

Mapping the Knowledge Structure and Research Gaps in Entrepreneurial Agency: A Scientometric Analysis

Zahra Behrouzazar ✉* 

PhD Candidate, Department of Entrepreneurship Development, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran.
 Email: behrouzazar@ut.ac.ir

Ghanbar Mohammadi Elyasi 

Associate Professor, Department of Entrepreneurship Development, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran. Email: elyasi@ut.ac.ir

Mohammad Keyhani 

Associate Professor, Haskayne School of Business, Strategy and Global Management [SGMA], University of Calgary, Calgary Alberta, Canada. Email: mohammad.keyhani@haskayne.ucalgary.ca

Zahra Arasti 

Associate Professor, Department of Entrepreneurship Development, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran. Email: arasti@ut.ac.ir

Mahmoud AhmadPour dariyani 

Professor, Department Business Creation, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran.
 Email: ahmadpor@ut.ac.ir

Article Info

Article type:
 Research Article

Article history :
 Received 18 September 2024
 Received in revised form 19 October 2024
 Accepted 10 November 2024
 Published online 04 December 2024

Keywords:
Entrepreneurial agency, entrepreneurial self-efficacy, entrepreneurial intention, self-regulation, Scientometric.

ABSTRACT

Objective: This article aims to examine the knowledge structure and research gaps in the field of entrepreneurial agency. Agency, as a fundamental concept, refers to the ability to act and the manifestation of this ability in various actions, and in entrepreneurship, it is interpreted as “the power of individuals to change their environment.” Although this trait plays a significant role in shaping entrepreneurial behaviors and decisions, it has received less attention due to its complexity and multidimensional aspects, making a deeper study essential to identify the existing knowledge structure and research gaps in this area.

Methodology: This study employs bibliometric analysis and gathers 3,627 academic documents, specifically English-language articles, from the Web of Science database. Through co-citation and co-occurrence keyword analysis, conceptual clusters were identified.

Findings: The findings indicate that the dimensions of agency have been primarily examined across seven main areas: entrepreneurial intention, entrepreneurial self-efficacy, entrepreneurial education, institutional theory, social entrepreneurship, and cultural contexts. **Entrepreneurial intention, entrepreneurial self-efficacy, and self-regulation** are dimensions of agency that have received more attention in entrepreneurship research. However, **forethought and self-reflection** have been less emphasized and require further investigation

Conclusion: Interventions, such as **education and mentoring**, can strengthen entrepreneurial agency in different individuals and provide a deeper understanding of the role of environmental factors in the development of this field.

Cite this article: Behrouzazar, Z., Mohammadi Elyasi, Gh., Keyhani, M., Arasti, Z & AhmadPour Dariyani, M (2024). Mapping the Knowledge Structure and Research Gaps in Entrepreneurial Agency: A Scientometric Analysis. *Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 3(3), 18- 41



© The Author(s).

Publisher: Scientific Association of Entrepreneurship & Innovation in IRAN.

ترسیم ساختار دانش و شکاف های پژوهشی عاملیت در کارآفرینی

زهرا بهروزآذر*

دانشجوی دکتری، گروه توسعه کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: behrouzazar@ut.ac.ir

قنبر محمدی الیاسی

دانشیار، گروه توسعه کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: elyasi@ut.ac.ir

محمد کیهانی

دانشیار، دانشکده کسب و کار هسکین، دانشگاه کلگری، هیات علمی وابسته دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

رایانامه: mohammad.keyhani@haskayne.ualgary.ca

زهرا آراستی

دانشیار، گروه توسعه کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: arasti@ut.ac.ir

محمود احمدپور داریانی

استاد، گروه کارآفرینی کسب و کار جدید، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: ahmadpor@ut.ac.ir

چکیده

اطلاعات مقاله

نوع مقاله:

مقاله پژوهشی

هدف: این مقاله با هدف بررسی ساختار دانش و شکاف های پژوهشی موجود در زمینه عاملیت کارآفرینانه تدوین شده است. عاملیت به عنوان یک مفهوم بنیادین، به توانایی عمل و تجلی این توانایی در کنش های مختلف اشاره دارد و در کارآفرینی به معنای «قدرت افراد برای تغییر محیط» تعبیر می شود. هرچند این ویژگی به دلیل نقش حیاتی اش در شکل دهی رفتارها و تصمیمات کارآفرینانه، نقش مهمی دارد، اما به دلیل پیچیدگی و ابعاد چندوجهی این مفهوم، کمتر مورد توجه قرار گرفته و مطالعه عمیق تری برای شناسایی ساختار دانش موجود و شکاف های پژوهشی آن ضروری است.

روش شناسی: در این پژوهش، از روش تحلیل علم سنجی استفاده شده و ۳۶۲۷ سند علمی در قالب مقاله انگلیسی از پایگاه Web of Science گردآوری شده اند. با تحلیل هم استنادی و هم رخدادی کلمات کلیدی، خوشه های مفهومی شناسایی شدند. **یافته های پژوهش:** یافته ها نشان می دهد که ابعاد عاملیت عمدتاً در هفت حوزه اصلی مورد بررسی قرار گرفته اند: قصد کارآفرینانه، خودکارآمدی کارآفرینانه، آموزش کارآفرینی، نظریه نهادی، کارآفرینی اجتماعی، و زمینه های فرهنگی. «قصد کارآفرینانه»، «خودکارآمدی کارآفرینانه» و «خودتنظیمی» ابعاد عاملیت هستند که در کارآفرینی بیشتر مورد توجه قرار گرفته اند، اما پیش اندیشی و خوداندیشی کمتر مورد توجه بوده اند و نیازمند بررسی های بیشتر هستند. **نتیجه گیری:** مداخلاتی مانند آموزش و مربی گری می تواند عاملیت کارآفرینانه را در افراد مختلف تقویت کند و به فهم عمیق تری از نقش عوامل محیطی در توسعه این حوزه منجر شود.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۶/۲۸

تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۷/۲۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۸/۲۰

تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۹/۱۴

کلیدواژه ها: عاملیت کارآفرینانه،

خودکارآمدی کارآفرینانه، قصد

کارآفرینی، خود تنظیمی، علم سنجی.

استناد: بهروز آذر، زهرا، محمدی الیاسی، قنبر، کیهانی، محمد، آراستی، زهرا، و احمدپور داریانی، محمود. (۱۴۰۳)، ترسیم ساختار دانش و شکاف های پژوهشی عاملیت

در کارآفرینی. پژوهش های کارآفرینی و نوآوری. ۳(۳)، ۱۸-۴۱. <https://doi.org/10.22034/eir.2024.479124.1103>

ناشر: انجمن علمی کارآفرینی و نوآوری ایران.

© نویسندگان.



مقدمه

عاملیت^۱ به‌عنوان یک ویژگی بنیادین، به توانایی عمل و تجلی این توانایی در کنش‌های مختلف اشاره دارد. در فلسفه، عاملیت به معنای ظرفیت کنشگر برای انجام عمل در یک محیط مشخص تعریف می‌شود (Schlosser, Markus, 2019). عاملیت انسانی تو صیف می‌کند که چگونه انسان‌ها به‌عنوان عاملان تأثیرگذار قادر به ایجاد تغییرات و دستاوردهای مختلف هستند (Goller & Harteis, 2017) این مفهوم عمومی در حوزه‌های مختلف تخصصی نیز کاربرد دارد و در کارآفرینی به عنوان «عاملیت کارآفرینانه» شناخته می‌شود که به معنای «قدرت افراد برای تغییر محیط» است. (Brändle & Kuckertz, 2023)

با وجود اهمیت و تأثیرگذاری این مفهوم، عاملیت کارآفرینانه به‌عنوان یک موضوع پژوهشی پیچیده و چندوجهی، نیازمند بررسی عمیق‌تر و شناسایی دقیق‌تر ساختار دانش پیرامون آن است. در این راستا، این پژوهش با استفاده از روش تحلیل علم‌سنجی به بررسی خوشه‌های دانش موجود در زمینه عاملیت کارآفرینانه و شناسایی ابعاد برجسته آن پرداخته است.

هدف اصلی این پژوهش، شناسایی و تحلیل ساختار دانش عاملیت کارآفرینانه و برجسته کردن ابعاد کلیدی این مفهوم است که در مطالعات گذشته مورد بررسی قرار گرفته‌اند. در این مقاله، ما به دنبال پاسخ به این پرسش هستیم که چه خوشه‌های نظری و مفاهیم اساسی در بیکره دانش عاملیت کارآفرینانه وجود دارد و چه ابعادی از این مفهوم نیاز به مطالعه و پژوهش بیشتری دارد. این مطالعه با ارائه تصویری جامع از ساختار دانش عاملیت کارآفرینانه، زمینه را برای تحقیقات آتی در این حوزه فراهم می‌آورد.

پیشینه پژوهش

در زمینه عاملیت، تئوری‌های مختلفی کار شده است که تئوری یادگیری شناختی اجتماعی آلبرت بندورا زمینه مناسبی برای فهم مفهوم و مکانیسم آن فراهم می‌کند (Bandura, 1986). بندورا وجود دوگانه مستقل از هم عاملیت انسانی و ساختار را نفی می‌کند و مطرح می‌کند که مردم سیستم‌های اجتماعی ایجاد می‌کنند و این سیستم‌ها به نوبه خود زندگی مردم را سازماندهی کرده و بر آن تأثیر می‌گذارند. (Bandura, 2008b) امیربایر و میشه (Emirbayer & Mische, 1998) یک مدل جامعه‌شناختی از عاملیت تدوین کردند از ایده کلاسیک کنش (عمل) انسانی که عاملیت را به منزله امری عادت‌گونه و جاسازی شده در تجربیات گذشته برمی‌شمرد فراتر می‌رود و تأکید می‌کند که عاملیت به سمت احتمالات آینده گرایش دارد. هیتلین و جانسون، آرمان‌ها و خوش‌بینی را در دستیابی به اهداف زندگی به عنوان مؤلفه‌های معنادار عامل از سانی به مدل امیربایر اضافه کردند. (Hitlin & Johnson, 2015) ظرفیت به کار بستن عاملیت، جنبه اصلی و اساسی خودتعیین‌گری است که جزء مهمی از شکل‌گیری هویت است. (Ryan & Deci, 2000)

گولر و هارتیس بیان می‌کنند که عاملیت از دو منظر مفهوم سازی شده است: ۱- عملکرد یک فرد، به این معنی که چیزی است که یک نفر انجام می‌دهد، ۲- ویژگی شخصی افراد است که در یک سری افراد وجود دارد. پژوهشگرانی که دیدگاه اول را اتخاذ می‌کنند، عاملیت انسانی را به عنوان کاری که افراد انجام می‌دهند توصیف می‌کنند. در این دیدگاه، عاملیت انسانی زمانی که یک فرد چیزی را «انتخاب» می‌کند، و بر اساس آن «انتخاب» عمل می‌کند، آشکار می‌شود. (Goller & Harteis, 2017) دیدگاه دوم، عاملیت انسان را بیشتر به‌عنوان یک ویژگی شخصی انسان‌ها مفهوم‌پردازی می‌کنند (Goller & Harteis, 2017) آنها این مفهوم را با یک پيو ستار فرضی که بین دو نقطه افراطی متضاد کشیده می‌شود تو صیف می‌کنند: افراد عامل و غیرعامل. افراد عامل غالباً دارای اختیار هستند و بنابراین به طور فعال کنترل زندگی و محیط خود را به دست می‌گیرند. در مقابل، افرادی که عاملیت کمتری دارند یا ندارند تمایل به واکنش نشان دادن و پیروی از شرایط بیرونی دارند و بنابراین به طور فعال کنترل زندگی و محیط خود را به دست نمی‌گیرند یا کمتر این کار را انجام می‌دهند (Goller & Harteis, 2017).

