

کاوشی پدیدارشناسانه در تعیین شایستگی‌های کارآفرینان دانش‌آموخته در قلمرو رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری

احمد ملکی‌پور¹

رضوان حکیم‌زاده²

مرضیه دهقانی³

محمد رضا زالی⁴

چکیده

هدف: پژوهش حاضر با هدف کاوش پدیدارشناسانه در تعیین شایستگی‌های کارآفرینان دانش‌آموخته در قلمرو رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری انجام شد. **روش:** این پژوهش با رویکرد کیفی و استفاده از روش پدیدارشناسی انجام شد. جامعه پژوهش، افراد کارآفرین در قلمرو رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری بودند که 12 نفر از آنان به طور هدفمند و با تکنیک معیاری و روش گلوله برفی تا رسیدن به اشباع نظری انتخاب شدند. فرایند تحلیل داده‌ها در بخش مصاحبه نیمه ساختاریافته با دانش‌آموختگان کارآفرین در رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری، استقرایی بود که در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و گزینشی انجام شد. **یافته‌ها:** شایستگی‌های افراد کارآفرین در قلمرو رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری، سه مقوله اساسی شایستگی‌های نگرشی کارآفرینانه (هشت زیرمقوله)، شایستگی‌های مدیریتی کارآفرینانه (شش زیرمقوله) و شایستگی‌های فنی کارآفرینانه (پنج زیرمقوله) را شامل می‌شود. **نتیجه‌گیری:** ضروری است که دست‌اندرکاران و برنامه‌ریزان درسی برای سوق دادن دانشجویان قلمرو رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری به سوی کارآفرینی با تأکید بر فرهنگ اسلامی جامعه، اقدامات لازم را برای بازنگری سرفصلهای برنامه درسی با توجه به اضافه کردن شایستگی‌های مورد نظر در این حوزه اتخاذ کنند. این امر می‌تواند راهبردی مطلوب برای ایجاد نوع جدیدی از دانشگاهها، با عنوان دانشگاههای اسلامی کارآفرین باشد.

واژگان کلیدی: شایستگی، کارآفرینی، رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری، آموزش عالی.

دریافت مقاله: 97/02/13 ؛ تصویب نهایی: 97/11/13

1. دکترای برنامه‌ریزی درسی دانشگاه تهران (نویسنده مسؤل) / نشانی: دزفول؛ میدان آزادگان، خیابان آزادگان، بلوک 12، پلاک 36، واحد 10 / نمابر:

Email: Malekipour@ut.ac.ir /09185503411

2. دکترای برنامه‌ریزی درسی، دانشیار گروه روشها و برنامه‌های آموزشی دانشگاه تهران.

3. دکترای برنامه‌ریزی درسی، دانشیار گروه روشها و برنامه‌های آموزشی دانشگاه تهران.

4. مدیریت سیستم‌ها، دانشیار گروه کارآفرینی سازمانی دانشگاه تهران.

الف) مقدمه

سازمان علمی آموزشی ملل متحد در چشم‌انداز آموزش عالی برای قرن بیست و یکم، با پیدایش نسل سوم دانشگاهها با عنوان دانشگاه کارآفرین، دانشگاه نوین را دانشگاهی می‌داند که در آن مهارت‌های کارآفرینی به منظور تسهیل قابلیت‌های دانش‌آموختگان برای تبدیل شدن به ایجادکنندگان کار، توسعه می‌یابد (یونسکو،¹ 2003). این نوع دانشگاه در اقتصاد مدرن، به عنوان نیروی مرکزی محسوب می‌شود که منجر به نوآوری، ابتکار و رشد اقتصادی می‌شود (اودریچ² و همکاران، 2006). هدف این نوع دانشگاهها، ترویج فرهنگ کارآفرینی و تربیت نیروی‌های کارآفرین با توجه به پتانسیل آموزش در جامعه است.

