ve learned about AMR”, *Academy of Management Review*, Vol. 36(2), PP. 207-214.
- Kozlenkova, I.V., Samaha, S.A. & Palmatier, R.W. (2014). “Resource based theory in marketing”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 42(1), PP. 1-21.
- Lemon, K.N. & Verhoef, P.C. (2016). “Understanding customer experience throughout the customer journey”, *Journal of Marketing*, Vol. 80, PP. 69-96.
- Lovelock, C.H. (1983). “Classifying services to gain strategic marketing insights”, *Journal of Marketing*, Vol. 47(3), PP. 9-20.
- Lukka, K. & Vinnari, E. (2014). “Domain theory and method theory in management accounting research”, *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 27(8), PP. 1308-1338.
- MacInnis, D.J. (2011). “A framework for conceptual contributions in marketing”, *Journal of Marketing*, Vol. 75(4), PP. 136-154.
- MacInnis, D.J. & De Mello, G.E. (2005). “The concept of hope and its relevance to

marketing”, *Journal of Marketing*, Vol. 68, PP. 1-17.

Vargo, S.L. & Lusch, R.F. (2016). “Institutions and axioms: An extension and update of service-dominant logic”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 44(1), PP. 5-23.

Webster, J. & Watson, R.T. (2002). “Analyzing the past to prepare for the future: Writing a literature review. *MIS Quarterly*, Vol. 26(2).

White, K., Habib, R. & Hardisty, D.J. (2019). “How to SHIFT consumer behaviors to be more sustainable: A literature review and guiding framework”, *Journal of Marketing*, Vol. 83(3), PP. 22-49.

Yadav, M.S. (2010). “The decline of conceptual articles and implications for knowledge development”, *Journal of Marketing*, Vol. 74(1), PP. 1-19.

Designing conceptual articles: four approaches

Translation: Datis Khajeheian

Abstract

This article is a translation of "designing conceptual articles: four approaches". As a powerful means of theory building, conceptual articles are increasingly called for in marketing academia. However, researchers struggle to design and write non-empirical articles because of the lack of commonly accepted templates to guide their development. The aim of this paper is to highlight methodological considerations for conceptual papers: it is argued that such papers must be grounded in a clear research design, and that the choice of theories and their role in the analysis must be explicated and justified. The paper discusses four potential templates for conceptual papers – Theory Synthesis, Theory Adaptation, Typology, and Model – and their respective aims, approach for using theories, and contribution potential. Supported by illustrative examples, these templates codify some of the tacit knowledge that underpins the design of nonempirical papers and will be of use to anyone undertaking, supervising, or reviewing conceptual research. Theory Synthesis, Theory Adaptation, Typology, and Model – and their respective aims, approach for using theories, and contribution potential. Supported by illustrative examples, these templates codify some of the tacit knowledge that underpins the design of nonempirical papers and will be of use to anyone undertaking, supervising, or reviewing conceptual research.

Key Words: Conceptual research; Theoretical article; Methodology; Research design.