


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

Hamid Ahmadi ^{1*}

 1. Assistant Professor, Department of Knowledge and Information Science, Faculty of Social Sciences, Razi University, Kermanshah, Iran.
(Corresponding Author)

Mahdi Husseinpour ²

 2. Assistant Professor, Department of Management and Entrepreneurship, Razi University, Kermanshah, Iran.
Email: m.husseinpour@razi.ac.ir

Email: hamid_ahmadi@razi.ac.ir

Abstract

Received:
24/08/2024

Revised:
16/11/2024

Accepted:
02/12/2024

Early online access:
07/12/2024

Published:
01/04/2025

Purpose: Entrepreneurship involves the initiation and management of a new business, which can result in value creation, job opportunities, and innovation. Entrepreneurship research includes the scientific and promotional activities undertaken by researchers in this field to explain, investigate, and analyze various entrepreneurial and economic factors and dimensions related to management and other business issues. The field of entrepreneurship in Iran has garnered significant interest from both organizational and individual researchers. This growth has necessitated an examination of the research framework from a conceptual perspective, employing scientometric techniques. Therefore, this research examines the activities in this field through a review of articles to establish a framework for evaluating the concepts and comparing them with international efforts. In this research, we seek to answer two fundamental questions: What is currently happening in the field of entrepreneurship research in Iran? And what conceptual dimensions have researchers focused on?

Methodology: This research is applied in nature and has been conducted using scientometric techniques, including co-word analysis, information clustering, and conceptual network analysis. The research tools utilized include scientometric software such as Ravar_matrix, Ucinet, NetDraw, and VOSviewer. The research community encompasses all articles in the field of entrepreneurship published in domestic journals from 1994 to October 2023.

Findings: The findings indicate that over the past two decades, research in the field of entrepreneurship in Iran has grown significantly, with many researchers contributing to its scientific productions. The results of the co-word analysis indicated that over 3,000 concepts were identified in research within this field in Iran. Among these, the concepts of "organizational entrepreneurship, entrepreneurship education, and innovation" were the most frequently mentioned. Additionally, the co-word pairs "entrepreneurship-organization", "entrepreneurship-development" and "entrepreneurship-village" had the highest number of co-occurrences. In addition, the concepts of social entrepreneurship, entrepreneurship, and academic entrepreneurship have been identified as emerging themes in research. The clustering results



Hamid Ahmadi ^{1*}

Mahdi Husseinpour ²

Received:
24/08/2024

Revised:
16/11/2024

Accepted:
02/12/2024

Early online access:
07/12/2024

Published:
01/04/2025



indicate that the body of knowledge in this field in Iran comprises seven main clusters.

The first cluster, which pertains to organizational entrepreneurship, the second cluster focuses on the expansion and development of entrepreneurship, and the third cluster related to academic and knowledge-based entrepreneurship are ranked first to third, respectively, in terms of the number of concepts. Other clusters include the fourth cluster, which focuses on the empowerment of entrepreneurship in the community (social entrepreneurship) with 11 concepts; the fifth cluster, which examines the role of creativity, innovation, and risk-taking in entrepreneurship and business, comprising 10 concepts; the sixth cluster, which addresses the role of information and communication technology and knowledge-based companies, also with 10 concepts; and the seventh cluster, which explores culture, individual, and environmental factors in the field of entrepreneurship (individual entrepreneurship) with 7 concepts. Conceptual network analysis reveals that the concepts within this field exhibit numerous interrelationships, with an average network density of 0.2671. This indicates that the network is relatively dense. This statistic indicates that approximately 26% of the connections within the network are established, suggesting that the conceptual network of entrepreneurship in Iran is quite dense. Furthermore, the concepts of "organizational entrepreneurship, innovation, rural entrepreneurship, entrepreneurship development, and entrepreneurship education" exhibit a robust and high-density network.

Conclusion: Solving societal problems relies on the development of new energy solutions through an entrepreneurial approach. Consequently, the academic sector of the country, as the primary foundation for the production and dissemination of entrepreneurial knowledge, plays a crucial role in advancing research activities in this knowledge-driven field. Undoubtedly, addressing the ever-increasing challenges faced by societies, university education, and the influence of information technology has significantly contributed to the growth of research in the field of entrepreneurship in Iran. The findings of this research offer a comprehensive overview of the issues discussed within this field of study. Specifically, according to articles in this field, the knowledge clusters of entrepreneurship in Iran are comparable to those at the global level. Additionally, Iranian researchers have focused on areas conducive to entrepreneurship in their studies.

Also, based on the network's density number, it can be concluded that the concepts exhibit an acceptable relationship with one another, indicating a degree of conceptual convergence in entrepreneurship research. This study was conducted in response to the research proposal by Khaseh et al. (2017). It is hoped that the officials, curators, and researchers involved in the advancement of this field will utilize the findings of this research.

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

ترسیم ساختار مفهومی حوزه دانش کارآفرینی در ایران: تحلیل هم‌واژگانی

حمید احمدی^{*۱}

۱. استادیار گروه علم اطلاعات و دانش‌شناسی دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران. (نویسنده مسئول)

مهدی حسین پور^۲

۲. استادیار گروه مدیریت و کارآفرینی، دانشگاه رازی، کرمانشاه، ایران.

Email: m.husseinpour@razi.ac.ir

Email: hamid_ahmadi@razi.ac.ir

چکیده

هدف: هدف پژوهش حاضر ترسیم و تحلیل ساختار مفهومی دانش حوزه کارآفرینی در ایران است.

صفحه ۲۳۴-۲۱۳

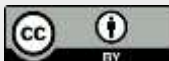
دریافت: ۱۴۰۳/۰۶/۰۳

بازنگری: ۱۴۰۳/۰۸/۲۶

پذیرش: ۱۴۰۳/۰۹/۱۲

زودآیند: ۱۴۰۳/۰۹/۱۷

انتشار: ۱۴۰۴/۰۱/۱۲



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 ۱۳۷۳ تا مهرماه ۱۴۰۲ است. ابزارهای پژوهش شامل نرم‌افزارهای حوزه علم‌سنجی مانند راور ماتریس، یوسی.آی.نت، نت‌دراو، ووس و یوور است.

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 ۳ 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 را داشته‌اند. علاوه بر آن، ۳۰ مفهوم مانند «کارآفرینی اجتماعی، کارآفرینی گرای و کارآفرینی دانشگاهی...» به‌عنوان مفاهیم نوظهور در پژوهش‌های این حوزه در دهه اخیر شناسایی شدند. نتایج خوشه‌بندی نشان داد دانش این حوزه در ایران از ۷ 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 بوده که شبکه نسبتاً متراکمی است.

نتیجه‌گیری: نتایج این پژوهش تصویر کلانی از مباحث مطرح شده در پژوهش‌های این حوزه را ارائه داد. به‌طور 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.

مقدمه و بیان مسئله

پیشرفت و توسعه علمی منجر به گسترش دانش، فهم بهتر از جهان و ارتقا 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 کسب‌وکار جدید است که می‌تواند به ایجاد ارزش، اشتغال و نوآوری منجر گردد. کسب‌وکار 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 کسب‌وکار خانگی یا در ابعاد بزرگ‌تر مانند یک شرکت چندملیتی صورت گیرد. از نظر 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 کسب‌وکارهای کوچک در جنبه‌های مهمی از نظام اقتصادی مثل خوداشتغالی پی برده شد و شعار «کوچک زیباست» شوماخر^۱ بر سر زبان‌ها افتاد (مصلح شیرازی و پوستور، ۱۳۸۵: ۳).

توسعه کارآفرینی به معنای گسترش و تقویت فعالیت‌های کارآفرینانه و کسب‌وکارهای موجود است و شامل افزایش حجم تولید، ورود به بازارهای جدید، بهبود فرایندها، افزایش نوآوری و خلاقیت و توسعه استراتژی‌های بازاریابی و فروش می‌شود و معمولاً به منظور ایجاد رشد و پایداری بیشتر در کسب‌وکار انجام می‌شود (Sreenivasan & Suresh, 2023). کارآفرینی یک حوزه تحقیقاتی دانشگاهی بسیار پویا با رشدی سریع و 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 به منظور تبیین، بررسی و تحلیل عناصر و ابعاد مختلف کارآفرینانه و اقتصادی مرتبط با مدیریت و سایر مسائل کسب‌وکارها است.

پژوهش‌های کارآفرینی که پیشینه آن به بیش از چهل سال می‌رسد، به‌عنوان یک حوزه دانش محور مهم مطرح شده است (Landström et al., 2012). طی این سال‌ها، این پژوهش‌ها رشد قابل توجهی داشته‌اند و در حال حاضر، علاوه بر پژوهشگران منفردی که در زمینه کسب‌وکارهای 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 پیش می‌برند (Aldric, 2012).