خودکارآمدی (Bandura, 1977) یک مفهوم کلیدی در نظریه یادگیری اجتماعی بندورا است. او استدلال می‌کند که خودکارآمدی پایه اصلی عمل است و مردم زندگی خود را با باورهای کارآمدی شخصی خود هدایت می‌کنند. دو دیدگاه اصلی در مورد ماهیت خودکارآمدی وجود دارد، ۱- خودکارآمدی عام که در این نگاه، خودکارآمدی به صورت یک صفت یا توانایی عام و کلی در نظر گرفته می‌شود و فرد دارای یک باور عام و کلی نسبت به توانایی‌های خود برای مقابله با چالش‌ها و مسائل زندگی

¹ Agency

است. ۲- خودکارآمدی ویژه که در این نگاه، خودکارآمدی وابسته به یک حوزه یا فعالیت خاص است. مثلاً خودکارآمدی شغلی، تحصیلی، و غیره. (Newman et al., 2019)

بندورا چهار بعد اصلی عاملیت را عمدی بودن یا قصدمندی^۱، پیش‌اندیشی^۲، خودواکنشی^۳ و خودتأملی^۴ را مطرح کرد و عملکرد افراد را متأثر از شبکه گسترده‌ای از تأثیرات با ساختار اجتماعی معرفی می‌کند که در این تبادلات عاملی، افراد به منزله تولیدکننده و نیز محصول سیستم اجتماعی هستند. (Bandura, 2001, 2008a; Chen, 2015)

ویژگی قصدمندی عاملیت انسانی به اعمال عمدی و ارادی اشاره دارد که شامل طرح‌ریزی راهبردها و استفاده از آنها برای واقعیت بخشیدن به قصد و اراده انسان است. (Ndofirepi, 2022). ویژگی دیگر پیش‌اندیشی است که شامل طرح‌ریزی‌های رو به آینده است. بدین معنی که انسان‌ها برای خود، اهدافی تعیین می‌کنند و پیامدهای احتمالی اعمال آینده‌نگر پیش‌بینی می‌کنند تا بتوانند برای رسیدن به آنها تلاش کنند و به خود انگیزه ببخشند. آینده نمی‌تواند علت وقوع رفتار کنونی باشد؛ زیرا وجود مادی ندارد. اما تصور آینده، از طریق بازنمایی‌های شناختی، باعث وقوع آن در زمان حال می‌شود. (Bandura, 2018) سومین ویژگی عاملیت خودتنظیمی است. انسان‌های عامل فقط طراح و پیش‌اندیش نیستند، بلکه خودتنظیم‌کننده هم هستند. عاملیت فقط توانایی ارادی برای انتخاب و طرح‌ریزی عمل نیست، بلکه توانایی خلق اعمال مناسب، انگیزه‌مند کردن خویش و تنظیم اجرای آن‌هاست. ویژگی بعدی خودتأملی است. انسان‌ها فقط عامل اعمال نیستند، بلکه خودشان ارزیاب‌های عملکرد خودشان هم هستند. انسان‌ها، با خودآگاهی کارکردی، کارآیی شخصی و صحت افکار و اعمالشان را بررسی می‌کنند و در صورت لزوم، تعدیل‌های اصلاحی انجام می‌دهند. قابلیت‌های فراشناختی برای تأمل در خویش و بررسی صحت و کفایت افکار و اعمال برجسته‌ترین ویژگی عاملیت انسان است (Baer et al., 2008).

عاملیت یک مفهوم مبهم (Loyal & Barnes, 2001) و چندوجهی است و در حوزه‌های مختلفی از جمله کنش، نظریه هنجاری و تحلیل سیاسی- نهادی مطالعه شده (Emirbayer & Mische, 1998) و تاریخچه طولانی، پیچیده و چند معنایی دارد (Johnson, 2003). تحقیقات اولیه در کارآفرینی عمدتاً بر نیروهای محیطی در سطح کلان و ویژگی‌های فرصت‌های کارآفرینی متمرکز شده بود که نقش عامل انسانی را نادیده می‌گرفت. (Shane et al., 2003) ساراسواثی (Sarasvathy, 2001) با «نظریه امکان‌گرایی» مطرح کرد «آن» چیزی که کارآفرینی را شکل می‌دهد، فرد کارآفرین است. اوست که زندگی خود و آینده خود را با نگاه به داشته‌ها و منابع پیرامونی‌اش می‌سازد. ایجاد هر چیزی حاکی از وجود سازنده و اهمیت نقش او در تحقق آن است. او این را «عاملیت کارآفرینانه» خواند و معتقد است نه تنها این عاملیت در چگونگی به‌وجود آمدن چیزها، بلکه در آنچه که به وجود می‌آید نیز اهمیت دارد. (Sarasvathy, 2004). ونکاتارمن، عاملیت کارآفرینی را از بر کنش هدفمندی که از علایق فردی ناشی می‌شود و نتیجه تعاملات بین عینی، ذهنی و بین‌ذهنی او است، معرفی کرد (Venkataraman et al., 2012). جک و اندرسون، برای درک مفهوم کارآفرینی، ساختار و عاملیت را همزمان در نظر گرفتند و مفهوم تعبیه‌شدگی یا تعلق را که قرار گرفتن در ساختار اجتماعی است، مطرح کردند. به‌زعم آن‌ها شناخت و بهره‌برداری از فرصت‌ها، مشروط به نقش کارآفرینان در ساختار اجتماعی است و تنها با «عاملیت کارآفرینی» آشکار می‌شود و مکانیسم‌های تعبیه‌شدگی این امکان را می‌دهد تا ساختار و عاملیت را در یک رابطه پویا به هم پیوند داد و بتوان درک کرد که چگونه تأثیرات اجتماعی، عاملیت کارآفرینی را شکل می‌دهد و چگونه عاملیت ساختار را بازتعریف می‌کند یا توسعه می‌دهد (Anderson & Jack, 2002). مک مولن، کارآفرینی را به‌عنوان «تحول ساختاری» در نظر گرفت، او مطرح کرد که چه این دگرگونی ساختاری توسط یک فرد، یک شرکت یا واحد تحلیل دیگری حاصل شود، عاملیت کارآفرینی ضروری است. عاملیت کارآفرینی به تعدادی شرایط برای اقدام نیاز دارد تا نه تنها موفق شود، بلکه اصلاً اتفاق بیفتد. این شرایط عبارتند از «توانایی، انگیزه، فرصت، نهادها و مهارت فرآیند» (McMullen et al., 2021) برنلد و کوکرتز، «قدرت فردی برای تغییر محیط را عاملیت کارآفرینانه» تعریف کرد (Brändle & Kuckertz, 2023) واضح است که عاملیت کارآفرینانه از وجوه مختلف مفهوم‌پردازی شده است، از مفهومی که آن را متمرکز بر افراد خاص دانسته (Sarasvathy,

¹ intentionality

² forethought

³ self-reactiveness

⁴ self-reflectiveness

(Garud & Giuliani, 2013) تا (Shane, 2012) مفهومی که آن را نتیجه تعاملات بین انسان‌ها و اشیاء می‌بیند (Garud & Giuliani, 2013) تا عاملی که موجب دگرگونی ساختاری (McMullen et al., 2021) می‌شود. این تنوع و تکثر در پیکره دانش این حوزه منجر به ابهام و پیچیدگی در فهم مفهوم عاملیت در کارآفرینی و داشتن تصویری واضح از وضعیت پژوهشی این حوزه می‌شود (Loyal & Barnes, 2001). از این رو لازم است با شنا سایی و وضعیت پیکره دانش عاملیت در کارآفرینی نسبت به وضوح بخشی به وضعیت پژوهشی این حوزه جهت کمک به پژوهشگران و پژوهش‌های مفیدتر توجه ویژه‌ای صورت گیرد. از این منظر این پژوهش در صدد است تا ذیل سوال اصلی پژوهش که ساختار دانش این حوزه چگونه است و چه شکافهای پژوهشی در آن وجود دارد؟ به سؤالات پژوهشی فرعی زیر پاسخ دهد:

۱. روند زمانی انتشار مقالات عاملیت انسانی در کارآفرینی چگونه است؟
۲. پراستنادترین مقالات عاملیت انسانی در کارآفرینی کدام‌ها است؟
۳. کدام نویسندگان بیشترین استناد را در زمینه تحقیقاتی عاملیت انسانی و کارآفرینی داشته‌اند؟
۴. کدام مقالات بیشترین استناد را در زمینه تحقیقاتی عاملیت انسانی و کارآفرینی داشته‌اند؟
۵. شبکه‌های مفهومی شکل گرفته از هم استنادی مقالات چگونه هستند؟
۶. شبکه‌های مفهومی شکل گرفته از هم‌رخدادی کلمات کلیدی چگونه هستند؟
۷. کدام ابعاد عاملیت انسانی در کارآفرینی مورد توجه قرار گرفته‌اند؟

روش‌شناسی پژوهش

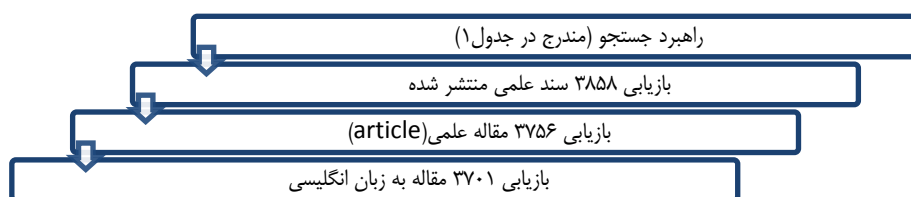
روش تحلیل علم‌سنجی

بررسی ادبیات یکپارچه در مورد موضوعات در حال ظهور جدید استفاده می‌شوند که بدنه رو به رشدی از ادبیات را ایجاد می‌کنند که ممکن است شامل تناقضات یا اختلاف بین ادبیات و م‌شاهدات در مورد موضوع باشد که در ادبیات به آنها پرداخته نشده است. (Torraco, 2016) از آنجایی که این موضوعات نسبتاً جدید هستند و هنوز مورد بررسی جامعی از ادبیات قرار نگرفته‌اند، این بررسی به احتمال زیاد به جای مفهوم سازی مجدد مدل‌های موجود (Torraco, 2016)، به مفهوم سازی اولیه یا مقدماتی موضوع (یعنی مدل یا چارچوب جدید) منجر می‌شود. در این پژوهش برای یافتن پاسخ سؤالات، ابتدا از روش علم‌سنجی استفاده شد. سپس هنگام تجزیه و تحلیل هر یک از خوشه‌ها، یک فرآیند بررسی روایتی اتخاذ شد. (Klarin & Suseno, 2023) و بررسی علم‌سنجی ابزاری برای دست آوردن درک جامع و دقیق به خصوص در موضوعات چندرشته‌ای است. (Klarin & Suseno, 2023) برخلاف مرورهای سنتی، که مستعد ارائه و تفسیر ذهنی داده‌ها هستند، روش علم‌سنجی از الگوریتم‌های پیچیده برای ارائه دیدگاهی بی‌طرفانه از موضوع تحقیق استفاده می‌کند. (Markoulli et al., 2017).

به این ترتیب، یافته‌ها عینی، سازگار، شفاف و قابل تکرار هستند. (van Eck & Waltman, 2020) در اینجا روش دانتو و همکارانش (Donthu et al., 2021) استفاده شد. جستجوی مقالات در سال‌های ۱۹۵۵ تا ۲۰۲۳ از پایگاه داده Web of Science که پوششی قوی در تحقیقات بین‌المللی ارائه می‌کند (Li et al., 2010)، و پلتفرم تحقیقاتی برتر برای جمع‌آوری اطلاعات در حوزه‌های متعدد علمی و معتبرترین پایگاه داده‌های استنادی جهانی مستقل از ناشر جهان است. (Bao et al., 2023) استفاده شد. در این بررسی فقط مقالات مجلات در نظر گرفته شد (Podsakoff et al., 2005) در نهایت فقط مقالات به زبان انگلیسی مطالعه شدند و در مجموع تعداد ۳۶۲۷ سند در تاریخ ۱۵ جولای ۲۰۲۳ شناسایی شد. راهبرد جستجو در جدول ۱ و فرآیند رسیدن به جامعه آماری در شکل ۲ نشان داده شده است.

جدول ۱. راهبرد جستجو در موضوع (عنوان، چکیده، کلمات کلیدی)

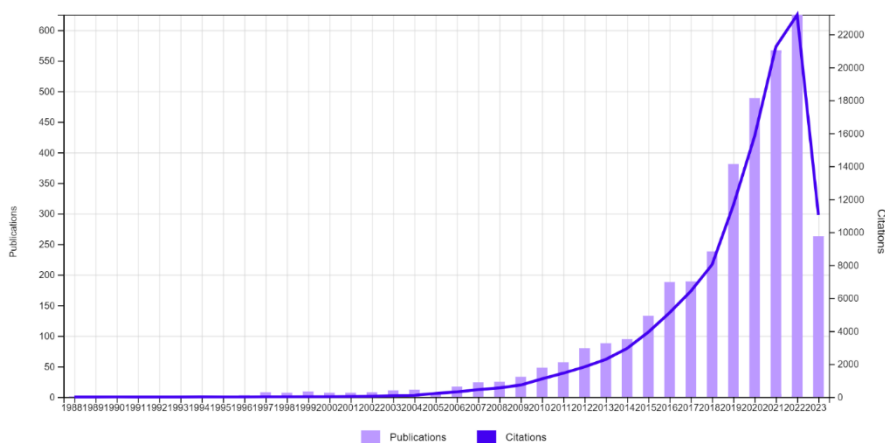
ردیف	عبارت جستجو	تعداد سند بازیابی شده
۱	“entrepreneurial agency” (Topic)	27
۲	entrepreneur* AND “forethought” (Topic)	3
۳	entrepreneur* AND “self determination” (Topic)	197
۴	entrepreneur* AND “self efficacy” (Topic)	1537
۵	entrepreneur* AND “intention*” (Topic)	2668
۶	entrepreneur* AND “self reflective” (Topic)	40
۷	entrepreneur* AND personal agency (Topic)	14
۸	entrepreneur* AND human agency (Topic)	45
	Combine (OR): (#1 OR #2 OR #3 OR #4 OR #5 OR #6 OR #7 OR #8)	3858



شکل ۱. فرآیند رسیدن به جامعه آماری پژوهش

تجزیه و تحلیل زمانی و مقاله‌های پر استناد

ارزیابی روندهای زمانی معیاری، توسعه و تمرکز تحقیقات «عاملیت در کارآفرینی» در جامعه دانشگاهی را نشان می‌دهد. شکل ۲ میزان انتشار و ارجاع مقالات در هر سال را نشان می‌دهد.



