

Hamid Ahmadi *

Mahdi Hussenpour

Mapping the conceptual structure of entrepreneurship knowledge in Iran: A co-word Analysis

Abstract

Purpose: Entrepreneurship means starting and managing a new business that may lead to value creation, employment, and innovation. Entrepreneurship research includes the scientific and promotional activities of researchers in this field to explain, investigate, and analyze various entrepreneurial and economic elements and dimensions related to management and other business issues. The field of entrepreneurship in Iran has also attracted the attention of organizational and individual researchers. The boom in this field has created the need to study the research structure from a conceptual point of view using scientometric techniques. Therefore, in the current research, the research activities of this field are examined in the form of articles to draw a structure to evaluate the concepts and compare it with what has been done at the international level. In the case of this research, seeks to answer these two basic questions: What is happening in the field of entrepreneurship research in Iran? And what conceptual dimensions have researchers paid attention to?

Methodology: This research is of an applied type and has been carried out using scientometric techniques such as (co-word analysis, information clustering and conceptual network analysis). The research tools include scientometric software such as: "Ravar_matrix, Ucinet, NetDraw, and VOSviewer". The research community includes all articles in the field of entrepreneurship in domestic magazines from 1994 to October 2023. (1373-1402).

Findings The findings indicated that in the last two decades, research in the field of entrepreneurship in Iran has grown significantly and many researchers have played a role in its scientific productions. The results related to co-word Analysis showed that more than 3 thousand concepts were mentioned in the research of this field in Iran and the concepts of "organizational entrepreneurship, entrepreneurship education, and innovation" were the most frequent among all concepts. Also, the co-word pairs "entrepreneurship-organization", "entrepreneurship-development" and entrepreneurship-village" had the most co-occurrences. In addition, the concepts of social entrepreneurship, entrepreneurship, and academic entrepreneurship were identified as emerging concepts in research. The results related to clustering showed that the knowledge of this field in Iran consists of 7 main clusters. The first cluster (entrepreneurship related to the organization or organizational entrepreneurship), the second cluster: (expansion and development of entrepreneurship), and the third cluster (academic and knowledge-based respectively. Other clusters, respectively, in the fourth cluster (empowerment of entrepreneurship) are ranked first to third in terms of the number of concepts, entrepreneurship in the community (social entrepreneurship) 11 concepts, the fifth cluster (the role of creativity and innovation and risk-taking in entrepreneurship and businesses) 10 concepts, the sixth cluster (the role of information and communication technology and knowledge-based companies) 10 concepts, and in the sev-

1. Assistant Professor, Department of Knowledge and Information Science, Faculty of Social Sciences, Razi University, Kermanshah, Iran, Iran. (Author Corresponding) hamid_ahmadi@razi.ac.ir
2. Assistant Professor, Department of Management and Entrepreneurship, Razi University, Kermanshah, Iran
E-mail: m.hussenpour@razi.ac.ir

Receive:

.././....

Acceptance:

.././....

Hamid Ahmadi *

Mahdi Ussenpour

1. Assistant Professor , Department of Knowledge and Information Science, Faculty of Social Sciences, Razi University, Kermanshah, Iran, Iran. (Author Corresponding hamid_ahmadi@razi.ac.ir
2. Assistant Professor, Department of anagement and Entrepreneurship, Razi University, Kermanshah, Iran
E-mail: m.husseinpour@razi.ac.ir

Receive:

.././....

Acceptance:

.././....

enth cluster (culture, individual and environmental factors in the field of entrepreneurship (individual entrepreneurship) 7 concepts have been formed. Conceptual network analysis indicates that the concepts of this field have many relationships and the average density of the network is .2671 which means that the network is relatively dense. This number means that about 26% of the connections are formed in the network and somehow the conceptual network of entrepreneurship in Iran is dense. Also, the concepts of "organizational entrepreneurship, innovation, rural entrepreneurship, entrepreneurship development, and entrepreneurship education" have a powerful and high-density network.

Conclusion: Solving the problems of societies depends on the creation of new energies with an entrepreneurial approach. Therefore, the academic sector of the country, as the main base for the production and dissemination of entrepreneurial knowledge, is of special importance in the process of development and progress of research activities in this knowledge-oriented field .Undoubtedly, solving the ever-increasing problems of societies, university education, and the impact of information technology have had an impact on the growth of research in the field of entrepreneurship in Iran. The results of this research provided a big picture of the issues raised in the research of this field. Specifically; According to the articles in this field, the knowledge clusters of entrepreneurship in Iran are not far from what is at the global level, and Iranian researchers have also paid attention to the areas prone to entrepreneurship in their research. Also, according to the density number of the network, it can be concluded that the concepts have an acceptable relationship with each other and there is a kind of conceptual convergence in entrepreneurship research. This research was carried out in response to the research proposal of Khaseh et al. (2017). It is hoped that the officials, curators, and researchers who work for the development of this field will use the results of this research.

Keywords: Entrepreneurship, Co-word analysis, Clustering, Conceptual maps, Scientometrics

ترسیم ساختار مفهومی حوزه دانش کارآفرینی در ایران: تحلیل هم‌واژگانی

حمید احمدی *

مهدی حسین پور

چکیده

هدف: هدف پژوهش حاضر ترسیم و تحلیل ساختار مفهومی دانش حوزه کارآفرینی در ایران است. **روش‌شناسی:** این پژوهش از نوع کاربردی است و با استفاده از فنون علم‌سنجی (تحلیل هم‌واژگانی، خوشه‌بندی اطلاعات و تحلیل شبکه مفهومی) انجام شده است. جامعه پژوهش شامل تمام مقاله‌های حوزه کارآفرینی در مجلات داخلی از سال 1373 تا مهر ماه 1402 است. ابزارهای پژوهش شامل نرم‌افزارهای حوزه علم‌سنجی مانند: «راور ماتریس، یوسی، آی، نت، نت‌دراو، ووس بیور» می‌باشد. **یافته‌ها:** یافته‌ها حاکی از آن است در دو دهه اخیر پژوهش‌های این حوزه رشد چشم‌گیری داشته است و پژوهشگران زیادی در تولیدات علمی آن نقش داشته‌اند. نتایج مربوط به تحلیل هم‌واژگانی نشان داد بیش از 3 هزار مفهوم در حوزه پژوهش‌های کارآفرینی در ایران مطرح شده و مفاهیم "کارآفرینی سازمانی"، "آموزش کارآفرینی" و "نوآوری" بیشترین فراوانی را در بین کلیه مفاهیم داشته است. همچنین زوج‌های مفهومی "کارآفرینی سازمانی- فرهنگ سازمانی"، "کارآفرینی سازمانی- نوآوری"، "کارآفرینی سازمانی- مدیریت دانش"، "نوآوری- خلاقیت" و "کارآفرینی روستایی- توسعه روستایی" بیشترین هم‌رخدادی داشته‌اند. علاوه بر آن، 30 مفهوم مانند "کارآفرینی اجتماعی، کارآفرینی گزایی و کارآفرینی دانشگاهی..." به عنوان مفاهیم نوظهور در پژوهش‌های این حوزه در دهه اخیر شناسایی شدند. نتایج خوشه‌بندی نشان داد دانش این حوزه در ایران از 7 خوشه اصلی تشکیل می‌شود. تجزیه و تحلیل نقشه‌های مفهومی حاکی از آن است مفاهیم این حوزه روابط مفهومی زیادی با هم دارند و تراکم شبکه برابر با عدد ۰.۲۶۷۱ است که شبکه‌ی نسبتاً متراکمی می‌باشد.

نتیجه‌گیری: نتایج این پژوهش تصویر کلانی از مباحث مطرح شده در پژوهش‌ها این حوزه را ارائه داد. به طور خاص؛ مفاهیم و خوشه‌های دانش کارآفرینی در ایران بر اساس مقالات این حوزه با آنچه در سطح جهانی هست، فاصله چندانی ندارد و پژوهشگران ایرانی نیز حوزه‌های مستعد کارآفرینی را در پژوهش‌های خود مورد توجه قرار داده‌اند. همچنین با توجه به عدد تراکم شبکه، مفاهیم در ارتباط قابل قبولی با هم هستند و در پژوهش‌های کارآفرینی نوعی همگرایی مفهومی وجود دارد.

واژگان کلیدی: کارآفرینی، تحلیل هم‌واژگانی، خوشه‌بندی، نقشه‌های مفهومی، علم‌سنجی

1. استادیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران (نویسنده مسئول)
hamid_ahmadi@razi.ac.ir
2. استادیار گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران
m.husseinpour@razi.ac.ir

دریافت: 000/00/00

پذیرش: 000/00/00

مقدمه و بیان مسئله

پیشرفت و توسعه علمی منجر به گسترش دانش، فهم بهتر از جهان و ارتقاء فناوری‌ها می‌شود. معمولاً توسط گروه‌های پژوهشی، دانشمندان و محققان از طریق مطالعات تجربی، تحلیل‌های نظری و فعالیت‌های علمی صورت می‌گیرد. علاوه بر آن، بهبود کیفیت زندگی انسان‌ها را تسهیل می‌بخشد. همچنین دانش، فناوری و روش‌های جدید ایجاد و گسترش می‌یابند (Nichols & Petzold, 2021).

کارآفرینی به معنای شروع و مدیریت یک کسب و کار جدید است که ممکن است به ایجاد ارزش، اشتغال و نوآوری منجر گردد. کسب و کار به فعالیت‌های اقتصادی یا تجاری اشاره دارد که به منظور تولید کالا یا ارائه خدمات به مشتریان و کسب سود و ارزش اقتصادی انجام می‌شود. این فعالیت‌ها ممکن است در ابعاد کوچک مانند کسب و کار خانگی یا در ابعاد بزرگتر مانند یک شرکت چند ملیتی صورت گیرد. از لحاظ تاریخی، توسعه اقتصادی و پیشرفت صنعتی در کشورهای غربی همراه و مستلزم شرکت‌ها و صنایع بزرگ بوده است، از چند دهه قبل بود که به نقش و اهمیت شرکت‌ها، صنایع و کسب و کارهای کوچک در جنبه‌های مهمی از نظام اقتصادی مثل خوداشتغالی پی برده شد و شعار "کوچک زیباست" شوماخر^۱ بر سر زبان‌ها افتاد (نقل در مصلح شیرازی و پوست ور، 1385، 3).

توسعه کارآفرینی به معنای گسترش و تقویت فعالیت‌های کارآفرینانه و کسب و کارهای موجود است و شامل افزایش حجم تولید، ورود به بازارهای جدید، بهبود فرایندها، افزایش نوآوری و خلاقیت و توسعه استراتژی‌های بازاریابی و فروش می‌باشد و معمولاً به منظور ایجاد رشد و پایداری بیشتر در کسب و کار انجام می‌شود (Sreenivasan & Suresh, 2023). کارآفرینی یک حوزه تحقیقاتی دانشگاهی بسیار پویا با رشدی سریع و با پیشینه فکری طولانی است. پژوهشگران با زمینه‌ها و چارچوب‌های نظری متفاوت و با سطوح مختلف به تحلیل و روش‌شناختی این حوزه پرداخته‌اند. اما مسیر و میدان بعدی به کجا می‌رود؟ در پژوهش‌های کارآفرینی چه می‌گذرد؟

پژوهش‌های کارآفرینی شامل فعالیت‌های علمی و ترویجی پژوهشگران در این حوزه جهت تبیین، بررسی و تحلیل عناصر و ابعاد مختلف کارآفرینانه و اقتصادی مرتبط با مدیریت و سایر مسائل کسب و کارها است.

پژوهش‌های کارآفرینی که پیشینه آن به بیش از چهل سال می‌رسد، به عنوان یک حوزه‌ی دانش‌محور مهم مطرح شده است (Landstrom et al., 2012). طی این سال‌ها، این پژوهش‌ها رشد قابل توجهی را طی کرده‌اند و در حال حاضر، علاوه بر پژوهشگران منفردی که در زمینه‌ی کسب و کارهای کوچک مشغول پژوهش هستند، مؤسسات، بخش‌ها و بنیادهایی نیز برای بالا بردن سطح پژوهش در شرکت‌های جدید و با فناوری نوین نیز شکل گرفته و روند این پژوهش‌ها را به صورت حرفه‌ای به پیش می‌برند (Aldric, 2012).