مروری بر مطالعات انجام شده پیرامون کارآفرینی نشان می‌دهد یکی از حوزه‌های مطالعاتی مهم به شمار می‌رود و به نظر اغلب کارشناسان علوم انسانی و اجتماعی یکی از حیاتی‌ترین، مؤثرترین و حتی چالشی‌ترین حوزه‌های دانش محور است که ارتباط بسیار گسترده‌ای با سیاست، اقتصاد، صنعت، کشاورزی، فرهنگ و حتی امنیت و غیره دارد. همان‌گونه که 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 به‌عنوان یکی از حیاتی‌ترین، پویاترین و مرتبط‌ترین مباحث در مدیریتی، اقتصاد علوم منطقه‌ای و سایر علوم اجتماعی ظهور یافته است (خاصه و حبیبی، ۱۳۹۷).

1 . Schumacher

2 . Teixeira

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 فنون علم‌سنجی ساختار پژوهش‌ها از دیدگاه مفهومی مورد مطالعه قرار گیرد. فنون علم‌سنجی از جمله تحلیل هم‌واژگانی، خوشه‌بندی اطلاعات و ترسیم نقشه‌های علمی و مفهومی این قابلیت را فرا روی پژوهشگران قرار داده است تا به روشی علمی وضعیت حاکم بر حوزه‌های دانش‌محور را شناسایی و کشف کنند (احمدی و عصاره، ۱۳۹۶).

با توجه به این که لازمه مدیریت هدفمند علم و دانش، حصول شناخت و ارزیابی مستدلی از وضعیت کنونی یک حوزه علمی است، در این راستا فنون علم‌سنجی مختلفی برای مطالعه ساختار حوزه مطالعاتی کارآفرینی می‌تواند مفید باشد؛ بنابراین ضرورت دارد حوزه کارآفرینی در ایران، مورد تحلیل و ارزیابی مفهومی قرار گیرد 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 به‌منظور ارزیابی مفاهیم و مقایسه آن با آنچه در سطح بین‌المللی انجام شده است، مورد بررسی قرار می‌گیرد. با توجه به آنچه بیان شد، این پرسش اساسی پیش می‌آید؛ در پژوهش‌های حوزه کارآفرینی در ایران چه می‌گذرد؟ و پژوهشگران تا به امروز چه ابعاد مفهومی از آن را مورد توجه قرار داده‌اند؟

پرسش‌های پژوهش

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

۱. توزیع فراوانی و هم‌رخدادی واژگان^۱ در حوزه کارآفرینی در ایران چگونه است؟
۲. مفاهیم نوظهور در ادبیات حوزه کارآفرینی در ایران چه مفاهیمی هستند؟
۳. نتایج مربوط به تحلیل خوشه‌بندی اطلاعات منجر به شکل‌گیری چه خوشه‌های موضوعی در حوزه کارآفرینی در ایران شده است؟
۴. نقشه‌های مفهومی حوزه کارآفرینی در ایران از نظر تحلیل شبکه چه ویژگی‌هایی دارند؟

چارچوب نظری

تحلیل و ارزیابی تولیدات علمی حوزه 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 هم‌واژگانی^۲ یا هم‌رخدادی واژگان یکی از فنون علم‌سنجی است که شامل تجزیه و تحلیل آماری از مقالات و مستندات منتشر شده بر اساس واژه‌های کلیدی است (عباسی و همکاران، ۱۴۰۰). 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 آشکار می‌شود (Maditati et al., 2018). بررسی واژه‌های مدارک، سال‌هاست به‌عنوان ابزاری برای تعیین و شناسایی ابعاد حوزه‌های پژوهشی به کار گرفته می‌شود. خوشه‌بندی نیز به معنای دسته‌بندی اعضای

1. Co-occurrence Word

2. Co-word analysis

ترسیم ساختار مفهومی حوزه دانش کارآفرینی در ایران: تحلیل هم‌واژگانی

مجموعه بدون نظارت و دخالت است. فنون خوشه‌بندی نقش برجسته‌ای در پژوهش‌های علم‌سنجی و کتاب‌سنجی دارند. به‌عنوان مثال از آن‌ها برای شناسایی گروه‌هایی از انتشارات، نویسندگان یا مجلات مرتبط استفاده می‌شود. فنون خوشه‌بندی عمدتاً در زمینه‌هایی مانند آمار، علوم رایانه و علوم شبکه توسعه‌یافته‌اند (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 کرد.

این نکته محرز است که چنانچه محققان مختلف 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 موردپژوهش، مراحل به شرح زیر باید انجام گیرد (احمدی و عصاره، ۱۳۹۶).

گام اول: استخراج مفاهیم یا واژگان از مدارک، برای استخراج مفاهیم از مدارک دو شیوه وجود دارد: شیوه اول، به روش تحلیل محتوا و به‌صورت دستی و شیوه دوم با روش‌های متن‌کاوی و به‌صورت خودکار انجام می‌شود. در شیوه اول، واژگان و مفاهیم از عنوان، چکیده و کلیدواژگان توصیفگر یکجا استخراج می‌شود. در پژوهش حاضر از شیوه متن‌کاوی با روش نیمه‌خودکار داده‌های موردنیاز از مدارک (مقالات) حوزه استخراج گردید.

گام دوم: آماده‌سازی و انتخاب نهایی مفاهیم (در این مرحله، معمولاً چهار عمل صورت می‌گیرد که شامل یکدست‌سازی واژه‌ها، برچسب‌گذاری، تهیه سیاهه کلمات بازدارنده و انتخاب روش و عملی که به‌وسیله آن از میان واژه‌های استخراج‌شده 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.

در راستای اثربخش تولیدات علمی، یافته‌های این نوع تحلیل‌ها برنامه‌ریزان و سیاست‌گذاران بخش‌های مدیریتی را یاری می‌کند تا بتواند مسئله علمی را بررسی و مدیریت کنند (سهیلی و همکاران، ۱۴۰۲).

پیشینه پژوهش

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

حیبی و همکاران (۱۳۹۶) 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 ۱۷۰۰ تا ۲۰۱۶، 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، بیشتر از طریق کتاب صورت گرفته است.

خاصه و حبیبی (۱۳۹۷) 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 وب‌آوساینس^۴ مورد تحلیل قرار دادند. یافته‌های آن‌ها حاکی از این است که پژوهش‌های کارآفرینی در گذر زمان روندی نسبتاً صعودی داشته و کلیدواژه‌های «Entrepreneurship»، «SMEs» و «Innovation» بیشترین فراوانی را در بین کلیدواژه‌های دیگر داشته‌اند. همچنین حوزه کارآفرینی از هفت خوشه اصلی تشکیل شده است. نتیجه پژوهش نشان می‌دهد ظهور و توسعه وب از دهه ۱۹۹۰ میلادی بر روند رو به رشد پژوهش‌های کارآفرینی تأثیرگذار بوده است.

بختیاری و همکاران (۱۳۹۸) 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 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 (۱۴۰۰) در پژوهش خود با عنوان «علم‌سنجی مدرسه کارآفرین مبتنی بر توسعه نگرش کارآفرینانه» از فن علم‌سنجی، تحلیل هم‌رخدادی و واژگان استفاده کردند و نتایج پژوهش آن‌ها نشان می‌دهد در حوزه آموزش کارآفرینی به 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 را با استفاده از فنون علم‌سنجی مورد بررسی و مطالعه قرار داد. وی در پژوهش خود توسعه کارآفرینی اجتماعی را به عنوان یک زمینه نوظهور بر اساس چارچوب گارتنر^۵ 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 چندان مورد بررسی قرار نگرفته بود.

آپاریسیو (Aparicio, 2019) در پژوهشی ساختار مفهومی آموزش کارآفرینی را مورد پژوهش قرار داد. هدف این مطالعه مروری بر حوزه آموزش کارآفرینی است. در این مطالعه ۳۲۵ مقاله علمی از سال ۱۹۸۷ تا ۲۰۱۷ مورد بررسی قرار گرفت. فن این پژوهش علم‌سنجی است و یافته‌ها شامل فعال‌ترین و تأثیرگذارترین مقالات، مجلات و نویسندگان این حوزه است. نتایج نشان داد کارآفرینی به عنوان بخشی از یک استراتژی توسعه اقتصادی با دیدگاه آموزش کارآفرین تکامل یافته است. علاوه بر این، مضامین پژوهشی نشان داد دانش‌آموزان به جای معلمان، عامل اصلی فرایند

1. Smith's Wealth of Nations
2. Principles of economics Marshall
3. Joseph Schumpeter's theory of economic development
4. Web of science (WOS)
5. Gartner Essential Framework: CRM «Customer Relationship Management» (مدیریت ارتباط با مشتری)

ترسیم ساختار مفهومی حوزه دانش کارآفرینی در ایران: تحلیل هم‌واژگانی

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 پژوهش خود، حوزه پژوهش‌های کارآفرینی اجتماعی را با استفاده از تحلیل هم‌استنادی 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 می‌دهند.

