

تحلیل ساختار و روند شبکه‌های موضوعی مدیریت راهبردی در ایران

سیدامیرحسین طیبی ابوالحسنی*، شاهین روحانی‌راد**

چکیده

بررسی تعداد و تنوع مقالات حوزه مدیریت راهبردی طی سال‌های اخیر، نشان می‌دهد که این حوزه یکی از حوزه‌های مورد توجه و پراستقبال بوده؛ به طوری که پژوهشگران حوزه‌های مختلف مدیریت سعی کرده‌اند موضوعات مشترک متنوعی را در این زمینه مطرح نمایند. این پژوهش، توصیفی و از لحاظ هدف کاربردی است که با روش تحلیل محتوای کمی به تحلیل موضوعی با رویکرد خوشه‌بندی سلسله مراتبی می‌پردازد و هدف آن، بررسی و تحلیل موضوعی مجلات مدیریت راهبردی در ایران است. برای این کار، ۳۳۲ مقاله منتشر شده در ۳ مجله مرتبط با این حوزه به نام‌های مطالعات مدیریت راهبردی، اندیشه مدیریت راهبردی و پژوهش‌های مدیریت راهبردی در بازه زمانی ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۵ مورد بررسی قرار گرفته‌اند. برای تحلیل موضوعی؛ سهم موضوعی مقالات، سهم مشارکت نهادهای علمی، تحلیل خوشه‌ای موضوعات مدیریت راهبردی، تحلیل خوشه‌ای نهادهای علمی، تحلیل شبکه موضوعی مجلات مدیریت راهبردی و در نهایت تحلیل روند موضوعات مدیریت راهبردی مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که موضوعات ۲۹ گانه مدیریت راهبردی در قالب ۴ خوشه قابل بررسی بوده و در میان ۳ مجله مورد تحلیل، مجله مطالعات مدیریت راهبردی با کارکرد مجله مهمتر این حوزه، هم با مجله اندیشه مدیریت راهبردی و هم با مجله پژوهش‌های مدیریت راهبردی در ۵ موضوع اولویت‌دار مشترک بوده و به نوعی در ساختار شبکه مجلات مدیریت راهبردی، دارای نقش مرکزی است.

کلیدواژه‌ها: تحلیل محتوا؛ موضوع؛ شبکه؛ خوشه‌بندی سلسله مراتبی؛ مدیریت راهبردی

تاریخ دریافت مقاله: ۱۳۹۶/۱۰/۰۱؛ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۳۹۷/۱۰/۳۰.

* دانشجوی دکتری، دانشگاه علامه طباطبائی تهران (نویسنده مسئول)

Email: amirhosseintayebi69@yahoo.com

** دانشجوی دکتری، دانشگاه یزد.

۱. مقدمه

مدیریت راهبردی، بر نقش مدیران در بقا و حفظ پویایی سازمان تأکید می‌ورزد [۹]. در تعاریف مدیریت راهبردی، کلمات رقابت، ایجاد و حفظ مزیت‌های رقابتی و نیز دستیابی به اهداف کلان تدوین شده، مفاهیم اصلی اولیه مدیریت راهبردی مطرح شناخته شده‌اند و می‌توان اظهار داشت، «موضوع اصلی علم راهبردی، رقابت هست» [۱۴]. به عبارت دیگر، مدیریت راهبردی، «مجموعه‌ای از تصمیمات و اقدامات تعریف می‌شود که نتیجه آن، تنظیم و اجرای طرح‌هایی است که برای رسیدن به هدف‌های شرکت (هدف پیشسازی و موفقیت در صنعت موردنظر) طراحی شده‌اند.» [۲۶].

در دهه‌های اخیر، روند پژوهش‌های حوزه مدیریت راهبردی در ایران، تحت تأثیر گسترش فزاینده محتوا و مرزهای این حوزه نوین علم مدیریت در جهان، سیر صعودی داشته است [۱۶]. در این میان، می‌توان از ابزارهای مختلفی برای تحلیل فرآیندهای مدیریت راهبردی کمک گرفت [۱۵]. حجم روزافزون پژوهش‌های داخلی در حوزه استراتژی و نبود تصویر کلی از روند موضوعی پژوهش‌های صورت گرفته، مشارکت‌کنندگان در این تحقیق را بر آن داشت تا تحلیلی موضوعی بر پژوهش‌های انتشار یافته در داخل کشور انجام دهند.

به‌طور کلی رشد روزافزون انتشارات علمی در چند قرن اخیر نیاز به بررسی روند رشد و توسعه علمی را بیش از پیش آشکار کرده است. یکی از روش‌هایی که در بررسی میزان تولیدات علمی و ترسیم ساختار علوم به کار گرفته می‌شود، علم‌سنجی است [۲۵]. علم‌سنجی یک حوزه پژوهشی کاملاً فعال به شمار می‌رود و رشد تصاعدی آثار این حوزه در سالیان اخیر در پژوهش‌های داخلی و خارجی شدت یافته است [۱۹] [۲۳].

از طرفی تعداد مقالات علمی تولیدشده و کیفیت ارتباطات میان آن‌ها در هر حوزه بیان‌کننده مباحث داغ آن حوزه خاص و اهمیت هر یک از موضوعات است. تحلیل‌های علمی همراه با ترسیم گرافیکی یک رشته علمی، راه را برای شناسایی بهتر و دقیق‌تر آن شاخه از دانش بشری و تبدیل مفهوم انتزاعی رشته علمی به مفهوم عینی‌تری هموار می‌کند [۱]. توجه به مقالات نشریات به این دلیل است که نشریات ادواری در میان مدارک و منابع انتشاراتی به دلیل سرعت نشر و نقش مؤثری که در انتقال اطلاعات دارند، از مهم‌ترین منابع اطلاعات علمی به شمار می‌روند [۲]. در میان ادواری‌ها، نشریات علمی پژوهشی، اصلی‌ترین جایگاه ارائه نتایج پژوهش‌ها و مطالعات اهمیت ویژه‌ای دارند [۳۴] و بر خلاف مقالات همایش‌ها، داوری عمیقی در مورد آن‌ها صورت گرفته و یافته‌های آن‌ها قابل اعتماد است. از این‌رو، بررسی و تحلیل روابط موضوعی مقالات آن‌ها کمکی مؤثر در دسته‌بندی موضوعی مبانی نظری پژوهشی هر حوزه به‌صورت عینی است. ضمن این‌که از این طریق می‌توان برنامه‌ریزی راهبردی در پژوهش‌ها و سیاست‌های پژوهشی در این حوزه را نیز فراهم کرد [۱۳].

به عبارت دیگر، همان‌گونه که از کارکرد موضوعات تحلیل محتوا و به‌طور تخصصی‌تر علم‌سنجی برمی‌آید، مساله و اهداف اصلی در این نوع پژوهش‌ها با دریافت، کشف و شناسایی روابط مفهومی در اسناد و متون در ارتباط است [۳۱]. لذا با توجه به ظهور و تکامل تدریجی پژوهش‌های مدیریت راهبردی و حوزه‌های وابسته، لازم است تصویری کلان و جامع از وضعیت پژوهش‌های انجام شده در این حوزه ارائه گردد و به عبارتی ساختار فکری

دانش در این حوزه مورد بررسی قرار گیرد تا خوشه‌ها و مباحث مطرح در این حوزه پژوهشی در یک بازه زمانی نسبتاً جامع به روشی علمی شناسایی شوند. از این رو، مفاهیمی که این پژوهش به آن‌ها توجه کرده، موضوعاتی است که در مقالات منتشر شده در مجلات فارسی علمی پژوهشی مدیریت راهبردی وجود دارد. با توجه به کارکرد تحلیل محتوا، پژوهش می‌تواند به مساله نامشخص بودن گرایش‌ها و مفاهیم اساسی و مؤکد در پژوهش‌های متخصصان ایرانی در حوزه مدیریت راهبردی بپردازد. لذا این پژوهش که با هدف بررسی و تحلیل موضوعی مجلات مدیریت راهبردی در ایران صوت گرفته است و درصدد پاسخگویی به پرسش‌های زیر است:

۱. موضوعات راهبردی مهم و سهم هر یک در مقالات منتشر شده در مجلات مدیریت راهبردی چگونه است؟
۲. سهم مشارکت نهادهای علمی (دانشگاه‌ها و سایر موسسات آموزشی و پژوهشی) از نظر تعداد مقالات منتشر شده در مجلات مدیریت راهبردی چگونه است؟
۳. تحلیل خوشه‌ای سلسله مراتبی مرتبط با موضوعات مدیریت راهبردی در مجلات مدیریت راهبردی چگونه است؟
۴. تحلیل خوشه‌ای سلسله مراتبی مرتبط با نهادهای علمی فعال در حوزه راهبردی چگونه است؟
۵. شبکه موضوعی مجلات مدیریت راهبردی به چه صورتی است؟
۶. تحلیل روند موضوعات مدیریت راهبردی در بازه زمانی بررسی شده، چگونه است؟

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

مطالعات علم‌سنجی که به تحلیل کمی برون‌دادهای علمی و پژوهشی در سطح‌های مختلف می‌پردازد، می‌تواند برای بررسی عملکرد نشریه‌های علمی مورد استفاده قرار گیرند. از طریق انجام مطالعات علم‌سنجی می‌توان تعداد تولیدات علمی، کیفیت و اثرگذاری این تولیدات و همچنین جایگاه ملی و بین‌المللی یک نشریه در مقایسه با سایر نشریه‌های هم‌رشته را بررسی کرد [۱۴]. در کنار شاخص‌های علم‌سنجی، می‌توان از شاخص‌های مختلفی بهره برد.

در این میان، بررسی ساختار دانش با توجه به فنون و روش‌های مختلفی انجام می‌شود که یکی از مهم‌ترین آن‌ها، روش تحلیل خوشه‌ای است [۴]. اصطلاح تحلیل خوشه‌ای^۱ اولین بار توسط Tryon در سال ۱۹۳۹ برای روش‌های گروه‌بندی اشیائی که شبیه بودند، مورد استفاده قرار گرفت. تحلیل خوشه‌ای ابزار میانبر تحلیل داده‌ها است که هدف آن نظم دادن به اشیاء مختلف به گروه‌هایی که درجه ارتباط بین دو شیء اگر آن‌ها به یک گروه تعلق داشته باشند، حداکثر و در غیر این صورت حداقل است [۳۵].