مروری بر مطالعات انجام شده پیرامون کارآفرینی نشان می‌دهد یکی از حوزه‌های مطالعاتی مهم به شمار می‌رود و به نظر اکثر کارشناسان علوم انسانی و اجتماعی یکی از حیاتی‌ترین، مؤثرترین و حتی چالشی‌ترین حوزه‌های دانش‌محور است که ارتباط بسیار گسترده‌ای با سیاست، اقتصاد، صنعت، کشاورزی، فرهنگ و حتی امنیت و غیره دارد. همانگونه تکسیرا^۲ (Teixeira, 2011) معتقد است بازخوانی مطالعات انجام شده پیرامون کارآفرینی نشان می‌دهد این حوزه یکی از حوزه‌های مطالعاتی مهم به شمار می‌رود و به عنوان یکی از حیاتی‌ترین، پویاترین و مرتبط‌ترین مباحث در مدیریتی، اقتصاد علوم منطقه‌ای و سایر علوم اجتماعی ظهور یافته است (نقل در: خاصه و حبیبی، 1397).

حوزه کارآفرینی در ایران نیز مورد توجه پژوهشگران سازمانی و فردی قرار گرفته است. رونق در حوزه کارآفرینی در ایران این نیاز را به وجود آورده است که با استفاده از تکنیک‌های علم‌سنجی ساختار پژوهش‌ها از نقطه نظر مفهومی مورد مطالعه قرار گیرد. تکنیک‌های علم‌سنجی از جمله تحلیل هم‌واژگانی، خوشه‌بندی اطلاعات و ترسیم نقشه‌های علمی و مفهومی این قابلیت را فرا

Schumacher¹
Teixeira²

روی پژوهشگران قرار داده است تا به روشی علمی وضعیت حاکم بر حوزه‌های دانش‌محور را شناسایی و کشف کنند (احمدی و عصاره، 1396).

با عنایت به این که لازمه مدیریت هدفمند علم و دانش، حصول شناخت و ارزیابی مستدلی از وضعیت کنونی یک حوزه علمی است، در این راستا تکنیک‌های علم‌سنجی مختلفی برای مطالعه ساختار حوزه مطالعاتی کارآفرینی می‌تواند مفید باشد. بنابراین ضرورت دارد حوزه‌ی دانش کارآفرینی در ایران، مورد تحلیل و ارزیابی مفهومی واقع شود تا زمینه مدیریت علم و دانش این حوزه در کشور فراهم شود و تصویری جامعی از وضعیت شبکه مفهومی دانش این حوزه در ایران روشن شود. بنا به این ضرورت، در پژوهش حاضر فعالیت‌های پژوهشی این حوزه در قالب مقالات جهت ارزیابی مفاهیم و مقایسه آن با آنچه در سطح بین‌المللی انجام شده است مورد بررسی قرار می‌گیرد. با توجه به مطالب فوق، این پرسش اساسی پیش می‌آید؛ در پژوهش‌های حوزه کارآفرینی در ایران چه می‌گذرد؟ و پژوهشگران تا به امروز چه ابعادی مفهومی از آن مورد توجه قرار داده‌اند؟

پرسش‌های پژوهش

در راستای پرسش اساسی و هدف پژوهش که همان ترسیم ساختار مفهومی حوزه دانش کارآفرینی در ایران است به پرسش‌های فرعی زیر پاسخ داده می‌شود

1. توزیع فراوانی و هم‌رخدادی واژگان¹ در حوزه دانش کارآفرینی در ایران چگونه است؟

2. مفاهیم نوظهور در ادبیات حوزه دانش کارآفرینی در ایران چه مفاهیمی هستند؟

3. نتایج مربوط به تحلیل خوشه‌بندی اطلاعات منجر به شکل‌گیری چه خوشه‌های موضوعی در حوزه دانش کارآفرینی در ایران شده است؟

4. نقشه‌های مفهومی حوزه دانش کارآفرینی در ایران از لحاظ تحلیل شبکه چه ویژگی‌هایی دارند؟

چارچوب نظری

تحلیل و ارزیابی تولیدات علمی حوزه دانش کارآفرینی به واکاوی دقیق کیفی مدارک نیاز دارد. اما ارزیابی‌های کمی نیز به‌ویژه تحلیل‌های علم‌سنجی در این راستا برای ارزیابی این حوزه مفید خواهد بود.

تحلیل هم‌واژگانی² یا هم‌رخدادی واژگان یکی از تکنیک‌های علم‌سنجی است که شامل تجزیه و تحلیل آماری از مقالات و مستندات منتشر شده بر اساس واژه‌های کلیدی می‌باشد (عباسی و همکاران، 1400). هم‌رخدادی کلیدواژه‌ها میزان ارتباط میان یک مجموعه مدارک را نشان می‌دهد و با مقایسه نقشه‌های حاصل در بازه زمانی مشخص، پویایی علم در زمینه مورد مطالعه معلوم می‌شود (Maditati et al., 2018). بررسی واژه‌های مدارک، سال‌هاست به عنوان ابزاری برای تعیین و شناسایی ابعاد حوزه‌های پژوهشی به کار گرفته می‌شود.

خوشه‌بندی نیز به معنای دسته‌بندی اعضای مجموعه بدون نظارت و دخالت است. تکنیک‌های خوشه‌بندی نقش برجسته‌ای در پژوهش‌های علم‌سنجی و کتاب‌سنجی دارند. به عنوان مثال از آن‌ها برای شناسایی گروه‌هایی از انتشارات، نویسندگان یا مجلات مرتبط استفاده می‌شود. تکنیک‌های خوشه‌بندی عمدتاً در زمینه‌هایی مانند آمار، علوم کامپیوتر و علوم شبکه توسعه یافته‌اند (Van Eck & Waltman, 2017). این روش برای کشف پیوند و رابطه میان موضوعات در یک حوزه پژوهشی استفاده می‌شود و از این طریق می‌توان توسعه و پیشرفت آن حوزه از علم را پیگیری نمود.

این نکته محرز است که چنانچه محققان مختلف بر روی موضوعات پژوهشی و مفاهیم یکسانی تمرکز و مطالعه کنند، این انتظار به وجود می‌آید که در طیفی گسترده، واژگان مشابهی را برای مفاهیم مهم و یا مسائل حوزه تخصصی خود به کار برند. یکی از کاربردهای تحلیل هم‌واژگانی متون، کشف الگوهای برجسته و رویدادهای نوظهور و به بیان ساده، شناخت مفاهیم پرکاربرد در یک حوزه علمی است. برای نتیجه گرفتن از این روش، بعد از انتخاب حوزه مورد پژوهش، مراحل به شرح ذیل باید انجام گیرد (احمدی و عصاره، 1396).

گام اول: استخراج مفاهیم یا واژگان از مدارک، برای استخراج مفاهیم از مدارک دو شیوه وجود دارد: شیوه اول، به روش تحلیل محتوا و به صورت دستی و شیوه دوم با روش‌های متن‌کاوی و به صورت خودکار انجام می‌شود. در شیوه اول، واژگان و

Co-occurrence Word¹
analysis Co-word²

زودآیند ویرایش نشده

مفاهیم از عنوان، چکیده، و کلیدواژگان توصیفگر یکجا استخراج می‌شود. در پژوهش حاضر از شیوه متن‌کاوی با روش نیمه خودکار داده‌های مورد نیاز از مدارک (مقالات) حوزه استخراج گردید.

گام دوم: آماده‌سازی و انتخاب نهایی مفاهیم (در این مرحله، معمولاً چهار عمل صورت می‌گیرد شامل یکدست‌سازی واژه‌ها، برچسب‌گذاری، تهیه سیاهه کلمات بازدارنده و انتخاب روش و عملی که به وسیله آن از میان واژه‌های استخراج شده اولیه، مفاهیم یا کلیدواژه‌های مهم انتخاب شود).

گام سوم: ساخت ماتریس هم‌رخدادی واژگان. تحلیل ویژگی‌ها و شاخص‌های ماتریس هم‌رخدادی مهم‌ترین مرحله از تحلیل هم‌رخدادی واژگان است.

گام چهارم: خوشه‌بندی، تحلیل و ترسیم نقشه‌های مفهومی با داده‌های هم‌رخدادی. خوشه‌بندی اطلاعات حوزه و ترسیم نقشه‌های مفهومی یکی از خروجی‌های داده‌های هم‌رخدادی واژگان است. در واقع خوشه‌بندی نوعی رده‌بندی و ایجاد نقشه‌های مفهومی نوعی ترسیم ساختار حوزه تلقی می‌شود.

یافته‌های این نوع تحلیل‌ها برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران بخش‌های مدیریتی در راستای اثربخش تولیدات علمی یاری کرده تا بتواند مسئله علمی را رصد و مدیریت کند (سهیلی و همکاران، 1402).

پیشینه پژوهش

در چند سال اخیر موضوع ظهور و تکامل حوزه کارآفرینی از زوایای مختلف به شیوه‌های علم‌سنجی و تحلیل محتوا مورد پژوهش قرار گرفته است که در ادامه به چند عنوان از پژوهش‌های اخیر داخلی و خارجی اشاره می‌شود:

حیبی و همکاران (1396) در پژوهش خود با عنوان "تحلیل سیر تکامل پژوهش‌های جهانی کارآفرینی با روش علم‌سنجی" از دو فن جدید علم‌سنجی به نام‌های RPYS و RPYS-CO استفاده کردند تا سیر تکاملی و تاریخی پژوهش‌های حوزه کارآفرینی شناسایی شود. یافته‌ها پژوهش آن‌ها نشان داد که در بازه زمانی سال‌های 1700 تا 2016، در مجموع، حوزه کارآفرینی با هجده جهش تاریخی در سال‌های مختلف مواجه بوده است. در این بین، عنوان پر ارجاع‌ترین آثار در بازه‌های زمانی مورد بررسی، به ترتیب به کتاب «ثروت ملل اسمیت^۱»؛ «اصول اقتصاد مارشال^۲» و «نظریه توسعه اقتصادی جوزف شومپتر^۳» متعلق است. نتایج نیز بیان می‌کند فرایند تبادل اطلاعات در سیر تکوین و تکامل حوزه کارآفرینی، عمدتاً از کانال کتاب صورت گرفته است.

خاصه و حیبی (1397) در پژوهش خود با عنوان "ترسیم دو دهه پژوهش جهانی در حوزه کارآفرینی: تحلیل علم‌سنجی" از فنون تحلیل شبکه اجتماعی، تحلیل استنادی و تحلیل هم‌رخدادی استفاده کردند و داده‌های این حوزه را بر اساس پایگاه وب آو ساینس^۴ مورد تحلیل قرار دادند. یافته‌های آن‌ها حاکی از این است که پژوهش‌های کارآفرینی در گذر زمان روندی نسبتاً صعودی داشته‌اند و کلیدواژه‌های «Entrepreneurship, SMEs» و «Innovation» بیشترین فراوانی را در بین کلیه کلیدواژه‌ها داشته‌اند. همچنین حوزه کارآفرینی از هفت خوشه اصلی تشکیل شده است. نتیجه پژوهش نشان می‌دهد ظهور و توسعه وب از دهه 1990 میلادی بر روند رو به رشد پژوهش‌های کارآفرینی تأثیرگذار بوده است.

بختیاری و همکاران (1398) در پژوهشی موضوع آمایش آموزش عالی را با هدف توسعه کارآفرینی دانشگاهی با روش‌های علم‌سنجی مورد پژوهش قرار دادند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد در حوزه آموزش عالی و توسعه کارآفرینی به صورت مستقل تحقیقات متنوعی در جهان انجام شده است اما ارتباط این دو مقوله با یکدیگر در تحقیقات اندکی مورد مطالعه قرار گرفته، که می‌توان گفت این زمینه جزء تحقیقات نوظهور بوده و خلأ تحقیقاتی در این زمینه بسیار چشم‌گیر است.