بررسی ادبیات تحقیق نشان می‌دهد که اهمیت مسئله کار و کارآفرینی در نظرگاه دین مبین اسلام و نظام ارزشها و ادیان آسمانی و مکاتب فکری و ارزشی بر هیچ کس پوشیده نیست و صریح‌ترین آیات نیز در این زمینه نازل شده است (طوسی، 1388). در قرآن کریم حدود 400 آیه در تشویق به کار و تلاش و بیان ارزش و اهمیت و آثار و برکات کار و تلاش وارد شده است (نادعلی، 1391). از دیدگاه اسلام، فرد کارآفرین کسی است که با اعتماد به نفس و تلاش خود و توکل بر خدا می‌تواند از حداکثر منابع در دسترس خود استفاده و در این راه بتواند خدمات باارزشی به دیگران عرضه کند. (شاه‌حسینی، 1388)

با توجه به اهمیت ایجاد افراد کارآفرین در جامعه، اکثر مطالعات نشان می‌دهند که کارآفرینی را می‌توان از طریق آموزش، پرورش داد (گیت‌وود³ و همکاران، 2002؛ میترا⁴ و همکاران، 2004؛ کورتکو،⁵ 2005؛ هریس⁶ و همکاران، 2008؛ هنری⁷ و همکاران، 2005؛ فالکنگ⁸ و همکاران، 2000؛ کیربای،⁹ 2002). لذا در کشورهای پیشرفته، آموزش کارآفرینی در رشته‌های گوناگون گنجانده شده و دانشگاههای مختلف در سراسر جهان تلاش بسیار زیادی می‌کنند تا دانشجویان خود را نسبت به یادگیری کارآفرینی ترغیب و تشویق کرده، قصد و رفتار کارآفرینانه را در آنان توسعه و ارتقا دهند (توماس¹⁰ و همکاران، 2014). آموزش کارآفرینی، فرایند تدارک توانایی برای تشخیص بیش و فرصتهای تجاری، اعتماد به نفس و دانش و مهارت برای تبدیل شدن به عمل برای فرد تعریف شده است (جونز و انگلیش،¹¹ 2004). امروزه، آموزش کارآفرینی ضمن رشد اقتصادی و اشتغال‌زایی، موجب بهبود دیدگاهها، تعامل و انگیزه دانشجویان نیز می‌شود (سورلمونت،¹² 2007). همچنین آموزش کارآفرینی با توجه به چالشهای اجتماعی (ری،¹³ 2010)، نقش مهمی را در توانمندسازی افراد و

1. UNESCO
2. Audretsch
3. Gatewood
4. Mitra
5. Kuratko
6. Harris
7. Henry
8. Falkang
9. Kirby
10. Thomas
11. Jones & English
12. Surlemont
13. Rae

کاوشی پدیدارشناسانه در تعیین شایستگی‌های کارآفرینان دانش‌آموخته در قلمرو ... ♦ 165

سازمانها در راستای ایجاد ارزشهای اجتماعی برای عموم مردم ایفا می‌کنند (ولکن¹ و همکاران، 2009). با توجه به این اهمیت، در سالهای اخیر رویکرد مبتنی بر شایستگی به شکل چشمگیری در مطالعه ویژگی‌های کارآفرینی استفاده شده است (سونی² و همکاران، 2005) و دانشگاهها به کسب و توسعه شایستگی‌های کارآفرینانه دانشجویان در زمان تحصیل در دانشگاه، توجه زیادی کرده‌اند. (میما³، 2014)