^۱ Cluster Analysis

به عبارت دیگر، خوشه‌بندی، همان دسته‌بندی اشیا است و متغیرها بر پایه میزان شباهت^۱ و فاصله^۲ ویژگی‌های موردنظر آن‌ها استوار هست. از طرفی، تحلیل خوشه‌ای نوعی طبقه‌بندی است که از طریق تحلیل مجموعه‌ای از داده‌های پیچیده، گروه‌هایی متجانس ایجاد می‌کند [۵]. به فرض اگر هدف، دسته‌بندی افراد بر اساس بهره هوشی آن‌ها باشد، ویژگی موردنظر هوش بهره آن‌ها است. لذا هر چه بهره هوشی این افراد به هم نزدیک‌تر باشد در دسته‌بندی از لحاظ مکانی نزدیک به یکدیگر قرار می‌گیرند، یعنی هر چه تفاوت این مقدار بین دو فرد کمتر باشد، شباهت آن‌ها بر اساس این ویژگی بیشتر یا به عبارتی عدم شباهت (فاصله) آن‌ها کمتر است. در خوشه‌بندی خودکار، هر عضو از یک مجموعه مورد پژوهش یک بردار هندسی^۳ در نظر گرفته می‌شود که نقاط تشکیل دهنده این بردار، میزان اختلاف بین آن عضو با هر یک از اعضای دیگر آن مجموعه است. پس برای خوشه‌بندی و طبقه‌بندی متون مربوط به یک زمینه موضوعی خاص، هر کدام از اصطلاحات موضوعی موجود در آن‌ها یک بردار در نظر گرفته می‌شود [۷]، سپس تعیین ارتباط بین اصطلاحات گوناگون بر پایه میزان هم‌رخدادی اصطلاحات یا واژه‌های موجود در یک متن یا مجموعه‌ای از متون است که بدون تکیه به روش‌های پیچیده منبعث از تئوری‌های زبان‌شناسی صورت می‌گیرد [۸].

هر چه دو بردار نقاط مشترک بیشتری داشته باشند، آن دو به هم شبیه‌ترند یا فاصله آن دو کمتر است. از این جهت می‌توان گفت که خوشه‌بندی، مقایسه شباهت یا به عبارتی فاصله هر بردار با دیگر بردارها هست [۲۰]. بنابراین، وقتی که گفته می‌شود دو اصطلاح شبیه هستند، بدان معنی نیست که آن‌ها مترادفند یا از لحاظ معنایی شبیه هستند [۲۴] و یا لزوماً رابطه عام و خاص بین آن‌ها وجود دارد، بلکه از لحاظ مبانی نظری آماری بدان معنی است که میزان نقاط مشترک آن‌ها روی بردار چه اندازه است [۳۲].

بروگن^۴، سه کارکرد برای خوشه‌بندی در نظر گرفته است: ۱- کارکرد توضیحی: اگر زمینه مورد تحقیقی به نسبت جدید باشد، خوشه‌بندی قدم ابتدایی برای تشخیص هست و ساختار بندی گروه‌های فرعی، موضوعاتی است که به‌طور بالقوه در فهم مسایل پژوهش حول آن محور ارزشمندند. به عبارتی، محققین از خوشه‌بندی برای خلاصه‌سازی محتوای یک مجموعه بزرگ از داده‌ها بهره می‌برند، ۲- آزمودن طبقه‌بندی‌های قبلی: اگر دستاوردهای علمی یا یک تئوری روشی خاصی برای طبقه‌بندی موضوعات شاخه‌ای از حوزه علم پیشنهاد می‌کند، از روش خوشه‌بندی می‌توان آن طبقه‌بندی‌ها را آزمود. ۳- ساده‌سازی: خوشه‌بندی یک روش قدرتمند برای ساده‌سازی داده‌ها است که از آن می‌توان در زمانی که قضاوت ذهنی انسانی برای گروه‌بندی اشیا دشوار و یا ناممکن است، بهره برد [۵].

^۱ Similarity

^۲ Distance

^۳ Vector

^۴ Borgen

همچنین خوشه‌بندی به دو صورت سلسله مراتبی^۱ و غیر سلسله مراتبی امکان‌پذیر است. روشی سلسله مراتبی هنگامی مؤثر است که تعداد موردها کم باشد، به‌طور معمول، تعداد کمتر از ۱۰۰۰ را توصیه می‌کنند، خوشه‌بندی غیر سلسله مراتبی نیز وقتی ارزشمند است که بر اساسی دانش قبلی به توان تعداد خوشه‌ها را به احتمال تعیین کرد [۵]، همچنین در زمانی که تعداد موارد موردبررسی زیاد است این نوع خوشه‌بندی توصیه می‌شود.

در این میان، تائو و همکارانش، مزیت خوشه‌بندی سلسله مراتبی بر اساس روش‌های آماری و خودکار را در برابر روش‌های متخصص‌محور (دستی) چنین برمی‌شمارند: ۱- خوشه‌بندی بر اساس روش‌های دستی بسیار هزینه‌بر است، زیرا این فرآیند نیازمند متخصصین موضوعی است تا ارتباط موضوعات مدارک را بیابند. ۲- ممکن است گستره‌ای از مدارک وجود داشته باشد که به‌صورت طبیعی نتوان آن‌ها را در هیچ سلسله مراتب موضوعی جای داد و حتی امکان دارد متخصصین موضوعی در ارزیابی ارتباط معنایی بین آن‌ها دچار مشکل شوند. ۳- توسعه‌ی خودکار خوشه‌های سلسله مراتبی بر پایه آمارهایی است که از مدارک برگرفته شده است که می‌تواند به‌صورت آماری ارتباط بین سلسله خوشه‌ها را نشان دهد. آن‌ها همچنین بر پایه دو دلیل خوشه‌بندی سلسله مراتبی را بسیار سودمند می‌دانند: ۱- بسیاری از کاربران اطلاعات می‌دهند تا از طریق بررسی فهرست‌های سلسله مراتبی به دنبال اطلاعات موردنیاز خود بگردند. ۲- ساختار سلسله مراتبی، ارتباط بین طبقه‌های مرتبط را مشخص می‌سازد و اطلاعات ارزشمندی را برای حل بسیاری از مسایل به دست می‌دهد [۳۰].

ضمن این‌که معمول‌ترین روش برای خوشه‌بندی سلسله مراتبی، محاسبه تراکمی است. در این روش، ابتدا موردهای بسیار نزدیک به هم مشخص می‌شود و قدم به قدم هر لایه، با لایه‌ای دورتر تلفیق می‌شود. بنابراین، اگر n مورد موجود باشد، فرآیند تلفیق با در کنار هم گذاشتن دو موردی که بیشترین نزدیکی را به یکدیگر دارند، شروع می‌شود و اولین خوشه را شکل می‌دهند. در مرحله بعدی، موردی که در یک لایه دورتر با آن‌ها ارتباط دارد، به آن‌ها وصل می‌شود و این عمل $n-1$ بار صورت می‌گیرد تا خوشه‌بندی کامل شود [۵]. همچنین تحقیقات نشان می‌دهد که در ارتباط با الگوریتم‌های مختلف روی موضوعات، الگوریتمی به نام «پیوند بین گروهی ۲» بیشتر مورد استفاده قرار می‌گیرد [۳۱].

پیشینه پژوهش

تحلیل موضوع و به‌طور کلی‌تر تحلیل محتوا در پژوهش‌های متنوع و برای مقاصد مختلفی انجام شده است. این نوع تحلیل‌ها می‌تواند در یافتن ارتباطات پنهان در یک حوزه از علم [۶، ۲۹] کشف الگوهای ارتباطی بین موجودیت‌ها [۳]، کشف تکامل تدریجی مفاهیم یک حوزه از علم یا فناوری [۲۲]، گسترش یک فکر در یک دوره زمانی [۳]، آشکارسازی گرایش‌های یک حوزه خاص [۳۳]، درک ساختار شبکه‌های موضوعی [۶، ۱۱، ۱۷]،

^۱ Hierarchical clustering

^۲ Between-Groups Network

شناسایی موضوعات برجسته، اصلی و مهم یک حوزه [۲۱]، کشف موضوعات مورد علاقه و مفاهیم غالب در آثار پژوهشگران [۲۸] کمک کند.

همچنین در داخل نیز، پژوهش‌های مختلفی انجام شده است. پژوهشگرانی به تحلیل محتوای مقالات فارسی نشریات علمی ایران در زمینه ازدواج و طلاق از سال ۱۳۷۹ تا ۱۳۹۲ پرداختند. نتایج این پژوهش که با روش خوشه‌بندی سلسله مراتبی انجام شده بود، نشان داد به‌طور کلی محور اصلی پژوهش‌ها در حوزه ازدواج، موضوع زن و در حوزه طلاق، موضوع خانواده است و زن در موضوعات حقوقی طلاق نقش محوری دارد. همچنین مباحث مشترک مربوط به ازدواج و طلاق را می‌توان در طبقه‌های جامعه‌شناسی، روانشناسی، حقوق و تا اندازه‌ای اقتصاد جای داد [۳۱]. توکلی زاده و همکاران در پژوهش دیگری به بررسی همجواری و رابطه بین موضوعات روان‌شناسی ازدواج در ادبیات زیست پزشکی بر اساس روش خوشه‌بندی مبتنی بر مدرک - اصطلاح پرداخته‌اند [۳۲]. نتایج آنان نشان می‌دهد که می‌توان موضوعات روان‌شناسی ازدواج در زیست پزشکی را به پنج حوزه تقسیم کرده و از روش خوشه‌بندی مدرک - اصطلاح می‌توان به برخی از سوالات مرجع پاسخ گفت. پژوهشگرانی نیز به ترسیم نقشه موضوعی مقالات حوزه کتاب الکترونیکی در بانک اطلاعاتی ابسکو پرداختند. ترسیم نقشه موضوعی این حوزه با روش خوشه‌بندی، نشان داد که تراکم شبکه پژوهش‌های انجام شده در این حوزه، پایین است و به علاوه، ۸۰ موضوع اصلی نظیر پذیرش، دسترسی، پیشرفت فناوری‌ها، مزایا، معایب، ظاهر، فرایند ارزیابی، جذابیت، تأثیر زیستی، آینده کتاب و صنعت کتاب مرتبط با کتاب الکترونیکی به دست آمد. قالب کتاب الکترونیکی، مقایسه آن با کتاب چاپی و نیز دسترسی به آن از جمله مهم‌ترین موضوعات بحث شده در این حوزه با توجه به اندازه گره به‌دست آمده است [۱۰]. اکبری نیز در پژوهشی به ترسیم نقشه دانش کارآفرینی ایران بر مبنای مقالات علمی و پژوهشی در ایران پرداخته است [۱]. این پژوهش که بر مبنای تمام شماری مقالات علمی - پژوهشی طی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۱، با بررسی ۲۱۹ مقاله انجام گرفته، نشان می‌دهد که بیشترین تعداد مقالات چاپ شده در حوزه‌های «کارآفرینی سازمانی» و «کارآفرینی فردی» هستند.