غفرانی و همکاران (1400) در پژوهش خود با عنوان "علم‌سنجی مدرسه کارآفرین مبتنی بر توسعه نگرش کارآفرینانه" از تکنیک علم‌سنجی، تحلیل هم‌رخدادی واژگان استفاده کردند و نتایج پژوهش آن‌ها نشان می‌دهد در حوزه آموزش کارآفرینی به

¹ Smith's Wealth of Nations

² Marshall Principles of economics

³ Joseph Schumpeter's theory of economic development

⁴ Web of science (WOS)

صورت مستقل تحقیقات متنوعی در جهان انجام شده و سازه‌هایی همچون نگرش، قصد کارآفرینانه، خلاقیت به میزان قابل توجهی مورد توجه محققان قرار گرفته است

دینیزیو (Dionisio, 2019) در پژوهشی سیر تحول پژوهش‌های کارآفرینی اجتماعی با استفاده از تکنیک‌های علم‌سنجی مورد پژوهش قرار داد. وی در پژوهش خود توسعه کارآفرینی اجتماعی را به عنوان یک زمینه نوظهور بر اساس چارچوب گارتنر¹ مورد مطالعه قرار داد. هدف این پژوهش مروری بر وضعیت پژوهش‌های این حوزه برای یافتن موضوعات جدید و شکاف‌های احتمالی است. به‌طور کلی این پژوهش کمک‌های خوبی را از طریق یک تحلیل علم‌سنجی ارائه داد که در ادبیات آن چندان مورد بررسی قرار نگرفته بود

آپاریسیو (Aparicio, 2019) در پژوهشی ساختار مفهومی در مورد آموزش کارآفرینی را مورد پژوهش قرار داد. هدف این مطالعه مروری بر حوزه آموزش کارآفرینی است. در این مطالعه 325 مقاله علمی از سال 1987 تا 2017 مورد بررسی قرار گرفت. تکنیک این پژوهش علم‌سنجی است و یافته‌ها شامل: فعال‌ترین و تأثیرگذارترین مقالات، مجلات و نویسندگان این حوزه است. نتایج حاکی از این است کارآفرینی به عنوان بخشی از یک استراتژی توسعه اقتصادی با دیدگاه آموزش کارآفرین تکامل یافته است. علاوه بر این، مضامین پژوهشی نشان داد که دانش‌آموزان به جای معلمان، عامل اصلی فرآیند آموزشی هستند و همچنین نتایج تحلیل علم‌سنجی، درکی از تکامل تحقیقات آموزش کارآفرینی را با یک مرور کلی از ادبیات مربوطه و نویسندگان آن افزایش داده است.

تان لوک و همکاران (Tan Luc et al., 2022) در پژوهشی حوزه پژوهش‌های کارآفرینی اجتماعی را با استفاده از تحلیل هم-استنادی و هم‌واژگانی به منظور شناخت زمینه‌های مستعد و نقاط اصلی مورد مطالعه قرار دادند. نتایج آن‌ها نشان داد پنج موضوع در کارآفرینی اجتماعی شامل «توسعه مفهوم کارآفرینی اجتماعی، همگرایی اجتماعی، مسائل مربوط به مدیریت در کارآفرینی اجتماعی، شناخت فرصت، انگیزه، قصد و نوآوری اجتماعی در کارآفرینی اجتماعی؛ زمینه‌های نهادی این حوزه را تشکیل می‌دهد. فرناندز و همکاران (Fernandes et al., 2022) در پژوهش خود نقشه موضوعی پلتفرم کارآفرینی دیجیتال را مورد بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد این حوزه به شدت در حال رشد است و چالش‌های آن نیز به‌طور خاص یک پدیده در حال افزایش می‌باشد و شکاف‌های مختلف در ادبیات کارآفرینی دیجیتال وجود دارد. همچنین زمینه اصلی در پژوهش‌های کارآفرینی دیجیتال شامل: عوامل موفقیت، اکوسیستم‌های کارآفرینی دیجیتال، شهرهای هوشمند، اشتراک‌گذاری پلتفرم‌های کارآفرینی و بسترهای دیجیتال می‌باشد.

سرنی‌واسن و سورش (Sreenivasan & Suresh 2023) در پژوهشی حوزه کارآفرینی پایدار را با تکنیک علم‌سنجی با هدف درک چگونگی و توسعه این حوزه مورد مطالعه قرار دادند. یافته‌های این پژوهش نشان داد مفاهیم "شهرها و جوامع پایدار، مصرف و تولید عقلانی و مسئولانه، کار دائم، رشد اقتصادی، نوآوری پایدار، سرمایه‌گذاری تأثیرگذار و صنعت پلاستیک دارای بیشترین فراوانی در پژوهش‌های این حوزه هستند. نتایج آن‌ها حاکی از این است که کارآفرینی پایدار به عنوان نیروی اساسی در پشت تغییرات مثبت اجتماعی، زیست‌محیطی و اقتصادی تکامل یافته است و به یک اولویت فوری در سراسر جهان تبدیل شده است. وو و همکاران (Wu et al., 2023) در پژوهش خود تکامل پژوهش‌های حوزه کارآفرینی را در چین مورد مطالعه قرار دادند. روش پژوهش آن‌ها تحلیل هم‌واژگانی بوده و یافته‌های آن‌ها شامل مفاهیم پربسامد و خوشه‌بندی موضوعی پژوهش‌ها می‌باشد. نتایج آن‌ها نشان داد رشد بازار اقتصادی در چین از پژوهش‌های این حوزه تأثیر مثبت داشته است و خوشه‌های موضوعی افزایش پیدا کرده است. خوشه‌بندی آن‌ها حاکی از شکل‌گیری 8 خوشه موضوعی در پژوهش‌های این حوزه در چین است.

بررسی پیشینه‌ها نشان می‌دهد که بیشتر پژوهش‌های حوزه کارآفرینی با استفاده از روش‌های تحلیل محتوا، تحلیل هم-واژگانی و بعضاً تحلیل استنادی انجام شده است. همچنین در داخل ایران تا به امروز پژوهش کاملی در حوزه کارآفرینی انجام نشده است. به‌طور خاص در پژوهش خاصه و حبیبی (1397) که پژوهش‌های دو دهه حوزه کارآفرینی در خارج از کشور را مطالعه کردند، پیشنهاد داده‌اند پژوهشی مشابه آن در ایران انجام شود و نتایج با هم مقایسه گردد. پژوهش حاضر بر اساس پیشنهاد آن‌ها انجام شده است و نتایج با پژوهش‌هایی که در این حوزه انجام شده است مطابقت داده می‌شود.

¹ Gartner Essential Framework: CRM «Customer Relationship Management» (مدیریت ارتباط با مشتری)

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نوع کاربردی است و با استفاده از فنون علم‌سنجی (تحلیل هم‌واژگانی، خوشه‌بندی اطلاعات و تحلیل شبکه مفهومی) انجام شده است. جامعه مورد مطالعه این پژوهش شامل کلیه مقاله‌های فارسی از سال 1373 تا آذر ماه سال 1402 می‌باشد. برای گردآوری داده‌ها از پایگاه‌های اطلاعاتی مقالات فارسی «پایگاه تخصصی نور، بانک اطلاعات نشریات کشور، پایگاه استنادی جهان اسلام و پایگاه اطلاعات علمی جهاد دانشگاهی»¹ استفاده شد. برای بازیابی مقالات، از تمام راهبرهای جستجو اعم از پیشرفته، ساده و مروری و بعضاً متن‌کاوی نیمه خودکار با کلیدواژه‌های: «کارآفرینی، کارآفرین، کسب و کار، کارآفرینان، کارآفرینانه، بازار کار، شغل، اشتغال» به‌عنوان راهبردهای جستجو برای استخراج مقالات مرتبط استفاده گردید. همچنین محل‌های جستجو شامل عنوان، چکیده اثر، کلیدواژه‌های نویسندگان و متن مقالات مد نظر قرار گرفت. در مرحله اول جستجو، در مجموع تمام پایگاه‌ها، در حدود 4 هزار مقاله بازیابی شد. بعد از استخراج مقالات از طریق روش‌ها و تکنیک‌های موجود در نرم‌افزار word هم‌پوشانی آن‌ها برطرف گردید. به عبارتی، عناوین استخراج شده از هر پایگاه هر کدام با رنگ خاصی مشخص شد. در نهایت با الفبایی کردن، عناوین کنار هم قرار گرفته و در مرحله بعدی عناوین مشابه حذف گردید. در مجموع، به دنبال این جستجوی گسترده، 2638 مدرک که کاملاً مرتبط با دانش کارآفرینی بود برای تجزیه و تحلیل و آماده‌سازی در مراحل بعدی گردآوری شد. اطلاعات کتابشناختی مقالات شامل عنوان، چکیده و کلیدواژگان می‌باشد. تجزیه و تحلیل داده‌ها شامل پاسخ به پرسش‌های پژوهش در چند مرحله است. ماتریس مفاهیم از طریق نرم‌افزار راور² ماتریس انجام شد. در این پژوهش با استفاده از نرم‌افزار «وس ویوئر»³ خوشه‌بندی‌ها صورت گرفت. برای پیش‌پردازش‌های لازم از جمله تبدیل و تغییر فرمت داده‌ها، ترسیم و تحلیل نقشه‌های شبکه مفهومی حوزه، از نرم‌افزارهای «یوسی‌آی‌نت»⁴، «نت دراو»⁵ و «وس ویوئر» استفاده شد. کشف و روابط مفهومی میان مدارک یک حوزه علمی، فرآیندی پیچیده است. لذا نتایج حاصله آن نیز احتیاج به درکی عمیق دارد. این مشکل در اکثر حوزه‌های میان‌رشته‌ای بیشتر دیده می‌شود. بنابراین تجزیه و تحلیل این حوزه از هر دیدگاهی چه از طریق روش‌های ارائه شده در این پژوهش و سایر روش‌های دیگر، از جمله تحلیل محتوا، دارای چالش است اما روند ادامه این نوع پژوهش‌ها که به هدف ارزیابی یک حوزه علمی انجام می‌گیرد در نهایت سبب تقویت و مدیریت آن می‌گردد.

یافته‌های پژوهش

پاسخ به پرسش اول پژوهش. توزیع فراوانی و هم‌رخدادی واژگان در حوزه دانش کارآفرینی در ایران چگونه است؟

یکی از نتایج این پژوهش، توانایی رصد مفاهیم تولید شده مدارک علمی مرتبط با کارآفرینی است. بر این اساس، نتایج این روش بر روی مدارک علمی حوزه کارآفرینی ایران منجر به استخراج مفاهیم یا کلیدواژگان زیادی گردید. در جدول شماره 1 تعداد 50 مفاهیم پربسامد حاصل از این روش به شرح زیر مشاهده می‌شود.

جدول 1. رتبه‌بندی مفاهیم در حوزه دانش کارآفرینی در ایران بر اساس فراوانی

| رتبه | مفاهیم | بسامد | رتبه | مفاهیم | بسامد |
|------|-------------------|-------|------|------------------------------|-------|
| 1 | کارآفرینی سازمانی | 295 | 16 | فرهنگ سازمانی | 36 |
| 2 | آموزش کارآفرینی | 107 | 17 | کارآفرینی دانشگاهی | 35 |
| 3 | نوآوری | 101 | 18 | زنان روستایی | 34 |
| 4 | توسعه کارآفرینی | 95 | 19 | گردشگری روستایی | 31 |
| 5 | کارآفرینی روستایی | 90 | 20 | دانشگاه، گردشگری | 30 |
| 6 | کارآفرینی اجتماعی | 69 | 21 | دانشگاه کارآفرین، ریسک‌پذیری | 29 |

¹ Noormags, Magiran, ISc, (Database Information Scientific (SID)

Ravar_matrix²

VOSviewer_1.6.3³

6 Ucinet⁴

NetDraw 2.110⁵

| | | | | | |
|----|----------------------------|----|----|--|----|
| 7 | خلاقیت | 61 | 22 | توسعه پایدار، روحیه کارآفرینی | 28 |
| 8 | سرمایه اجتماعی | 59 | 23 | کارآفرینی فناورانه، قصد کارآفرینانه | 27 |
| 9 | توسعه | 58 | 24 | کارآفرینی زنان، مدل‌های کارآفرینی | 26 |
| 10 | توسعه روستایی | 56 | 25 | کارآفرینی استراتژیک، برنامه درسی | 25 |
| 11 | کارآفرینان | 52 | 26 | توسعه اقتصادی، فرهنگ کارآفرینی | 24 |
| 12 | اشتغال، اکوسیستم کارآفرینی | 48 | 27 | توانمندسازی، رشد اقتصادی، فرهنگ، فناوری اطلاعات و ارتباطات | 23 |
| 13 | آموزش عالی، مدیریت دانش | 40 | 28 | اقتصاد مقاومتی، زنان، ورزش، | 22 |
| 14 | دانشجو، موانع کارآفرینی | 39 | 29 | کارآفرینی شرکتی، کسب و کار | 21 |
| 15 | آموزش، کارآفرینی گرای | 37 | 30 | عملکرد(کارکرد)، کارآفرینی کشاورزی | 20 |

در جدول فوق، واژگان و مفاهیمی که حداقل 20 بار در مدارک این حوزه بسامد داشته‌اند، آمده است. در این میان، غیر از کلیدواژه یا مفهوم «کارآفرینی» که در اکثر مدارک حضور دارد، مفاهیمی پربسامد دیگر شامل «کارآفرینی سازمانی»، «آموزش کارآفرینی» و «نوآوری» در رتبه‌های اول تا سوم قرار دارند. سایر مفاهیم مورد توجه عبارت‌اند از: توسعه کارآفرینی، کارآفرینی روستایی، کارآفرینی اجتماعی، خلاقیت، سرمایه اجتماعی، توسعه روستایی، کارآفرینان، اشتغال، اکوسیستم کارآفرینی در رتبه‌های بعدی قرار دارند. در مجموع بر اساس تحلیل مفاهیم حوزه تعداد 4350 مفهوم مرتبط با کارآفرینی در پژوهش‌های این حوزه آشکار شده است. در این میان 3267 مفهوم آن فقط یک‌بار رخداد داشته است. همچنین 280 مفهوم بیش از 5 بار بسامد داشته‌اند. زوج‌های برتر هم‌رخدادی مفاهیم جهت روشن شدن زوایای دیگری از ارتباط آنها با هم مورد بررسی قرار گرفت.