شکل ۲. میزان انتشار و ارجاع مقالات در هر سال

این نمودار نشان می‌دهد که در سال‌های اخیر، رشد قابل توجهی در تعداد مقالات علمی و تعداد استنادها در این موضوع داشته است دوره رشد سریع در تولید علم و تأثیرگذاری پژوهش‌ها از دهه ۲۰۱۰ است.

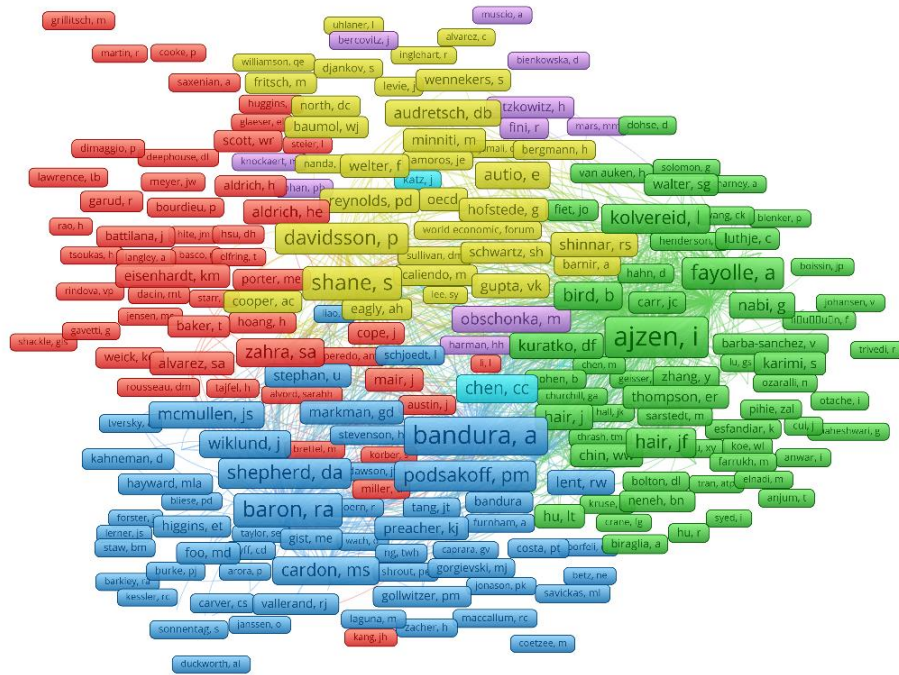
پر استنادترین مقاله، «مدل‌های رقابتی نیت کارآفرینی» (Krueger, Reilly, & Carsrud, 2000) است که بر روی مقایسه مدل‌های پیش‌بینی قصد کارآفرینانه تمرکز دارد. دومین مقاله پرارجاع بر سه‌شنامه EIQ برای سنجش قصد کارآفرینی و عوامل انگیزشی مؤثر بر آن (Liñán & Chen, 2009) است. مقاله پراستناد بعدی (H. Zhao, Seibert, & Hills, 2005) درباره نقش میانجی‌گری خودکارآمدی کارآفرینی در شکل‌گیری قصد کارآفرینی دانشجویان است. جدول ۲ ده مقاله پر استناد را نشان می‌دهد.

جدول ۲. تعداد ۱۰ مقاله بر استناد

رتبه	عنوان مقاله	نویسندگان	سال انتشار	میزان استناد	متوسط استناد در هر سال
۱	Competing models of entrepreneurial intentions	Krueger, NF; Reilly, MD; Carsrud, AL	2000	2412	100.5
۲	Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions	Linan, Francisco; Chen, Yi-Wen	2009	1467	97.8
۳	The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions	Zhao, H; Seibert, SE; Hills, GE	2005	1369	72.05
۴	Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?	Chen, CC; Greene, PG; Crick, A	1998	1359	52.27
۵	How Actors Change Institutions: Towards a Theory of Institutional Entrepreneurship	Battilana, Julie; Leca, Bernard; Boxenbaum, Eva	2009	1301	86.73
۶	Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention	BIRD, B	1988	1216	33.78
۷	Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources	Souitaris, Vangelis; Zerbinati, Stefania; Al-Laham, Andreas	2007	1054	62
۸	The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth	Baum, JR; Locke, EA	2004	1015	50.75
۹	Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: Implications for entrepreneurship education	Wilson, Fiona; Kickul, Jill; Marlino, Deborah	2007	950	55.88
۱۰	Personal initiative: An active performance concept for work in the 21st century	Frese, M; Fay, D	2001	844	36.7

تجزیه و تحلیل هم‌استنادی نویسندگان مورد استناد

تحلیل هم‌استنادی نویسندگان مورد استناد یکی از روش‌های مهم است که به بررسی این موضوع می‌پردازد که کدام نویسندگان به طور مشترک در مقالات دیگر استناد شده‌اند. این تحلیل کمک می‌کند تا روابط فکری بین نویسندگان و جریان‌های علمی در یک حوزه خاص شناسایی شود هم‌استنادی به حالتی اطلاق می‌شود که دو یا چند نویسنده به طور مکرر در مقالات علمی به صورت مشترک مورد استناد قرار گیرند. به عبارت دیگر، اگر نویسندگان A و B هر دو در یک یا چند مقاله به طور هم‌زمان مورد استناد قرار گیرند، این نشان‌دهنده وجود ارتباط بین کارهای آن‌هاست. هدف اصلی از این تحلیل شناسایی ارتباطات فکری بین نویسندگان است. این تحلیل کمک می‌کند تا شبکه‌های علمی و خوشه‌هایی از نویسندگانی که به طور مشترک در مقالات دیگر مورد استناد قرار گرفته‌اند، شناسایی شوند. و از این طریق، می‌توان نویسندگان اثرگذار در یک حوزه علمی را مشخص کرد و فهمید که چگونه اندیشه‌های آن‌ها با هم مرتبط هستند. از این رو نمونه‌ای از ۷۷۶۸۱ نویسنده اول را به دست آوردیم. سپس، با استفاده از حداقل آستانه ۲۰ استناد، یک نمونه جدید شامل ۱۹۹۲ نویسنده که حداقل ۲۰ بار مورد ارجاع قرار گرفته‌اند، ایجاد شد. پس از آن، نقشه‌ای متشکل از ۶ خوشه تولید شد. جدول ذیل برترین‌ها را نشان می‌دهد.



شکل ۳- نگاشت هم استنادی نویسندگان و خوشه‌بندی آن

خوشه‌هایی که از نویسندگان تشکیل شده نشان‌دهنده ارتباطات فکری یا همبستگی‌های موضوعی بین آن‌ها است. این خوشه‌ها نشان‌دهنده زیرشاخه‌های مختلف یک حوزه علمی هستند. این تحلیل همچنین به شناسایی نویسندگانی کمک می‌کند که نقش کلیدی در توسعه یک حوزه علمی داشته‌اند، زیرا بیشتر به آن‌ها استناد شده و با نویسندگان دیگر در ارتباط هستند. همانطور که در شکل واضح است و در جدول تصریح شده است، آیزن (۲۱۸۲ بار)، کروگر (۱۸۵۳ بار)، بندورا (۱۷۹۴)، لینان (۱۷۱۲ بار) و شین (۱۲۳۵ بار) بیشترین میزان هم استنادی را به خود نسبت داده‌اند.

جدول ۳. تعداد ۱۰ نویسنده برتر هم استناد شده که بیشترین ارجاع را دارند

نویسنده	تعداد هم استنادی	total link strength
ajzen, i	2182	109324
krueger, nf	1853	103374
bandura, a	1794	92744
linan, f	1712	95440
shane, s	1235	70853
baron, ra	1167	69587
fayolle, a	1025	57003
zhao, h	985	53165
dauidsson, p	880	51541
shepherd, da	814	48672
podsakoff, pm	800	42218

جدول ۴. تحلیل خوشه‌های هم‌استنادی نویسندگان

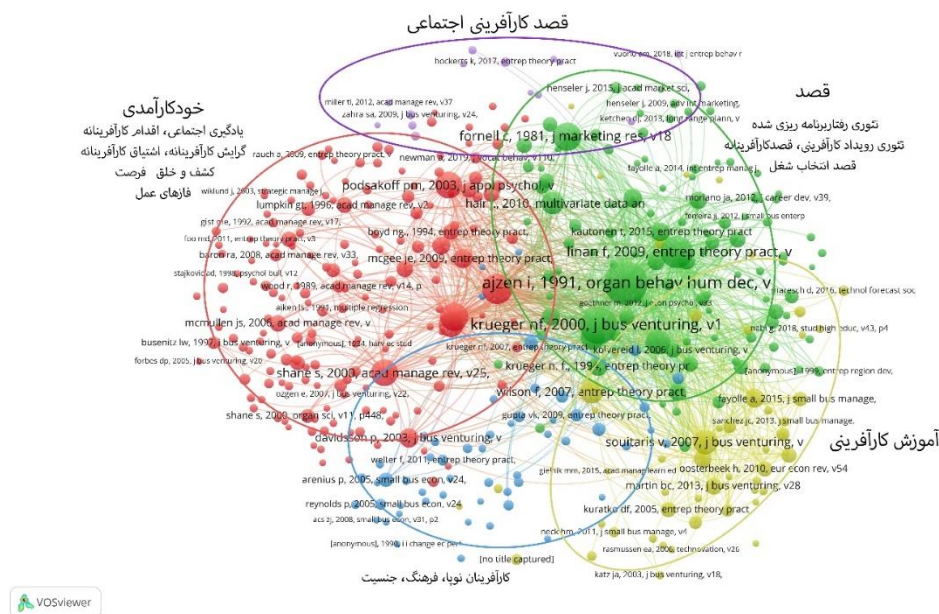
خوشه‌بندی	تحلیل و تفسیر
خوشه سبز (سمت راست تصویر، Ajzen و Fayolle)	این خوشه شامل نویسندگانی است که به نظریه‌های رفتار برنامه‌ریزی‌شده و نیت کارآفرینی مرتبط هستند. آیزن به‌عنوان پیش‌تاز نظریه رفتار برنامه‌ریزی‌شده، نویسنده‌ای است که بسیار استناد شده است. سایر نویسندگانی مانند فایولبه تحقیق در مورد آموزش و تاثیر نیت کارآفرینانه پرداخته‌اند. این خوشه عمدتاً با تحقیقاتی در زمینه نظریه‌های روانشناختی در زمینه کارآفرینی و نیت کارآفرینی مرتبط است.
خوشه زرد (مرکز تصویر، Shane و Davidsson)	این خوشه حول محور نویسندگانی است که روی موضوعاتی مانند فرصت‌های کارآفرینی و نظریات مرتبط با انگیزه‌های کارآفرینی تحقیق کرده‌اند. اسکات شین یکی از پیش‌تازان این حوزه است که تحقیقاتی درباره فرصت‌های کارآفرینی و نوآوری انجام داده است. دیویدسون نیز در زمینه تحقیقاتی مرتبط با دینامیک کارآفرینی شناخته شده است. این خوشه با تحقیقاتی در زمینه شناسایی فرصت‌ها و دینامیک‌های کارآفرینی در ارتباط است.
خوشه آبی (پایین و مرکز تصویر، Shepherd و Bandura)	این خوشه شامل نویسندگانی است که به موضوعات مرتبط با خودکارآمدی و عاملیت کارآفرینانه می‌پردازند. آلبرت بندورا که به دلیل نظریه یادگیری اجتماعی و خودکارآمدی شناخته شده است، در این خوشه قرار دارد. شپرد نیز به طور گسترده در زمینه خودکارآمدی و نقش آن در رفتارهای کارآفرینی تحقیق کرده است. این خوشه به‌طور کلی به بررسی تاثیر خودکارآمدی و مکانیسم‌های روانشناختی در کارآفرینی اختصاص دارد.
خوشه قرمز (بالای سمت چپ، Zahra و Wiklund)	این خوشه نویسندگانی را شامل می‌شود که به موضوعات کارآفرینی اجتماعی و نهادینه‌سازی در کارآفرینی پرداخته‌اند. شاکر زهرا یکی از محققانی است که در زمینه کارآفرینی اجتماعی و نوآوری‌های نهادی شناخته شده است. ویکلاند نیز روی رشد بنگاه‌های کوچک و متوسط تمرکز کرده است. این خوشه به طور عمده با موضوعات نهادینه‌سازی کارآفرینی و کارآفرینی اجتماعی مرتبط است.
خوشه بنفش (بالای راست، Kolvereid و Autio)	این خوشه شامل نویسندگانی است که به تاثیرات فرهنگی و نهادی بر کارآفرینی پرداخته‌اند. کولوردی و آتیو به تاثیرات عوامل فرهنگی و نهادی بر نیت و رفتارهای کارآفرینی توجه کرده‌اند. این خوشه با تحقیقاتی که بر تاثیر فرهنگ و نهادها بر کارآفرینی متمرکز است، ارتباط دارد.

خوشه‌های پیکره دانش عاملیت در کارآفرینی

برای شناسایی خوشه‌های پیکره دانش از روش‌های علم سنجی هم‌استنادی و هم‌رخدادی واژگان استفاده کردیم. تحلیل هم‌استنادی منابع استناد شده یک روش علم سنجی است که برای شناسایی روابط بین مقالات یا منابع علمی مختلف استفاده می‌شود. این تحلیل بر اساس این ایده عمل می‌کند که اگر دو مقاله یا منبع در مقالات دیگر به طور مشترک استناد شوند، احتمالاً از نظر موضوعی یا نظری به هم مرتبط هستند.