ضمن این که در ارتباط با موضوع مدیریت راهبردی، باید گفت که پژوهش زیادی انجام نشده و از آن جمله می‌توان به پژوهش‌های زیر اشاره کرد:

پژوهشگرانی نیز با استفاده از روش تحلیل و بررسی محتوا به بررسی ساختار و تکامل زمینه مدیریت راهبردی در طی ۲۶ سال در مجله آکادمی مدیریت پرداختند. آنان ضمن بررسی تحولات و ساختار شبکه‌ای شکل گرفته، به پیش‌بینی‌هایی هم برای آینده این حوزه اشاره کرده‌اند [۱۲]. همچنین پژوهشگران دیگری با رویکرد مرور سیستماتیک و ارائه راه‌های پژوهش در آینده به بررسی مدیریت راهبردی نوآوری پرداختند. برای این کار، با بررسی مبانی نظری و استفاده از روش‌های کمی از قبیل تحلیل و بررسی کلمات، تحلیل و بررسی خوشه‌ای و تحلیل و بررسی تکرار، به بررسی ۳۴۲ مقاله در مورد مدیریت راهبردی نوآوری منتشر شده در هفت مجله از سال ۱۹۹۲ تا ۲۰۱۰ پرداختند [۱۸]. پژوهشگرانی نیز با هدف بررسی و ارزیابی شکلی و محتوایی مقالات مرتبط با حوزه مدیریت راهبردی، به تحلیل محتوای ۲۰۰ مقاله منتشر شده از سال ۱۳۸۹ تا سال ۱۳۹۴ مجله

مطالعات مدیریت راهبردی پرداختند. بررسی آنان به صورت نظام‌دار و در قالب ۱۰ پارامتر انجام شد [۱۴]. همچنین در پژوهش دیگری به بررسی روند انتشار آثار پژوهشگران ایرانی در حوزه مدیریت استراتژیک طی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۹۳ پرداختند. پژوهش آنان با بررسی ۲۵۱ مقاله منتشر شده در نشریه‌های علمی پژوهشی مدیریت داخل کشور و دارای دسترسی تمام متن برخط شکل گرفته و نتایج به دست آمده براساس معیارهایی همچون موضوع پژوهش، مدل‌ها و ابزارهای تحلیل استراتژی، صنایع مطالعه شده، روش گردآوری و تحلیل داده، ترکیب و نحوه همکاری پژوهشگران موردبررسی قرار گرفته است [۱۶].

۳. روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نظر هدف، در زمره پژوهش‌های کاربردی است که در آن از فنون علم‌سنجی و تحلیل شبکه استفاده شده است. همچنین از نوع کیفی و مبتنی بر تحلیل محتواست و از رویکرد توصیفی-تحلیلی برای توصیف و ارزیابی محتوای موضوعی مقالات جامعه‌ی هدف استفاده شده است. تحلیل محتوا؛ آزمون نظام‌مند و تکرارپذیر نمادهای ارتباطی است که طی آن ارزش‌های عددی براساس قوانین معتبر اندازه‌گیری، به متن نسبت داده می‌شوند. سپس با استفاده از روش‌های آماری، روابط بین آن ارزش‌ها تحلیل می‌شود [۲۷]. در مورد اعتبار پژوهش نیز باید گفت، برای بررسی روایی پژوهش حاضر، هر یک از شاخص‌های موردنظر در مقاله توسط محققین موردبررسی قرار گرفته و در هر مورد اختلاف موردبررسی و بازبینی مجدد قرار گرفته است. از سوی دیگر در بحث روش‌شناسی، تعدد پژوهش با روش ثابت در موضوعاتی که مورد تأیید مجامع علمی قرار گرفته باشد، تأیید کننده پژوهش است.

جامعه آماری این پژوهش از ۳۳۲ مقاله منتشره نویسندگان ایرانی در ۳ مجله حوزه مدیریت راهبردی به نام‌های مطالعات مدیریت راهبردی، اندیشه مدیریت راهبردی و پژوهش‌های مدیریت راهبردی در بازه زمانی ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۵ تشکیل شده که به منظور توصیف عینی و کیفی محتوای مفاهیم، بررسی به صورت نظام‌دار و با کمک از مقالات مشابه انجام شده است. ضمن این که در این پژوهش، نمونه‌گیری انجام نشده و تمامی جامعه به صورت تمام شماری موردبررسی قرار گرفته است.

در ارتباط با ۳ مجله علمی-پژوهشی انتخابی باید اظهار داشت؛ فصلنامه مطالعات مدیریت راهبردی به صاحب امتیازی دانشگاه شهید بهشتی و انجمن مدیریت راهبردی ایران، دوفصلنامه اندیشه مدیریت راهبردی به صاحب امتیازی دانشگاه امام صادق (ع) و همچنین فصلنامه پژوهش‌های مدیریت راهبردی به صاحب امتیازی دانشگاه آزاد اسلامی قرار دارد که تاریخ آغاز اعتبار هر یک به ترتیب از سال ۱۳۸۸، سال ۱۳۸۹ و سال ۱۳۹۱ هست. هر سه مجله مورد تأیید کمیسیون بررسی مجلات علمی کشور وابسته به وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و همچنین یکی از مجلات تخصصی در موضوع مدیریت راهبردی کشور بوده که توانسته است در پایگاه استنادی علوم جهان اسلام (ISC) نیز نمایه شود. لازم به ذکر است در ارتباط با ملاک انتخاب مجلات باید اشاره شود که با توجه به فهرست نشریات علمی معتبر وزارت علوم، تحقیقات و فناوری و همچنین نظر خبرگان که

متشکل از چند تن از پیشکسوتان این حوزه بودند، مبنای انتخاب، مجلات تخصصی علمی-پژوهشی مدیریت ایرانی بود که ضمن دارا بودن عنوان مدیریت راهبردی، به چاپ مقالات مرتبط در این حوزه نیز پرداخته باشند، لذا مجلاتی که به حوزه سیاست و مطالعات دفاعی مرتبط بودند، از این حوزه حذف گردیده است. برای گردآوری داده‌های پژوهش، تمام مقاله‌های منتشره از طریق وبسایت خود مجلات، پایگاه مطبوعات ایران^۱ و یا پایگاه مجلات تخصصی نور^۲، بارگیری شده و مورد بررسی قرار گرفتند و داده‌های مورد نیاز برای تحلیل به نرم‌افزار Microsoft Excel و SPSS منتقل شدند. سپس با توجه به سوالات پژوهشی مطرح شده در تحقیق، برای تحلیل و بررسی نتایج، از توصیف آماری، نمودار تحلیلی و شکل‌های گرافیکی استفاده گردید.

۴. تحلیل داده‌ها و یافته‌ها

وضعیت کلی و روند تعداد تمامی ۳۳۲ مقاله چاپ شده در ۳ مجله مطالعات مدیریت راهبردی، اندیشه مدیریت راهبردی و پژوهش‌های مدیریت راهبردی در جدول ۱ و همچنین نمودار ۱ قابل مشاهده است.

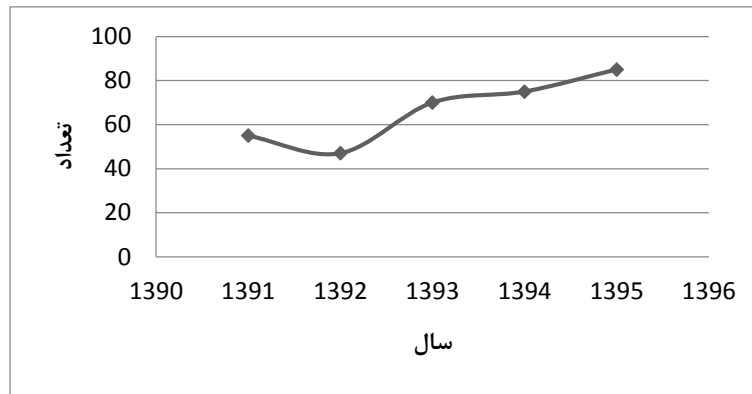
جدول ۱. وضعیت کلی مقالات چاپ شده در مجلات مدیریت راهبردی به تفکیک هر سال

ردیف	سال چاپ مقالات	نام مجله	تعداد مقالات چاپ شده	تعداد مقالات چاپ شده	درصد مقالات چاپ شده سالانه
۱	۱۳۹۱	مجله ۱- مطالعات مدیریت راهبردی	۲۸	۵۵	٪۱۶
		مجله ۲- اندیشه مدیریت راهبردی	۱۳		
		مجله ۳- پژوهش‌های مدیریت راهبردی	۱۴		
۲	۱۳۹۲	مجله ۱- مطالعات مدیریت راهبردی	۳۲	۴۷	٪۱۴
		مجله ۲- اندیشه مدیریت راهبردی	۱۵		
		مجله ۳- پژوهش‌های مدیریت راهبردی	۰		
۳	۱۳۹۳	مجله ۱- مطالعات مدیریت راهبردی	۴۰	۷۰	٪۲۱
		مجله ۲- اندیشه مدیریت راهبردی	۱۲		
		مجله ۳- پژوهش‌های مدیریت راهبردی	۱۸		
۴	۱۳۹۴	مجله ۱- مطالعات مدیریت راهبردی	۴۴	۷۵	٪۲۳
		مجله ۲- اندیشه مدیریت راهبردی	۱۳		
		مجله ۳- پژوهش‌های مدیریت راهبردی	۱۸		
۵	۱۳۹۵	مجله ۱- مطالعات مدیریت راهبردی	۴۷	۸۵	٪۲۶
		مجله ۲- اندیشه مدیریت راهبردی	۱۴		
		مجله ۳- پژوهش‌های مدیریت راهبردی	۲۴		

^۱ www.magiran.com

^۲ www.noormags.com

ردیف	سال چاپ مقالات	نام مجله	تعداد مقالات چاپ شده	تعداد مقالات چاپ شده	درصد مقالات چاپ شده سالانه
		کل	۳۳۲		٪۱۰۰



نمودار ۱. روند تعداد مقالات انتشار یافته در مجلات مدیریت راهبردی طی سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۵

همان‌طور که مشاهده می‌شود روند چاپ مقالات در مجلات موردنظر صعودی هست. ضمن این که لازم به ذکر است تعداد کم پژوهش‌های انتشار یافته در سال ۱۳۹۲ نسبت به سال‌های دیگر، به دلیل منتشر نشدن مجله پژوهش‌های مدیریت راهبردی هست که در این سال، مقاله‌ای را به چاپ نرسانده است. در ادامه، به پاسخ پرسش‌های مطرح شده پژوهش پرداخته می‌شود.

– سهم موضوعی مقالات

برای پاسخگویی به سوال اول مبنی بر تعیین موضوعات راهبردی مهم و سهم هر یک در مقالات منتشر شده در مجلات مدیریت راهبردی باید گفت: با بررسی صورت گرفته در حوزه مدیریت راهبردی مشخص شد، سه نوع طبقه‌بندی موضوعی مدیریت راهبردی انجام شده است [۱۲، ۱۴، ۱۶]. با بررسی عناوین مقالات و کلیدواژگان به کار برده شده در مجموعه مقاله‌های چاپ شده در نشریات مورد مطالعه، نتایج اولیه حکایت از آن دارد که به‌طور کلی مقالات را می‌توان تقریباً مشابه دسته‌بندی ارائه شده توسط حاجی پور [۱۴] در ۶ موضوع کلان و ۲۹ موضوع جز دسته‌بندی کرد. در بررسی سهم موضوعی مقالات با توجه به مباحث مدیریت راهبردی، بررسی ۶ موضوع کلان مدیریت راهبردی مورد مطالعه و پژوهش قرار گرفته است که عبارتند از: «راهبرد و انواع نظریه و مدل‌های آن»، «فرآیند مدیریت راهبردی»، «تحلیل زمینه‌ای راهبردی»، «تحلیل محتوای راهبردی»، «مسائل راهبردی» و «سایر حوزه‌های مرتبط با مدیریت راهبردی». در جدول ۲، دسته‌بندی کامل ارائه شده است.