فرناندز و همکاران (Fernandes et al., 2022) در پژوهش خود نقشه موضوعی سکوی (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 به طور خاص یک پدیده در حال افزایش است 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 است.

سیرینی‌واسن و سورش (Sreenivasan & Suresh, 2023) در پژوهشی حوزه کارآفرینی پایدار را با فن علم‌سنجی به منظور 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 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 بود و یافته‌های آن‌ها شامل مفاهیم پربسامد و خوشه‌بندی موضوعی پژوهش‌ها است. نتایج آن‌ها نشان داد رشد بازار اقتصادی در چین از پژوهش‌های این حوزه تأثیر مثبت داشته و خوشه‌های موضوعی افزایش پیدا کرده است. خوشه‌بندی آن‌ها حاکی از شکل‌گیری ۸ خوشه موضوعی در پژوهش‌های این حوزه در چین است.

بررسی پیشینه‌ها نشان می‌دهد بیشتر پژوهش‌های حوزه کارآفرینی با استفاده از روش‌های تحلیل محتوا، تحلیل هم‌واژگانی و بعضاً تحلیل استنادی انجام شده است. همچنین در داخل ایران تا به امروز پژوهش‌های کاملی در حوزه کارآفرینی انجام نشده است. به طور خاص در پژوهش‌های خاصه و حبیبی (۱۳۹۷) 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 و نتایج با پژوهش‌هایی که در این حوزه انجام شده، مطابقت داده می‌شود.

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 ۱۳۷۳ تا آذرماه سال ۱۴۰۲ است. 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^۱ استفاده شد. برای بازیابی مقالات، از تمام راهبرهای جستجو اعم از پیشرفته، ساده و مروری و بعضاً متن‌کاوی نیمه‌خودکار با کلیدواژه‌های «کارآفرینی، کارآفرین، کسب‌وکار، 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 مدنظر قرار گرفت. در مرحله اول جستجو، در مجموع تمام پایگاه‌ها، در حدود ۴ هزار مقاله بازیابی شد. بعد از استخراج مقالات از طریق روش‌ها و فنون موجود در نرم‌افزار ورد هم‌پوشانی آن‌ها برطرف گردید. به عبارتی، عناوین استخراج‌شده از هر پایگاه هرکدام با رنگ خاصی مشخص شد. درنهایت با الفبایی کردن، عناوین کنار هم قرار گرفته و در مرحله بعدی عناوین مشابه حذف گردید. در مجموع، به دنبال این جستجوی گسترده، ۲۶۳۸ 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 است. تجزیه و تحلیل داده‌ها شامل پاسخ به پرسش‌های پژوهش در چند مرحله است. ماتریس مفاهیم از طریق نرم‌افزار راور^۲ ماتریس انجام شد. در این پژوهش با استفاده از نرم‌افزار وس ویوور^۳ خوشه‌بندی‌ها صورت گرفت. برای پیش‌پردازش‌های لازم از جمله تبدیل و تغییر فرمت داده‌ها، ترسیم و تحلیل نقشه‌های شبکه مفهومی حوزه، از نرم‌افزارهای یوسی آی نت،^۴ نت دراو^۵ و وس ویوور استفاده شد.

کشف و روابط مفهومی میان مدارک یک حوزه علمی، فرآیندی پیچیده است. از این رو نتایج حاصله آن نیز احتیاج به درکی عمیق دارد. این مشکل اغلب در حوزه‌های میان‌رشته‌ای بیشتر دیده می‌شود؛ بنابراین تجزیه و تحلیل این حوزه از هر دیدگاهی چه از طریق روش‌های ارائه‌شده در این پژوهش و سایر روش‌های دیگر، از جمله تحلیل محتوا، دارای چالش است اما روند ادامه این نوع پژوهش‌ها که با هدف ارزیابی یک حوزه علمی صورت می‌گیرد درنهایت سبب تقویت و مدیریت آن می‌شود.

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 تولیدشده مدارک علمی مرتبط با کارآفرینی است. بر این اساس، نتایج این روش روی مدارک علمی حوزه کارآفرینی ایران منجر به استخراج مفاهیم یا کلیدواژگان زیادی شد. در جدول ۱ تعداد ۵۰ مفاهیم پربسامد حاصل این روش به شرح زیر مشاهده می‌شود.

در جدول زیر، واژگان و مفاهیمی که حداقل ۲۰ بار در مدارک این حوزه بسامد داشته‌اند، آمده است. در این میان، غیر از کلیدواژه یا مفهوم «کارآفرینی» که در اغلب 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، توسعه روستایی،

1. Noormags, Magiran, Isc, Database Information Scientific (SID)
2. Ravar_matrix
3. VOSviewer_1.6.3
4. Ucinet 6
5. NetDraw 2.110

جدول ۱. رتبه‌بندی مفاهیم در حوزه دانش کارآفرینی در ایران بر اساس فراوانی

| رتبه | مفاهیم | بسامد | رتبه | مفاهیم | بسامد |
|------|----------------------------|-------|------|--|-------|
| ۱ | کارآفرینی سازمانی | ۲۹۵ | ۱۶ | فرهنگ‌سازمانی | ۳۶ |
| ۲ | آموزش کارآفرینی | ۱۰۷ | ۱۷ | کارآفرینی دانشگاهی | ۳۵ |
| ۳ | نوآوری | ۱۰۱ | ۱۸ | زنان روستایی | ۳۴ |
| ۴ | توسعه کارآفرینی | ۹۵ | ۱۹ | گردشگری روستایی | ۳۱ |
| ۵ | کارآفرینی روستایی | ۹۰ | ۲۰ | دانشگاه، گردشگری | ۳۰ |
| ۶ | کارآفرینی اجتماعی | ۶۹ | ۲۱ | دانشگاه کارآفرین، ریسک‌پذیری | ۲۹ |
| ۷ | خلاقیت | ۶۱ | ۲۲ | توسعه پایدار، روحیه کارآفرینی | ۲۸ |
| ۸ | سرمایه اجتماعی | ۵۹ | ۲۳ | کارآفرینی فناورانه، قصد کارآفرینانه | ۲۷ |
| ۹ | توسعه | ۵۸ | ۲۴ | کارآفرینی زنان، مدل‌های کارآفرینی | ۲۶ |
| ۱۰ | توسعه روستایی | ۵۶ | ۲۵ | کارآفرینی استراتژیک، برنامه درسی | ۲۵ |
| ۱۱ | کارآفرینان | ۵۲ | ۲۶ | توسعه اقتصادی، فرهنگ کارآفرینی | ۲۴ |
| ۱۲ | اشتغال، اکوسیستم کارآفرینی | ۴۸ | ۲۷ | توانمندسازی، رشد اقتصادی، فرهنگ، فناوری اطلاعات و ارتباطات | ۲۳ |
| ۱۳ | آموزش عالی، مدیریت دانش | ۴۰ | ۲۸ | اقتصاد مقاومتی، زنان، ورزش، | ۲۲ |
| ۱۴ | دانشجو، موانع کارآفرینی | ۳۹ | ۲۹ | کارآفرینی شرکتی، کسب‌وکار | ۲۱ |
| ۱۵ | آموزش، کارآفرینی گرایبی | ۳۷ | ۳۰ | عملکرد (کارکرد)، کارآفرینی کشاورزی | ۲۰ |

کارآفرینان، اشتغال، اکوسیستم کارآفرینی در رتبه‌های بعدی قرار دارند. در مجموع بر اساس تحلیل مفاهیم حوزه تعداد ۴۳۵۰ مفهوم مرتبط با کارآفرینی در پژوهش‌های این حوزه آشکار شده است. در این میان ۳۲۶۷ مفهوم آن فقط یک‌بار رخداد داشته است. همچنین ۲۸۰ مفهوم بیش از ۵ 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 شکل‌گرفته بین مفاهیم، تعداد ۴۰ مفهوم که دوبره‌دو دارای بیشترین پیوند با هم هستند در جدول ۲ ارائه شده است. همان‌طور که در جدول نیز مشاهده می‌شود مفهوم کارآفرینی سازمانی با مفاهیم «فرهنگ‌سازمانی»، «نوآوری»، «مدیریت دانش» و «سرمایه اجتماعی» دارای پیوندهای قدرتمندی هستند و همچنین مفاهیم «نوآوری» با «خلاقیت»، کارآفرینی روستایی با توسعه روستایی ارتباط مفهومی بیشتری دارند. سایر هم‌رخدادی‌های مفاهیم به‌خوبی در جدول دیده می‌شوند. آستانه این پیوندها از صفر تا ۱۰۰ در نظر گرفته شده است؛ به عبارتی هرچه به عدد ۱۰۰ نزدیک باشند نشان‌دهنده ارتباط مفهومی قدرتمندی هستند.