از نظر مفهومی، اصطلاح شایستگی به عنوان ترکیبی از مهارتها، دانش و نگرشهای مورد نیاز برای انجام یک نقش اثربخش تعریف شده است (فیلپوت⁴ و همکاران، 2002). از آنجا که یک فرد برای کارآفرینی نیازمند دانش، مهارت، نگرش و توانایی در قالب شایستگی‌های لازم برای روحیه کارآفرینانه در شغل و وظیفه مختص خود است، بنابر این کسب شایستگی‌های کارآفرینانه امری اجتناب‌ناپذیر است. کوجیوندیو⁵ (2002) معتقد است مفهوم شایستگی‌های کارآفرینی به مجموع کلی از ویژگی‌هایی کارآفرینان همچون: نگرشها، باورها، دانشها، مهارتها، توانایی‌ها، شخصیتها، تخصص و تمایلات رفتاری مورد نیاز برای موفقیت و پایداری کارآفرینی اشاره دارد. بر این اساس، توسعه و ارتقای شایستگی‌های کارآفرینی ظرفیت رفتار نوآورانه‌تر را افزایش داده، باعث می‌شود فرد کسب و کارهای جدیدی راه‌اندازی و کالاها یا خدمات جدیدی را ارائه دهد (المیتی⁶ و همکاران، 2012) در ارتباط با پژوهش حاضر، تحقیقاتی در داخل و خارج صورت گرفته که در ادامه به آنها اشاره می‌شود.

پای‌خسته و همکاران (1396) در پژوهش خود، به هفت بُعد کلیدی شایستگی تفکر سیستمی، شایستگی نگاه تلفیقی متنوع‌سازی و تفکر بین رشته‌ای، شایستگی تفکر بصیرت‌گرا، شایستگی هنجاری، شایستگی اقدام، شایستگی بین فردی و شایستگی مدیریت استراتژیک اشاره کرده‌اند. حسینی و همکاران (1396) نیز به شایستگی‌های کارآفرینانه فرصت، شایستگی تعهد، شایستگی ارتباطات، شایستگی مدیریت، شایستگی مصالحه و پیشبرد دو نقش هیئت علمی و کارآفرین، شایستگی رشد و یادگیری، شایستگی کسب و کار، شایستگی راهبردی و شایستگی فنی تخصصی اشاره کرده‌اند.

کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل⁷ (2016) در خصوص شایستگی‌های کارآفرینانه به سه خوشه دستاوردها، برنامه‌ریزی و قدرت اشاره کرده که هر کدام از این خوشه‌ها، شایستگی‌هایی از جمله: عمل به تعهدات، کارایی و کیفیت و انجام فعالیتهای ریسکی (در خوشه دستاوردها)؛ تعیین هدف، جستجوی اطلاعات و برنامه‌ریزی و نظارت سیستماتیک (در خوشه برنامه‌ریزی)؛ تشویق و ایجاد شبکه و استقلال و خوداتکایی (در خوشه قدرت) را در خود دارند.

بکی گالدیو⁸ (2016) در تحقیقی با عنوان «چارچوب شایستگی‌های کارآفرینی»، به شایستگی‌های نوآوری، برنامه‌ریزی و مدیریت، سازگاری با ابهام، کار گروهی، یادگیری از طریق تجربه، تفکر اخلاقی و پایدار، ارزشیابی

1. Volkman

2. Sony

3. Matema

4. Philpot

5. Kiggundu

6. Elmuti

7. United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)

8. Bacigalupo

ایده‌ها، دیدگاه، خلاقیت، فرصت تمرکز، خودآگاهی، انگیزش و قاطعیت، تجهیز منابع، سود اقتصادی و تجهیز دیگران اشاره کرده است.

در مطالعه‌ای با هدف شناسایی شایستگی‌های اصلی برای عملکرد کارآفرینانه دانشجویان، مورس¹ و همکاران (2013) به شایستگی‌هایی همچون: شناسایی فرصت، ارزیابی فرصت، مدیریت یا کاهش ریسک، انتقال یک چشم‌انداز قانع‌کننده، پشتکار، حل مسئله، خلاقانه، نفوذ بر منابع، خلق ارزش، حفظ تمرکز و سازگاری، انعطاف‌پذیری، خودکارآمدی و شبکه‌سازی رسیدند.