جدول ۲. دسته‌بندی اولیه مقالات براساس موضوعات کلان و جزء مدیریت راهبردی

ردیف	عناوین و موضوعات کلان	موضوعات جز	فراوانی	درصد فراوانی
۱	راهبرد و انواع نظریه و مدل‌های آن	تفکر راهبردی	۱۵	۵
۲		نقشه راهبردی	۹	۳
۳		الگوهای راهبردی	۲۱	۶
۴	فرآیند مدیریت راهبردی	برنامه‌ریزی	۱۳	۴
۵		اجرای راهبرد از طریق ساختار	۷	۲
۶		اجرای راهبرد از طریق فرهنگ	۹	۳
۷	تحلیل زمینه‌ای راهبردی	اجرای راهبرد از طریق رهبری	۸	۲
۸		کنترل و ارزیابی عملکرد	۲۱	۶
۹		تحلیل محیط بیرونی	۱۳	۴
۱۰	تحلیل زمینه‌ای راهبردی	تحلیل درونی	۸	۲
۱۱		اسناد بالادستی راهبردی	۱۰	۳
۱۲		راهبرد سطح ملی	۱۴	۴
۱۳	تحلیل محتوای راهبردی	راهبرد سطح شرکت	۱۰	۳
۱۴		راهبرد سطح کسب‌وکار	۸	۲
۱۵		راهبرد سطح عملیات منابع انسانی	۲۶	۸
۱۶	تحلیل محتوای راهبردی	راهبرد سطح عملیات تکنولوژی	۴	۱
۱۷		راهبرد بازاریابی	۲۰	۶
۱۸		راهبردهای بازار با رویکرد تجارت بین‌الملل	۱۱	۳
۱۹	مسائل راهبردی	راهبردهای بازار با رویکرد مدیریت برند	۱۵	۵
۲۰		هماهنگی راهبردی	۵	۲
۲۱		تصمیمات راهبردی	۰	۰
۲۲	مسائل راهبردی	مزیت رقابتی	۶	۲
۲۳		توانمندی‌های پویا	۱۳	۴
۲۴		قابلیت‌های راهبردی	۸	۲
۲۵	سایر حوزه‌های مدیریت راهبردی	مدیریت دانش	۱۷	۵
۲۶		آینده پژوهی	۳	۱
۲۷		مدیریت مالی و سرمایه‌گذاری	۲۵	۸

ردیف	عناوین و موضوعات کلان	موضوعات جز	فراوانی	درصد فراوانی
۲۸		هوشمندی سازمانی	۱۰	۳
۲۹		سیستم‌های اطلاعات راهبردی	۳	۱
کل	۶ موضوع کلان	۲۹ موضوع جز	۳۳۲	۱۰۰

با توجه به جدول ۲، سهم موضوعی مقالات از ۳۳۲ مقاله مورد بررسی به ترتیب به موضوع تحلیل محتوای راهبردی با ۳۷ درصد، سایر حوزه‌های مرتبط با مدیریت راهبردی با ۱۸ درصد، فرآیند مدیریت راهبردی با ۱۷ درصد، راهبرد و انواع نظریه و مدل‌های آن با ۱۴ درصد، مسایل راهبردی با ۸ درصد و تحلیل زمینه‌ای راهبردی با ۶ درصد اختصاص یافته است.

همچنین بیشترین فراوانی در زیرموضوعات به راهبرد سطح عملیات منابع انسانی و همچنین مدیریت مالی و سرمایه‌گذاری با ۸ درصد اختصاص یافته و کمترین سهم نیز به راهبرد سطح عملیات تکنولوژی، آینده پژوهی، سیستم‌های اطلاعات راهبردی با ۱ درصد اختصاص یافته، ضمن این که زیرموضوع تصمیمات راهبردی نیز هیچ سهمی نداشته است.

سهم مشارکت نهادهای علمی

نتایج نشان می‌دهد در فاصله ۵ سال تعداد ۳۳۲ مقاله را نویسنده منتشر کرده که سهم هر مقاله تقریباً ۲/۶۸ نفر است که در این تحقیق، نویسندگان اول هر مقاله، مبنای محاسبه و تحلیل قرار گرفته، لذا در زمینه مشارکت نهادهای علمی (دانشگاه‌ها و سایر موسسات آموزشی و پژوهشی)، در مجموع ۳۳۲ محقق (با احتساب نویسنده اول مقاله) مشارکت داشته‌اند که نهاد علمی هر محقق، مورد بررسی قرار گرفته است تا میزان مشارکت هر یک از نهادهای علمی کشور در مجلات مشخص گردد. همان‌طور که در جدول ۳ مشاهده می‌شود، در مجموع ۴۹ نهاد علمی کشور در قالب دانشگاه و سایر نهادهای علمی-پژوهشی در ۳۳۲ مقاله مورد بررسی مشارکت داشته‌اند. همان‌طور که در جدول ۳ نیز مشخص شده است، ۱۹ درصد از کل مقالات را دانشگاه شهید بهشتی به خود اختصاص داده است و پس از آن، دانشگاه آزاد اسلامی با ۱۴ درصد، دانشگاه تهران با ۱۱ درصد، دانشگاه علامه طباطبائی با ۱۰ درصد و دانشگاه پیام نور با ۶ درصد قرار دارند که این ۵ دانشگاه به تنهایی حدود ۶۰ درصد مقالات را به خود اختصاص داده‌اند، ضمن این که ۱۸ نهاد نیز مجموعاً سهمی در حدود ۵ درصد دارند.

جدول ۳. میزان مشارکت نهادهای علمی

درصد فراوانی	فراوانی	نهادهای و موسسات علمی
۱۹	۶۲	دانشگاه شهید بهشتی
۱۱	۳۶	دانشگاه تهران
۱۰	۳۳	دانشگاه علامه طباطبائی

(۱۳ دانشگاه)

درصد فراوانی	فراوانی	نهادهای و موسسات علمی
۵	۱۶	دانشگاه تربیت مدرس
۵	۱۶	دانشگاه امام صادق (ع)
۲	۵	دانشگاه علم و صنعت ایران
۱/۷۵	۵	دانشگاه امام حسین (ع)
۱/۷۵	۵	دانشگاه عالی دفاع ملی
۰/۷۵	۳	دانشگاه صنعتی مالک اشتر
۰/۷۵	۳	دانشگاه خوارزمی تهران
۰/۵	۲	دانشگاه صنعتی امیرکبیر
۰/۵	۲	دانشگاه الزهرا
۰/۲۵	۱	دانشگاه صنعتی شریف
۴	۱۴	دانشگاه فردوسی مشهد
۲	۸	دانشگاه اصفهان
۱	۴	دانشگاه سمنان
۱	۴	دانشگاه خلیج فارس بوشهر
۰/۷۵	۳	دانشگاه یزد
۰/۷۵	۳	دانشگاه شیراز
۰/۷۵	۳	دانشگاه شهید چمران اهواز
۰/۷۵	۳	دانشگاه سیستان و بلوچستان
۰/۷۵	۳	دانشگاه بوعلی سینا
۵	۱۸	سایر دانشگاه‌های شهرستان‌ها
۱۴	۴۶	دانشگاه آزاد اسلامی (واحدهای مختلف)
۶	۱۹	دانشگاه پیام نور (واحدهای مختلف)
۳	۹	موسسات آموزش عالی (۸ دانشگاه)
۲	۶	موسسات علمی غیردانشگاهی (۵ موسسه)
۱۰۰	۳۳۲	کل

دانشگاه‌های شهرستان
(۲۱ دانشگاه)

همچنین در جدول ۴، اولویت موضوعی نویسندگان وابسته به ۵ دانشگاه پر اثر اشاره شده است.

جدول ۴. دانشگاه‌های پرائر و اولویت موضوعی آن‌ها

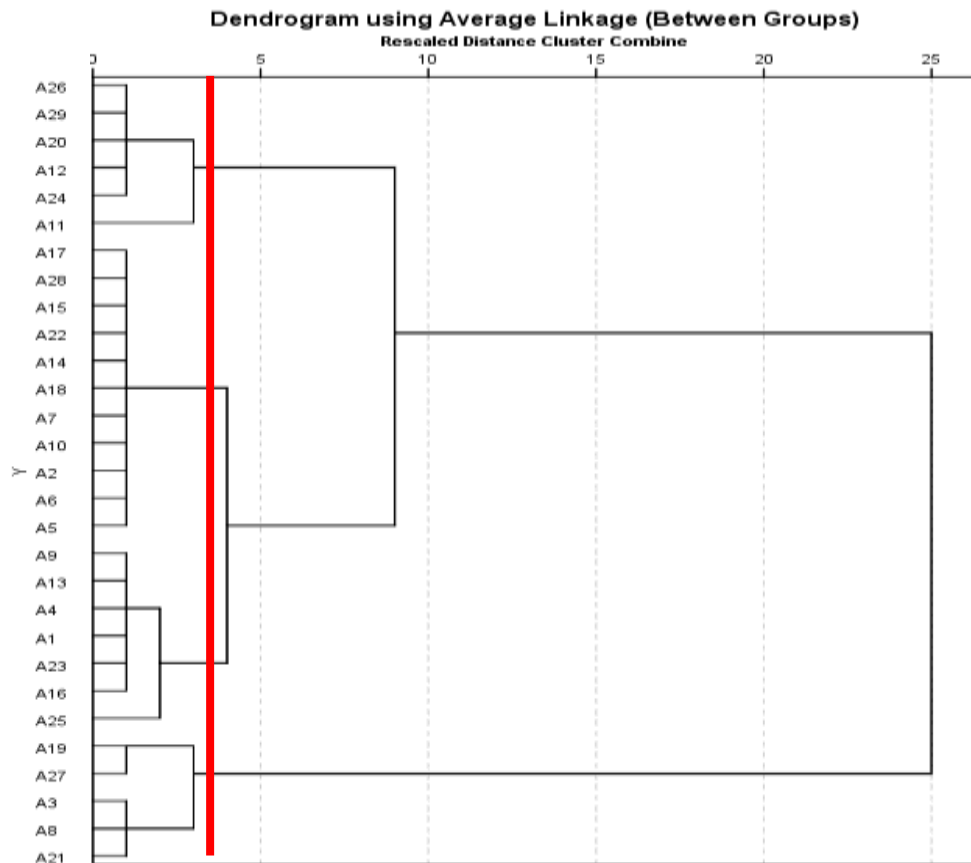
اولویت موضوعی	دانشگاه	ردیف
۱- مدیریت مالی و سرمایه‌گذاری	دانشگاه شهید بهشتی	۱
۲- الگوهای راهبردی		

ردیف	دانشگاه	اولویت موضوعی
		۳- کنترل و ارزیابی عملکرد ۴- راهبرد سطح عملیات منابع انسانی
۲	دانشگاه آزاد اسلامی (واحد‌های مختلف)	۱- مدیریت مالی و سرمایه‌گذاری ۲- مدیریت دانش ۳- برنامه‌ریزی
۳	دانشگاه تهران	۱- راهبرد سطح ملی ۲- راهبرد سطح شرکت ۳- برنامه‌ریزی
۴	دانشگاه علامه طباطبائی	۱- کنترل و ارزیابی عملکرد ۲- هوشمندی سازمانی ۳- تحلیل محیط بیرونی
۵	دانشگاه پیام نور (واحد‌های مختلف)	۱- تحلیل محیط بیرونی

تحلیل خوشه‌ای موضوعات مدیریت راهبردی

برای تحلیل موضوعات مدیریت راهبردی، از روش تحلیل خوشه‌ای سلسله مراتبی با الگوریتم پیوند بین گروهی استفاده شد.