زوج‌های برتر هم‌رخدادی مفاهیم

به‌منظور درک بیشتری از ارتباط مفهومی شکل گرفته بین مفاهیم، تعداد 40 مفهوم که دوجه‌دو دارای بیشترین لینک با هم هستند در جدول شماره 2 ارائه شده است. همان‌طور که در جدول نیز مشاهده می‌شود مفهوم «کارآفرینی سازمانی با مفاهیم «فرهنگ سازمانی»، «نوآوری»، «مدیریت دانش» و «سرمایه اجتماعی» دارای لینک‌های قدرتمندی هستند و همچنین مفاهیم «نوآوری با «خلاقیت»، کارآفرینی روستایی با توسعه روستایی ارتباط مفهومی بیشتری دارند. سایر هم‌رخدادی‌های مفاهیم به‌خوبی در جدول دیده می‌شود. آستانه این لینک‌ها از صفر تا 100 در نظر گرفته شده است. به عبارتی هرچه به عدد 100 نزدیک باشند نشان دهنده ارتباط مفهومی قدرتمندی می‌باشند.

جدول 2. توزیع فراوانی 20 زوج هم‌واژگانی

| قدرت لینک | هم‌رخدادی مفاهیم | قدرت لینک | هم‌رخدادی مفاهیم |
|-----------|-----------------------------------|-----------|------------------------------------|
| 18 | آموزش عالی**برنامه درسی | 50 | کارآفرینی سازمانی**فرهنگ سازمانی |
| 16 | کارآفرینی سازمانی**نوآوری سازمانی | 46 | کارآفرینی سازمانی**نوآوری |
| | کارآفرین**خلاقیت | 42 | کارآفرینی سازمانی**مدیریت دانش |
| 14 | آموزش کارآفرینی**قصد کارآفرینی | 34 | کارآفرینی سازمانی**سرمایه اجتماعی |
| | کارآفرینی سازمانی**هوش هیجانی | 31 | نوآوری**خلاقیت |
| | زنان روستایی**موانع کارآفرینی | 30 | کارآفرینی روستایی**توسعه روستایی |
| 14 | اقتصاد روستایی**کارآفرینی روستایی | 24 | کارآفرینی سازمانی**عملکرد سازمانی |
| | دانشگاه**دانشجو | 22 | آموزش عالی**آموزش کارآفرینی |
| | زنان روستایی**کارآفرینی روستایی | 20 | کارآفرینی سازمانی**یادگیری سازمانی |
| | کارآفرینی سازمانی**ساختار سازمانی | 19 | خلاقیت**ریسک‌پذیری |

پاسخ به پرسش دوم پژوهش. مفاهیم نوظهور در ادبیات حوزه دانش کارآفرینی در ایران چه مفاهیمی هستند؟ بنا بر آنچه در تحلیل هم‌واژگانی مفاهیم حوزه کارآفرینی ایران به دست آمد، تقریباً در دهه اخیر مفاهیم جدیدی وارد ادبیات این حوزه شده است. برای رسیدن به این یافته، پژوهش‌های گردآوری شده در سه دسته زمانی تجزیه‌شده و بر اساس آنچه در

دسته اخیر رخ داد مفاهیم جدول 3 آشکار شد. این مفاهیم در حدود سال‌های دهه 90 به بعد در ادبیات مفهومی این حوزه ظاهر شدند.

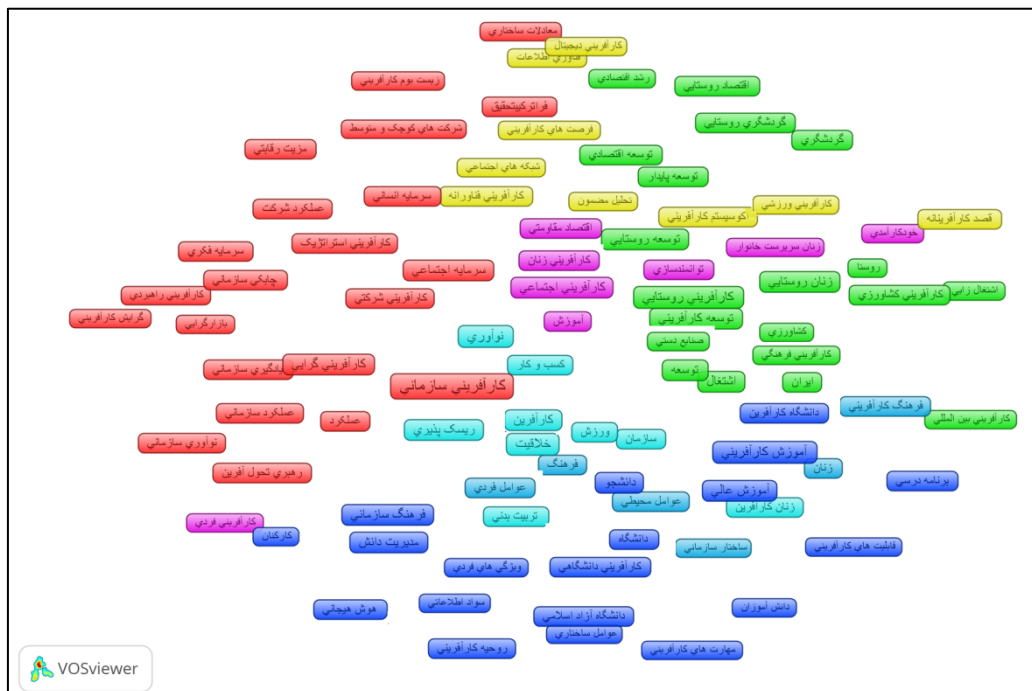
جدول 3. مفاهیم نوظهور در حوزه دانش کارآفرینی در ایران (1390 تا 1402)

| مفاهیم نوظهور | بسامد | مفاهیم نوظهور | بسامد | مفاهیم نوظهور | بسامد |
|---------------------|-------|-----------------------|-------|-------------------|-------|
| کارآفرینی اجتماعی | 69 | گردشگری فرهنگی | 6 | پنجره فرصت | 3 |
| کارآفرینی گرای | 37 | ارزش‌آفرینی | 5 | ابعاد هوش سازمانی | 3 |
| کارآفرینی دانشگاهی | 35 | اقتصاد دانش‌بنیان | 5 | کارآفرینی خانگی | 3 |
| دانشگاه کارآفرین | 29 | خودکارآمدی | 5 | کارآفرینی نوپا | 3 |
| قصد کارآفرینانه | 27 | سرمایه اجتماعی | 5 | اقتصاد دانش‌محور | 3 |
| کارآفرینی شرکتی | 21 | مهارت‌های اجتماعی | 5 | امنیت شغلی | 2 |
| کارآفرینی دیجیتال | 17 | هوش اجتماعی | 4 | چابکی استراتژیک | 2 |
| سرمایه فکری | 17 | گردشگری سلامت | 4 | خلاقیت هیجانی | 2 |
| شرکت‌های دانش‌بنیان | 15 | گردشگری کشاورزی | 4 | خلق ارزش اجتماعی | 2 |
| کارآفرینی پایدار | 14 | هوش معنوی | 4 | خلق فرصت | 2 |
| کارآفرینی راهبردی | 11 | تعهد عاطفی | 4 | خودپنداری شغلی | 2 |
| سواد اطلاعاتی | 11 | خلق ارزش | 3 | رهبری تحول‌گرا | 2 |
| کارآفرینی فرهنگی | 10 | سرمایه ارتباطی | 3 | بداهه‌پردازی | 2 |
| رفتار کارآفرینانه | 9 | کارآفرینی الکترونیکی | 3 | بنگاه خانوادگی | 2 |
| توفیق طلبی | 8 | کارآفرینی دانش‌بنیان | 3 | بین‌المللی سازی | 2 |
| کارآفرینی رسانه‌ای | 7 | کارآفرینی سیاسی | 3 | سازمان یادگیرنده | 2 |
| سرمایه اجتماعی | 7 | اعتماد اجتماعی | 3 | قصد کارآفرینی | 2 |
| کارآفرینی آموزشی | 6 | الگوهای ذهنی | 3 | بازار محوری | 2 |
| رهبری تحول‌گرا | 6 | هوش رقابتی | 3 | کارآفرینی تمدنی | 2 |
| کارآفرینی محوری | 5 | بازاریابی کارآفرینانه | 3 | | |

همان‌گونه در جدول فوق مشاهده می‌شود، مفاهیمی همچون «کارآفرینی اجتماعی»، «کارآفرینی گرای»، «کارآفرینی دانشگاهی»، «دانشگاه کارآفرین» و سایر مفاهیم در جدول به ترتیب دارای بیشترین بسامد در پژوهش‌ها هستند. در مجموع، 60 مفهوم حاصل این ادبیات جدید با بسامدهای مختلف وارد پژوهش‌های حوزه کارآفرینی در ایران شده است.

پاسخ به پرسش سوم پژوهش. نتایج مربوط به تحلیل خوشه‌بندی اطلاعات منجر به شکل‌گیری چه خوشه‌های موضوعی در حوزه دانش کارآفرینی در ایران شده است؟

با توجه به موارد فوق، در ادامه نتایج مربوط به تحلیل دانش حوزه، به‌منظور شناسایی الگوی رایج ارتباطات مفهومی در مدارک مورد بررسی و درک کلی از موضوع‌های حاکم بر آن‌ها، خوشه‌های مفهومی حوزه کارآفرینی بر اساس پژوهش‌های آن مورد بررسی قرار گرفت و شناسایی شدند. در شکل 1 نتایج خوشه‌بندی مشاهده می‌شود.



شکل 1. خوشه‌بندی دانش کارآفرینی در ایران با استفاده از نرم‌افزار VOSviewer

نتایج خوشه‌بندی هوشمند با نرم‌افزار VOSviewer منجر به تشکیل 7 خوشه اصلی برای این حوزه در ایران شد. استخراج این خوشه‌ها حاصل ماتریس هم‌رخدادی 108 مفهوم پرسامد این حوزه است دلیل انتخاب این آستانه تولید خوشه‌های با کیفیت است. برای درک بهتر خوشه‌ها در جدول شماره 4 مشخصات هر خوشه تشریح شده است.