دسکولمیستر و ایزکوئودر² (2010) طی پژوهشی با عنوان «شناسایی شایستگی‌های کارآفرینانه در کارآفرینی و آموزش نوآورانه در سطح کارشناسی»، به شایستگی‌های تصمیم‌گیری، تفکر نوآور، حل مسئله، شناسایی و ارزیابی فرصت‌های کسب‌وکار، تعامل، معامله و مذاکره و شبکه‌سازی دست یافتند.

گروول و اتسان³ (2008) در مطالعه خود به شایستگی‌هایی همچون: اعتماد به نفس، نیاز به موفقیت و ریسک‌پذیری، به عنوان شایستگی‌های افراد کارآفرین در رشته اقتصاد اشاره کرده‌اند. بریج⁴ و همکاران (2003) نیز در تحقیقی به شایستگی‌های کارآفرینانه تعهد به کار، تصمیم‌گیری، هدفگذاری، برنامه‌ریزی، مسئولیت‌پذیری، خلاقیت، خلاقیت و نوآوری، اعتماد به نفس، ریسک‌پذیری، درک و فهم عمیق، توانمندی‌های فنی، حساسیت به تغییر، شبکه‌سازی، توسعه روابط بین فردی و مدیریت پروژه دست یافتند. در مطالعه‌ای دیگری، ری (2010) خلاقیت، تحمل ابهام، تشخیص فرصت، رهبری، حل مسئله، برنامه‌ریزی راهبردی، مهارت مذاکره، مهارت گوش دادن را از شایستگی‌های افراد کارآفرین بیان می‌کند. مک‌کلند⁵ (1961) نیز ویژگی‌های افراد کارآفرین را شامل انگیزه پیشرفت، ریسک‌پذیری، کنترل درونی، خلاقیت و استقلال‌طلبی می‌داند.

این پژوهش به چند دلیل حائز اهمیت است. اول اینکه، اهمیت موضوع کارآفرینی مورد توجه اسلام بوده و همواره در جوامع بین‌المللی از پتانسیل آن در راستای پیشرفت جامعه بهره گرفته شده است. دوم اینکه، پژوهش حاضر جدید و بکر است؛ زیرا پژوهش‌های قبلی شناسایی شایستگی‌های کارآفرینانه را بدون توجه به رشته‌های افراد کارآفرین، محدود به حوزه کسب‌وکار آنها کرده‌اند یا تنها پژوهششان را در حیطه رشته‌های فنی که به شکل مستقیم با بازار کار ارتباط دارند، انجام داده‌اند؛ در صورتی که در این تحقیق، تعیین شایستگی‌های کارآفرینانه بر اساس یک سری رشته‌ها که زیرمجموعه رشته‌های علوم انسانی‌اند و کارآفرینی و نگاه کارآفرینانه در این رشته‌ها در کشور ما تازگی دارد، انجام شده است. سوم اینکه، افزایش خیل بیکاران در رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری، ضرورت انجام چنین تحقیقی را بیش از پیش لازم می‌سازد. دلیل چهارم اینکه، تعیین این شایستگی‌ها و گنجاندن آنها در