جدول ۲. توزیع فراوانی ۲۰ زوج هم‌واژگانی

| قدرت لینک | هم‌رخدادی مفاهیم | قدرت لینک | هم‌رخدادی مفاهیم |
|-----------|-----------------------------------|-----------|------------------------------------|
| ۱۸ | آموزش عالی**برنامه درسی | ۵۰ | کارآفرینی سازمانی**فرهنگ سازمانی |
| | کارآفرینی سازمانی**نوآوری سازمانی | ۴۶ | کارآفرینی سازمانی**نوآوری |
| ۱۶ | کارآفرین**خلاقیت | ۴۲ | کارآفرینی سازمانی**مدیریت دانش |
| | آموزش کارآفرینی**قصد کارآفرینی | ۳۴ | کارآفرینی سازمانی**سرمایه اجتماعی |
| | کارآفرینی سازمانی**هوش هیجانی | ۳۱ | نوآوری**خلاقیت |
| | زنان روستایی**موانع کارآفرینی | ۳۰ | کارآفرینی روستایی**توسعه روستایی |
| ۱۴ | اقتصاد روستایی**کارآفرینی روستایی | ۲۴ | کارآفرینی سازمانی**عملکرد سازمانی |
| | دانشگاه**دانشجو | ۲۲ | آموزش عالی**آموزش کارآفرینی |
| | زنان روستایی**کارآفرینی روستایی | ۲۰ | کارآفرینی سازمانی**یادگیری سازمانی |
| | کارآفرینی سازمانی**ساختار سازمانی | ۱۹ | 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 تجزیه شده و بر اساس آنچه در دسته اخیر رخ داد مفاهیم جدول ۳ آشکار شد. این مفاهیم در حدود سال‌های دهه ۹۰ به بعد در ادبیات مفهومی این حوزه ظاهر شدند.

جدول ۳. مفاهیم نوظهور در حوزه دانش کارآفرینی در ایران (۱۳۹۰ تا ۱۴۰۲)

| مفاهیم نوظهور | بسامد | مفاهیم نوظهور | بسامد | مفاهیم نوظهور | بسامد |
|---------------------|-------|-------------------|-------|-------------------|-------|
| کارآفرینی اجتماعی | ۶۹ | گردشگری فرهنگی | ۶ | پنجره فرصت | ۳ |
| کارآفرینی گرابی | ۳۷ | ارزش آفرینی | ۵ | ابعاد هوش سازمانی | ۳ |
| کارآفرینی دانشگاهی | ۳۵ | اقتصاد دانش‌بنیان | ۵ | کارآفرینی خانگی | ۳ |
| دانشگاه کارآفرین | ۲۹ | خودکارآمدی | ۵ | کارآفرینی نوپا | ۳ |
| قصد کارآفرینانه | ۲۷ | سرمایه اجتماعی | ۵ | اقتصاد دانش‌محور | ۳ |
| کارآفرینی شرکتی | ۲۱ | مهارت‌های اجتماعی | ۵ | امنیت شغلی | ۲ |
| کارآفرینی دیجیتال | ۱۷ | هوش اجتماعی | ۴ | چابکی استراتژیک | ۲ |
| سرمایه فکری | ۱۷ | گردشگری سلامت | ۴ | خلاقیت هیجانی | ۲ |
| شرکت‌های دانش‌بنیان | ۱۵ | گردشگری کشاورزی | ۴ | خلق ارزش اجتماعی | ۲ |
| کارآفرینی پایدار | ۱۴ | هوش معنوی | ۴ | خلق فرصت | ۲ |
| کارآفرینی راهبردی | ۱۱ | تعهد عاطفی | ۴ | خودپنداری شغلی | ۲ |
| سواد اطلاعاتی | ۱۱ | خلق ارزش | ۳ | رهبری تحول‌گرا | ۲ |
| کارآفرینی فرهنگی | ۱۰ | سرمایه ارتباطی | ۳ | بداهه‌پردازی | ۲ |

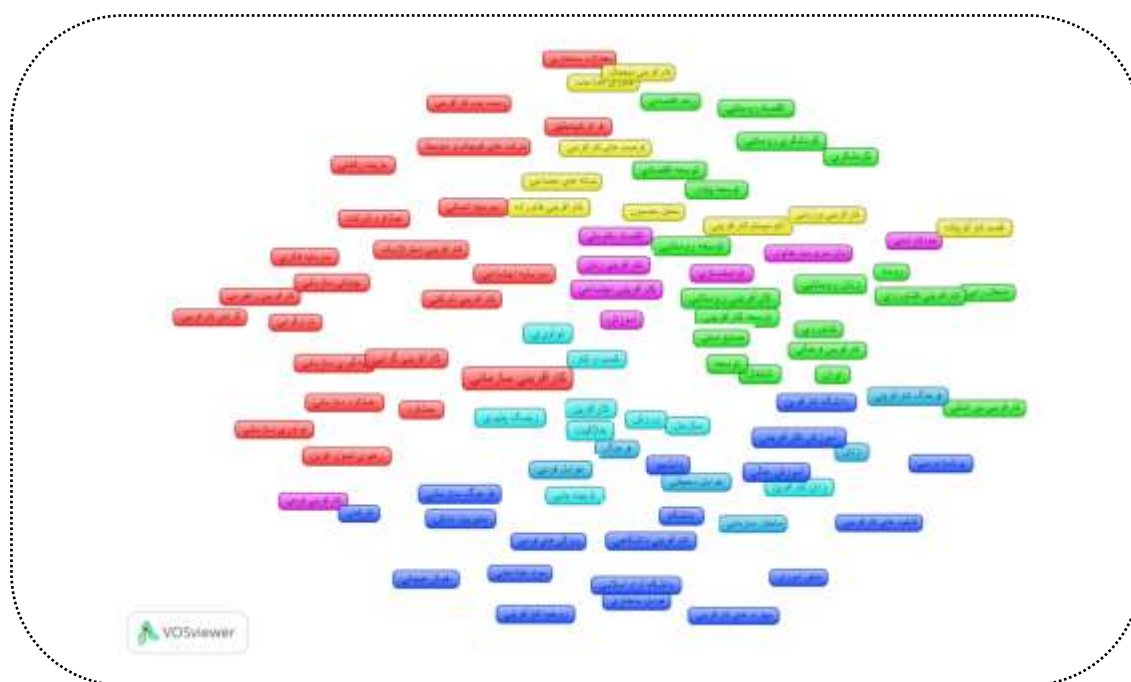
ادامه جدول ۳. مفاهیم نوظهور در حوزه دانش کارآفرینی در ایران (۱۳۹۰ تا ۱۴۰۲)

| مفاهیم نوظهور | بسامد | مفاهیم نوظهور | بسامد | مفاهیم نوظهور | بسامد |
|--------------------|-------|-----------------------|-------|------------------|-------|
| رفتار کارآفرینانه | ۹ | کارآفرینی الکترونیکی | ۳ | بنگاه خانوادگی | ۲ |
| توفیق طلبی | ۸ | کارآفرینی دانش‌بنیان | ۳ | بین‌المللی سازی | ۲ |
| کارآفرینی رسانه‌ای | ۷ | کارآفرینی سیاسی | ۳ | سازمان یادگیرنده | ۲ |
| سرمایه‌ی اجتماعی | ۷ | اعتماد اجتماعی | ۳ | قصد کارآفرینی | ۲ |
| کارآفرینی آموزشی | ۶ | الگوهای ذهنی | ۳ | بازار محوری | ۲ |
| رهبری تحول‌گرا | ۶ | هوش رقابتی | ۳ | کارآفرینی تمدنی | ۲ |
| کارآفرینی محوری | ۵ | بازاریابی کارآفرینانه | ۳ | | |

همان‌طور در جدول ۳ مشاهده می‌شود، مفاهیمی همچون «کارآفرینی اجتماعی»، «کارآفرینی گرایشی»، «کارآفرینی دانشگاهی»، «دانشگاه کارآفرین» و سایر مفاهیم در جدول به ترتیب دارای بیشترین بسامد در پژوهش‌ها هستند. در مجموع، ۶۰ 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 موردبررسی و درک کلی از موضوع‌های حاکم بر آن‌ها، خوشه‌های مفهومی حوزه کارآفرینی بر اساس پژوهش‌های آن موردبررسی قرار گرفت و شناسایی شدند. در شکل ۱ نتایج خوشه‌بندی مشاهده می‌شود.



شکل ۱. خوشه‌بندی دانش کارآفرینی در ایران با استفاده از نرم‌افزار وس ویوور.

نتایج خوشه‌بندی هوشمند با نرم‌افزار وس ویور منجر به تشکیل ۷ خوشه اصلی برای این حوزه در ایران شد. استخراج این خوشه‌ها حاصل ماتریس هم‌رخدادی ۱۰۸ مفهوم پرسامد این حوزه است و دلیل انتخاب این آستانه تولید خوشه‌های با کیفیت است. برای درک بهتر خوشه‌ها مشخصات هر خوشه در جدول ۴ تشریح شده است.