جدول 4. خوشه‌های شکل گرفته حوزه دانش کارآفرینی در ایران (بازنمایی حداکثر 10 مفهوم با وزن بالا)

| خوشه اول: 25 مفهوم | | | | خوشه دوم: 23 مفهوم | | | |
|--------------------------------|------|------|--------|-----------------------------------|------|-------|--------|
| نام خوشه: «کارآفرینی سازمانی» | | | | نام خوشه: «توسعه کارآفرینی» | | | |
| label | x | y | weight | label | x | y | weight |
| کارآفرینی سازمانی | 0.81 | 0.25 | 514 | کارآفرینی روستایی | 0.75 | 0.24 | 196 |
| سرمایه اجتماعی | 0.36 | 0.20 | 140 | توسعه روستایی | 0.92 | 0.19 | 142 |
| کارآفرینی گرایي | 0.68 | 0.28 | 80 | توسعه | 0.59 | 0.18 | 132 |
| عملکرد سازمانی | 1.02 | 0.43 | 66 | توسعه کارآفرینی | 0.58 | 0.10 | 128 |
| عملکرد سازمان | 0.41 | 0.11 | 60 | اشتغال | 0.75 | 0.28 | 112 |
| اقتصاد مقاومتی | 0.29 | 0.34 | 46 | زنان روستایی | 0.77 | 0.09 | 88 |
| سرمایه فکری | 0.80 | 0.67 | 44 | توسعه پایدار | 0.87 | 0.28 | 74 |
| سرمایه انسانی | 0.56 | 0.52 | 42 | گردشگری روستایی | 1.16 | 0.27 | 60 |
| کارآفرینی استراتژیک | 0.35 | 0.53 | 42 | ایران | 0.65 | 0.30 | 54 |
| عملکرد شرکت | 0.74 | 0.57 | 42 | گردشگری | 1.11 | 0.10 | 50 |
| خوشه سوم: 22 مفهوم | | | | خوشه چهارم: 11 مفهوم | | | |
| نام خوشه: «کارآفرینی دانشگاهی» | | | | نام خوشه: «توانمندسازی کارآفرینی» | | | |
| label | x | y | weight | label | x | y | weight |
| آموزش کارآفرینی | 0.19 | 0.48 | 160 | کارآفرینی اجتماعی | 0.08 | -0.11 | 92 |
| فرهنگ سازمانی | 1.00 | 0.22 | 98 | آموزش | 0.35 | 0.25 | 74 |
| آموزش عالی | 0.29 | 0.56 | 96 | توانمندسازی | 0.37 | 0.08 | 50 |

دوفصلنامه علمی - پژوهشی دانشگاه شاهدزود آیند پژوهش‌نامه علمی

زودآیند ویرایش نشده

| | | | | | | | |
|--------------------|------|------|----|---------------------|------|------|----|
| کارآفرینی زنان | 0.42 | 0.16 | 44 | دانشجو | 0.32 | 0.72 | 86 |
| نظریه داده بنیاد | 0.45 | 0.22 | 40 | دانشگاه | 0.17 | 0.83 | 72 |
| کارآفرینی کشاورزی | 0.40 | 0.00 | 32 | دانشگاه کارآفرین | 0.26 | 0.39 | 60 |
| خودکارآمدی | 0.28 | 0.03 | 20 | کارآفرینی دانشگاهی | 0.04 | 0.36 | 56 |
| کارآفرینی شهری | 0.11 | 0.25 | 20 | برنامه درسی | 0.21 | 0.64 | 48 |
| زنان سرپرست خانوار | 0.25 | 0.19 | 18 | دانشگاه آزاد اسلامی | 0.68 | 0.75 | 42 |

خوشه ششم: 10 مفهوم

خوشه پنجم: 10 مفهوم

نام خوشه: «فناوری اطلاعات در کارآفرینی»

نام خوشه: «خلاقیت و نوآوری در کارآفرینی»

| label | x | y | weight | label | x | y | weight |
|---------------------|------|------|--------|---------------|------|------|--------|
| موانع کارآفرینی | 0.31 | 0.12 | 88 | نوآوری | 0.18 | 0.11 | 248 |
| اکوسیستم کارآفرینی | 0.52 | 0.23 | 72 | خلاقیت | 0.53 | 0.26 | 158 |
| فناوری اطلاعات | 0.11 | 0.36 | 54 | کارآفرین | 0.09 | 0.25 | 112 |
| قصد کارآفرینانه | 0.06 | 0.13 | 42 | مدیریت دانش | 0.97 | 0.18 | 96 |
| کارآفرینی فناورانه | 0.12 | 0.43 | 36 | ریسک‌پذیری | 0.48 | 0.13 | 84 |
| شرکت‌های دانش‌بنیان | 0.13 | 0.63 | 32 | کسب و کار | 0.07 | 0.06 | 50 |
| کارآفرینی دیجیتال | 0.27 | 0.56 | 30 | تربیت‌بندی | 0.24 | 0.28 | 48 |
| کارآفرینی ورزشی | 0.36 | 0.26 | 28 | ورزش | 0.33 | 0.07 | 46 |
| فرصت‌های کارآفرینی | 0.30 | 0.47 | 18 | زنان کارآفرین | 0.27 | 0.29 | 38 |
| تحلیل مضمون | 0.71 | 0.33 | 14 | سازمان | 0.74 | 0.20 | 34 |

تعداد خوشه : 7

خوشه هفتم: 7 مفهوم

تعداد مفاهیم: 108

نام خوشه: «عوامل فردی، محیطی و سازمانی در کارآفرینی»

بالاترین وزن: 514

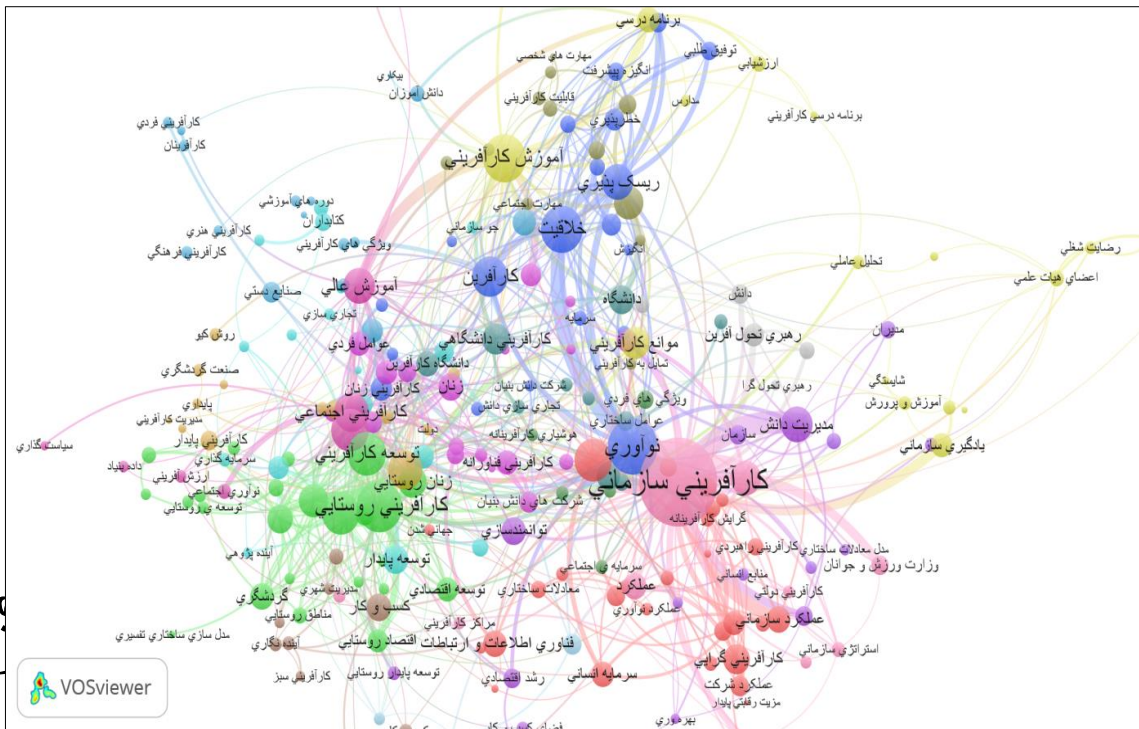
کمترین وزن: 14

| برچسب | x | y | weight |
|-----------------|------|------|--------|
| زنان | 0.66 | 0.57 | 60 |
| فرهنگ | 0.54 | 0.04 | 52 |
| عوامل محیطی | 0.52 | 0.54 | 48 |
| عوامل فردی | 0.69 | 0.68 | 42 |
| فرهنگ کارآفرینی | 0.50 | 0.51 | 40 |
| عوامل سازمانی | 0.63 | 0.76 | 36 |
| ساختار سازمانی | 0.49 | 0.44 | 30 |

همان‌گونه در جدول فوق مشاهده می‌شود پژوهش‌های انجام شده در حوزه کارآفرینی در 7 خوشه اصلی تشکیل شده‌اند. مفاهیم هر خوشه بر اساس وزن آن رتبه‌بندی شده است. با توجه به مفاهیم شکل گرفته در خوشه‌ها، نامی متناظر با مفاهیم آن انتخاب گردید. خوشه اول (کارآفرینی مرتبط با سازمان یا کارآفرینی سازمانی)، خوشه دوم: (بسط و توسعه کارآفرینی)، خوشه سوم (کارآفرینی دانشگاهی و دانش‌بنیان) به ترتیب از لحاظ تعداد مفهوم در رتبه یک تا سوم قرار دارند. سایر خوشه به ترتیب، در خوشه چهارم (توانمندسازی کارآفرینی در عرصه جامعه (کارآفرینی اجتماعی) 11 مفهوم، خوشه پنجم (نقش خلاقیت و نوآوری و ریسک‌پذیری در کارآفرینی و کسب و کارها) 10 مفهوم، خوشه ششم (نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات و شرکت‌های دانش‌بنیان) 10 مفهوم، و در خوشه هفتم (فرهنگ، عوامل فردی و محیطی در عرصه کارآفرینی (کارآفرینی فردی) 7 مفهوم شکل گرفته است.

پاسخ به پرسش چهارم پژوهش. نقشه‌های علمی حوزه دانش کارآفرینی در ایران از لحاظ تحلیل شبکه مفهومی چه ویژگی‌هایی دارند؟

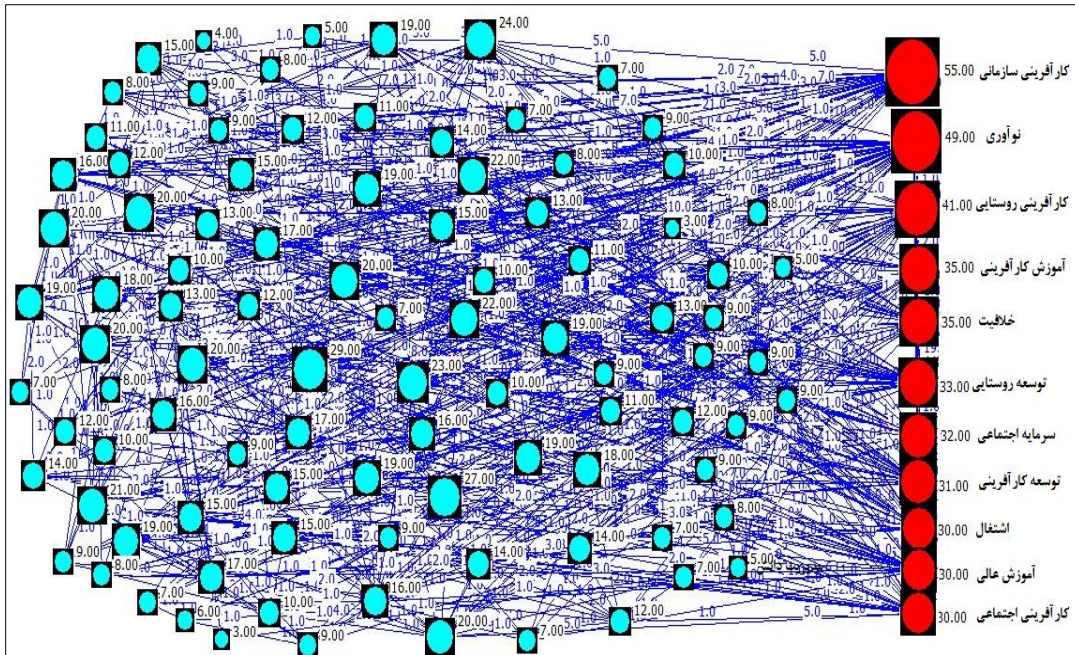
به منظور درک روشن تری از روابط مفاهیم در حوزه کارآفرینی، با ابزارها و شیوه‌های مختلف نقشه‌ی شبکه مفهومی این حوزه ترسیم شد. نقشه مفهومی شکل گرفته شامل گره‌ها (رأس‌ها) و لبه‌ها (بال‌ها) است. هر گره یک مفهوم یا کلیدواژه است که سایر آن بستگی به بسامد و دریافت لینک دارد و سایر لبه‌ها نشان دهنده قدرت لینک با سایر گره‌ها دارد. در شکل 2 شبکه مفهومی این حوزه با حداکثر ارتباطات نمایش داده شده است. نقشه ذیل حاصل 265 مفهوم پرسامد است. در نقشه شکل 2 مفاهیم هر کدام یک گره هستند و لبه‌ها خطوط ارتباطی آن‌ها با مسیر گره‌هایی است که دارای ارتباط مفهومی یا معنایی هستند. ضخامت لبه‌ها نشان دهنده قدرت ارتباط یا لینک مفاهیم به هم هستند. به عبارتی هر چه این لینک‌ها بیشتر باشد نشان دهنده ارتباط مفهومی و تأثیر مفاهیم به هم هستند و سایر گره نیز بستگی به دریافت لینک و بسامد آن در مدارک علمی دارد. (Van Eck & Waltman, 2010).