بنابراین مبتنی بر شناسایی استنادهای مشترک به یک جفت اثر است (Small, 1973) و به عنوان معیاری برای تشابه قلمداد می‌شود (McCain, 1990) و از آن می‌توان پیوندهای فکری یا نزدیکی فکری بین آثار را استنباط کرد (Shafique, 2013; Tahai & Meyer, 1999) و ساختار دانش را بهتر درک کرد. از این رو مجموعه‌ای از ۱۴۲۸۶۰ مرجع ذکر شده ایجاد و با استفاده از آستانه ۵۰ بار مجموعه‌ای از ۳۹۲ مرجع بدست آمد و تحلیل هم‌استنادی انجام و در نهایت شبکه‌ای با ۵ خوشه

ظاهر شد.



شکل ۲. تحلیل هم‌استنادی منابع استاد شده

خوشه قرمز: (خودآرآمدی و فرصت‌های کارآفرینی)

در این خوشه مقاله «نقش واسطه‌ای خودآرآمدی در توسعه نیت کارآفرینی» (H. Zhao et al., 2005)، بیشترین هم‌استنادی را دارد. مقاله چن و همکارانش (CHEN et al., 1998) که برای اولین بار «خودآرآمدی کارآفرینانه» را به معنی «قدرت باور فرد مبنی بر اینکه قادر است نقش‌ها و وظایف یک کارآفرین را با موفقیت انجام دهد» ارائه کردند و با طرح «مقیاس خودآرآمدی کارآفرینانه» به عنوان یک ویژگی متمایز کننده کارآفرینان از غیر کارآفرینان پیشنهاد کردند جایگاه دوم در هم‌استنادی را در این خوشه دارد. مک‌گی و همکارانش (Mcgee et al., 2009) که استدلال کردند «در تعریف، ابعاد، و اندازه گیری ESE، تضاد وجود دارد» و اندازه‌گیری چند بعدی ۱۹ موردی از ESE را پیشنهاد کردند که هم برای کارآفرینان تازه کار و هم برای کارآفرینان با تجربه مناسب است، نیز از مقالات با هم‌استنادی بالا در این خوشه است.

تئوری یادگیری اجتماعی (Bandura, 1977)، تئوری شناختی اجتماعی (Bandura, 1991)، خودآرآمدی (Bandura, 1978)، اقدام کارآفرینانه (J. McMullen & Shepherd, 2006)، انگیزه کارآفرینانه (Shane et al., 2003)، تئوری امکان‌گرایی (Sarasvathy, 2001a)، اشتیاق کارآفرینانه (Cardon et al., 2009)، سرمایه اجتماعی و انسانی کارآفرینان نوپا (Davidsson & Honig, 2003)، گرایش کارآفرینانه (Lumpkin & Dess, 1996)، مبانی نظری این خوشه را تشکیل می‌دهند. مقالاتی مانند شین (۲۰۰۰) و مک مولن (۲۰۰۶) بر رفتارهای کارآفرینانه در شرایط عدم قطعیت و توانایی فرد برای استفاده از فرصت‌ها تمرکز دارند، که به وضوح به مفهوم خودآرآمدی و خودباوری اشاره دارد.

مقاله‌های مربوط به تصمیم‌گیری کارآفرینانه مانند مک مولن (۲۰۰۶) به بررسی فازهای مختلف اقدام کارآفرینانه پرداخته‌اند، از جمله چگونگی تصمیم‌گیری برای ورود به بازار. توانمندی فردی در دو مقوله قابلیت مدیریتی (توانایی ایجاد رابطه و شبکه‌سازی و همچنین توانایی استراتژیک) و قابلیت توسعه سرمایه انسانی نیز مورد اشاره واقع شده (Mohammadkazemi et al., 2021).

خوشه سبز: (قصد کارآفرینانه و عوامل روانشناختی)

در این خوشه بیشترین نقل قول از مقاله «تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده» (Ajzen, 1991) انجام شده است. «مدل‌های رقابتی نیت کارآفرینی» (Krueger et al., 2000) که دو مدل نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده آیزن (TPB) و مدل شاپرو از رویداد کارآفرینی

(SEE). را بررسی می‌کند در جایگاه دوم قرار دارد. مقاله «توسعه و کاربرد بین‌فرهنگی ابزاری خاص برای سنجش مقاصد کارآفرینی» (Liñán & Chen, 2009) سومین سند با بیشترین نقل قول است. تئوری رفتار برنامه‌ریزی شده آیزن، مدل رویداد کارآفرینی (Shapero & Sokol, 1982)، رابطه قصد-رفتار ((Kautonen et al., 2015)، قصد اشتغال (Kolvereid, 1996)، تئوری قصد فازهای عمل (Gollwitzer, 1999) پیشینه نظری این خوشه را تشکیل می‌دهند. این خوشه به وضوح مرتبط با نظریه قصد و رفتار برنامه‌ریزی شده است. مقالاتی مانند آیزن (۱۹۹۱) و کروگر (۲۰۰۰) به بررسی تأثیر قصدهای کارآفرینانه و نحوه شکل‌گیری آن‌ها پرداخته‌اند. این خوشه به قصد کارآفرینی به عنوان یک پیش‌بینی‌کننده اصلی رفتار کارآفرینانه اشاره دارد.

خوشه بنفش: (قصد کارآفرینی اجتماعی و یادگیری سازمانی)

مقالاتی بر قصدهای کارآفرینی اجتماعی تمرکز دارند. این مقالات به نحوه قصد مندی و اقدامات اجتماعی در راستای ایجاد تأثیرات مثبت اشاره دارند. مقالاتی در این خوشه به تأثیر خودکارآمدی در کارآفرینی اجتماعی پرداخته‌اند، که نشان‌دهنده تأثیر باورهای فردی در توانایی ایجاد تغییرات اجتماعی است.

این خوشه به فعالیت‌های کارآفرینی در زمینه‌های اجتماعی و نوآورانه اشاره دارد. و به اقداماتی که کارآفرینان اجتماعی برای تحقق اهداف اجتماعی خود انجام می‌دهند، پرداخته است.

خوشه خردلی: (آموزش کارآفرینی و تأثیرات نهادی)

این خوشه به آموزش کارآفرینی و چگونگی توسعه مهارت‌های خودتنظیمی و یادگیری کارآفرینانه پرداخته است. مقالاتی (Liñán & Fayolle, 2015) به نقش آموزش در ارتقای توانایی‌های فردی و حرفه‌ای کارآفرینان اشاره کرده است. این آموزش‌ها به افراد کمک می‌کند تا برای ایجاد کسب‌وکارهای موفق آماده شوند. و برخی از مقالات مانند به تأثیرات نهادی و نقش سیستم‌های آموزشی در توسعه نیت و مهارت‌های کارآفرینی پرداخته‌اند. (Liñán & Rodríguez-Cohard, 2015)

خوشه آبی: (عوامل فرهنگی و اجتماعی)

این خوشه به کشف و شناسایی فرصت‌های کارآفرینانه و تأثیرات عوامل اجتماعی و نهادی بر این فرآیند اشاره دارد. همچنین به بررسی تأثیر محیط‌های نهادی و فرهنگی بر رفتارهای کارآفرینانه توجه دارد.

(Jamali et al., 2018; Wiklund et al., 2006). این موضوع به توانایی کارآفرینان در شناسایی فرصت‌ها در محیط‌های پیچیده و تغییرپذیر اشاره دارد.

خوشه خودکارآمدی

خوشه آموزش کارآفرینی

در این خوشه، رابطه آموزش با قصد کارآفرینی و تقویت خودکارآمدی مورد توجه قرار گرفته است. بیشترین هم‌استنادی را مطالعه‌ای دارد که رابطه بین جنسیت، خودکارآمدی کارآفرینانه (ESE) و اهداف شغلی کارآفرینانه و تفاوت‌های جنسیتی در خودکارآمدی کارآفرینانه و پیامدهای آن برای انتخاب‌های شغلی کارآفرینی بررسی می‌کند (Wilson et al., 2007). مطالعاتی با موضوع تأثیر برنامه‌های کارآفرینی بر دانشجویان علوم و مهندسی (Souitaris et al., 2007)، «رابطه بین آموزش کارآفرینی و اهداف کارآفرینی» (۲۰۱۴) (Bae et al., 2014) که یک بررسی فراتحلیلی است و «ارزیابی تأثیر برنامه‌های آموزش کارآفرینی: روش‌شناسی جدید» (Fayolle et al., 2006) نیز از مقالات پر نقل قول این خوشه بودند.

بر اساس مقالات، برخی از روش‌ها و رویکردهای آموزشی که به‌طور مؤثر عوامل روانشناختی مرتبط با نیت کارآفرینی را تقویت می‌کنند عبارتند از: یادگیری تجربی (Taneja et al., 2023) فعالیت‌هایی مانند شبیه‌سازی کسب‌وکار (Wei et al., 2022)، توسعه طرح‌های تجاری (Wei et al., 2022)، یادگیری مبتنی بر مشکل/پروژه (Fassbender et al., 2022) کار بر روی حل مشکلات

واقعی یا پروژه‌های مرتبط با کارآفرینی) که تجربه دنیای واقعی را فراهم می‌کنند، تمایل به افزایش خودکارآمدی، الهام‌بخشی، اشتیاق را تقویت می‌کنند و می‌تواند شایستگی‌ها را تقویت کند. اشتیاق کارآفرینی یک تأثیر کلیدی بر خودکارآمدی کارآفرینی و قصد کارآفرینی دارد. لذا فردی با سطح بالایی از اشتیاق کارآفرینی به احتمال زیاد به یک کارآفرین تبدیل می‌شود. (Darestani, 2023) به نظر می‌رسد تعامل با الگوهای نقش کارآفرینی (Al Halbusi et al., 2022) باعث الهام‌بخشی به دانش‌پذیران و ایجاد انگیزه برای شروع کسب و کار می‌شود. تفکر طراحی (Seet et al., 2018)، آموزش ایده‌پردازی (Warnick et al., 2021)، نمونه‌سازی اولیه (Costa et al., 2018)، خلاقیت (Akbari et al., 2021) به توسعه ذهن‌قصد کارآفرینی کمک می‌کند. تکالیف انعکاسی (Kassean et al., 2015) و خودارزیابی (López-Núñez et al., 2022)، کمک می‌کنند تا آنچه را که آموخته‌اند پردازش کنند و خودآگاهی به دست آورند. آموزش ذهن‌قصد رشد (Billingsley et al., 2023) که آموزش این است که توانایی‌ها را می‌توان از طریق تلاش توسعه داد، به پرورش خودکارآمدی کارآفرینی کمک می‌کند. منتورینگ (St-Jean et al., 2020; Baluku et al., 2020) نیز می‌تواند نقش مهمی در آموزش و توسعه کارآفرینی داشته باشد. (al., 2018)

خوشه کارآفرینان نوپا، فرهنگ، جنسیت

در این خوشه به مقالاتی در حوزه چگونگی رفتار کارآفرینان نوپا و نقش و اثر فرهنگ و جنسیت پرداخته شده است. در «متغیرهای ادراکی و کارآفرینی نوپا» (Arenius & Minniti, 2005) بررسی شد که ویژگی‌های جمعیتی و اقتصادی با تصمیم یک فرد برای تبدیل شدن به یک کارآفرین مرتبط هستند. نقش کلیشه‌های جنسیتی در ادراک کارآفرینان و قصد کارآفرین شدن (Gupta et al., 2009) نیز از مقالات با هم‌استنادی بالاست. در مقاله دیگر رابطه بین دو بعد فرهنگ هافستد و ویژگی‌های روان‌شناختی مرتبط با پتانسیل کارآفرینی بررسی شد (Mueller & Thomas, 2001). نتایج نشان داد که برخی از فرهنگ‌ها نسبت به سایرین برای کارآفرینی مساعدتر هستند.

خوشه قصد کارآفرینی اجتماعی

این که چگونه یک نفر به سمت کارآفرینی اجتماعی روی می‌آورد موضوع این خوشه است. بیشترین مقالات هم‌استناد عبارتند از «تحقیق کارآفرینی اجتماعی» (Mair & Martí, 2006)، عوامل تعیین‌کننده مقاصد کارآفرینی اجتماعی (Hockerts, 2017)، سرمایه‌گذاری برای دیگران با قلب و سر: چگونه شفقت کارآفرینی اجتماعی را تشویق می‌کند (Miller et al., 2012)، گونه‌شناسی کارآفرینان اجتماعی: انگیزه‌ها (Zahra et al., 2009). مطالعات انجام شده نشان می‌دهد که انگیزه‌های اخلاقی و خیرخواهانه نقش مهمی در شکل‌گیری قصد کارآفرینی اجتماعی دارند (Kim et al., 2023; Xiang & Zhang, 2022). خودکارآمدی و حمایت اجتماعی ادراک شده بر قصد کارآفرینی اجتماعی تأثیر مثبت دارند. (Aydognmus, 2021). ویژگی‌های فردی مانند تاب‌آوری، خلاقیت و رهبری خدمت‌گزار^۱ نیز در این زمینه مؤثرند (Kimakwa et al., 2023)، آموزش و تجربیات کارآفرینی اجتماعی می‌تواند قصد و رفتارهای مرتبط را تقویت کند (Chang et al., 2021).