جدول ۴. خوشه‌های شکل‌گرفته حوزه دانش کارآفرینی در ایران (بازنمایی حداکثر ۱۰ مفهوم با وزن بالا)

| خوشه اول: ۲۵ مفهوم | | | | خوشه دوم: ۲۳ 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 گرای | 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: ۲۲ مفهوم | | | | خوشه چهارم: ۱۱ 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 |
| دانشجو | 0.32 | 0.72 | 86 | کارآفرینی زنان | 0.42 | 0.16 | 44 |
| دانشگاه | 0.17 | 0.83 | 72 | نظریه داده بنیاد | 0.45 | 0.22 | 40 |
| دانشگاه کارآفرین | 0.26 | 0.39 | 60 | کارآفرینی کشاورزی | 0.40 | 0.00 | 32 |
| کارآفرینی دانشگاهی | 0.04 | 0.36 | 56 | خودکارآمدی | 0.28 | 0.03 | 20 |
| برنامه درسی | 0.21 | 0.64 | 48 | کارآفرینی شهری | 0.11 | 0.25 | 20 |
| دانشگاه آزاد اسلامی | 0.68 | 0.75 | 42 | زنان سرپرست خانوار | 0.25 | 0.19 | 18 |

ادامه جدول ۴. خوشه‌های شکل گرفته حوزه دانش کارآفرینی در ایران (بازنمایی حداکثر ۱۰ مفهوم با وزن بالا)

| خوشه پنجم: ۱۰ مفهوم | | | | خوشه ششم: ۱۰ مفهوم | | | |
|--|------|------|--------|---|------|------|--------|
| نام خوشه: «خلاقیت و نوآوری در کارآفرینی» | | | | نام خوشه: «فناوری اطلاعات در کارآفرینی» | | | |
| label | x | y | weight | label | x | y | weight |
| نوآوری | 0.18 | 0.11 | 248 | موانع کارآفرینی | 0.31 | 0.12 | 88 |
| خلاقیت | 0.53 | 0.26 | 158 | اکوسیستم کارآفرینی | 0.52 | 0.23 | 72 |
| کارآفرین | 0.09 | 0.25 | 112 | فناوری اطلاعات | 0.11 | 0.36 | 54 |
| مدیریت دانش | 0.97 | 0.18 | 96 | قصد کارآفرینانه | 0.06 | 0.13 | 42 |
| ریسک‌پذیری | 0.48 | 0.13 | 84 | کارآفرینی فناورانه | 0.12 | 0.43 | 36 |
| کسب‌وکار | 0.07 | 0.06 | 50 | شرکت‌های دانش‌بنیان | 0.13 | 0.63 | 32 |
| تربیت‌بدنی | 0.24 | 0.28 | 48 | کارآفرینی دیجیتال | 0.27 | 0.56 | 30 |
| ورزش | 0.33 | 0.07 | 46 | کارآفرینی ورزشی | 0.36 | 0.26 | 28 |
| زنان کارآفرین | 0.27 | 0.29 | 38 | فرصت‌های کارآفرینی | 0.30 | 0.47 | 18 |
| سازمان | 0.74 | 0.20 | 34 | تحلیل مضمون | 0.71 | 0.33 | 14 |

| خوشه هفتم: ۷ مفهوم | | | |
|--|------|------|--------|
| نام خوشه: «عوامل فردی، محیطی و سازمانی در کارآفرینی» | | | |
| label | 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 |

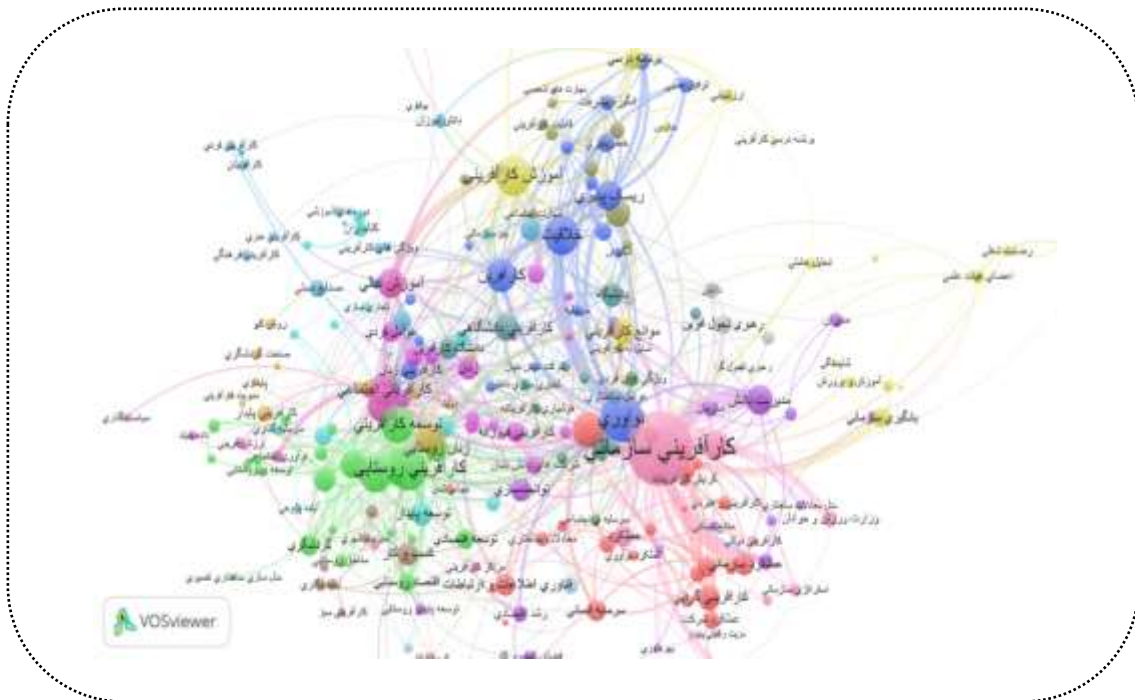
تعداد خوشه: ۷
 تعداد مفاهیم: ۱۰۸
 بالاترین وزن: ۵۱۴
 کمترین وزن: ۱۴

همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود پژوهش‌های انجام‌شده در حوزه کارآفرینی در ۷ 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 نظر تعداد مفهوم در رتبه یک تا سوم قرار دارند. سایر خوشه به ترتیب، در خوشه چهارم (توانمندسازی کارآفرینی در عرصه جامعه - کارآفرینی اجتماعی) ۱۱ مفهوم، خوشه پنجم (نقش خلاقیت و نوآوری و ریسک‌پذیری در کارآفرینی و کسب‌وکارها) ۱۰ مفهوم، خوشه ششم (نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات و شرکت‌های دانش‌بنیان) ۱۰ مفهوم و در خوشه هفتم (فرهنگ، عوامل فردی و محیطی در عرصه کارآفرینی - کارآفرینی فردی) ۷ مفهوم شکل گرفته است.

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

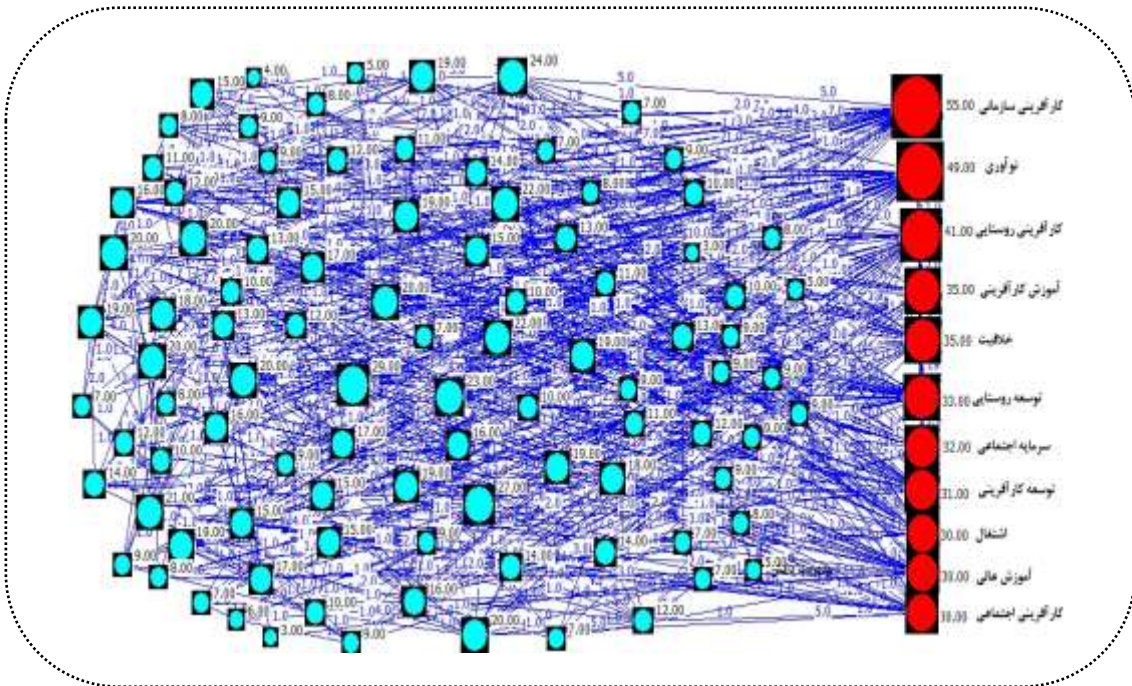
به منظور درک روشن‌تری از روابط مفاهیم در حوزه کارآفرینی، با ابزارها و شیوه‌های مختلف نقشه شبکه مفهومی این حوزه ترسیم شد. نقشه مفهومی شکل گرفته شامل گره‌ها (رأس‌ها) و لبه‌ها (یال‌ها) است. هر گره یک مفهوم یا کلیدواژه دارد که اندازه آن بستگی به بسامد و دریافت پیوند (لینک) دارد و اندازه لبه‌ها نشان‌دهنده قدرت پیوند با سایر گره‌ها دارد. در شکل ۲ شبکه مفهومی این حوزه با حداکثر ارتباطات نمایش داده شده است. نقشه زیر حاصل ۲۶۵ مفهوم پربسامد است.