شکل 2. نقشه مفهومی حوزه دانش کارآفرینی در ایران بر اساس تحلیل هم‌واژگانی

در این نقشه توجه به کارآفرینی سازمانی، نوآوری، اشتغال، توسعه، خلاقیت، کارآفرینی در روستاها، کارآفرینی در سطح دانشگاه بر روی نقشه به‌خوبی دیده می‌شود. رنگ گره‌ها نشان دهنده هم موضوعی یا همان هم خوشه‌ای بودن مفاهیم است. میانگین تراکم در شبکه مفهومی حوزه معادل ۰.۲۶۷۱ است. در تکمیل پاسخ به پرسش چهارم پژوهش، نقشه شکل 3 شبکه‌های مفهومی با مرکزیت مفاهیم قدرتمند نمایش داده شده است. میانگین نمره کل مرکزیت مفاهیم برابر با ۸۶۶ درصد است. در شکل زیر 11 مفهوم تأثیرگذار بر اساس شاخص تحلیل شبکه (مرکزیت رتبه) باعث انسجام در شبکه شده‌اند. این مفاهیم دارای بیشترین نمره مرکزیت در شبکه هستند. در این نقشه همچنان مفاهیم «کارآفرینی سازمانی»، «نوآوری»، «کارآفرینی روستایی» و «آموزش کارآفرینی» به ترتیب دارای بیشترین تأثیر در شبکه هستند.

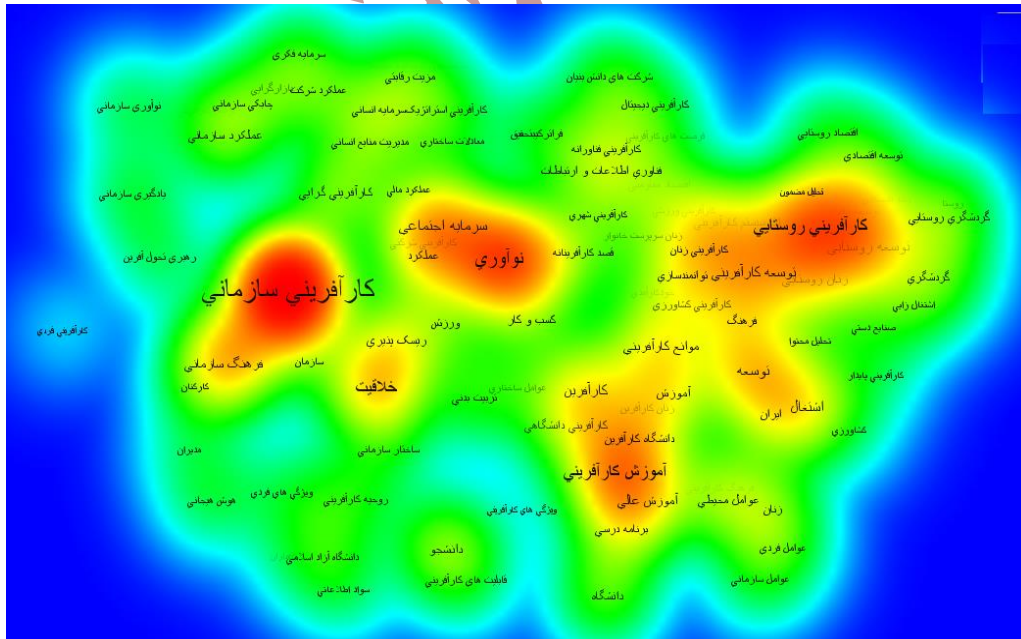
زودآیند ویرایش نشده



شکل 3. مرکزیت مفاهیم تأثیرگذار در شبکه مفهومی حوزه دانش کارآفرینی

ایران

برای درک بهتر، در شکل 4 نقشه چگالی (تراکمی) حوزه کارآفرینی ارائه شده است. همان گونه که در نقشه مشاهده می شود نقاط داغ روی نقشه با رنگ قرمز مشخص شده است. این نقشه همانند یک آتشفشان است که دارای نقاط داغ و سرد می باشد. نقاط داغ، مفاهیم مهم در حوزه کارآفرینی هستند و نقاط سبز و آبی کم رنگ نشان دهنده مفاهیمی است که در پژوهش های این حوزه کمتر مورد توجه بوده است.



شکل 4. نقشه چگالی حوزه دانش کارآفرینی در ایران

بحث و نتیجه‌گیری

حل مشکلات جوامع در گرو خلق انرژی‌های جدید و با رویکرد کارآفرینانه می‌باشد. کارآفرینی فرایند ایجاد فرهنگ کسب و کار است. از این رو، بخش دانشگاهی کشور به عنوان پایگاه اصلی تولید و اشاعه دانش کارآفرینی از اهمیت ویژه‌ای در روند توسعه و پیشرفت فعالیت‌های پژوهشی این حوزه دانش‌محور برخوردار است. در همین راستا در سال‌های اخیر پژوهش‌های حوزه کارآفرینی رشد بسیار قابل توجه‌ای داشته است. بر این اساس، لازم و ضروری است بعد از هر دهه‌ای حوزه‌های دانش‌پژوهی مورد سنجش و ارزیابی قرار گیرد تا زمینه هدفمند مدیریت، آینده‌نگاری و آینده‌پژوهی آن فراهم گردد. امروزه استفاده از مطالعات و رویکردهای علم‌سنجی در بسیاری از حوزه‌های علمی رواج یافته است. بر این اساس، در پژوهش حاضر با همین رویکرد و با شیوه تحلیل هم-واژگانی که یکی از روش‌های علم‌سنجی است محتوا پژوهش‌های انجام شده این حوزه در ایران را با هدف شناخت زمینه‌ها، محورها و ارتباطات مفهومی حاکم بر آن مورد بررسی قرار گرفت و نتایجی به دست آمد.

نتایج داده‌های اسنادی حاکی از این است حوزه کارآفرینی در ایران مانند آنچه در سطح جهانی اتفاق افتاده است، در دهه اخیر رشد قابل توجه‌ای داشته است. تولید بیش از 2600 مقاله علمی توسط پژوهشگران ایرانی در سطح داخلی دلیلی بر این ادعاست. نتایج تحلیل هم‌واژگانی بر روی پژوهش‌های صورت گرفته به خوبی نشان داد مفاهیم مورد بحث در مقالات این حوزه متنوع بوده است یافته‌ها نشان داد «کارآفرینی سازمانی»، «آموزش کارآفرینی»، نوآوری و خلاقیت در کارآفرینی، توسعه کارآفرینی، کارآفرینی زنان، کارآفرینی در سطح دانشگاه، کارآفرینی فردی، کارآفرینی شرکتی، سرمایه اجتماعی و فرهنگ‌سازمانی پرکاربردترین مفاهیم در پژوهش‌های کارآفرینی در سی سال اخیر بوده است.

در پژوهش حاضر مفهوم «کارآفرینی سازمانی» بیش از حد زیادی در پژوهش‌های ایرانیان مطرح شده است. نتایج این پژوهش با پژوهش‌های عربیون و همکاران (1394) در حوزه مفاهیم «کارآفرینی سازمانی، توسعه کارآفرینی، کارآفرینی زنان، آموزش کارآفرینی، کارآفرینی دانشگاهی، نوآوری، قصد کارآفرینی، کارآفرینانه، کارآفرینی اجتماعی، خلاقیت، نوآوری»، با نتایج پژوهش اکبری و همکاران (1394) در حوزه مفاهیم «توسعه کارآفرینی، کارآفرینی فردی، کارآفرینی زنان، کارآفرینی اجتماعی، کارآفرینی سازمانی»، با نتایج پژوهش خاصه و همکاران (1397) در حوزه مفاهیم «سرمایه اجتماعی، کارآفرینی اجتماعی، کارآفرینان، آموزش کارآفرینی»، با نتایج پژوهش بختیاری و همکاران (1398) در حوزه مفاهیم «کارآفرینی سازمانی، آموزش عالی، کارآفرینی دانشگاهی»، با نتایج پژوهش صاحبی و همکاران (1400) در حوزه مفاهیم «نوآوری، کارآفرینی سازمانی، عملکرد شرکت، نوآوری، شرکت‌های کوچک و متوسط»، با نتایج پژوهش عباسی و همکاران (1399) در حوزه مفاهیم «کارآفرینی سازمانی، نوآوری، کارآفرینی فردی»، با نتایج غفرانی و همکاران (1400) در مفهوم «آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینی»، با نتایج فلن‌هوفر (FelInhofer, 2019) در حوزه مفهوم «آموزش کارآفرینی»، با نتایج پژوهش‌های چاندار (Chandra, 2018) و وو و همکاران (Wu et al., 2023) در حوزه مفاهیم «نوآوری، خلاقیت و ریسک‌پذیری»، با نتایج پژوهش سرینی‌واسن و همکاران (Srinivasan et al., 2023) در حوزه مفهوم «توسعه کارآفرینی» همسو است.

علاوه بر مفاهیمی که معرفی شد، حدود 60 مفهوم دیگری به صورت محدود در پژوهش ایرانیان حضور پیدا کرده است. در این راستا می‌توان به مفاهیم نوظهوری مانند: «کارآفرینی اجتماعی، کارآفرینی گرای، کارآفرینی دانشگاهی، قصد کارآفرینانه، کارآفرینی شرکتی، کارآفرینی دیجیتال، سرمایه فکری، شرکت‌های دانش‌بنیان، کارآفرینی پایدار، کارآفرینی راهبردی، کارآفرینی فرهنگی و رسانه» اشاره کرد. همچنین کارآفرینی در عرصه دیجیتال مورد توجه قرار گرفته است. نتایج پژوهش‌های فرناندز و همکاران (Fernandes et al., 2022) و اسکاندو و همکاران (Secundo et al., 2020) نشان داد پژوهش‌های کارآفرینی دیجیتال به سرعت در حال رشد است. نتایج پژوهش حاضر و همچنین و پژوهش‌های قبلی مانند (عربیون و همکاران، 1394) و (اکبری و همکاران، 1394) با نتایج این دو پژوهش خارجی همسو نیست. با توجه به این که فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی نقش حائز اهمیتی در کسب و کارها دارند، اما به نظر می‌رسد پژوهشگران در داخل ایران کمتر به این مقوله توجه کرده‌اند.

نتایج هم‌رخدادی مفاهیم نشان داد تعدادی زیادی از پژوهشگران مباحث "سازمانی و تأثیر آن در حوزه کارآفرینی" مورد توجه داشته‌اند و در این میان، از آموزش کارآفرینی و تأثیر آن در بازار کسب و کارها نیز غافل نبوده‌اند. اما به طور خاص، کمتر به کسب

زودآیند ویرایش نشده

و کارهای الکترونیکی، مجازی و یا اینترنتی پرداخته‌اند. همچنین نتایج حاکی از آن است مفاهیم «صنعت، کشاورزی، بازار، گردشگری، مهارت، فرهنگ، فناوری، اقتصاد، اشتغال، توانمندی و موانع کارآفرینی...» در متون پژوهشی این حوزه به تعداد نسبتاً قابل توجهی با مفهوم کارآفرینی در مدارک بسامد داشته است. حضور این مفاهیم در کنار مفهوم «کارآفرینی» نشان دهنده رونق و رشد کارآفرینی در این مقوله‌ها در ایران دارد. در مقایسه با آنچه در پژوهش‌های خارج از کشور انجام شده، نتایج این پژوهش تا حدود زیادی با آن‌ها متفاوت است. در این راستا، در پژوهش (خاصه و همکاران، 1397) در سطح جهانی، بیشترین هم‌رخدادی مفهوم «کارآفرینی» با مفاهیم «کسب و کارهای کوچک، خلاقیت فردی، خود اشتغالی، توسعه اقتصادی، سرمایه گذاری خطر پذیر، استارت‌آپ‌ها...» بوده است.