خوشه قلمرو عمومی کارآفرینی و مطالعات نهادی

عاملیت از منظر نظریه نهادی به طور گسترده در مطالعه کارآفرینی به کار گرفته شده است. پرارجع‌ترین مقاله در این حوزه بررسی می‌کند که چگونه کنشگران نهادها را تغییر می‌دهند و نظریه‌ای از کارآفرینی نهادی ارائه شده است. (Battilana et al., 2009). تحقیقات بررسی می‌کنند که چگونه جنبه‌های مختلف محیط نهادی شناسایی فرصت‌ها، مقاصد کارآفرینی، ایجاد سرمایه‌گذاری جدید، نوآوری و رشد را قادر می‌سازد یا محدود می‌کند. (kambiz talebi, 2021)

^۱ Servant Leadership

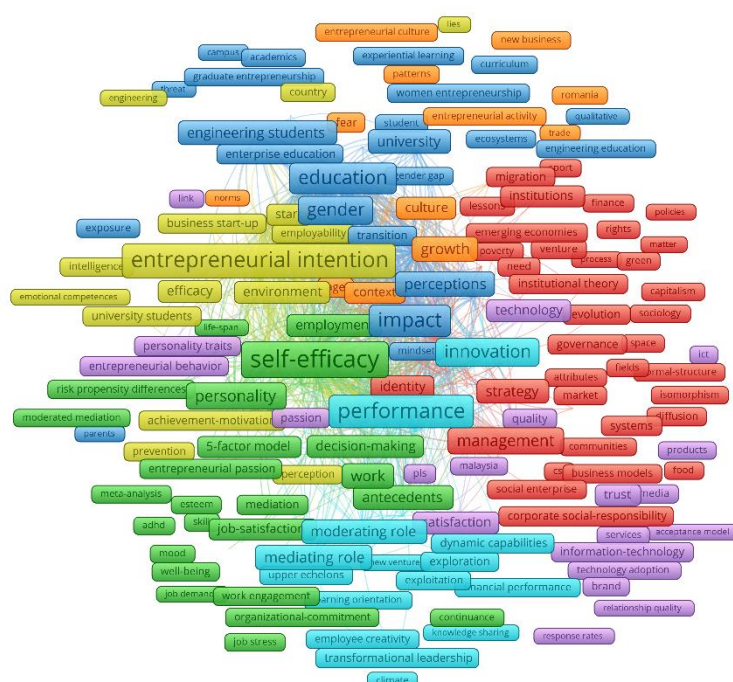
تجزیه و تحلیل کلمات کلیدی

تجزیه و تحلیل کلمات کلیدی کمک می کند تا موضوع بهتر درک شوند و موضوعات کلیدی تحقیقاتی، روندهای نوظهور و تمرکزهای تحقیقاتی را به تصویر بکشند (Huang et al., 2021) تحلیل هم‌رخدادی کلمات کلیدی یکی از روش‌های متداول است که به بررسی این موضوع می‌پردازد که کدام کلمات کلیدی در مقالات مختلف به طور مکرر و مشترک استفاده می‌شوند. این روش به شناسایی روندهای پژوهشی، موضوعات کلیدی و روابط بین آن‌ها کمک می‌کند. برای این منظور نمونه‌ای با ۹۹۶۹ کلمه کلیدی با آستانه تکرار حداقل ۵ بار تکرار تشکیل شد که نمونه‌ای با ۱۰۱۳ کلمه تشکیل شد. شکل ۴ نگاشت دانشی از نتایج تحلیل هم‌رخدادی را نشان می‌دهد. و جدول ۵ میزان وقوع و قدرت کل پیوند کلمات کلیدی پر تکرار را نشان می‌دهد.

خودباوری ۱۰۷۴ بار وقوع، پربسامدترین کلمه کلیدی است.

جدول ۵. میزان وقوع و قدرت کل پیوند کلمات کلیدی پر تکرار

قدرت کل پیوند	وقوع	کلمه کلیدی	کلمه کلیدی
9837	1074	خودباوری	self-efficacy
6924	851	کارآفرینی	entrepreneurship
6972	786	قصد کارآفرینی	entrepreneurial intention
6438	730	قصد	intention
6267	684	عملکرد	performance
5867	627	تاثیر	impact
4808	527	آموزش	education
3549	380	رفتار	behavior
3531	370	جنسیت	gender
3276	363	نوآوری	innovation
3299	351	تئوری رفتار برنامه ریزی شده	theory of planned behavior



شکل ۴. نگاشت دانشی از نتایج تحلیل هم‌رخدادی

تحلیل هم‌رخدادی کلمات کلیدی نشان می‌دهد که شبکه‌های مفهومی در پژوهش حاضر حول چندین خوشه مفهومی اصلی شکل گرفته‌اند. این خوشه‌ها نمایانگر موضوعات و مفاهیم کلیدی هستند که در مقالات علمی به طور مکرر با یکدیگر هم‌رخدادی دارند. **Error! Reference source not found.** خوشه‌های هم‌رخدادی کلمات کلیدی را نشان می‌دهد.

جدول 6. خوشه‌های هم‌رخدادی کلمات کلیدی

خوشه	کلمات اصلی کلیدی	تحلیل
خوشه سبز (Self-Efficacy و عملکرد)	خودکارآمدی (self-efficacy)، عملکرد (performance)، انگیزه کارآفرینی (entrepreneurial passion)، حمایت اجتماعی (social support)	این خوشه به خودکارآمدی و عملکرد در زمینه‌های مختلف اشاره دارد. خودکارآمدی و عملکرد به عنوان عوامل مهم در کارآفرینی و موفقیت‌های شخصی و شغلی در این خوشه به هم مرتبط شده‌اند. همچنین انگیزه کارآفرینی و حمایت اجتماعی به عنوان عواملی که می‌توانند خودکارآمدی و عملکرد را تقویت کنند، در این خوشه قرار دارند.
خوشه زرد (قصد کارآفرینانه و رفتار کارآفرینانه)	قصد کارآفرینانه (entrepreneurial intention)، تحصیلات (education)، جنسیت (gender)	این خوشه به بررسی قصد کارآفرینانه و ارتباط آن با آموزش و جنسیت می‌پردازد. همچنین نشان می‌دهد که تحصیلات و جنسیت چگونه بر قصد کارآفرینی و نگرش به کارآفرینی تأثیر می‌گذارند. مفاهیمی مانند قصد کارآفرینی، خودکارآمدی و نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده همگی به عاملیت فردی اشاره دارند. ذهنیت کارآفرینانه، انگیزه کارآفرینی و ویژگی‌های شخصیتی در این خوشه به چشم می‌خورند.
خوشه قرمز (کارآفرینی نهادی)	Institutional Entrepreneurship Governance (حاکمیت)، (کارآفرینی نهادی)، Policy (سیاست‌گذاری)، حاکمیت، نظام‌ها، و Sustainability (پایداری) Institutions (نهادهای)، Evolution (تکامل)	این خوشه به مفاهیم مرتبط با کارآفرینی نهادی، سیاست‌گذاری، حاکمیت، نظام‌ها، و پایداری را پوشش می‌دهد. این مفاهیم به ساختارهای بزرگتر اجتماعی، اقتصادی و نهادی اشاره دارند که محیط کارآفرینی را تحت تأثیر قرار می‌دهند. ارتباط این خوشه با عاملیت در سطح نهادی و سیاست‌گذاری است.
خوشه آبی (عملکرد و فناوری)	عملکرد (performance)، فناوری اطلاعات (information technology)، قابلیت‌های پویا (dynamic capabilities)، جهت‌گیری کارآفرینانه، Entrepreneurial Orientation	این خوشه مفاهیم کلیدی در حوزه عملکرد سازمانی، جهت‌گیری کارآفرینانه، نقش‌های میانجی‌گر و تعدیل‌گر، و تأثیر خلاقیت و رفتار سازمانی بر موفقیت کسب‌وکار است. این مفاهیم بر توانایی شرکت‌ها در دستیابی به موفقیت پایدار و بهره‌برداری از فرصت‌های موجود تأکید دارند. همچنین قابلیت‌های پویا به عنوان یکی از عوامل مهم در این خوشه برجسته شده‌اند. خوشه آبی، عاملیت به توانایی افراد در کنترل و تأثیرگذاری بر نتایج زندگی و شغلی‌شان اشاره دارد. مفاهیمی مانند خودکارآمدی، آموزش و قصد کارآفرینانه به خوبی نشان می‌دهند که چگونه افراد با استفاده از عاملیت خود تصمیمات آگاهانه می‌گیرند و در جهت اهدافشان عمل می‌کنند. همچنین، نقش جنسیت و سایر متغیرهای اجتماعی در تعیین میزان عاملیت افراد در تصمیم‌گیری‌های آنها نقش مهمی ایفا می‌کند.
خوشه بنفش (مدیریت و تعاملات سازمانی)	نقش تعدیل‌گر (moderating role)، نقش میانجی‌گر (mediating role)، مدیریت عملکرد (performance management)، تعاملات سازمانی (organizational behavior)	این خوشه به بررسی نقش‌های تعدیل‌گر و میانجی‌گر در تعاملات سازمانی و مدیریت عملکرد اشاره دارد. نقش‌های تعدیل‌گر و میانجی‌گر نشان می‌دهند که چگونه متغیرهای مختلف می‌توانند بر روابط بین عوامل سازمانی تأثیر بگذارند. در این خوشه، عاملیت در سطوح مختلف (فردی و سازمانی) به وضوح مشاهده می‌شود. سازمان‌ها از عاملیت خود برای پذیرش نوآوری، ایجاد برند قوی، مدیریت مسئولیت اجتماعی و افزایش رضایت مشتریان استفاده می‌کنند. به طور همزمان، مشتریان و کاربران نیز از عاملیت خود برای تصمیم‌گیری در خرید و تعامل با برندها بهره می‌برند.

این تحلیل نشان می‌دهد که حوزه کارآفرینی به موضوعات متنوعی مانند قصد کارآفرینانه، خودکارآمدی، نوآوری، و عملکرد سازمانی پرداخته است. آموزش، مدیریت، و فناوری نیز به عنوان عوامل مؤثر در رشد و توسعه کارآفرینی مطرح شده‌اند. روابط پیچیده بین این عوامل، نقش تعدیل‌گر و میانجی‌گر را نیز در تبیین چگونگی تأثیر این متغیرها بر یکدیگر برجسته می‌کند.

تحلیل روند زمانی هم‌زخدادی کلمات کلیدی

برای تحلیل روند زمانی در نقشه هم‌زخدادی کلمات، باید به دقت به رنگ‌های مختلف گره‌ها نگاه کنیم که نمایانگر زمان انتشار پژوهش‌های مرتبط با آن‌ها هستند. رنگ‌های آبی‌تر نشان‌دهنده مفاهیمی هستند که در مقالات قدیمی‌تر (۲۰۱۷ و پیش از آن) برجسته بوده‌اند. و رنگ‌های سبز و زردتر: نشان‌دهنده مفاهیمی هستند که در سال‌های اخیر (۲۰۲۰ و ۲۰۲۱) بیشتر مورد توجه قرار گرفته‌اند.

قصد کارآفرینی و خودکارآمدی در سال‌های ۲۰۱۷ و قبل از آن بسیار مورد توجه بوده است و همچنان یکی از مباحث کلیدی در کارآفرینی است.

یکی از موضوعات کلیدی پژوهش‌ها در سال‌های اخیر عملکرد کارآفرینان بوده است. عملکرد نه تنها شامل موفقیت مالی، بلکه شامل ارزیابی‌های کیفی مانند خلاقیت و نوآوری نیز می‌شود. نوآوری نیز به عنوان یک موضوع مهم در تحقیقات کارآفرینی، خصوصاً در پژوهش‌های حول فناوری و راهکارهای نوآورانه، در این بازه ۲۰۱۷ تا ۲۰۲۰ مورد توجه بوده است. کلمه کلیدی تأثیر که نشان‌دهنده تمرکز جدیدی بر ارزیابی تأثیرات اجتماعی و اقتصادی کارآفرینی است. در سال‌های ۲۰۲۱ به بعد مورد توجه بیشتر قرار گرفته است. حاکمیت، نهادها و فناوری نیز در سال‌های جدید در موضوع عاملیت مورد توجه قرار گرفته‌اند. این تحلیل زمانی نشان می‌دهد که پژوهش‌ها از تمرکز بر عوامل روانشناختی و فردی در کارآفرینی به سمت تحلیل‌های سیستمی‌تر و گسترده‌تر حرکت کرده‌اند. همچنین، نقش فناوری و نوآوری به شدت در حال رشد است و انتظار می‌رود در آینده نزدیک، تأثیرات فناوری‌های نوین بر کارآفرینی همچنان یک حوزه کلیدی تحقیق باقی بماند. توجه به حکمرانی و نهادها نیز یکی از روندهای جدید و مهم در تحقیقات کارآفرینی است که نشان‌دهنده اهمیت سیاست‌گذاری‌های کلان و ساختارهای اجتماعی بر موفقیت کارآفرینی است. مفاهیمی مانند سه‌گانه تاریک^۱ تجربه قبلی^۲، تاب‌آوری روانشناختی و ذهنیت کارآفرینانه نیز در دسته‌بندی مفاهیم جدیدتر (زرد رنگ) قرار دارند.