در نقشه شکل ۲ مفاهیم هر کدام یک گره هستند و لبه‌ها خطوط ارتباطی آن‌ها با مسیر گره‌هایی است که دارای ارتباط مفهومی یا معنایی هستند. ضخامت لبه‌ها نشان‌دهنده قدرت ارتباط یا لینک مفاهیم به هم هستند. به عبارتی هر چه این لینک‌ها بیشتر باشند نشان‌دهنده ارتباط مفهومی و تأثیر مفاهیم به یکدیگر هستند و سایز گره نیز بستگی به دریافت لینک و بسامد آن در مدارک علمی دارد (Van Eck & Waltman, 2010).



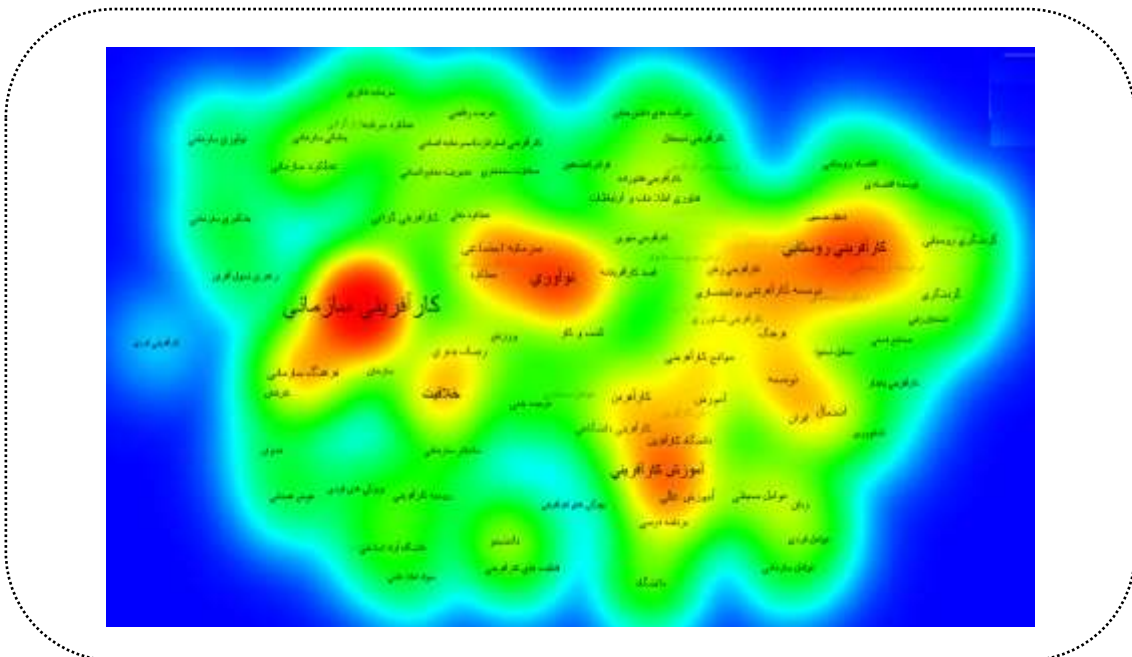
شکل ۲. نقشه مفهومی حوزه دانش کارآفرینی در ایران بر اساس تحلیل هم‌واژگانی.

در این نقشه توجه به کارآفرینی سازمانی، نوآوری، اشتغال، توسعه، خلاقیت، کارآفرینی در روستاها، کارآفرینی در سطح دانشگاه روی نقشه به خوبی دیده می‌شود. رنگ گره‌ها نشان‌دهنده 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 ۳ شبکه‌های مفهومی با مرکزیت مفاهیم قدرتمند نمایش داده شده است. میانگین نمره کل مرکزیت مفاهیم برابر با ۸.۶۶ درصد است. در شکل زیر ۱۱ 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.



شکل ۳. مرکزیت مفاهیم تأثیرگذار در شبکه مفهومی حوزه کارآفرینی در ایران.

برای درک بهتر، در شکل ۴ 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 آتش فشان است که دارای نقاط داغ و سرد است. 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 قرار گرفته است.



شکل ۴. نقشه چگالی حوزه دانش کارآفرینی در ایران.

بحث و نتیجه گیری

حل مشکلات جوامع درگرو خلق انرژی‌های جدید و با رویکرد کارآفرینانه است. کارآفرینی فرایند ایجاد فرهنگ کسب‌وکار است. از این رو، بخش دانشگاهی کشور به‌عنوان 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 توجهی داشته است. بنابراین، لازم و ضروری است بعد از هر دهه حوزه‌های دانش پژوهی موردسنجش 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 هم‌واژگانی که یکی از روش‌های علم‌سنجی است محتوا پژوهش‌های انجام‌شده این حوزه در ایران با هدف شناخت زمینه‌ها، محورهای پژوهشی و ارتباطات مفهومی حاکم بر آن موردبررسی قرار گرفت و نتایجی به دست آمد.

نتایج داده‌های اسنادی حاکی از این است که حوزه کارآفرینی در ایران مانند آنچه در سطح جهانی اتفاق افتاده، در دهه اخیر رشد قابل توجهی داشته است. تولید بیش از ۲۶۰۰ مقاله علمی توسط پژوهشگران ایرانی در سطح داخلی دلیلی بر این ادعاست.

نتایج تحلیل هم‌واژگانی روی پژوهش‌های صورت گرفته به‌خوبی نشان داد مفاهیم موردبحث 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 فرهنگ سازمانی پرکاربردترین مفاهیم در پژوهش‌های کارآفرینی در سی سال اخیر بوده است.

در پژوهش حاضر مفهوم «کارآفرینی سازمانی» بیش از حد در پژوهش‌های ایرانیان مطرح شده است. نتایج این پژوهش با پژوهش‌های عربیون و همکاران (۱۳۹۴) 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 (۱۳۹۴) در حوزه مفاهیم «توسعه کارآفرینی، کارآفرینی فردی، کارآفرینی زنان، کارآفرینی اجتماعی، کارآفرینی سازمانی»، با نتایج پژوهش خاصه و همکاران (۱۳۹۷) در حوزه مفاهیم «سرمایه اجتماعی، کارآفرینی اجتماعی، کارآفرینان، آموزش کارآفرینی»، با نتایج پژوهش بختیاری و همکاران (۱۳۹۸) در حوزه مفاهیم «کارآفرینی سازمانی، آموزش عالی، کارآفرینی دانشگاهی»، با نتایج پژوهش صاحبی و همکاران (۱۴۰۰) در حوزه مفاهیم «نوآوری، کارآفرینی سازمانی، عملکرد شرکت، نوآوری، شرکت‌های کوچک و متوسط»، با نتایج پژوهش عباسی و همکاران (۱۳۹۹) در حوزه مفاهیم «کارآفرینی سازمانی، نوآوری، کارآفرینی فردی»، با نتایج غفرانی و همکاران (۱۴۰۰) در مفهوم «آموزش کارآفرینی و قصد کارآفرینی»، با نتایج فلن‌هوفر (Fellnhofner, 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 سرنی‌واسن و همکاران (Sreenivasan et al., 2023) در حوزه مفهوم «توسعه کارآفرینی» همسو است.