1. Morris

2. Deschoolmeester & Izquierdo

3. Gurol & Atsan

4. Bridge

5. McClelland

برنامه‌ی درسی و آموزشی توسط سیاستگذاران آموزش عالی و برنامه‌ریزان درسی می‌تواند کمک بسزایی در افزایش روحیه‌ی کارآفرینی دانشجویان این رشته‌ها و سوق دادن آنها به سوی کارآفرینی ایجاد کند. و دلیل آخر اینکه، انجام چنین پژوهشی می‌تواند منجر به هموارسازی مسیر دانشگاهها به سوی دانشگاه کارآفرین شود. بر این اساس و از آنجا که بعضی از دانش‌آموختگان رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری (دانش‌آموختگان رشته‌های دانشکده کارآفرینی، روان‌شناسی و علوم تربیتی، اقتصاد، جغرافیا، مدیریت تربیت‌بدنی و علوم اجتماعی) توانسته‌اند در بخشهای صنعت و آموزش دست به کارآفرینی بزنند و با تکیه بر نگاه کارآفرینانه موفقیت‌های چشمگیری را در حوزه کسب و کار خود کسب کنند، لذا این سؤال مطرح می‌شود که این افراد در حوزه علوم اجتماعی و رفتاری با چه ویژگی‌ها، مهارت‌ها، توانایی‌ها و به طور کلی شایستگی‌هایی توانسته‌اند به عنوان یک کارآفرین ظاهر شوند؟ بنابر این، هدف پژوهش حاضر، کاوشی پدیدارشناسانه در تعیین شایستگی‌های کارآفرینان دانش‌آموخته در قلمرو رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری است.

ب) روش پژوهش

برای انجام این پژوهش بنا به ماهیت موضوع مطالعه، از روش کیفی پدیدارشناسی¹ استفاده شده است. جامعه پژوهش حاضر، شامل افراد کارآفرین دانش‌آموخته رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری² در منطقه جغرافیایی ایران است که با کسب مدرک کارشناسی در رشته‌های علوم اجتماعی رفتاری توانسته‌اند کارآفرین شوند و بیش از سه و نیم سال از زمان شکل‌گیری ایده کسب و کار آنان در حوزه مورد نظر گذشته و وارد مرحله تثبیت کسب و کار شده‌اند. برای نمونه‌گیری از روش هدفمند با تکنیک معیاری استفاده شد. در حین کار از روش گلوله برفی نیز استفاده شد. علت انتخاب روش نمونه‌گیری گلوله برفی این بود که در این پژوهش از افراد مورد مصاحبه برای معرفی افرادی که کارآفرین در قلمرو رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری محسوب می‌شوند، کمک گرفته شد. مصاحبه عمیق با 12 نفر از افراد کارآفرین دانش‌آموخته رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری صورت گرفت. معیار انتخاب نمونه‌ها، دانش‌آموخته کارشناسی در رشته‌های روان‌شناسی و علوم تربیتی، گذشت سه سال از کسب و کار برای تثبیت آن، کسب مقام و رتبه ملی و علاقه‌مند بودن به شرکت در فرایند مصاحبه بود. پس از انتخاب افراد، داده‌ها از طریق ابزار مصاحبه عمیق نیمه‌ساختاریافته جمع‌آوری شد. پرسشهای اساسی این مصاحبه با توجه به سه مرحله چگونگی شکل‌گیری ایده کسب و کار، راه‌اندازی کسب و کار و توسعه کسب و کار تدوین شده‌اند.

نمونه‌گیری و مصاحبه این پژوهش طی ماه‌های دی و اسفند 95 شروع شد. از آنجا که پژوهشگر قصد مصاحبه عمیق با این افراد را داشت و مصاحبه عمیق نیز مستلزم زمان کافی است، لذا پژوهشگر با هماهنگی قبلی با این افراد،

1. Phenomenological

2 منظور از کارآفرینان رشته‌های علوم اجتماعی رفتاری، دانش‌آموختگان رشته‌های کارشناسی در دانشکده کارآفرینی، روان‌شناسی و علوم تربیتی، اقتصاد، جغرافیا، مدیریت تربیت‌بدنی و علوم اجتماعی‌اند.