در ادامه تحلیل مفاهیم حوزه کارآفرینی برای درک و کسب نتیجه بهتر، مفاهیم بدون دخالت پژوهشگر خوشه‌بندی گردید. نتایج خوشه‌بندی حاکی از شکل‌گیری 7 خوشه موضوعی در ایران است. با توجه به مفاهیم خوشه‌ها، خوشه اول در محور کارآفرینی مرتبط با سازمان شکل گرفته است. این خوشه طور کلی به فرایند ایجاد و توسعه فرصت‌های کسب و کار درون یک سازمان اشاره دارد. این فرایند شامل شناسایی فرصت‌ها، تحلیل مخاطرات و اجرای ایده‌های نوآورانه در سازمان به‌منظور تحول و پیشرفت آن است. خوشه دوم در مورد سرمایه فکری و انسانی، برنامه‌های راهبردهای و عملکرد شرکت‌ها، توسعه روستاها و اشتغال زنان می‌باشد. خوشه سوم در حوزه فعالیت دانشگاه شکل گرفته و لذا با توجه به این که دانشگاه‌ها در پرورش منابع انسانی متخصص در جامعه، نقش اساسی دارند، توجه به مقوله کارآفرینی دانشگاهی و آموزش آن به توسعه این حوزه کمک می‌کند.

خوشه چهارم در حوزه کارآفرینی اجتماعی شکل گرفته است. توانمندسازی کارآفرینی در عرصه جامعه شاخص اصلی این خوشه است. کارآفرینی اجتماعی به ایجاد و مدیریت پروژه‌ها و کسب و کارهایی اشاره دارد که هدف اصلی آن‌ها بهبود جامعه بوده و تلاش می‌کند بر ایجاد ارزش مالی، تأثیر مثبتی بر جوامع و محیط‌زیست داشته باشد. خوشه پنجم در رابطه با نقش خلاقیت و نوآوری و ریسک‌پذیری در کارآفرینی و کسب و کار است. در این خوشه نقش توانایی تولید ایده‌های جدید، راهکارهای نوآورانه قابلیت اجرای ایده‌های خلاقانه و قدرت ریسک کارآفرینان اهمیت دارد، در خوشه ششم نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات و شرکت‌های دانش‌بنیان در کارآفرینی مطرح شده است. از آنجا که فناوری‌ها کمک می‌کند تا کارآفرینان به اطلاعات و داده‌های مهم دسترسی پیدا کنند و بر اساس آن تصمیم‌های بهتری انجام دهند، این خوشه در این شرایط امروز، بسیار با اهمیت است، خوشه هفتم به نقش فرهنگ، عوامل فردی و محیطی در عرصه کارآفرینی (کارآفرینی فردی) اشاره دارد. با توجه به اینکه انسان در جستجوی کسب و کار است عوامل فردی و فرهنگی که شاخصه هر فرد است در کارآفرینی بسیار حائز اهمیت است، عوامل فردی در کسب و کارها می‌تواند شامل مهارت‌ها، تجربه، انگیزه، تفکر، راهبرد، ارتباط با دیگران، انعطاف‌پذیری، اخلاق کاری، اعتماد به نفس، و... باشند. این عوامل می‌تواند تأثیر بسزایی در موفقیت یا شکست یک کسب و کار داشته باشند. محققان در ایران نیز در پژوهش‌های خود این عوامل را در مورد بررسی قرار داده‌اند. لذا به نظر می‌رسد این خوشه به طور مستقل در این مسئله شکل گرفته است.

در مجموع می‌توان نتیجه گرفت که خوشه‌های شکل گرفته از پژوهش‌های این حوزه در ایران، منطقی به نظر می‌رسد و در مقایسه با چند پژوهشی که بر روی پژوهش‌های بین‌المللی انجام شده، خوشه‌بندی مفاهیم هر خوشه این پژوهش در هم تنیدگی و یا هم‌پوشانی کمتری دارد. برای مقایسه آنچه در مطالعه سایر پژوهشگران رخ داده است جدول 7 ارائه می‌شود:

جدول 7، مقایسه خوشه‌های اطلاعاتی شکل گرفته با خوشه‌های سایر پژوهشگران

| خوشه‌ها | خوشه‌بندی پژوهش حاضر (1372-1402) | خوشه‌بندی (خاصه و حبیبی 1397): داده‌های (1997 تا 2016) Wu (el al., 2023) خوشه‌بندی وو و همکاران (2019 تا 2005) داده‌های wos |
|---------|--|---|
| 1 | کارآفرینی سازمانی و شرکت‌های دانش‌بنیان | شرکت‌ها و سازمان‌های سیاسی و دولتی |
| 2 | بسط و توسعه کارآفرینی با مؤلفه‌های مختلف | نوآوری و فناوری |
| 3 | کارآفرینی دانشگاهی و | کارآفرینی بین‌المللی |

| دانش‌بنیان | فرهنگ و تحصیلات | |
|------------|--|---|
| 4 | توانمندسازی کارآفرینی در جامعه (کارآفرینی اجتماعی) | انواع سازمان‌های کارآفرین با رویکرد منبع محوری قصد کارآفرینی |
| 5 | نقش خلاقیت و نوآوری و ریسک‌پذیری در کارآفرینی | توسعه کارآفرینی با رویکرد فناوری دانش محور کارآفرینی ریسک‌پذیر |
| 6 | نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در کارآفرینی | خط و مشی و راهبرد کارآفرینی آمورش کارآفرینی |
| 7 | فرهنگ، عوامل فردی و محیطی در عرصه کارآفرینی | ویژگی‌های کارآفرینی کارآفرینی منطقه‌ای |
| 8 | - | اقتصاد رقابتی در کارآفرینی |

همان‌گونه در جدول فوق مشاهده می‌شود نتایج خوشه‌بندی پژوهش حاضر با خوشه‌های (1 الی 4) پژوهش (خاصه و همکاران، 1397) و با خوشه‌های (1،2،6) خوشه‌بندی وو و همکاران (Wu et al., 2023) تقریباً شباهت دارد. در مجموع خوشه‌های اطلاعاتی دانش کارآفرینی در ایران بر اساس مقالات این حوزه با آنچه در سطح جهانی هست، فاصله چندانی ندارد و پژوهشگران ایرانی نیز حوزه‌های مستعد کارآفرینی را در پژوهش‌های خود مورد توجه قرار داده‌اند.

ترسیم نقشه‌های مفهومی حوزه دانش کارآفرینی بر اساس مدارک تولید شده این حوزه، از دیگر نتایج این پژوهش بود. تحلیل این نقشه‌ها بدین معناست که مفاهیم حوزه کارآفرینی در شبکه تقریباً متراکم با هم ارتباط دارند. به نظر می‌رسد حداقل 40 مفهوم اصلی و مهم این حوزه هم‌رخدادی‌های بیشتری با هم دارند و تأثیر یکی بر دیگری مشهود است. در این میان، لینک‌های قدرتمندی حول محورهای مفهومی همچون «کارآفرینی سازمانی»، «نوآوری و خلاقیت در کارآفرینی»، «کارآفرینی روستایی» و «توسعه کارآفرینی» شکل گرفته است.

تحلیل نقشه‌ها حاکی از آن است روابط و لینک‌ها گسترده‌ای بین مفاهیم برقرار شده است و تراکم شبکه مفهومی معادل ۰.۲۶۷۱ است. این عدد به این معناست که حدود 26 درصد از ارتباطات در شبکه شکل گرفته است و به نحوی شبکه مفهومی کارآفرینی در ایران شبکه متراکم است. تراکم شبکه عددی است که در محدوده‌ای بین یک و صفر قرار می‌گیرد، هرچه نمره تراکم شبکه به سمت یک نزدیک‌تر باشد، نشان‌دهنده تراکم بیشتر و هر چه به سمت صفر نزدیک باشد، نشان‌دهنده سستی و گسستگی شبکه است (سپیلی و همکاران، 1398).

با توجه به عدد تراکم شبکه، می‌توان نتیجه گرفت که مفاهیم در ارتباط قابل قبولی با هم هستند و در پژوهش‌های کارآفرینی نوعی همگرایی مفهومی وجود دارد. به نظر می‌رسد دلیل این روابط مفهومی، ایجاد کارآفرینی در سطح سازمان‌ها و شرکت‌ها، افزایش نوآوری، تغییرات در فرهنگ کسب و کار، افزایش دسترسی به فناوری و تغییرات در شرایط اقتصادی باشد. علاوه بر آن، روابط شبکه مفهومی در کارآفرینی به اهمیت ارتباطات میان افراد و سازمان‌ها در جوامع کارآفرینی بستگی دارد. به‌طور کلی شبکه مفهومی در کارآفرینی نقش مهمی در افزایش دسترسی به منابع و ایجاد فرصت‌های جدید ایفا می‌کند.

این پژوهش در پاسخ به پیشنهاد پژوهش خاصه و حبیبی (1397) انجام شده است. آن‌ها در پایان پژوهش خود درخواست پژوهش مشابهی در ایران کردند. این مطالعه تصویر کلانی از حوزه مفهومی پژوهش‌های کارآفرینی در ایران ارائه داد. امید است مسئولان، متصدیان و پژوهشگرانی که برای توسعه این حوزه فعالیت می‌کنند از نتایج این پژوهش استفاده نمایند.

پیشنهادهای اجرایی پژوهش

1. در ایران به پژوهش‌های حوزه کارآفرینی سازمانی توجه زیادی شده است اما طبق نتایج کسب شده هم‌رخدادی واژگانی یا مفهومی کمتری با مفهوم شرکت‌های دانش‌بنیان برقرار شده است. پیشنهاد می‌شود پژوهشگران در پژوهش‌های خود به رابطه این دو مقوله توجه نمایند و زمینه ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان در سازمان‌های دولتی و خصوصی را فراهم نمایند.
2. در پژوهش حاضر مشاهده شده سه مثلث "نوآوری، خلاقیت و ریسک‌پذیری" هم‌رخدادی زیادی با هم دارند. پیشنهاد می‌شود در دانشگاه‌ها، شرکت‌های کارآفرین و کارآفرینان زمینه قدرت نوآوری و خلاقیت در کسب و کارهای جدید را فراهم کنند.

زودآیند ویرایش نشده

3. نتایج نشان داد کارآفرینی دیجیتال و اینترنتی در ایران کمتر مورد پژوهش قرار گرفته است. پیشنهاد می‌شود پژوهشگران این زمینه موضوعی پر مستعد در حوزه کسب و کار را مورد توجه قرار دهند و بیشتر در این زمینه فعالیت تحقیقاتی داشته باشند.
4. نتایج هم‌واژگانی نشان داد مفاهیمی مدیریتی به صورت خیلی اندک در پژوهش‌ها مطرح شده است. پیشنهاد می‌شود پژوهش‌هایی از جنس سیاست‌گذاری و مدیریت فناوری اطلاعات در حوزه کارآفرینی انجام شود تا حوزه‌های جدید کسب و کارهای الکترونیکی مدیریت و سیاستگذاری علمی گردد.
5. همچنین به پژوهشگران بخصوص اعضای هیأت علمی دانشگاه پیشنهاد می‌شود با توجه به خوشه‌های موضوعی شکل گرفته و مفاهیم پر مستعد این حوزه، زمینه را برای انجام پایان‌نامه‌ها و طرح‌های پژوهشی و تحقیقاتی در خوشه‌های مفهومی شکل گرفته فراهم کنند.

پیشنهاد برای پژوهش‌های آتی

1. با توجه به اینکه روابط هم‌نویسندگی پژوهشگران، ساختار فکری آنها را در زمینه کارآفرینی منعکس می‌کند پیشنهاد می‌شود روابط علمی پژوهشگران (روابط هم‌نویسندگی) این حوزه نیز جهت تکمیل این پژوهش مورد مطالعه قرار گیرد.
2. پیشنهاد می‌شود پژوهشی با موضوع مدیریت دانش در حوزه کارآفرینی ایران جهت مدیریت دانش خبرگان این حوزه در ایران انجام شود و نتایج حاصل از آن با زمینه‌های شناخته شده در این پژوهش مورد تبیین واقع گردد.