علاوه بر مفاهیمی که معرفی شد، حدود ۶۰ مفهوم دیگری به‌صورت محدود در پژوهش ایرانیان وجود دارد. در این راستا می‌توان به مفاهیم نوظهوری مانند «کارآفرینی اجتماعی، کارآفرینی گرایشی، 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، ۱۳۹۴) و (اکبری و همکاران، ۱۳۹۴) با نتایج این دو پژوهش خارجی همسو نیست. با توجه به این‌که فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطی نقش حائز اهمیتی در کسب‌وکارها 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 کسب‌وکارها نیز غافل نبوده‌اند؛ اما به‌طور خاص، کمتر به کسب‌وکارهای الکترونیکی، مجازی و یا اینترنتی پرداخته‌اند. همچنین نتایج نشان داد مفاهیم «صنعت، کشاورزی، بازار، گردشگری، مهارت، فرهنگ، فناوری، اقتصاد، اشتغال، توانمندی، موانع کارآفرینی و غیره» در متون پژوهشی این حوزه به تعداد نسبتاً قابل توجهی با مفهوم کارآفرینی در مدارک بسامد داشته است. وجود این مفاهیم در کنار مفهوم «کارآفرینی» نشان‌دهنده رونق و رشد کارآفرینی در این حوزه‌ها، در ایران است. در مقایسه با آنچه در پژوهش‌های خارج از کشور انجام شده، نتایج این پژوهش تا اندازه زیادی با آن‌ها متفاوت است. در این راستا، در پژوهش (خاصه و همکاران، ۱۳۹۷) در سطح جهانی، بیشترین هم‌رخدادی مفهوم «کارآفرینی» با مفاهیم «کسب‌وکارهای کوچک، خلاقیت فردی، خوداشتغالی، توسعه اقتصادی، سرمایه‌گذاری خطرپذیر، استارت‌آپ‌ها و غیره» بوده است.

در ادامه تحلیل مفاهیم حوزه کارآفرینی برای درک و کسب نتیجه بهتر، مفاهیم بدون دخالت پژوهشگر خوشه‌بندی شد. نتایج خوشه‌بندی حاکی از شکل‌گیری ۷ خوشه موضوعی در ایران است. با توجه به مفاهیم خوشه‌ها، خوشه اول در محور کارآفرینی مرتبط با سازمان شکل گرفته است. این خوشه به‌طور کلی به فرایند ایجاد و توسعه فرصت‌های کسب‌وکار 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 سرمایه‌گذاری فکری و انسانی، برنامه‌های راهبردهای و عملکرد شرکت‌ها، توسعه روستاها و اشتغال زنان است. خوشه سوم در حوزه فعالیت دانشگاه شکل گرفته، از این رو با توجه به این‌که 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 کسب‌وکارهایی 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 کسب‌وکار 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 آنجاکه فناوری‌ها کمک می‌کنند تا کارآفرینان به اطلاعات و داده‌های مهم دسترسی پیدا کنند و بر اساس آن تصمیم‌گیری‌های بهتری انجام دهند، این خوشه در شرایط کنونی، 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 کسب‌وکار است، عوامل فردی و فرهنگی که شاخصه هر فرد می‌باشد در کارآفرینی بسیار حائز اهمیت است؛ عوامل

فردی در کسب و کارها می تواند شامل مهارت ها، تجربه، انگیزه، تفکر، راهبرد، ارتباط با دیگران، انعطاف پذیری، اخلاق کاری، اعتماد به نفس و غیره باشند. این عوامل می تواند تأثیر بسزایی در موفقیت یا شکست یک کسب و کار داشته باشند. محققان در ایران نیز در پژوهش های خود این عوامل را مورد بررسی قرار داده اند؛ بنابراین به نظر می رسد این خوشه به طور مستقل در این مسئله شکل گرفته است.

در مجموع می توان نتیجه گرفت خوشه های شکل گرفته از پژوهش های این حوزه در ایران، منطقی به نظر می رسد و در مقایسه با چند پژوهشی که روی پژوهش های بین المللی انجام شده، خوشه بندی مفاهیم هر خوشه این پژوهش در هم تنیدگی و یا هم پوشانی کمتری دارد. برای مقایسه آنچه در مطالعه سایر پژوهشگران رخ داده است جدول ۷ ارائه می شود:

جدول ۷. مقایسه خوشه های اطلاعاتی شکل گرفته با خوشه های سایر پژوهشگران.

| خوشه ها | خوشه بندی پژوهش حاضر (۱۳۷۲-۱۴۰۲) | خوشه بندی (خاصه و جیبی (۱۳۹۷): خوشه بندی وو و همکاران (Wu et al., 2023) داده های wos (۲۰۰۵ تا ۲۰۱۹) | خوشه بندی (خاصه و جیبی (۱۳۹۷): خوشه بندی وو و همکاران (Wu et al., 2023) داده های wos (۲۰۰۵ تا ۲۰۱۹) |
|---------|--|--|--|
| ۱ | کارآفرینی سازمانی و شرکت های دانش بنیان | کارآفرینی دانشگاهی و دانش بنیان | شرکت ها و سازمان های سیاسی و دولتی |
| ۲ | بسط و توسعه کارآفرینی با مؤلفه های مختلف | کارآفرینی اجتماعی | نوآوری و فناوری |
| ۳ | کارآفرینی دانشگاهی و دانش بنیان | کارآفرینی فردی با رویکرد جنسیت، فرهنگ و تحصیلات | کارآفرینی بین المللی |
| ۴ | توانمندسازی کارآفرینی در جامعه (کارآفرینی اجتماعی) | انواع سازمان های کارآفرین با رویکرد منبع محوری | قصد کارآفرینی |
| ۵ | نقش خلاقیت و نوآوری و ریسک پذیری در کارآفرینی | توسعه کارآفرینی با رویکرد فناوری دانش محور | کارآفرینی ریسک پذیر |
| ۶ | نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در کارآفرینی | خط و مشی و راهبرد کارآفرینی | آموزش کارآفرینی |
| ۷ | فرهنگ، عوامل فردی و محیطی در عرصه کارآفرینی | ویژگی های کارآفرینی | کارآفرینی منطقه ای |
| ۸ | - | - | اقتصاد رقابتی در کارآفرینی |

همان طور که در جدول ۷ مشاهده می شود نتایج خوشه بندی پژوهش حاضر با خوشه های (۱ تا ۴) پژوهش (خاصه و همکاران، ۱۳۹۷) و با خوشه های (۱، ۲ و ۶) خوشه بندی وو و همکاران (Wu et al., 2023) تقریباً شباهت دارد. در مجموع خوشه های اطلاعاتی دانش کارآفرینی در ایران بر اساس مقالات این حوزه با آنچه در سطح جهانی است، فاصله چندانی ندارد و پژوهشگران ایرانی نیز حوزه های مستعد کارآفرینی را در پژوهش های خود مورد توجه قرار داده اند.

ترسیم نقشه های مفهومی حوزه دانش کارآفرینی بر اساس مدارک تولید شده این حوزه، از دیگر نتایج این پژوهش بود. تحلیل این نقشه ها بدین معناست که مفاهیم حوزه کارآفرینی در شبکه تقریباً متراکم با هم ارتباط دارند. به نظر

ترسیم ساختار مفهومی حوزه دانش کارآفرینی در ایران: تحلیل هم‌واژگانی

می‌رسد حداقل ۴۰ مفهوم اصلی و مهم این حوزه هم‌رخدادی‌های بیشتری با هم دارند و تأثیر یکی بر دیگری مشهود است. در این میان، پیوندهای قدرتمندی حول محورهای مفاهیمی همچون «کارآفرینی سازمانی»، «نوآوری و خلاقیت در کارآفرینی»، «کارآفرینی روستایی» و «توسعه کارآفرینی» شکل گرفته است.

تحلیل نقشه‌ها حاکی از آن است روابط و پیوندهای گسترده‌ای بین مفاهیم برقرار شده و تراکم شبکه مفهومی معادل ۰.۲۶۷۱ است. این عدد به این معناست که حدود ۲۶ درصد از ارتباطات در شبکه شکل گرفته 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 (سهیلی و همکاران، ۱۳۹۸).

با توجه به عدد تراکم شبکه، می‌توان نتیجه گرفت 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 کسب‌وکار، 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. به‌طورکلی 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 (۱۳۹۷) 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 کنند.

پیشنهاد‌های اجرایی پژوهش

- در ایران به پژوهش‌های حوزه کارآفرینی سازمانی توجه زیادی شده اما طبق نتایج کسب‌شده هم‌رخدادی واژگانی یا مفهومی کمتری با مفهوم شرکت‌های دانش‌بنیان برقرار شده است. پیشنهاد می‌شود پژوهشگران در پژوهش‌های خود به رابطه این دو مقوله توجه کنند و زمینه ایجاد شرکت‌های دانش‌بنیان در سازمان‌های دولتی و خصوصی را فراهم سازند.
- 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 کسب‌وکارهای جدید را فراهم کنند.
- 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 کسب‌وکار را مورد توجه قرار دهند و بیشتر در این زمینه فعالیت تحقیقاتی داشته باشند.
- نتایج هم‌واژگانی نشان داد مفاهیمی مدیریتی به‌صورت بسیار اندک در پژوهش‌ها مطرح شده است. پیشنهاد می‌شود پژوهش‌هایی از جنس سیاست‌گذاری و مدیریت فناوری اطلاعات در حوزه کارآفرینی انجام شود تا حوزه‌های جدید کسب‌وکارهای الکترونیکی مدیریت و سیاست‌گذاری علمی گردد.