ابعاد برجسته عاملیت در کارآفرینی

عاملیت و قصد کارآفرینانه

قصد اولین مرحله محرک رفتار کارآفرینانه است (Ruiz-Palomino & Martínez-Cañas, 2021). و به عنوان نقطه شروع سفر کارآفرینانه (Stappers & Andries, 2022) در نظر گرفته می‌شود. با وجود آنکه موضوع قصد کارآفرینان، در مقالاتی در سال‌های قبل از ۱۹۷۰ به چشم می‌خورد و بروکهاوس (Brockhaus, 1975) مقیاس منبع کنترل I-E Rotter را به عنوان پیش‌بینی کننده مقاصد کارآفرینی مطرح کرد اما اولین مطالعه تخصصی درباره قصد کارآفرینی متعلق به برد است (Bird, 1988) پس از برد در اواخر دهه ۱۹۸۰، مجموعه قابل توجهی از ادبیات به مفهوم مقاصد کارآفرینی پرداختند. دهه‌های ۱۹۹۰ و ۲۰۰۰ مطالعه پژوهش‌ها نشانگر افزایشی در مطالعات مربوط به پیش‌بینی و توضیح تفاوت‌های بین کسانی که قصد شروع کسب‌وکار خود را دارند و کسانی که چنین قصدی ندارند، است (Schlaegel & Koenig, 2014). پس از آن محققان شروع به بررسی تجربی پیوند بین مقاصد کارآفرینی و اقدامات بعدی کرده‌اند (Kautonen et al., 2015) چهار مدل اصلی که به طور گسترده برای مطالعه مقاصد کارآفرینی مورد استفاده قرار گرفته‌اند، عبارتند از نظریه رفتار برنامه‌ریزی شده Ajzen (۱۹۹۱)، تئوری رویداد کارآفرینی (Shapero & Sokol, 1982)، نظریه شغلی شناختی اجتماعی، مدل اقتصادی-روانشناختی دیویدسون (۱۹۹۵)، و مدل (Lüthje & Franke, ۲۰۰۳).

¹ Dark Triad

² Prior Experience

بررسی مقالات نشان می‌دهد که قصد کارآفرینی تحت تأثیر عوامل مختلفی از جمله ویژگی‌های شخصیتی، انگیزه‌ها، خودکارآمدی، حمایت اجتماعی، آموزش و پرورش، جمعیت‌شناسی، فرهنگ و محیط نهادی قرار می‌گیرد. عوامل زمینه‌ای مانند شرایط اقتصادی، حمایت نهادی (Athreye et al., 2023) و تأیید اجتماعی^۱ (Capelleras et al., 2019)، پیشایندهای قصد معرفی شده‌اند و آن را شکل می‌دهند.

عاملیت و خودکارآمدی کارآفرینانه

خودکارآمدی، ریشه‌های نظری در دیدگاه عاملیت دارد که در آن افراد به طور متقابل با محیط‌های داخلی و خارجی تعامل دارند (Newman et al., 2019) مفهوم «خودکارآمدی کارآفرینانه» (ESE) (CHEN et al., 1998) به ما کمک می‌کند تا اقدامات کارآفرین و باورهای مربوط به عمل را درک کنیم (Frese, 2009) کارآفرینی نه تنها مستلزم ریسک‌پذیری، عدم اطمینان، خلاقیت، رهبری و فعال بودن است، بلکه به پشتکار و اشتیاق نیز نیاز دارد. برای همه این عوامل، خودکارآمدی کارآفرینانه بسیار ضروری است. (Bagheri et al., 2022; Li et al., 2020) رابطه خودکارآمدی کارآفرینانه به عنوان یک ساختار روانشناختی (Miao et al., 2017) با قصد، رفتار و عملکرد کارآفرینانه در بسیاری از مطالعات بررسی شده است و اغلب به عنوان متغیر میانجی یا تعدیل‌کننده عمل می‌کند (Baluku et al., 2020; Prabhu et al., 2012). و با سازهایی مانند انگیزش، خلاقیت، ریسک‌پذیری و شخصیت رابطه دارد. عواملی مانند حمایت محیطی، جنسیت، سرمایه اجتماعی و تجربه بر خودکارآمدی کارآفرینانه تأثیر گذارند. آموزش و مشاوره کارآفرینی می‌تواند خودکارآمدی کارآفرینانه را افزایش دهد (Mcgee et al., 2009). تحقیقات در مورد خودکارآمدی کارآفرینانه شروع به ترکیب دیدگاه‌های نظری جدیدی، مانند امکان‌گرایی^۲ (Engel et al., 2014)، خودتنظیمی (Shepherd et al., 2013) و تمرکز نظارتی^۳ کرده است (Cooper et al., 2016). خودکارآمدی کارآفرینانه در زمینه‌های مختلف از جمله کارآفرینی اجتماعی و کارآفرینی سبز مورد بررسی قرار گرفته است و نقش آن در اقشار و گروه‌های مختلف از جمله زنان، دانشجویان و افراد معلول (Bagheri & Abbariki, 2017) مطالعه شده است.

عاملیت و خودتنظیمی

خودتنظیمی یکی از ابعاد عاملیت است (Bandura, 2001) که در کارآفرینی مورد توجه قرار گرفته است و رابطه بین خودکارآمدی کارآفرینانه و قصد کارآفرینی را واسطه می‌کند (Pihie & Bagheri, 2013). و باعث می‌شود کارآفرینان بتوانند از قضاوت‌های ذهنی و میان‌بره‌های شناختی به طور مؤثر استفاده کنند (Bryant, 2007). صرفه‌جویی^۴ و خویشتن‌داری (Synofzik et al., 2008)، دو مکانیسم خودتنظیمی مجزا هستند که رفتارهای کارآفرینانه مانند امکان‌گرایی، بریکولاژ، علیت و پیش‌تعهد^۵ را تحت تأثیر قرار می‌دهند (Michaelis et al., 2020) گرایش به ریسک از طریق خودکارآمدی و تمرکز ارتقاءدهنده، به عنوان مکانیسم‌های خودتنظیمی، قصد کارآفرینانه را تحت تأثیر قرار می‌دهد (Gu et al., 2018).

قصد کارآفرینی، فعالیت‌های کارآفرینی را پیش‌بینی می‌کند. اما بسیاری از افراد با وجود قصد کارآفرینی، اقدام به راه‌اندازی کسب‌وکار نمی‌کنند که شکاف قصد-عمل تعبیر می‌شود. اجرایی کردن قصد و تعیین هدف اجرا، یک استراتژی خودتنظیمی است که به افراد کمک می‌کند تا به اهداف خود در حوزه‌های مختلف دست یابند. (Keller et al., 2019) از آنجا که در مطالعات قبلی شکاف‌های قابل توجهی بین مقاصد کارآفرینی و اقدامات بعدی پیدا شده بود (van Gelderen et al., 2018) و در رابطه با اثربخشی EI نگرانی وجود داشت. (Nabi et al., 2018). برای درک بهتر از ثبات تأثیر EI بر رفتار، دو ساختار زیربنایی مرتبط با

¹ social approval

² effectuation

³ regulatory focus

⁴ frugality

⁵ pre-commitments

EI مطرح شدند که عبارتند از قصد هدف کارآفرینی (EGI) (Gielnik et al., 2014) و اهداف اجرایی کارآفرینانه^۱ (He & Li, 2023) مفهوم اهداف اجرایی در سال ۱۹۹۹ توسط روانشناس پیتر گولویتزر معرفی شده بود (Gollwitzer, 1999). سوگیری های شناختی (Zhang et al., 2020; Zhao & Xie, 2020)، نیز از عواملی هستند که در تبدیل قصد به عمل نقش دارند و در موضوع ثبات نیت در طول زمان (Pham et al., 2021) مورد توجه قرار گرفته است.

بحث و نتیجه گیری

این پژوهش مروری بر مطالعات موجود در زمینه عاملیت در کارآفرینی از دیدگاه های بین رشته ای دارد. تحلیل علم سنجی انجام شده، ساختار دانش در این حوزه را مشخص کرده و به برجسته سازی حوزه های کلیدی تمرکز و همچنین شناسایی شکاف های موجود در دانش این حوزه پرداخته است. همان طور که انتظار می رفت، جامع بودن مفهوم عاملیت و بین رشته ای بودن موضوع کارآفرینی منجر به مطالعه این مفهوم از دیدگاه ها و نظریات متنوعی شده است. این نظریات شامل روانشناسی (نظریه شناختی اجتماعی، نظریه انگیزشی، نظریه فعال سازی صفت، نظریه تمرکز تنظیمی)، جامعه شناسی (نظریه نهادی، نظریه سازمان، نظریه برساخت یابی)، اقتصاد (نظریه سرریز دانش کارآفرینی، اقتصاد نهادی جدید)، مدیریت (نظریه سازمان، نظریه شبکه، نظریه سلسله مراتب نیازها) و علوم رفتاری (نظریه رفتار برنامه ریزی شده، نظریه کنش کارآفرینانه) می شوند.

بر اساس یافته های این پژوهش، می توان نتیجه گرفت که عاملیت کارآفرینانه یک مفهوم کلیدی در حوزه کارآفرینی است که نشان دهنده توانایی و ظرفیت افراد برای شناسایی فرصت های کارآفرینانه، راه اندازی و مدیریت کسب و کارهای نوپاست. عاملیت کارآفرینانه در تعامل با مفاهیم مختلفی مانند قصد کارآفرینانه، خودکارآمدی کارآفرینانه و خودتنظیمی مورد بررسی قرار گرفته و نقش آن در پیش بینی و تبیین رفتارها و فعالیت های کارآفرینانه روشن شده است. یافته ها نشان می دهند که عاملیت کارآفرینانه تحت تأثیر عواملی مانند ویژگی های شخصیتی، انگیزه ها، خودکارآمدی، حمایت محیطی و آموزش قرار دارد. همچنین، رابطه بین متغیرهایی مانند قصد کارآفرینانه، خودتنظیمی و خودتأملی، عاملیت کارآفرینانه را به طور معناداری تحت تأثیر قرار می دهد. عوامل شخصیتی مانند گشودگی به تجربه، برون گرایی، شخصیت پویا و خلاقیت، با قصد کارآفرینانه رابطه مثبت دارند. سرمایه روان شناختی مثبت (شامل خودکارآمدی، امیدواری، تاب آوری و خوش بینی) و سرمایه اجتماعی نیز قصد کارآفرینانه را تقویت می کنند. خودتنظیمی، ابتکار شخصی و اجرایی کردن قصد نقش مهمی در تبدیل قصد به عمل دارند. همچنین، واکنش به قدرت (رهایی و سلطه) در شکل دهی قصد کارآفرینانه مؤثر است. عوامل زمینه ای محیطی مانند شرایط اقتصادی، حمایت های نهادی و آموزش نیز بر خودکارآمدی و در نتیجه بر قصد کارآفرینانه تأثیر می گذارند.

به طور کلی، همان طور که بندورا نیز مطرح می کند، عاملیت در تعامل بین سه گانه فرد، رفتار و محیط تجلی پیدا می کند. بنابراین، ترکیبی از عوامل فردی (شناختی و رفتاری) و محیطی بر عاملیت کارآفرینانه اثرگذارند و درک این عوامل و تعاملات آنها می تواند به شناسایی و تقویت عاملیت کمک کند. قصد کارآفرینی و خودکارآمدی به عنوان ابعاد اصلی عاملیت، توجه بسیاری از پژوهش ها را به خود جلب کرده اند. اخیراً، توجه به خودتنظیمی نیز افزایش یافته است. با این حال، ابعاد دیگر عاملیت انسانی مانند پیش اندیشی و خودتأملی کمتر در زمینه کارآفرینی بررسی شده اند. مطالعات اخیر مدل های پیچیده تری را برای بررسی تعاملات بین عوامل فردی، اجتماعی و محیطی در شکل دهی به شناخت ها و رفتارهای کارآفرینانه در طول زمان توسعه می دهند. تحقیقات بیشتر با ادغام دیدگاه های مختلف می تواند به تعیین مرزها و جنبه های عاملیت کارآفرینی که هنوز به طور کامل بررسی نشده اند، کمک کند.