همان‌طور که اشاره شد الگوریتم‌های خوشه‌بندی سلسله مراتبی، داده‌ها را به صورت یک درخت نمایش می‌دهد که به این درخت سلسله مراتبی، دندروگرام می‌گویند. دندروگرام مرکب از لایه‌هایی از گره‌هاست که هر کدام یک خوشه را نمایش می‌دهد [۳۵]. بررسی نمودارهای دندروگرام، نکات و اطلاعات مفیدی در رابطه با خوشه‌ها و موضوعات موجود در خوشه‌ها ارائه می‌نماید. به همین منظور، در این قسمت با توجه به ماتریس مربعی تهیه شده بر اساس ۲۹ موضوع و فراوانی هر یک، اقدام به انجام خوشه‌بندی سلسله مراتبی گردید که نتایج آن در نمودار ۲ قابل مشاهده است.



نمودار ۲. دندروگرام حاصل از خوشه‌بندی موضوعی مجلات مدیریت راهبردی ایران

همان‌طور که در نمودار ۲ (دندروگرام) مشخص است، ساختار فکری دانش در مجلات مدیریت راهبردی از چهار خوشه اصلی تشکیل یافته است؛ خطی که در نقطه بین فاصله بین ۰ تا ۵، بر نمودار عمود شده است، خط شاخص تفسیر هست که طبق فرمول $\sqrt{\frac{N}{2}}$ و همچنین نظر متخصص این حوزه به دست آمد (N تعداد کل هست). لذا طبق این خط و مستطیل‌ها می‌توان گفت ۴ دسته به وجود آمده براساس این خوشه‌بندی شامل چه موضوعاتی هستند.

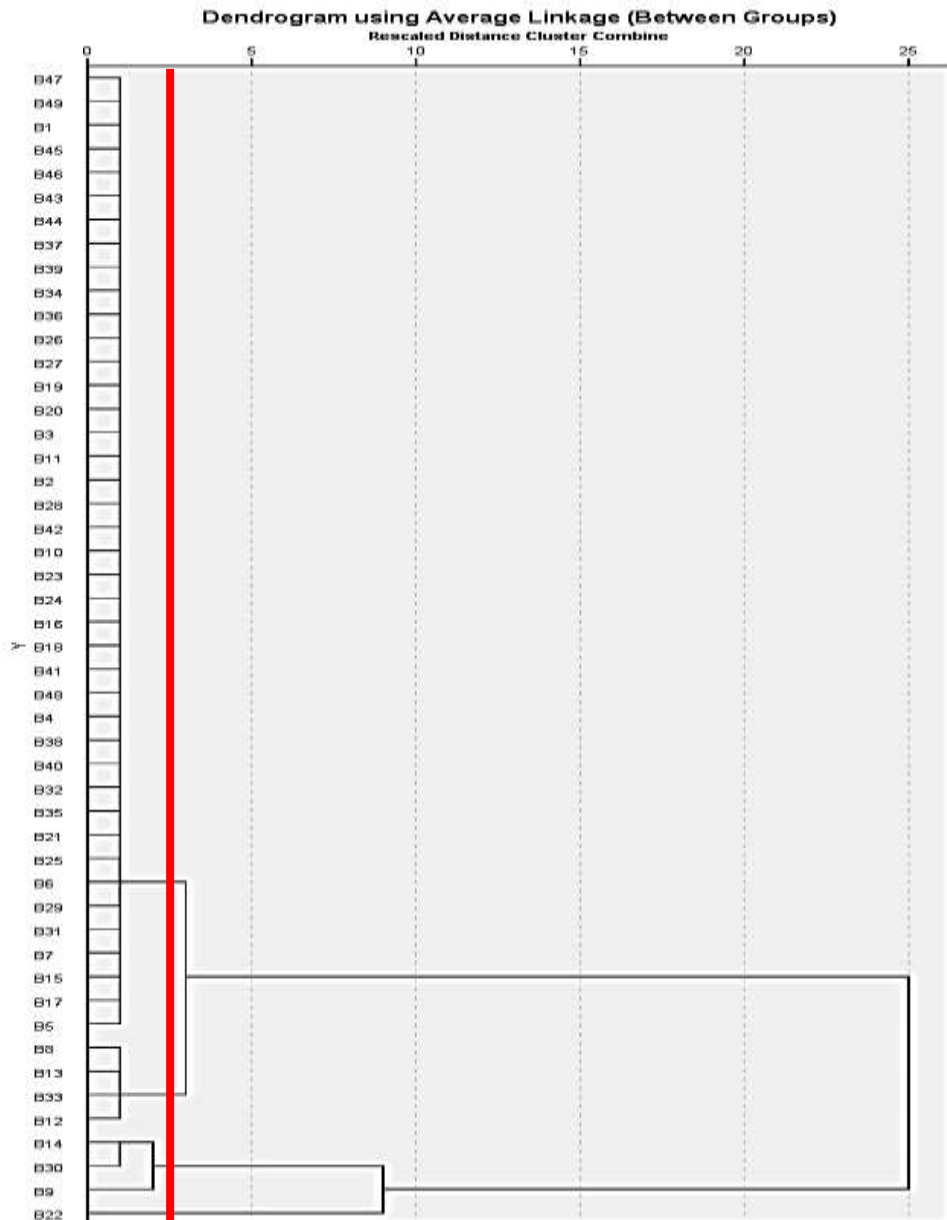
همچنین بزرگترین خوشه، خوشه چهارم شامل ۵ موضوع با سهم ۳۴ درصد و کوچکترین خوشه، خوشه اول حاوی ۶ موضوع با سهم ۶ درصد هستند. اطلاعات دقیق‌تر درباره هر یک از خوشه‌ها و موضوعات مربوطه در جدول ۵ ارائه شده است.

جدول ۵. اطلاعات مربوط به خوشه‌های موضوعی شکل گرفته بر اساس نمودار دندروگرام

شماره خوشه	تعداد موضوعات	سهم درصد از کل	موضوعات موجود در خوشه
۱	۶	۶	آینده‌پژوهی، سیستم‌های اطلاعات راهبردی، راهبرد سطح عملیات تکنولوژی، مزیت رقابتی، هماهنگی راهبردی، تصمیمات راهبردی
۲	۱۱	۳۰	راهبرد سطح شرکت، هوشمندی سازمانی، اسناد بالادستی راهبردی، راهبردهای بازار با رویکرد تجارت بین‌الملل، قابلیت‌های راهبردی، راهبرد سطح کسب‌وکار، اجرای راهبرد از طریق رهبری، تحلیل درونی، نقشه راهبردی، اجرای راهبرد از طریق فرهنگ، اجرای راهبرد از طریق ساختار
۳	۷	۳۰	تحلیل محیط بیرونی، توانمندی‌های پویا، برنامه‌ریزی، تفکر راهبردی، راهبردهای بازار با رویکرد مدیریت برند، راهبرد سطح ملی، مدیریت دانش
۴	۵	۳۴	راهبرد سطح عملیات منابع انسانی، مدیریت مالی و سرمایه‌گذاری، الگوهای راهبردی، کنترل و ارزیابی عملکرد، راهبرد بازاریابی

- تحلیل خوشه‌ای نهادهای علمی

در پاسخ به این سوال که نهادهای علمی تأثیرگذار در ایجاد و شکل‌گیری حوزه مدیریت راهبردی به چه صورتی بوده است، باید گفت پس از طراحی نمودار دندروگرام موضوعی، لازم است نهادهای فعال نیز شناسایی شوند. لذا برای تحلیل نهادهای علمی فعال در حوزه راهبردی، با توجه به ماتریس مربعی تهیه شده بر اساس ۴۹ نهاد علمی و آثار مرتبط با هر یک، اقدام به انجام خوشه‌بندی سلسله‌مراتبی با الگوریتم پیوند بین گروهی گردید که نتایج آن در نمودار ۳ قابل مشاهده است.



نمودار ۳. دندروگرام حاصل از خوشه‌بندی نهادهای علمی فعال در حوزه مدیریت راهبردی

همان‌طور که در این دندروگرام نیز مشخص است ساختار مشارکت نهادهای علمی از چهار خوشه اصلی تشکیل یافته است؛ خوشه اول که شامل ۴۱ دانشگاه و موسسه است دارای سهمی حدود ۲۶ درصد، خوشه دوم شامل ۴ دانشگاه دارای سهمی حدود ۲۰ درصد، خوشه سوم شامل ۳ دانشگاه دارای سهمی حدود ۳۵ درصد و

در نهایت خوشه چهارم که به تنهایی شامل ۱ دانشگاه بوده که دارای سهم ۱۹ درصدی هست. اطلاعات دقیق‌تر در جدول ۶ ارائه شده است.