تقدیر و تشکر

این مقاله حاصل یک پژوهش مستقل است که توسط نویسندگان انجام شده و تحت حمایت هیچ سازمانی قرار نداشته است.

فهرست منابع

- احمدی، ح.، و عصاره، ف. (1396). بررسی مفاهیم، تعاریف و کارکردهای تحلیل هم‌واژگانی. *مجله مطالعات ملی کتابداری و سازمان‌دهی اطلاعات*، 28(1)، 125-145
- <https://ensani.ir/file/download/article/20180114082414-9556-258.pdf>
- اکبری، م.، دلبری راغب،، ذوالفقاری، ع.، کلانکی، ا.، و رازی، س. (1394). ترسیم نقشه دانش کارآفرینی ایران بر مبنای مقالات علمی و پژوهشی در ایران. *مدیریت فرهنگ سازمانی*، 13(4)، 1091-1112
- <https://doi.org/10.22059/jomc.2016.55429>
- بختیاری، م.، موسی خانی، م.، الوانی، س.م.، و حسینی، س.ر. (1398). به‌کارگیری روش علم‌سنجی در راستای آمایش آموزش عالی برای توسعه کارآفرینی دانشگاهی. *مدیریت توسعه و تحول*، 38(1)، 9-1
- https://journals.iau.ir/article_669558.html
- حبیبی، ر.، مختار پور، ر.، و خاصه، ع. (1396). تحلیل سیر تکاملی پژوهش‌های جهانی کارآفرینی با فنون علم‌سنجی. *توسعه کارآفرینی*، 10(4)، 575-594
- https://journals.ut.ac.ir/article_66376.html
- خاصه، ع.، و حبیبی، ر. (1397). ترسیم دو دهه پژوهش جهانی در حوزه کارآفرینی: تحلیل علم‌سنجی. *مدیریت اطلاعات و دانش‌شناسی*، 5(2)، 63-78
- https://lib.journals.pnu.ac.ir/article_5208_366602bf14ed2710e42915e253100912.pdf
- سهیلی، ف.، خاصه، ع.، و کرانیان، پ. (1398). ترسیم ساختار فکری حوزه علم اطلاعات و دانش‌شناسی ایران بر اساس تحلیل هم‌رخدادی واژگان. *پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات*، 34(16)، 1905-1938.
- https://jipm.irandoc.ac.ir/article_699570.html?lang=fa
- سهیلی، ف.، خاصه، ع.، رستمی، م.، و زارعان، م. (1402). ترسیم نقشه موضوعی مقالات حوزه تربیت اخلاقی نمایه‌شده در پایگاه وب آو ساینس طی سال‌های 2000-2018. *پژوهش‌نامه علم‌سنجی*، 9(1)، 169-188
- https://rsci.shahed.ac.ir/article_4099.html?lang=fa

صاحبی، ح.، رشادت جو، ح.، و ابویی اردکان، م. (1400). علم‌سنجی و تحلیل محتوی پژوهش‌ها در حوزه کارآفرینی سازمانی از منظر کارآفرینی فردی و گروهی در سازمان. مدیریت فردا، 20 (66)، 328-313
<http://www.modiriyatfarda.ir/Article/26870>

عباسی، ح.، حسینی نیا، غ.، و داوری، ع. (1400). نگاشت مفهومی رفتار کارآفرینانه کارکنان در سازمان‌های دولتی (رویکرد علم‌سنجی). پژوهشنامه مدیریت اجرایی، 13 (26)، 220-193
https://jem.journals.umz.ac.ir/article_3752.html

عربیون، ا.، عبدالله زاده، غ.، و شریف‌زاده، م. ش. (1394). تحلیل محتوای پژوهش‌های کارآفرینی در ایران. پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، 7 (2)، 79
https://hrmj.ihu.ac.ir/article_14275.html

غفرانی، ن.، حسینی، س. ر.، و موسی خانی، م. (1401). علم‌سنجی مدرسه کارآفرین مبتنی بر توسعه نگرش کارآفرینانه. مدیریت توسعه و تحول، 14 (51)، 25-19
https://journals.iau.ir/article_700030.html

مصلح شیرازی، ع. ن.، و پوستور، ع. (1385). کارآفرینی و امکان سنجی طرح‌های سرمایه‌گذاری صنعتی. تهران: دانشگاه تهران، مرکز کارآفرینی. 466 ص.

Abbasi, H., Hosseininia, G. H., & Davari, A. (2021). Conceptual Mapping of Employees' Entrepreneurial Behavior in Government Organizations Using a Scientometric Approach. *Journal of Executive Management*, 13(26), 193-220.
https://jem.journals.umz.ac.ir/article_3752.html [In Persian].

Ahmadi, H. & Osareh F. (2016) An Overview of the Functions of Co-word analysis. *Librarianship And Information Organization Studies*, 28 (1), 125-145.
<https://ensani.ir/file/download/article/20180114082414-9556-258.pdf>
 [In Persian].

Akbari, M., Delbari Ragheb, F., Zulfiqari, A., Kalanki, A., & Razi, S. (2014). Drawing a knowledge map of Iran's entrepreneurship based on scientific and research articles in Iran. *Organizational Culture Managing*, 13(4), 1091-1112.
<https://doi.org/10.22059/JOMC.2016.55429> [In Persian].

Aldrich, H. (2012). The Emergence of Entrepreneurship as an Academic Field: a Personal Essay on Institutional Entrepreneurship. *Research Policy*, 41, 1240-1248.
<https://doi.org/10.1016/j.respol.2012.03.013>

Aparicio, G., Iturralde, T., & Maseda, A. (2019). Conceptual structure and perspectives on entrepreneurship education research: A bibliometric review. *European research on management and business economics*, 25(3), 105-113. <https://doi.org/10.1016/j.i.edeen.2019.04.003>

Arabian, A., Abdollahzadeh, G., & Sharifzadeh, M. S. (2015). Content analysis of entrepreneurship research in Iran. *Journal of Research in Human Resources Management*, 7(2), 79-103. https://hrmj.ihu.ac.ir/article_14275.html [In Persian].

Bakhtiyari, M., Moosakhani, M., Alvani, S. M., & Hosseini, S. R. (2019). Usage of Scientometric Method in Higher Education Regional Preparation For the Development of Entrepreneurial University. *Journal of Development & Evolution Mngement*, 11(38), 1-9.
https://journals.iau.ir/article_669558.html [In Persian].

Chandra, Y. (2018). Mapping the evolution of entrepreneurship as a field of research (1990-2013): A scientometric analysis. *PloS one*, 13 (1), e0190228.
<https://doi.org/10.1371/journal.pone.0190228>

- Ortiz-de-Urbina-Criado, M., Nájera-Sánchez, J. J., & Mora-Valentín, E. M. (2018). A research agenda on open innovation and entrepreneurship: a co-word analysis. *Administrative Sciences*, 8(3), 34. <https://doi.org/10.3390/admsci8030034>
- Deveci, İ. (2022). Review of entrepreneurship education literature in educational contexts: Bibliometric analysis. *Participatory Educational Research*, 9(1), 214-232. <https://doi.org/10.17275/per.22.12.9.1>
- Dionisio, M. (2019). The evolution of social entrepreneurship research: a bibliometric analysis. *Social Enterprise Journal*, 15(1), 22-45. <https://doi.org/10.1108/SEJ-05-2018-0042>
- Fellnhöfer, K. (2019). Toward a taxonomy of entrepreneurship education research literature: A bibliometric mapping and visualization. *Educational Research Review*, 27, 28-55. <https://doi.org/10.1016/j.edurev.2018.10.002>
- Fernandes, C., Ferreira, J. J., Veiga, P. M., Kraus, S., & Dabić, M. (2022). Digital entrepreneurship platforms: Mapping the field and looking towards a holistic approach. *Technology in Society*, 70, 101979. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.101979>
- Ghofrani, N., Hosseini, S. R., & Musa Khani, M. (2022). Scientometrics of entrepreneur school based on the development of entrepreneurial attitude. *Journal of Development evolution Management*, 14 (51), 19-25 https://journals.iau.ir/article_700030.html [In Persian].
- Habibi, R., Mokhtarpour, R., & Khasseh, A. A. (2018). Analysis of Evolutionary Trends in Global Entrepreneurship Research using Scientometric Techniques. *Journal of Entrepreneurship Development*, 10(4), 575-594. https://journals.ut.ac.ir/article_66376.html [In Persian].
- Khasseh, A. A., & Habibi, R. (2018). Mapping two decades of world research in entrepreneurship: a scientometric analysis. *Knowledge and Information Management*, 5(2), 63-78. https://lib.journals.pnu.ac.ir/article_5208_366602bf14ed2710e42915e253100912.pdf [In Persian].
- Landstrom, H., Harirchi, G., & Astrom, F. (2012). Entrepreneurship: Exploring the knowledge base. *Research policy*, 41 (7), 1154-1181. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2012.03.009>
- Maditati, D. R., Munim, Z. H., Schramm, H. J., & Kummer, S. (2018). A review of green supply chain management: From bibliometric analysis to a conceptual framework and future research directions. *Resources, Conservation and Recycling*, 139, 150-162. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0921344918302969>
- Mosleh Shirazi, A.N., & Postvar, A. (2005). Entrepreneurship and feasibility of industrial investment plans. Tehran: Tehran University, Entrepreneurship Center. 466 p. [In Persian].
- Nichols, M. D., & Petzold, A. M. (2021). A crisis of authority in scientific discourse. *Cultural Studies of Science Education*, 16 (2), 643-650. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11422-020-09989-1>
- Sahibi, H., Rashad Jo, H., & Abooyee Ardakan, M. (2020). Scientometrics and content analysis of research in the field of organizational entrepreneurship from the perspective of individual and group entrepreneurship in the organization. *Modiriat-E Farad Journal*, 20 (66), 313-328. <http://www.modiriyatfarda.ir/Article/26870> [In Persian].
- Secundo, G., Rippa, P., & Cerchione, R. (2020). Digital Academic Entrepreneurship: A structured literature review and avenue for a research agenda. *Technological forecasting and social change*, 157, 120118. <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0040162520309446>
- Soheili, F., Khasseh, A., and Koranian, P. (2019). Mapping Intellectual Structure of Knowledge and Information Science in Iran based on Co-word Analysis. *Iranian*

- Journal of Information Processing & Management*, 34 (16), 1938-1905. https://jipm.irandoc.ac.ir/article_699570.html?lang=en [In Persian].
- Soheili, F., Khasseh, A., Rostami, M., & Zarean, M. (2023). Thematic Map of Moral Education Studies Indexed in Web of Science 2000_2018. *Scientometrics Research Journal*, 9(1), 169-188. https://rsci.shahed.ac.ir/article_4099.html?lang=en [In Persian].
- Sreenivasan, A., & Suresh, M. (2023). Exploring the contribution of sustainable entrepreneurship towards sustainable development goals: A bibliometric analysis. *Green Technologies and Sustainability*, 100038. <https://doi.org/10.1016/j.grets.2023.100038>
- Tan Luc, P., Xuan Lan, P., Nhat Hanh Le, A., & Thanh Trang, B. (2020). A Co-Citation and Co-Word Analysis of Social Entrepreneurship Research," *Journal of Social Entrepreneurship*, 13 (3), 324-339. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/19420676.2020.1782971>
- Teixeira, A. A. (2011). Mapping the (in) visible college (s) in the field of entrepreneurship. *Scientometrics*, 89 (1), 1-36 <https://link.springer.com/article/10.1007/s11192-011-0445-3>
- Van Eck, N., & Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *scientometrics*, 84 (2), 523-538. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11192-009-0146-3>
- Van Eck, N. J., & Waltman, L. (2017). Citation-based clustering of publications using Cit-NetExplorer and VOSviewer. *Scientometrics*, 111, 1053-1070. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11192-017-2300-7>
- Wu, Y., Wang, Z., & Lu, Y. (2023). Mapping the evolution of entrepreneurial research themes in China: a combination analysis of co-word and critical event. *Asia Pacific Journal of Management*, 40(3), 1133-1167. <https://doi.org/10.1007/s10490-022-09815-y>