پیشنهادها

با توجه به اهمیت عاملیت کارآفرینانه در شکل دهی به رفتارها و فعالیت های کارآفرینانه، پیشنهاد می شود در تحقیقات آتی الگوهای جامع تری برای شناسایی و اندازه گیری این مفهوم پیچیده تدوین شود. بررسی تأثیر مداخلاتی مانند آموزش و مربی گری

¹ entrepreneurial goal intention (EGI)

² entrepreneurial implementation intention (EII)

بر عاملیت کارآفرینانه در افراد و گروه‌های مختلف نیز می‌تواند زمینه‌ساز پژوهش‌های بکری باشد. علاوه بر این، بررسی نقش تعدیل‌کنندگی متغیرهایی مانند حمایت محیطی و سرمایه اجتماعی در تقویت عاملیت کارآفرینانه ضروری به نظر می‌رسد. پیشنهاد دیگر این است که مطالعات طولی و پیگیرانه‌تری برای بررسی ثبات قصدهای کارآفرینانه در طول زمان و عوامل مؤثر بر آن انجام شود. پژوهش در خصوص نقش متغیرهایی مانند عاملیت کارآفرینانه در فرهنگ‌ها و کشورهای مختلف، و بررسی نقش اهداف اجرایی و سوگیری‌های شناختی در پرکردن شکاف بین قصد و عمل کارآفرینانه، از جمله حوزه‌های مهم برای تحقیقات آینده هستند. بسط و توسعه «نظریه انفعال شغلی» در فرآیند ترویج و توسعه کارآفرینی و کاربرد آن در رفع فقر و محرومیت نیز می‌تواند به شناخت بهتر این مفهوم و بهره‌برداری از پیامدهای آن کمک کند.

منابع

- Akbari, M., Bagheri, A., Imani, S., & Asadnezhad, M. (2021). Does entrepreneurial leadership encourage innovation work behavior? The mediating role of creative self-efficacy and support for innovation. *European Journal of Innovation Management*, 24(1), 1–22. <https://doi.org/10.1108/EJIM-10-2019-0283>
- Al Halbusi, H., Soto-Acosta, P., & Popa, S. (2022). Entrepreneurial passion, role models and self-perceived creativity as antecedents of e-entrepreneurial intention in an emerging Asian economy: The moderating effect of social media. *Asia Pacific Journal of Management*. <https://doi.org/10.1007/s10490-022-09857-2>
- Anderson, A., & Jack, S. (2002). The Effects of Embeddedness on the Entrepreneurial Process. In *Journal of Business Venturing* (Vol. 17, Issue 5, pp. 467–487).
- Arenius, P., & Minniti, M. (2005). Perceptual Variables and Nascent Entrepreneurship. *Small Business Economics*, 24(3), 233–247. <https://doi.org/10.1007/s11187-005-1984-x>
- Athreye, S., Sengupta, A., & Odetunde, O. J. (2023). Academic entrepreneurial engagement with weak institutional support: roles of motivation, intention and perceptions. *Studies in Higher Education*, 48(5), 683–694. <https://doi.org/10.1080/03075079.2023.2184789>
- Aydogmus, M. (2021). Investigation of the effect of social entrepreneurship on professional attitude and self-efficacy perception: a research on prospective teachers. *Studies in Higher Education*, 46(7), 1462–1476. <https://doi.org/10.1080/03075079.2019.1673719>
- Bae, T. J., Qian, S., Miao, C., & Fiet, J. O. (2014). The Relationship Between Entrepreneurship Education and Entrepreneurial Intentions: A Meta-Analytic Review. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 38(2), 217–254. <https://doi.org/10.1111/etap.12095>
- Baer, J., Kaufman, J. C., & Baumeister, R. F. (2008). Are We Free? In *Are We Free?: Psychology and Free Will*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195189636.001.0001>
- Bagheri, A., & Abbariki, M. (2017). Competencies of disabled entrepreneurs in Iran: implications for learning and development. *Disability & Society*, 32(1), 69–92. <https://doi.org/10.1080/09687599.2016.1268524>
- Bagheri, A., Akbari, M., & Artang, A. (2022). How does entrepreneurial leadership affect innovation work behavior? The mediating role of individual and team creativity self-efficacy. *European Journal of Innovation Management*, 25(1), 1–18. <https://doi.org/10.1108/EJIM-07-2020-0281>
- Baluku, M. M., Matagi, L., & Otto, K. (2020). Exploring the Link Between Mentoring and Intangible Outcomes of Entrepreneurship: The Mediating Role of Self-Efficacy and Moderating Effects of Gender. In *Frontiers in Psychology* (Vol. 11). <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2020.01556>
- Bandura, A. (1977). Social learning theory. In *Social learning theory*. Prentice-Hall.
- Bandura, A. (1986). Social foundations of thought and action: A social cognitive theory. In *Social learning theory* (Issue October, pp. 617, xiii, 617–xiii). Prentice-Hall, Inc. <https://psycnet.apa.org/record/1985-98423->

- 000%0Ahttp://www.eslundwig.com/uploads/2/6/1/0/26105457/bandura_sociallearningtheory.pdf
- Bandura, A. (2001). *Social cognitive theory: an agentic perspective*. 1–26. <https://doi.org/https://doi.org/10.1146/annurev.psych.52.1.1>
- Bandura, A. (2008a). Reconstrual of “Free Will” From the Agentic Perspective of Social Cognitive Theory. *Psychology and Free Will*, 1(1), 86–127. <https://doi.org/https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195189636.003.0006>
- Bandura, A. (2008b). The reconstrual of “free will” from the agentic perspective of social cognitive theory. In *Are We Free?: Psychology and Free Will* (pp. 86–127). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195189636.001.0001>
- Bandura, A. (2018). Toward a Psychology of Human Agency: Pathways and Reflections. In *Perspectives on Psychological Science* (Vol. 13, Issue 2, pp. 130–136). <https://doi.org/10.1177/1745691617699280>
- Bao, L., Kusadokoro, M., Chitose, A., & Chen, C. (2023). Development of socially sustainable transport research: A bibliometric and visualization analysis. *Travel Behaviour and Society*, 30(March 2022), 60–73. <https://doi.org/10.1016/j.tbs.2022.08.012>
- Battilana, J., Leca, B., & Boxenbaum, E. (2009). 2 How Actors Change Institutions: Towards a Theory of Institutional Entrepreneurship. *The Academy of Management Annals*, 3(1), 65–107. <https://doi.org/10.1080/19416520903053598>
- Billingsley, J., Lipsey, N. P., Burnette, J. L., & Pollack, J. M. (2023). Growth mindsets: defining, assessing, and exploring effects on motivation for entrepreneurs and non-entrepreneurs. *Current Psychology*, 42(11), 8855–8873. <https://doi.org/10.1007/s12144-021-02149-w>
- Bird, B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case for Intention. *Academy of Management Review*, 13(3), 442–453. <https://doi.org/10.5465/amr.1988.4306970>
- Brändle, L., & Kuckertz, A. (2023). Inequality and Entrepreneurial Agency: How Social Class Origins Affect Entrepreneurial Self-Efficacy. *Business and Society*. <https://doi.org/10.1177/00076503231158603>
- Brockhaus, R. H. (1975). I-E LOCUS OF CONTROL SCORES AS PREDICTORS OF ENTREPRENEURIAL INTENTIONS. *Academy of Management Proceedings*, 1975(1), 433–435. <https://doi.org/10.5465/ambpp.1975.4990354>
- Bryant, P. (2007). Self-regulation and decision heuristics in entrepreneurial opportunity evaluation and exploitation. *Management Decision*, 45(4), 732–748. <https://doi.org/10.1108/00251740710746006>
- Capelleras, J.-L., Contin-Pilart, I., Larraza-Kintana, M., & Martin-Sanchez, V. (2019). Entrepreneurs’ human capital and growth aspirations: the moderating role of regional entrepreneurial culture. *Small Business Economics*, 52(1), 3–25. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9985-0>
- Chang, Y., Peng, X.-E., & Liang, C. (2021). Transforming Nonprofit Organisations into Social Enterprises: An Experience-Based Follow-Up Study. *VOLUNTAS: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 32(1), 3–12. <https://doi.org/10.1007/s11266-020-00261-2>
- CHEN, C. C., GREENE, P. G., & CRICK, A. (1998). *Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers?*
- Chen, C. P. C. (2015). Career human agency theory. *Exploring New Horizons in Career Counselling: Turning Challenge into Opportunities*, 77–97. https://doi.org/10.1007/978-94-6300-154-0_5
- Cooper, D., Peake, W., & Watson, W. (2016). Seizing Opportunities: The Moderating Role of Managerial Characteristics on the Relationship between Opportunity-Seeking and Innovation Efficacy in Small Businesses. *Journal of Small Business Management*, 54(4), 1038–1058. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12228>
- Costa, S. F., Santos, S. C., Wach, D., & Caetano, A. (2018). Recognizing Opportunities across Campus: The Effects of Cognitive Training and Entrepreneurial Passion on the Business Opportunity Prototype. *Journal of Small Business Management*, 56(1), 51–75. <https://doi.org/https://doi.org/10.1111/jsbm.12348>
- Darestani, Z. A. (2023). *The role of Entrepreneurial Passion on Entrepreneurial Behavior: The Mediating Role of Entrepreneurial Awareness, Entrepreneurial Self-efficacy and Entrepreneurial Intention (Case study: Master’s students of Payam Noor ۱۹-۱، ۲، ی دماراکنوخ، ی ن ی رفآراک ی ر.*

- Emirbayer, M., & Mische, A. (1998). What Is Agency? *American Journal of Sociology*, 103(4), 962–1023. <https://doi.org/10.1086/231294>
- Engel, Y., Dimitrova, N. G., Khapova, S. N., & Elfring, T. (2014). Uncertain but able: Entrepreneurial self-efficacy and novices' use of expert decision-logic under uncertainty. *Journal of Business Venturing Insights*, 1(1–2), 12–17. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2014.09.002>
- Fassbender, U., Papenbrock, J., & Pilz, M. (2022). Teaching entrepreneurship to life-science students through Problem Based Learning. *The International Journal of Management Education*, 20(3), 100685. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100685>
- Fayolle, A., Gailly, B., & Lassas-Clerc, N. (2006). Assessing the impact of entrepreneurship education programmes: a new methodology. *Journal of European Industrial Training*, 30(9), 701–720. <https://doi.org/10.1108/03090590610715022>
- Frese, M. (2009). Toward a Psychology of Entrepreneurship — An Action Theory Perspective. *Foundations and Trends in Entrepreneurship*, 5(6), 437–496. <https://doi.org/10.1561/03000000028>
- Garud, R., & Giuliani, A. P. (2013). A narrative perspective on entrepreneurial opportunities. *Academy of Management Review*, 38(1), 157–160. <https://doi.org/10.5465/amr.2012.0055>
- Gielnik, M. M., Barabas, S., Frese, M., Namatovu-Dawa, R., Scholz, F. A., Metzger, J. R., & Walter, T. (2014). A temporal analysis of how entrepreneurial goal intentions, positive fantasies, and action planning affect starting a new venture and when the effects wear off. *Journal of Business Venturing*, 29(6), 755–772. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2013.09.002>
- Goller, M., & Harteis, C. (2017). Human agency at work: Towards a clarification and operationalisation of the concept. *Professional and Practice-Based Learning*, 20(August 2019), 85–103. https://doi.org/10.1007/978-3-319-60943-0_5
- Gollwitzer, P. M. (1999). Implementation intentions: Strong effects of simple plans. *American Psychologist*, 54(7), 493–503. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.54.7.493>
- Gu, J., Hu, L., Wu, J., & Lado, A. A. (2018). Risk Propensity, Self-Regulation, and Entrepreneurial Intention: Empirical Evidence from China. *Current Psychology*, 37(3), 648–660. <https://doi.org/10.1007/s12144-016-9547-7>
- Gupta, V. K., Turban, D. B., Wasti, S. A., & Sikdar, A. (2009). The Role of Gender Stereotypes in Perceptions of Entrepreneurs and Intentions to Become an Entrepreneur. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(2), 397–417. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2009.00296.x>
- He, L.-X., & Li, T. (2023). How entrepreneurial implementation intention moves toward subsequent actions: affordable loss and environmental uncertainty. *Chinese Management Studies*, ahead-of-p(ahead-of-print). <https://doi.org/10.1108/CMS-08-2022-0307>
- Hitlin, S., & Johnson, M. K. (2015). Reconceptualizing agency within the life course: The power of looking ahead. *American Journal of Sociology*, 120(5), 1429–1472. <https://doi.org/10.1086/681216>
- Hockerts, K. (2017). Determinants of Social Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(1), 105–130. <https://doi.org/10.1111/etap.12171>
- Huang, J.-H., Duan, X.-Y., He, F.-F., Wang, G.-J., & Hu, X.-Y. (2021). A historical review and Bibliometric analysis of research on Weak measurement research over the past decades based on Biblioshiny. 1–19. <http://arxiv.org/abs/2108.11375>
- Jamali, B., MohammadKazemi, R., Farsi, J. Y., & Dehkordi, A. M. (2018). The Study on the Theories' Gap of Technological Entrepreneurship Opportunities Emergence. *International Business Research*, 11(2), 79. <https://doi.org/10.5539/ibr.v11n2p79>
- Johnson, W. (2003). On Agency. *Journal of Social History*, 37(1), 113–124. <https://doi.org/10.1057/9781137323613.0008>
- kambiz talebi, A. D. R. M. (2021). Investigating the Impact of business model innovation on creation of competitive advantage with the mediating effects of entrepreneurial empowering (Case Study: ICT-Based Knowledge-Based Companies). 321–340. <https://doi.org/10.22059/jed.2021.315134.653534>
- Kassean, H., Vanevenhoven, J., Liguori, E., & Winkel, D. E. (2015). Entrepreneurship education: a need for reflection, real-world experience and action. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 21(5), 690–708. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-07-2014-0123>