جدول ۶. اطلاعات مربوط به خوشه‌های نهاد علمی بر اساس نمودار دندروگرام

شماره خوشه	تعداد دانشگاه‌ها	سهم درصد از کل	دانشگاه‌های موجود در خوشه
۱	۴۱	۲۶	سایر دانشگاه‌های تهران (۸ دانشگاه)، سایر دانشگاه‌های شهرستان (۲۰ دانشگاه)، موسسات آموزش عالی (۸ دانشگاه)، موسسات علمی غیردانشگاهی (۵ موسسه)
۲	۴	۲۰	دانشگاه پیام نور، دانشگاه تربیت مدرس، دانشگاه امام صادق (ع)، دانشگاه فردوسی مشهد
۳	۳	۳۵	دانشگاه آزاد اسلامی، دانشگاه تهران، دانشگاه علامه طباطبائی
۴	۱	۱۹	دانشگاه شهید بهشتی

تحلیل شبکه موضوعی مجلات مدیریت راهبردی

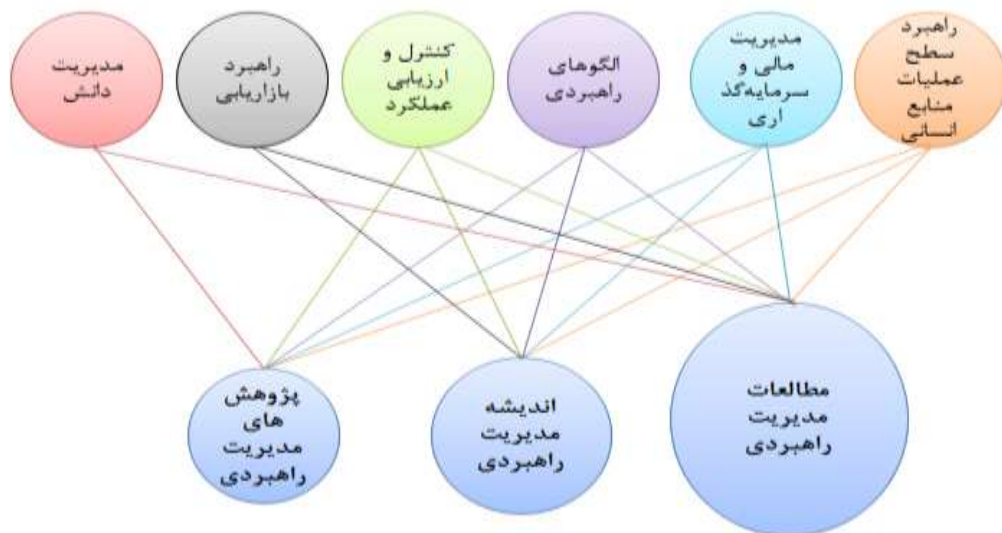
در این قسمت به تحلیل جزئی‌تر ۳ مجله موردنظر پرداخته و سپس شبکه موضوعی مجلات مدیریت راهبردی ارائه می‌شود. در جدول ۷، اولویت‌های موضوعی ۳ مجله موردبررسی، اشاره شده است.

جدول ۷. مجلات مدیریت راهبردی و اولویت موضوعی آن‌ها

ردیف	دانشگاه	تعداد مقالات	اولویت موضوعی
۱	مجله مطالعات مدیریت راهبردی	۱۹۱	۱- راهبرد سطح عملیات منابع انسانی ۲- راهبرد بازاریابی ۳- کنترل و ارزیابی عملکرد ۴- الگوهای راهبردی ۵- مدیریت مالی و سرمایه‌گذاری ۶- مدیریت دانش ۷- توانمندی‌های پویا
۲	مجله اندیشه مدیریت راهبردی	۶۴	۱- مدیریت مالی و سرمایه‌گذاری ۲- راهبرد سطح ملی ۳- راهبرد سطح عملیات منابع انسانی ۴- راهبرد بازاریابی ۵- اسناد بالادستی راهبردی ۶- کنترل و ارزیابی عملکرد ۷- الگوهای راهبردی
۳	مجله پژوهش‌های مدیریت راهبردی	۷۷	۱- برنامه‌ریزی ۲- راهبرد سطح عملیات منابع انسانی ۳- مدیریت دانش

ردیف	دانشگاه	تعداد مقالات	اولویت موضوعی
			۴- مدیریت مالی و سرمایه‌گذاری
			۵- کنترل و ارزیابی عملکرد
			۶- الگوهای راهبردی
			۷- تحلیل محیط بیرونی

حال در شکل ۱، با توجه به اولویت‌های مهمتر هر مجله و همچنین توجه به موضوعات خوشه چهارم (به‌عنوان خوشه مهمتر)، شبکه موضوعی مرتبط با اولویت‌های مجلات مدیریت راهبردی ترسیم شده است. اندازه هر دایره نشان دهنده تعداد مقالات چاپ شده هر مجله برحسب موضوعات خوشه چهارم هست؛ بدین نحو که مجله مطالعات مدیریت راهبردی، اندیشه مدیریت راهبردی و پژوهش‌های مدیریت راهبردی؛ هر یک به ترتیب دارای ۶۰، ۲۸ و ۲۵ مقاله منتشر شده در مجموع ۵ موضوع خوشه چهارم هستند. همچنین خطوط ارتباطی نیز نشان دهنده ساختار شبکه آن است.



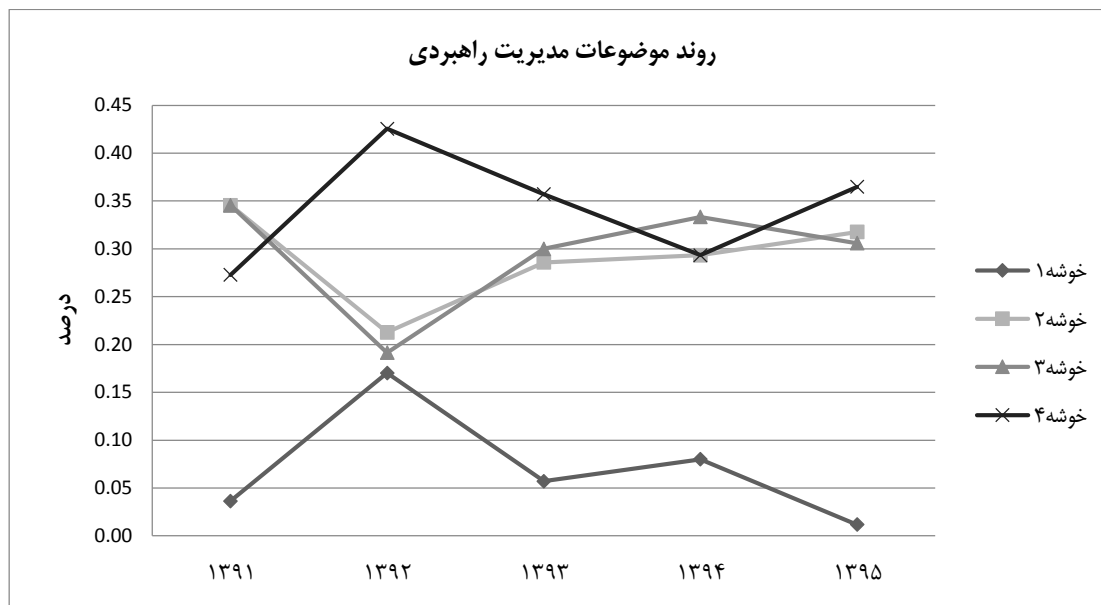
شکل ۱. شبکه موضوعی مرتبط با اولویت‌های مجلات مدیریت راهبردی

همان‌طور که در شکل ۱ مشاهده می‌شود، چهار موضوع راهبرد سطح عملیات منابع انسانی، مدیریت مالی و سرمایه‌گذاری، الگوهای راهبردی و همچنین کنترل و ارزیابی عملکرد در میان هر ۳ مجله مشترک بوده و به نوعی مهمترین موضوعات مشترک را تشکیل می‌دهند. ضمن این‌که موضوع راهبرد بازاریابی تنها بین مجله مطالعات مدیریت راهبردی و اندیشه مدیریت راهبردی مشترک بوده و همچنین موضوع مدیریت دانش نیز تنها بین مجله مطالعات مدیریت راهبردی و پژوهش‌های مدیریت راهبردی دارای اشتراک هست.

به عبارت دیگر، مجله مطالعات مدیریت راهبردی به‌عنوان مجله برتر این حوزه، هم با مجله اندیشه مدیریت راهبردی و هم با مجله پژوهش‌های مدیریت راهبردی در ۵ موضوع اولویت‌دار مشترک بوده و به نوعی بیشترین اشتراکات را داراست و می‌توان گفت در ساختار شبکه مجلات مدیریت راهبردی، نقش مرکزی دارد.

تحلیل روند موضوعات مدیریت راهبردی

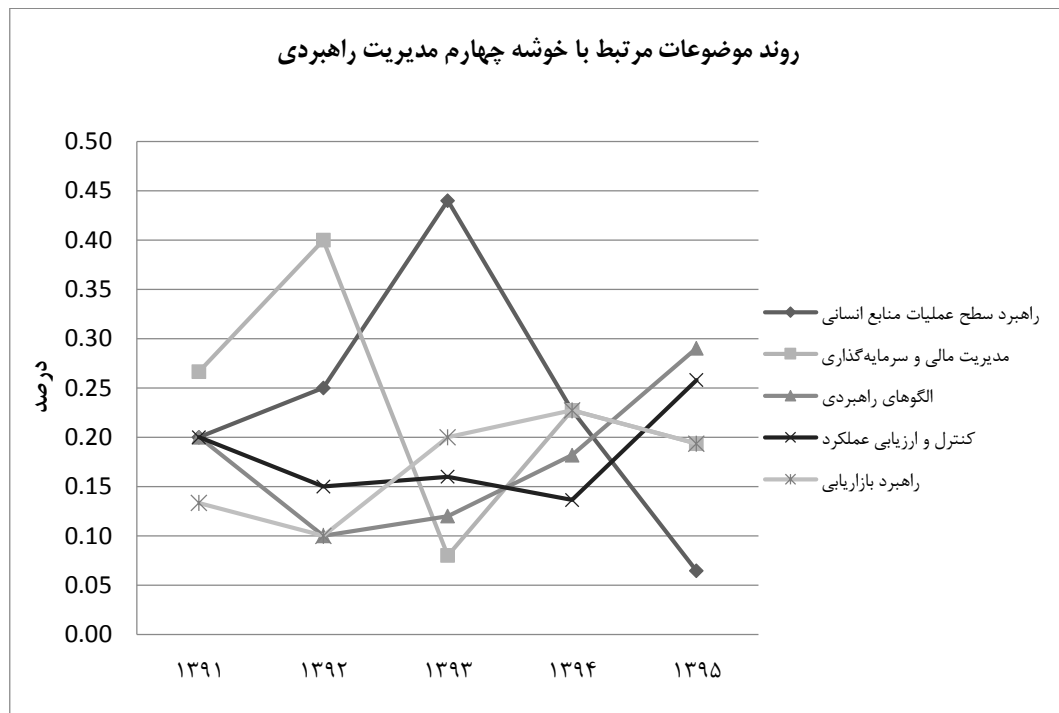
برای بررسی تحولات خوشه‌های شناسایی شده، روند موضوعات مدیریت راهبردی در بازه زمانی ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۵ در نمودار ۴ ارائه شده است.



نمودار ۴. روند موضوعات مدیریت راهبردی طی سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۵

نمودار ۴ نشان می‌دهد که تمامی ۴ خوشه، در طی این ۵ سال، روندهای مختلفی را طی کرده‌اند. هر چند سهم و میزان تغییرات خوشه ۱ کم بوده و به نوعی قابل اغماض است، اما خوشه‌های ۲ و ۳ شباهت بسیار زیادی با هم داشته، به طوری که سهم و روند آن‌ها نیز بسیار نزدیک هست. در این میان، خوشه چهارم به‌عنوان خوشه اصلی، سعی کرده همواره سهم حدود ۳۵ درصدی سالانه خود را حفظ کند و علی‌رغم کاهش سهم در سال ۱۳۹۴، اما مجدداً به جایگاه اول خود بازگشته و به‌نظر می‌رسد با توجه به علاقه‌مندی پژوهشگران حوزه‌های دیگر مدیریت با حوزه راهکار، این روند رو به رشد همچنان ادامه داشته باشد.