- همچنین به پژوهشگران به ویژه اعضای هیئت علمی دانشگاه پیشنهاد می شود با توجه به خوشه های موضوعی شکل گرفته و مفاهیم پر مستعد این حوزه، زمینه را برای انجام پایان نامه ها و طرح های پژوهشی و تحقیقاتی در خوشه های مفهومی شکل گرفته فراهم کنند.

پیشنهاد برای پژوهش های آتی

- با توجه به اینکه روابط هم نویسنده پژوهشگران، ساختار فکری آن ها را در زمینه کارآفرینی منعکس می کند پیشنهاد می شود روابط علمی پژوهشگران (روابط هم نویسنده) این حوزه نیز جهت تکمیل این پژوهش مورد مطالعه قرار گیرد.
- پیشنهاد می شود پژوهشی با موضوع مدیریت دانش در حوزه کارآفرینی ایران به منظور مدیریت دانش خبرگان این حوزه در ایران انجام شود و نتایج حاصل از آن با زمینه های 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 ندارد.

فهرست منابع

- احمدی، ح.، و عصاره، ف. (۱۳۹۶). مروری بر کارکردهای تحلیل هم واژگانی. *مجله مطالعات کتابداری و سازماندهی اطلاعات*، ۲۸(۱)، ۱۲۵-۱۴۵. https://nastinfo.nlai.ir/article_1132.html
- اکبری، م.، دلبری راغب، ف.، ذوالفقاری، ع.، کلانکی، ا.، و رازی، س. (۱۳۹۴). ترسیم نقشه دانش کارآفرینی ایران بر مبنای مقالات علمی و پژوهشی در ایران. *مدیریت فرهنگ سازمانی*، ۱۳(۴)، ۱۰۹۱-۱۱۱۲. <https://doi.org/10.22059/jomc.2016.55429>
- بختیاری، م.، موسی خانی، م.، الوانی، م.، و حسینی، ر. (۱۳۹۸). به کارگیری روش علم سنجی در راستای آمایش آموزش عالی برای توسعه کارآفرینی دانشگاهی. *مدیریت توسعه و تحول*، ۱۱(۳۸)، ۱-۹. https://journals.iau.ir/article_669558.html
- حبیبی، ر.، مختار پور، ر.، و خاصه، ع. (۱۳۹۶). تحلیل سیر تکاملی پژوهش های جهانی کارآفرینی با فنون علم سنجی. *توسعه کارآفرینی*، ۱۰(۴)، ۵۷۵-۵۹۴. https://journals.ut.ac.ir/article_66376.html
- خاصه، ع.، و حبیبی، ر. (۱۳۹۷). ترسیم دو دهه پژوهش جهانی در حوزه کارآفرینی: تحلیل علم سنجی. *مدیریت اطلاعات و دانش شناسی*، ۵(۲)، ۶۳-۷۸. https://lib.journals.pnu.ac.ir/article_5208.html
- سهیلی، ف.، خاصه، ع.، و کرانیان، پ. (۱۳۹۸). ترسیم ساختار فکری حوزه علم اطلاعات و دانش شناسی ایران بر اساس تحلیل هم رخدادی واژگان. *پژوهش نامه پردازش و مدیریت اطلاعات*، ۳۴(۹۸)، ۱۹۰۵-۱۹۳۸. https://jipm.irandoc.ac.ir/article_699570.html?lang=fa
- سهیلی، ف.، خاصه، ع.، رستمی، م.، و زارعان، م. (۱۴۰۲). ترسیم نقشه موضوعی مقالات حوزه تربیت اخلاقی نمایه شده در پایگاه وب آو ساینس طی سال های ۲۰۰۰-۲۰۱۸. *پژوهش نامه علم سنجی*، ۹(۱۷)، ۱۶۹-۱۸۸. <https://doi.org/10.22070/rsci.2021.5818.1433>

صاحبی، ح.، رشادت‌جو، ح.، و ابویی اردکان، م. (۱۴۰۰). علم‌سنجی و تحلیل محتوی پژوهش‌ها در حوزه کارآفرینی سازمانی از منظر کارآفرینی فردی و گروهی در سازمان. مدیریت فردا، ۲۰(۶۶)، ۳۱۳-۳۲۸.
<http://www.modiriyatfarda.ir/Article/26870>

عباسی، ح.، حسینی‌نیا، غ.، و داوری، ع. (۱۴۰۰). نگاشت مفهومی رفتار کارآفرینانه کارکنان در سازمان‌های دولتی (رویکرد علم‌سنجی). پژوهشنامه مدیریت اجرایی، ۱۳(۲۶)، ۱۹۳-۲۲۰.
<https://doi.org/10.22080/jem.2021.19737.3333>

عربیون، ا.، عبدالله زاده، غ.، و شریف‌زاده، م. ش. (۱۳۹۴). تحلیل محتوای پژوهش‌های کارآفرینی در ایران. پژوهش‌های مدیریت منابع انسانی، ۷(۲)، ۷۹-۱۰۴.
https://hrmj.ihu.ac.ir/article_14275.html?lang=fa

غفرانی، ن.، حسینی، ر.، و موسی‌خانی، م. (۱۴۰۱). علم‌سنجی مدرسه کارآفرین مبتنی بر توسعه نگرش کارآفرینانه. مدیریت توسعه و تحول، ۱۴(۵۱)، ۱۹-۲۵.
<https://sanad.iau.ir/Journal/jdem/Article/949440>

مصلح شیرازی، ع. ن.، و پوستور، ع. (۱۳۸۵). کارآفرینی و امکان‌سنجی طرح‌های سرمایه‌گذاری صنعتی. تهران: دانشگاه تهران، مرکز کارآفرینی. ۴۶۶ ص.
<https://lib.ut.ac.ir/site/catalogue/736956>

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://doi.org/10.22080/jem.2021.19737.3333> [In Persian].

Ahmadi, H., & Osareh, F. (2016) Co-word Analysis Concept, Definition and Application. *Librarianship And Information Organization Studies*, 28(1), 125-145.
https://nastinfo.nlai.ir/article_1132.html?lang=en#ar_info_pnl_cite [In Persian].

Akbari, M., Delbari Ragheb, F., Zolfaghari, A., Kalanki, A., & Razi, S. (2016). Designing Knowledge Map of Entrepreneurship in Iran based on Iran's Persian Scientific Researches. *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(7), 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.iemeen.2019.04.003>

Arabiun, A., AbdollahZadeh, G., & Sharifzadeh, M. S. (2015). Content analysis of entrepreneurship research in Iran. *Journal of Research in Human Resources Management*, 7(2), 79-104. https://hrmj.ihu.ac.ir/article_14275.html?lang=en [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), p 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), p 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, p 101979. <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2022.101979>
- Ghofrani, N., Hosseini, 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://sanad.iau.ir/Journal/jdem/Article/949440> [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. *Digital and Smart Libraries Researches*, 5(2), 63-78. https://lib.journals.pnu.ac.ir/article_5208.html?lang=en [In Persian].
- Landström, H., Harirchi, G., & Åström, 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://doi.org/10.1016/j.resconrec.2018.08.004>
- Mosleh Shirazi, A. N., & Poostvar, A. (2005). Entrepreneurship and feasibility of industrial investment plans. Tehran: Tehran University, Entrepreneurship Center. 466 p. <https://lib.ut.ac.ir/site/catalogue/736956> [In Persian].
- Nichols, M. D., & Petzold, A. M. (2021). A crisis of authority in scientific discourse. *Cultural Studies of Science Education*, 16, 643-650. <https://link.springer.com/article/10.1007/s11422-020-09989-1>

- Sahebi, H., Rashadtjoo, H., & Aboie 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://jiu.ir/en/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, p 120118. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120118>
- Soheili, F., Khasseh, A., & 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. J. (2023). Thematic Map of Moral Education Studies Indexed in Web of Science 2000_2018. *Scientometrics Research Journal*, 9(17), 169-188. <https://doi.org/10.22070/rsci.2021.5818.1433> [In Persian].
- Sreenivasan, A., & Suresh, M. (2023). Exploring the contribution of sustainable entrepreneurship towards sustainable development goals: A bibliometric analysis. *Green Technologies and Sustainability*, 1(3), p 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://doi.org/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. J., & 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>