- Kautonen, T., van Gelderen, M., & Fink, M. (2015). Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 39(3), 655–674. <https://doi.org/10.1111/etap.12056>
- Keller, L., Bieleke, M., & Gollwitzer, P. M. (2019). Mindset Theory of Action Phases and If-Then Planning. In *Social Psychology in Action* (pp. 23–37). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-13788-5_2
- Kim, K., Ahn, Y., & Oh, S. (2023). Igniting social entrepreneurial intention through entrepreneurial social framing: Psychological effects of audience moral elevation and communal narcissism. *Journal of Business Research*, 164, 113986. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113986>
- Kimakwa, S., Gonzalez, J. A., & Kaynak, H. (2023). Social Entrepreneur Servant Leadership and Social Venture Performance: How are They Related? *Journal of Business Ethics*, 182(1), 95–118. <https://doi.org/10.1007/s10551-021-04986-y>
- Klarin, A., & Suseno, Y. (2023). An Integrative Literature Review of Social Entrepreneurship Research: Mapping the Literature and Future Research Directions. *Business and Society*, 62(3), 565–611. <https://doi.org/10.1177/00076503221101611>
- Li, C., Makhdoom, H. U. R., & Asim, S. (2020). Impact of entrepreneurial leadership on innovative work behavior: Examining mediation and moderation mechanisms. *Psychology Research and Behavior Management*, 105–118.
- Liñán, F., & Fayolle, A. (2015). A systematic literature review on entrepreneurial intentions: citation, thematic analyses, and research agenda. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 11(4), 907–933. <https://doi.org/10.1007/s11365-015-0356-5>
- Liñán, F., & Rodríguez-Cohard, J. C. (2015). Assessing the stability of graduates' entrepreneurial intention and exploring its predictive capacity. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 28(1), 77–98. <https://doi.org/10.1108/ARLA-06-2013-0071>
- López-Núñez, M. I., Rubio-Valdehita, S., Armuña, C., & Pérez-Urria, E. (2022). EntreComp questionnaire: A self-assessment tool for entrepreneurship competencies. *Sustainability*, 14(5), 2983.
- Loyal, S., & Barnes, B. (2001). “Agency” as a Red Herring in Social Theory. *Philosophy of the Social Sciences*, 31(4), 507–524. <https://doi.org/10.1177/004839310103100403>
- Mair, J., & Martí, I. (2006). Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight. *Journal of World Business*, 41(1), 36–44. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jwb.2005.09.002>
- Markoulli, M. P., Lee, C. I. S. G., Byington, E., & Felps, W. A. (2017). Mapping Human Resource Management: Reviewing the field and charting future directions. *Human Resource Management Review*, 27(3), 367–396. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2016.10.001>
- McCain, K. W. (1990). Mapping authors in intellectual space: A technical overview. *Journal of the American Society for Information Science (1986-1998)*, 41(6), 433.
- Mcgee, J. E., Mueller, S. L., & Sequeira, J. M. (2009). *Entrepreneurial Self-Efficacy: Refining the Measure* (Issue 817, pp. 965–988).
- McMullen, J. S., Brownell, K. M., & Adams, J. (2021). What Makes an Entrepreneurship Study Entrepreneurial? Toward A Unified Theory of Entrepreneurial Agency. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 45(5), 1197–1238. <https://doi.org/10.1177/1042258720922460>
- Miao, C., Qian, S., & Ma, D. (2017). The Relationship between Entrepreneurial Self-Efficacy and Firm Performance: A Meta-Analysis of Main and Moderator Effects. *Journal of Small Business Management*, 55(1), 87–107. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12240>
- Michaelis, T. L., Carr, J. C., Scheaf, D. J., & Pollack, J. M. (2020). The frugal entrepreneur: A self-regulatory perspective of resourceful entrepreneurial behavior. *Journal of Business Venturing*, 35(4), 105969. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2019.105969>
- Miller, T. L., Grimes, M. G., McMullen, J. S., & Vogus, T. J. (2012). Venturing for Others with Heart and Head: How Compassion Encourages Social Entrepreneurship. *Academy of Management Review*, 37(4), 616–640. <https://doi.org/10.5465/amr.2010.0456>
- Mohammadkazemi, R., Talebi, K., Davari, A., & Dehghan, A. (2021). Designing a Model of Empowerment for Small and Medium-Sized Businesses Knowledge-Based with a DEMATEL

- Approach. *Iranian Journal of Management Sciences*, 16(61), 1–16. https://journal.iams.ir/article_345_en.html?lang=fa
- Mueller, S. L., & Thomas, A. S. (2001). Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of Business Venturing*, 16(1), 51–75. [https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026\(99\)00039-7](https://doi.org/https://doi.org/10.1016/S0883-9026(99)00039-7)
- Nabi, G., Walmsley, A., Liñán, F., Akhtar, I., & Neame, C. (2018). Does entrepreneurship education in the first year of higher education develop entrepreneurial intentions? The role of learning and inspiration. *Studies in Higher Education*, 43(3), 452–467. <https://doi.org/10.1080/03075079.2016.1177716>
- Ndofirepi, T. M. (2022). Entrepreneurship goal and implementation intentions formation: the role of higher education institutions and contexts. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-022-00263-y>
- Newman, A., Obschonka, M., Schwarz, S., Cohen, M., & Nielsen, I. (2019). Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of Vocational Behavior*, 110(October 2017), 403–419. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2018.05.012>
- Pham, D., Jones, P., Dobson, S., Liñán, F., & Viala, C. (2021). Entrepreneurial implementation intention as a tool to moderate the stability of entrepreneurial goal intention: A sensemaking approach. *Journal of Business Research*, 123(November 2019), 97–105. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.09.051>
- Pihie, Z. A. L., & Bagheri, A. (2013). Self-Efficacy and Entrepreneurial Intention: The Mediation Effect of Self-Regulation. *Vocations and Learning*, 6(3), 385–401. <https://doi.org/10.1007/s12186-013-9101-9>
- Prabhu, V. P., McGuire, S. J., Drost, E. A., & Kwong, K. K. (2012). Proactive personality and entrepreneurial intent: Is entrepreneurial self-efficacy a mediator or moderator? *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 18(5), 559–586. <https://doi.org/10.1108/13552551211253937>
- Ruiz-Palomino, P., & Martínez-Cañas, R. (2021). From opportunity recognition to the start-up phase: the moderating role of family and friends-based entrepreneurial social networks. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 17(3), 1159–1182. <https://doi.org/10.1007/s11365-020-00734-2>
- Ryan, R. M., & Deci, E. L. (2000). Self-determination theory and the facilitation of intrinsic motivation, social development, and well-being. In *American Psychologist* (Vol. 55, Issue 1, pp. 68–78). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/0003-066X.55.1.68>
- Sarasvathy, S. D. (2001). What makes entrepreneurs entrepreneurial? Available at SSRN 909038.
- Sarasvathy, S. D. (2004). Making it happen: Beyond theories of the firm to theories of firm design. In *Entrepreneurship: Theory and Practice* (Vol. 28, Issue 6, pp. 519–531). <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2004.00062.x>
- Schlaegel, C., & Koenig, M. (2014). Determinants of Entrepreneurial Intent: A Meta-Analytic Test and Integration of Competing Models. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(2), 291–332. <https://doi.org/10.1111/etap.12087>
- Schlosser, Markus, E. N. Z. (2019). Agency. The Stanford Encyclopedia of Philosophy.
- Seet, P.-S., Jones, J., Oppelaar, L., & Corral de Zubielqui, G. (2018). Beyond ‘know-what’ and ‘know-how’ to ‘know-who’: enhancing human capital with social capital in an Australian start-up accelerator. *Asia Pacific Business Review*, 24(2), 233–260. <https://doi.org/10.1080/13602381.2018.1431250>
- Shafique, M. (2013). Thinking inside the box? Intellectual structure of the knowledge base of innovation research (1988–2008). *Strategic Management Journal*, 34(1), 62–93. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/smj.2002>
- Shane, S. (2012). Delivering on the promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 37(1), 10–20.
- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J. (2003). Entrepreneurial motivation. *Human Resource Management Review*, 13(2), 257–279. [https://doi.org/10.1016/S1053-4822\(03\)00017-2](https://doi.org/10.1016/S1053-4822(03)00017-2)

- Shapero, A., & Sokol, L. (1982). The social dimensions of entrepreneurship. *University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship*.
- Shepherd, D. A., Patzelt, H., & Baron, R. A. (2013). "I care about nature, but. disengaging values in assessing opportunities that cause harm. *Academy of Management Journal*, 56(5), 1251–1273. <https://doi.org/10.5465/amj.2011.0776>
- Small, H. (1973). Co-citation in the scientific literature: A new measure of the relationship between two documents. *Journal of the American Society for Information Science*, 24(4), 265–269. <https://doi.org/https://doi.org/10.1002/asi.4630240406>
- Souitaris, V., Zerbinati, S., & Al-Laham, A. (2007). Do entrepreneurship programmes raise entrepreneurial intention of science and engineering students? The effect of learning, inspiration and resources. *Journal of Business Venturing*, 22(4), 566–591. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2006.05.002>
- St-Jean, E., Radu-Lefebvre, M., & Mathieu, C. (2018). Can less be more? Mentoring functions, learning goal orientation, and novice entrepreneurs' self-efficacy. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(1), 2–21. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-09-2016-0299>
- Stappers, J., & Andries, P. (2022). The role of distinct ADHD symptoms for pre-entry entrepreneurial behavior: when intentions do not translate into action. *Small Business Economics*, 58(3), 1441–1457. <https://doi.org/10.1007/s11187-020-00440-x>
- Synofzik, M., Vosgerau, G., & Newen, A. (2008). Beyond the comparator model: A multifactorial two-step account of agency. *Consciousness and Cognition*, 17(1), 219–239. <https://doi.org/10.1016/j.concog.2007.03.010>
- Tahai, A., & Meyer, M. J. (1999). A revealed preference study of management journals' direct influences. *Strategic Management Journal*, 20(3), 279–296.
- Taneja, M., Kiran, R., & Bose, S. C. (2023). Assessing entrepreneurial intentions through experiential learning, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial attitude. *Studies in Higher Education*, 1–21. <https://doi.org/10.1080/03075079.2023.2223219>
- van Eck, N. J., & Waltman, L. (2020). VOSviewer Manual version 1.6.16. *Univeriteit Leiden, November*, 1–52. <https://www.vosviewer.com/download/f-33t2.pdf>
- van Gelderen, M., Kautonen, T., Wincent, J., & Biniari, M. (2018). Implementation intentions in the entrepreneurial process: concept, empirical findings, and research agenda. *Small Business Economics*, 51(4), 923–941. <https://doi.org/10.1007/s11187-017-9971-6>
- Venkataraman, S., SARASVATHY, S. D., DEW, N., & FORSTER, W. R. (2012). REFLECTIONS ON THE 2010 AMR DECADE AWARD: WHITHER THE PROMISE? MOVING FORWARD WITH ENTREPRENEURSHIP AS A SCIENCE OF THE ARTIFICIAL. *Academy of Management Review*, 37(1), 21–33. <https://doi.org/10.5465/armr.2011.0079>
- Warnick, B. J., Kier, A. S., LaFrance, E. M., & Cuttler, C. (2021). Head in the clouds? Cannabis users' creativity in new venture ideation depends on their entrepreneurial passion and experience. *Journal of Business Venturing*, 36(2), 106088. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2020.106088>
- Wei, C.-L., Wang, Y.-M., Lin, H.-H., Wang, Y.-S., & Huang, J.-L. (2022). Developing and validating a business simulation systems success model in the context of management education. *The International Journal of Management Education*, 20(2), 100634. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.ijme.2022.100634>
- Wiklund, J., Davidsson, P., & Delmar, F. (2006). What do they think and feel about growth? An expectancy-value approach to small business managers' attitudes toward growth. *Entrepreneurship and the Growth of Firms*, 109–138. <https://doi.org/10.1111/1540-8520.t01-1-00003>
- Wilson, F., Kickul, J., & Marlino, D. (2007). Gender, Entrepreneurial Self-Efficacy, and Entrepreneurial Career Intentions: Implications for Entrepreneurship Education. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(3), 387–406. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2007.00179.x>
- Xiang, J., & Zhang, Y. (2022). Untying Moral Efficacy and Meaningfulness in Promoting Students' Social Entrepreneurial Intentions: The Mediating Role of Positive Reciprocity . In *Frontiers in Psychology* (Vol. 13). <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2022.915725>

- Zahra, S. A., Gedajlovic, E., Neubaum, D. O., & Shulman, J. M. (2009). A typology of social entrepreneurs: Motives, search processes and ethical challenges. *Journal of Business Venturing*, 24(5), 519–532. <https://doi.org/https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2008.04.007>
- Zhang, W., Zhao, W., Gao, Y., & Xiao, Z. (2020). How do managerial ties influence the effectuation and causation of entrepreneurship in China? The role of entrepreneurs' cognitive bias. *Asia Pacific Business Review*, 26(5), 613–641. <https://doi.org/10.1080/13602381.2020.1765537>
- Zhao, Y., & Xie, B. (2020). Cognitive Bias, Entrepreneurial Emotion, and Entrepreneurship Intention . In *Frontiers in Psychology* (Vol. 11). <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2020.00625>