برای بررسی جزئی‌تر موضوعات مرتبط با خوشه چهارم، در نمودار ۵، به روند تفکیکی موضوعات این خوشه اشاره شده است.



نمودار ۵. روند موضوعات مرتبط با خوشه چهارم مدیریت راهبردی طی سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۵

نمودار ۵ نشان می‌دهد که تمامی ۵ موضوع راهبرد سطح عملیات منابع انسانی، مدیریت مالی و سرمایه‌گذاری، الگوهای راهبردی، کنترل و ارزیابی عملکرد و همچنین راهبرد بازاریابی روندهای نسبتاً ثابتی را طی نکرده‌اند. برخی موضوعات همچون راهبرد سطح عملیات منابع انسانی، مدیریت مالی و سرمایه‌گذاری و همچنین راهبرد بازاریابی نشان دهنده کاهش سهم در سال ۱۳۹۵ هست، هر چند در این میان، ۲ موضوع اول تغییرات بیشتری را مشاهده کرده و سالانه روند بسیار متغیری داشته‌اند، اما به نظر می‌رسد با توجه به علاقه‌مندی پژوهشگران حوزه‌های دیگر مدیریت برای تعریف مباحث مشترک در این زمینه، شاهد روند رو به رشد مجدد این موضوعات باشیم.

از طرف دیگر، دو موضوع الگوهای راهبردی و کنترل ارزیابی عملکرد نیز، هر چند با شیب کم، اما روند نسبتاً صعودی داشته و احتمال می‌رود با توجه به جذابیت اجرایی حوزه راهکار، این روند نیز همچنان ادامه داشته باشد.

۵. نتیجه‌گیری و پیشنهادها

مقاله حاضر، عملکرد مجلات مدیریت راهبردی را از سال ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۵ با استفاده از تحلیل موضوعی، موردبررسی قرار داد. بررسی ۳۳۲ مقاله منتشرشده در مجلات نشان می‌دهد که ۸۸۹ نویسنده از ۴۹ نهاد علمی در تألیف این مقاله‌ها مشارکت داشته‌اند. در ارتباط با ۲۹ موضوع شناسایی شده، بیشترین فراوانی در موضوعات راهبرد سطح عملیات منابع انسانی و همچنین مدیریت مالی و سرمایه‌گذاری با ۸ درصد اختصاص دارد و کمترین سهم نیز به راهبرد سطح عملیات تکنولوژی، آینده‌پژوهی، سیستم‌های اطلاعات راهبردی با ۱ درصد اختصاص یافته، ضمن این‌که موضوع تصمیمات راهبردی نیز هیچ سهمی نداشته است.

۴۹ نهاد علمی (دانشگاه‌ها و سایر موسسات آموزشی و پژوهشی)، در مجموع ۳۳۲ محقق (با احتساب نویسنده اول مقاله) مشارکت داشته‌اند که ۱۹ درصد از کل مقالات را دانشگاه شهید بهشتی به خود اختصاص داده است و پس از آن، دانشگاه آزاد اسلامی با ۱۴ درصد، دانشگاه تهران با ۱۱ درصد، دانشگاه علامه طباطبائی با ۱۰ درصد و دانشگاه پیام نور با ۶ درصد قرار دارند که این ۵ دانشگاه به تنهایی حدود ۶۰ درصد مقالات را به خود اختصاص داده‌اند.

مطابق با روش خوشه‌بندی سلسله مراتبی، ۲۹ موضوع مدیریت راهبردی در قالب ۴ خوشه دسته‌بندی گردید؛ به‌طوری‌که بزرگترین خوشه، خوشه چهارم شامل ۵ موضوع با سهم ۳۴ درصد و کوچکترین خوشه، خوشه اول حاوی ۶ موضوع با سهم ۶ درصد بودند.

تحلیل خوشه‌ای مرتبط با نهادهای علمی نیز نشان می‌دهد ساختار مشارکت نهادهای علمی نیز از ۴ خوشه تشکیل یافته است؛ خوشه اول که شامل ۴۱ دانشگاه و موسسه است دارای سهمی حدود ۲۶ درصد، خوشه دوم شامل ۴ دانشگاه پیام نور، تربیت مدرس، امام صادق (ع) و فردوسی مشهد دارای سهمی حدود ۲۰ درصد، خوشه سوم شامل ۳ دانشگاه آزاد اسلامی، تهران و علامه طباطبائی دارای سهمی حدود ۳۵ درصد و درنهایت خوشه چهارم که فقط شامل دانشگاه شهید بهشتی بوده، دارای سهم ۱۹ درصدی هست.

در میان ۳ مجله مورد تحلیل، مجله مطالعات مدیریت راهبردی با رتبه مجله برتر این حوزه، هم با مجله اندیشه مدیریت راهبردی و هم با مجله پژوهش‌های مدیریت راهبردی در ۵ موضوع اولویت‌دار مشترک بوده و به نوعی در ساختار شبکه مجلات مدیریت راهبردی، دارای نقش مرکزی است. ضمن این‌که چهار موضوع راهبرد سطح عملیات منابع انسانی، مدیریت مالی و سرمایه‌گذاری، الگوهای راهبردی و همچنین کنترل و ارزیابی عملکرد در میان هر ۳ مجله مشترک بوده و به نوعی مهمترین موضوعات مشترک را تشکیل می‌دهند. در جدول ۸، خلاصه اطلاعات پژوهش در قالب یک جدول جامع ارائه شده است.

جدول ۸. اطلاعات مرتبط با خوشه‌های موضوعی مجلات مدیریت راهبردی.

نام دانشگاه شاخص (برحسب بیشترین اثر مرتبط در هر موضوع)	تعداد مقالات منتشره در مجلات*			موضوعات	خوشه‌های موضوعی	ردیف
	مجله ۱	مجله ۲	مجله ۳			

ردیف	خوشه‌های موضوعی	موضوعات	تعداد مقالات منتشره در مجلات*			نام دانشگاه شاخص (برحسب بیشترین اثر مرتبط در هر موضوع)
			مجله ۱	مجله ۲	مجله ۳	
۱		آینده پژوهی	۳	۰	۰	-
۲		سیستم‌های اطلاعات راهبردی	۳	۰	۰	دانشگاه شهید بهشتی (۲)
۳	۱	راهبرد سطح عملیات تکنولوژی	۴	۰	۰	-
۴		مزیت رقابتی	۶	۰	۰	دانشگاه شهید بهشتی (۲)
۵		هماهنگی راهبردی	۳	۰	۲	-
۶		تصمیمات راهبردی	۰	۰	۰	-
۷		راهبرد سطح شرکت	۶	۴	۰	دانشگاه شهید بهشتی (۴) - دانشگاه تهران (۳)
۸		هوشمندی سازمانی	۷	۰	۳	دانشگاه علامه طباطبائی (۳)
۹		اسناد بالادستی راهبردی	۳	۵	۲	دانشگاه آزاد اسلامی (۳)
۱۰		راهبردهای بازار با رویکرد تجارت بین‌الملل	۱۰	۱	۰	دانشگاه شهید بهشتی (۵)
۱۱	۲	قابلیت‌های راهبردی	۷	۰	۱	دانشگاه تهران (۲) - دانشگاه پیام نور (۲)
۱۲		راهبرد سطح کسب‌وکار	۵	۱	۲	دانشگاه تهران (۲)
۱۳		اجرای راهبرد از طریق رهبری	۳	۳	۲	دانشگاه تهران (۲)
۱۴		تحلیل درونی	۴	۱	۳	دانشگاه شهید بهشتی (۲)
۱۵		نقشه راهبردی	۴	۱	۴	دانشگاه آزاد اسلامی (۳)
۱۶		اجرای راهبرد از طریق	۶	۰	۳	-

ردیف	خوشه‌های موضوعی	موضوعات	تعداد مقالات منتشره در مجلات*			نام دانشگاه شاخص (برحسب بیشترین اثر مرتبط در هر موضوع)
			مجله ۱	مجله ۲	مجله ۳	
		فرهنگ				
۱۷		اجرای راهبرد از طریق ساختار	۵	۰	۲	دانشگاه تهران (۲) - دانشگاه علامه طباطبائی (۲)
۱۸		تحلیل محیط بیرونی	۵	۳	۵	دانشگاه آزاد اسلامی (۳) - دانشگاه علامه طباطبائی (۳)
۱۹		توانمندی‌های پویا	۱۱	۲	۰	دانشگاه شهید بهشتی (۴) - دانشگاه علامه طباطبائی (۲)
۲۰		برنامه‌ریزی	۳	۲	۸	دانشگاه آزاد اسلامی (۵) - دانشگاه تهران (۳)
۲۱	۳	تفکر راهبردی	۹	۳	۳	دانشگاه آزاد اسلامی (۴)
۲۲		راهبردهای بازار با رویکرد مدیریت برند	۸	۳	۴	دانشگاه شهید بهشتی (۳)
۲۳		راهبرد سطح ملی	۵	۷	۲	دانشگاه تهران (۳)
۲۴		مدیریت دانش	۱۱	۰	۶	دانشگاه آزاد اسلامی (۵) - دانشگاه شهید بهشتی (۳)
۲۵		راهبرد سطح عملیات منابع انسانی	۱۳	۶	۷	دانشگاه شهید بهشتی (۶) - دانشگاه فردوسی مشهد (۵)
۲۶		مدیریت مالی و سرمایه‌گذاری	۱۱	۹	۵	دانشگاه شهید بهشتی (۸) - دانشگاه آزاد اسلامی (۵)
۲۷	۴	الگوهای راهبردی	۱۲	۴	۵	دانشگاه شهید بهشتی (۷)
۲۸		کنترل و ارزیابی عملکرد	۱۲	۴	۵	دانشگاه شهید بهشتی (۷) - دانشگاه علامه طباطبائی (۴)
۲۹		راهبرد بازاریابی	۱۲	۵	۳	-
کل	۴ خوشه	۲۹ موضوع	۱۹۱	۶۴	۷۷	

* منظور از مجله‌های ۱، ۲ و ۳ به ترتیب مجله‌های مطالعات مدیریت راهبردی، اندیشه مدیریت راهبردی و پژوهش‌های مدیریت راهبردی است.

در ادامه کمی جزئی‌تر به بررسی خوشه‌های منشعب از خوشه‌بندی سلسله‌مراتبی پرداخته می‌شود: خوشه اول که متشکل از ۶ موضوع با فراوانی کم هست، نشان می‌دهد موضوعات این خوشه مورد استقبال پژوهشگران داخلی قرار نداشته و عمدتاً صرفاً مجله مطالعات مدیریت راهبردی به چاپ این موضوعات پرداخته است. ضمن این که در میان دانشگاه‌ها نیز، پژوهشگران دانشگاه شهید بهشتی، رتبه اول را در این حوزه کسب کرده‌اند. به نظر می‌رسد با توجه به این که موضوع مزیت رقابتی، مهم‌ترین موضوع این خوشه است، شاهد رشد پژوهش‌های بیشتری در این حوزه باشیم.