نگرانی از لحاظ کمبود وقت برای مصاحبه عمیق را رفع کرد. مدت مصاحبه عمیق برای هر یک از مشارکت‌کنندگان، حدود 50 تا 90 دقیقه به طول انجامید. قبل از شروع مصاحبه، ضمن معرفی خود، هدف پژوهش، موضوع پژوهش و اصول اخلاقی برای مصاحبه‌شوندگان تشریح شد و در همان حین نیز با آنان توافق شد که تمام گفته‌ها ضبط شود. فرایند تحلیل داده‌ها در بخش مصاحبه نیمه ساختاریافته از دانش‌آموختگان کارآفرین در رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری استقرایی بود که در سه مرحله کدگذاری باز، محوری و گزینشی تحلیل شد. بدین صورت که برای تحلیل داده‌ها در مرحله اول، نتایج هر مصاحبه پس از ضبط و یادداشت‌برداری با دو بار مرور، کلمه به کلمه روی کاغذ پیاده شد تا مفاهیم و مقوله‌های اصلی آن کشف و شناسایی شوند. در مرحله دوم، داده‌های مصاحبه با بهره‌گیری از روش کدگذاری باز تحلیل شد که خواندن خط به خط داده‌ها، استخراج مفاهیم اصلی، تشکیل مقولات و طبقات اولیه را شامل شد و در مرحله بعدی که کدگذاری محوری بود، پژوهشگر کدهای مشابه را در کنار هم و ذیل یک مفهوم انتزاعی‌تر که همه آنها را در بر می‌گرفت قرار داد. پژوهشگر، نامگذاری مفاهیم انتزاعی‌تر در مرحله کدگذاری محوری را با توجه به اصطلاحات موجود در ادبیات و مبانی نظری، زبان مورد استفاده آگاهی‌دهندگان و همچنین تحلیل خود انجام داد.

برای روایی صوری و محتوایی، سؤلهای مصاحبه قبل از شروع کار، به چند نفر از اساتید رشته‌های روان‌شناسی و علوم تربیتی و همچنین اساتید کارآفرینی دانشگاه تهران داده شد که مورد تأیید آنان قرار گرفت. برای تعیین اعتبار داده‌ها از راهبرهایی همچون: بازبینی مصاحبه‌شوندگان و بازبینی پژوهشگران همکار استفاده شد. برای اطمینان از اینکه تفسیر داده‌ها نشان‌دهنده پدیده مطالعه است، از روش پرسش از همکار و چک اعضا استفاده شد؛ بدین صورت که کدگذاری داده‌ها بعد از انتقال آنها روی کاغذ با همکاری سه پژوهشگر که با روش تحقیق کیفی آشنایی لازم را داشتند انجام شد که بعد توجه و استفاده از نظرات و دیدگاه‌های آنان، فرایند کدگذاری به شکل کامل از سوی ایشان تأیید شد. در مرحله دوم، برای چک اعضا نیز یافته‌ها و کدبندی‌های استخراج شده از مصاحبه با چهار نفر از افراد مصاحبه شده ارائه شد که آنها نیز آن را تأیید کردند. برای قابلیت اطمینان در پژوهش حاضر، از یک ناظر خارجی که سابقه پژوهش کیفی و تجزیه و تحلیل داده‌های کیفی را داشت، کمک گرفته شد و بدین صورت، در نهایت قابلیت اطمینان پژوهش هم ایجاد شد.

ج) یافته‌ها

بر اساس نتایج به دست آمده از پژوهش، شایستگی‌های کارآفرینانه در بین کارآفرینان دانش‌آموخته در قلمرو رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری، یک سری مقوله‌های اصلی و فرعی و را در بر می‌گیرد که در ادامه به آنها پرداخته می‌شود.

مقوله اصلی 1: شایستگی‌های نگرش کارآفرینانه

با توجه به نتایج به دست آمده از مصاحبه، افراد کارآفرین در رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری، شایستگی‌هایی از قبیل، تفکر خلاقانه در کسب و کار، تفکر انتقادی در کسب و کار، تشخیص فرصت در کسب و کار، خودآگاهی در کسب و کار، پشتکار در کسب و کار، تحمل بالا در کسب و کار، ریسک‌پذیری در کسب و کار و آینده‌نگری در کسب و کار را دارند که در فرایند کدگذاری، این شایستگی‌ها با عنوان شایستگی‌های نگرشی نامگذاری شدند. مضامین فرعی شایستگی‌های نگرشی و نقل قولهای این شایستگی به شرح ذیل است.