موضوعات خوشه دوم نیز که متشکل از ۱۱ مورد با فراوانی متوسط است، در هر سه مجله به چاپ رسیده است. ضمن این که در میان دانشگاه‌ها نیز، پژوهشگران دانشگاه تهران، رتبه نخست را در این حوزه کسب کرده‌اند. در میان موضوعات این خوشه، موضوع راهبردهای بازار با رویکرد تجارت بین‌الملل جایگاه مهم‌ترین موضوع را داراست.

خوشه سوم متشکل از ۷ موضوع با فراوانی متوسط است. موضوعات این خوشه نیز ضمن چاپ در هر ۳ مجله، نشان دهنده سهم بیشتر پژوهشگران دانشگاه آزاد اسلامی از دیگر دانشگاه‌ها بوده و موضوع مدیریت دانش، پر تکرارترین موضوع این خوشه هست.

در نهایت خوشه چهارم که مهم‌ترین خوشه نیز هست، از ۵ موضوع مهم تشکیل شده است. این موضوعات، مشترک‌ترین موضوعات در بین هر ۳ مجله بوده و نشان دهنده توجه ویژه پژوهشگران داخلی هست. ضمن این که در میان دانشگاه‌ها نیز، پژوهشگران دانشگاه شهید بهشتی، رتبه اول را در این حوزه کسب کرده‌اند. به نظر می‌رسد با توجه به این که موضوعات این خوشه، مهم‌ترین موضوعات مدیریت راهبردی هستند، شاهد رشد پژوهش‌های بیشتری در این زمینه باشیم.

ضمن این که با توجه به پژوهش [۱۶] مبنی بر روند جهانی موضوعات جدید این حوزه، موضوعاتی همچون «حاکمیت شرکتی و ذینفعان»، «مسئولیت اجتماعی و پایداری شرکت» و «راهبردهای همکاری» که در کانون توجه پژوهشگران مختلف قرار گرفته‌اند. لذا انتظار می‌رود تحت تأثیر شکل‌گیری و گسترش چالش‌ها و دغدغه مدیران اجرایی سازمان‌های ایرانی در خصوص همکاری‌های راهبردی و پایداری کسب و کار، پژوهشگران داخلی حوزه یاد شده نیز، به این موضوعات توجه جدی‌تری نمایند.

در ارتباط با محدودیت‌های پژوهش نیز باید اشاره کرد که با توجه به امکانات محققین و شرایط زمانی، محدوده جامعه موردبررسی صرفاً ۳ مجله مرتبط با مدیریت راهبردی بود و واضح است که نه تمام مقالات موردبررسی ارتباط تام با حوزه موردنظر داشته‌اند و نه مقالات بررسی شده تنها مقالات مرتبط با این حوزه بوده‌اند. طبیعتاً تعدادی دیگر از نشریات و همچنین پژوهشگران این حوزه نیز وجود دارند که موردبررسی قرار نگرفته‌اند که مهم‌ترین دلیل آن را شاید بتوان دشواری جستجوی مقالات در طیف وسیعی از نشریات دانست. همچنین در این تحقیق، از میان دستاوردهای پژوهشی این حوزه تنها مقالات علمی-پژوهشی چاپ شده در مجلات معرفی شده، موردبررسی قرار گرفته و به سایر تلاش‌های علمی مرتبط با آن‌ها پرداخته نشده است. ضمن این که در حوزه

بررسی همین مجلات نیز، ملاک انتخاب، تنها نویسندگان اول مقالات بوده و تمامی نویسندگان و موسسات علمی مرتبط با آنها مورد بررسی قرار نگرفته‌اند که پژوهشگران دیگر می‌توانند با تلاش در راستای رفع محدودیت‌های این موضوع، به نگارش مقالات تکمیلی این حوزه با رویکرد بین‌المللی، تحلیل شبکه، آسیب‌شناسی مطالعات راهبردی داخلی و ... بپردازند.

منابع

1. Akbari, M., Delbari Ragheb, F., Zolfaghari, A., Kalanaki, A., & Razi, S. (2016). Designing Knowledge Map of Entrepreneurship in Iran based on Iran's Persian Scientific Researches. *Organizational Culture Management*, 13(4), 1091-1112. (In Persian)
2. Ardalan etekhvari, S., & Cheshme sohrabi, M. (2010). Quantitative and qualitative evaluation of Astan Quds Razavi librarianship and information publication from spring 1998 to spring 2008. *Librarianship and Information Publication*, 13(3), 53-84. (In Persian)
3. Assefa, S.G., & Rorissa, A. (2013). A Bibliometric Mapping of the Structure of STEM Education Using Co-word Analysis. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 64(12), 2513-2536.
4. Barabási, A.L., & Bonabeau, E. (2003). Scale-free networks. *Scientific American*, 288(5), 50-59.
5. Borgen, F.H., & Barnett, C.B. (1987). Applying cluster analysis in counseling psychology research. *Journal of Counseling Psychology*, 34(4), 456-68.
6. Bredillet, C.N. (2006). Investigating the future of project management: A co-word analysis. *In Proceedings of the IRNOP Conference in Xi'an, China*, 11-13.
7. Buscaldi, D., Rosso, P., Alexandrov, M., & Ciscar, A.J. (2006). *Sense cluster based categorization and clustering of abstracts*, In: Buscaldi D, Editor Computational linguistics and intelligent text proceeding, Berlin: Springer.
8. Chung, Y.M., & Lee, J.Y. (2001). A corpus-based approach to comparative evaluation of statistical term association measures. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 52(4), 283-96.
9. Durand, R., Grant, R.M., & Madsen, T.L. (2017). The expanding domain of strategic management research and the quest for integration. *Strategic Management Journal*, 38 (1), 4-16.
10. Fahimifar, S., & Talaei, E. (2016). Mapping the Domain of E-book in EBSCO Database. *National Studies on Librarianship and Information Organization*, 27(2), 149-166. (In Persian)
11. Fallah, M., Fahimifar, S., & Chamani, Z. (2016). Study the Co-authorship Network of Persian Scientific Research Journals in Faculty of Management of Tehran University. *Caspian Journal of Scientometrics*, 3(2), 48-60. (In Persian)
12. Furrer, O., Thomas, H., & Goussevskaia, A. (2008). The structure and evolution of the strategic management field: A content analysis of 26 years of strategic management research. *International Journal of Management Reviews*, 10, 1-23.
13. Ghahnaviyeh, H., Movahedi, F., Yarmohamadian, M., & Ajami, S. (2011). Content and Citation Analysis of Articles Published in the Journal of "Health Information Management". *Health Information Management*, 8(1), 82-92. (In Persian)
14. Hajipour, B., Tayebi abolhasani, A., & Azizian kalkhoran, Z. (2016). Content analysis of articles in the field of strategic management (Case Study: Journal of Strategic Management Studies). *Strategic Management Researches*, 22(62), 13-47. (In Persian)

15. Hamidizadeh, M. (2016). Explaining and evaluating the efficiency of the expert system, Strategic decisions, *Strategic Management Studies*, 7(25), 67-89. (In Persian)
16. Heidari, A., & Valipour, A. (2017). Strategic Management Research in Iran: An Overview of Published Works in Domestic Scientific Journals during 2002 to 2015. *Journal of Business Management*, 9(1), 83-102. (In Persian)
17. Katz, J. S., & Martin, B. R. (1997). What is research collaboration. *Research policy*, 26(1), 1-18.
18. Keupp, M.M., Palmié, M., & Gassmann, O. (2012). The Strategic Management of Innovation: A Systematic Review and Paths for Future Research. *International Journal of Management Reviews*, 14(4), 367-390.
19. Khasseh AA., & Soheili F. (2018). Tracing the Landscape of Research in Scientometrics and Related Metric Areas. *Iranian Journal of Information processing and Management*, 33 (3), 941-966. (In Persian)
20. Korenius, T., Laurikkala, J., & Juhola, M. (2007). On Principal component analysis, cosine and euclidean measures in information retrieval, *Information Sciences*, 177(22), 4893-905.
21. Kumar, S., & Jan, J. M. (2012). Discovering Knowledge Landscapes: An Epistemic Analysis of Business and Management Field in Malaysia. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 65, 1027-1032.
22. Mane, K.K., & Borner, K. (2004). Mapping Topics and Topic Bursts in PNAS, *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 101(1), 5287-5290.
23. Milejevic, S., & Leydesdorff, L. (2013). Information Metrics (iMetrics): a research specialty with a socio-cognitive identity. *Scientometrics*, 95(1), 141-157.
24. Miyamoto, S. (2003). Proximity Measures for term based on fuzzy neighborhoods in document sets, *International Journal of Approximate Reasoning*, 34(2-3), 181-99.
25. Okhovati, M., Sadeghi, H., Talebian, A., & Baneshi, M. (2013). Citation analysis and mapping Library & Information Science in WOS citation database 1993-2011. *Journal of knowledge studies*, 6(21), 9-22. (In Persian)
26. Pearce, J.A., & Robinson, R.B. (2009). *Strategic management: (formulation, implementation, and control)*, Boston. McGraw-Hill Irwin. 11th Ed.
27. Raif, D.; Lisee, S., & Gifiq, F. (2002). *Analyzing media messages*, Translated by Mahdokht borugerdi alavi, Tehran: Soroosh. (In Persian)
28. Ryan, G.W., & Bernard, H. R. (2003). Techniques to Identify Themes. *Field Methods*, 15(1), 85-109.
29. Swanson, D.R., & Smalheiser, N.R. (1999). Implicit Text Linkages between Medline Records: Using Arrow smith as an Aid to Scientific Discovery. *Library Trends*, 48(1), 48-59.
30. Tao, L.; Zhu, S., & Ogihara, M. (2007). Hierarchical document classification using automatically generated hierarchy. *Journal of Intelligent Information Systems*, 29(2), 211-30.
31. Tavakolizadeh Ravari, M., Dehghani, F., Nejabatian, M., & Soheili, F. (2015). Analysis of Persian Articles in Iranian Publications on Marriage and Divorce

- through Hierarchical Clustering, *Educational culture of women and family*, 10(32), 7-28. (In Persian)
32. Tavakolizadeh Ravari, M., & Nejabatian, M. (2010). Document-Term Clustering: Proximity of Subjects Correspond with Psychology of Marriage in Biomedicine Literature during the Years "1990-99" and "2000-2008". *Health Information Management*, 7(2), 172-186. (In Persian)
 33. Wang, X.; Mohanty, N., & McCallum, A. (2006). *Group and Topic Discovery from Relations and Their Attributes*, MASSACHUSETTS UNIV AMHERST, DEPT OF COMPUTER SCIENCE.
 34. Zare, B. (1998). Study of the characteristics and issues of producing, publishing and studying scientific journals in Iran. *Research Profile*, 16, 74-93. (In Persian)
 35. Zare chahoki, M. (2010). *Data analysis in natural resource research with software SPSS*, Tehran: Jahad Daneshgahi. (In Persian).