مقوله فرعی 1: تفکر خلاقانه در کسب و کار

تفکر خلاقانه و ایده‌پردازی در کسب و کار از شایستگی‌هایی بود که افراد کارآفرین در رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری به آن اشاره کردند. در این خصوص، چند نقل قول از مصاحبه‌شوندگان ارائه می‌شود.

«نمونه عینی بهتون بگم. یک روزی پشت چراغ قرمز بودم، چراغ قرمز توحید، دیدم 160 ثانیه چراغ قرمز، یکی گل می‌فروخت، یکی بوق می‌زد، خیلی کارها. من همون جا دو مفهوم رو به ذهن رسید. دو تا ایده گرفتم. یکی اینکه از این آدمهایی که داشتن گل می‌فروختن، یکی گل می‌فروخت یکی دستمال کاغذی می‌فروخت، مفهوم نسل چراغ قرمزها به ذهن اومد در بعد علمی...». یکی دیگر از مصاحبه‌شوندگان گفت: «به چیزهایی فکر می‌کنم که دیگران بهش فکر نمی‌کنند؛ یعنی زمانی که شما به هر چیزی قناعت می‌کنید، کارآفرین دنبال راه دیگری است و تمام کارآفرینی‌هایی که تو دنیا شکل گرفته ایده‌هایی بوده که بقیه بهش فکر نکردند نه اینکه وجود نداشته...». کارآفرین دیگری معتقد بود: «برای ایده ببینید من با مفهوم خلاقیت خوب آشنا بودم؛ یعنی تفکر جانبی ادوارد دنوو رو خونده بودم و تمرین کرده بودم نه اینکه صرفاً خونده باشم. ذهن خیلی خلاق نداشتم، ذهن خیلی خلاق شد و می‌توانستم هر چیزی رو پر و بال بدم و از یک دید دیگر بهش نگاه کنم. یکی اینکه مطمئن بودم خلاقیت بود خیلی کمک کرد».

مقوله فرعی 2: تفکر انتقادی در کسب و کار

برخی از مصاحبه‌شوندگان با تفکر انتقادی در کسب و کار نسبت به مسائل پیشرفت زیادی را در کسب و کار خود به دست آوردند. در این ارتباط، به چند نقل قول از مصاحبه‌شوندگان اشاره می‌شود.

«وقتی با هر وضعیتی که تأثیری در کسب و کارم داشت روبرو می‌شدم، درجا یک تصمیم و انتخاب رو انجام نمی‌دادم، بلکه ابتدا تمام زوایا رو در نظر می‌گرفتم اینکه اگر این مسیر رو انتخاب بکنم چه فواید و معایبی برام دارد، حتی جزئیات رو هم مورد نقد قرار می‌دادم...». مصاحبه‌کننده دیگر گفت که «یک کارآفرین برای هر کار باید نگاه ذره‌بینی داشته باشد؛ یعنی اینکه هر مسئله را به شکل موشکافانه مورد تجزیه و تحلیل قرار بدهد...». مشارکت‌کننده دیگر گفت: «تفکر نقادانه در این کار باید همیشه همراه شما باشد چون اگر بخواید بدون نقد و بررسی چیزی آن کار رو انجام بدهید ممکن است همه داشته‌ها را از دست بدهید».

مقوله فرعی 3: تشخیص فرصت در کسب و کار

افراد کارآفرین در قلمرو رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری از مهارت بالایی برای تشخیص فرصت در کسب و کار برخوردارند. برای نمونه یکی از مصاحبه‌شوندگان گفت: «شما باید اون صنعت رو بشناسی، آدمها رو بشناسی، گفتمان آموزش تو اون صنعت چی است، متناسب با اون گفتمان چی است؟ شما زمانی بخوای موضوع بهداشتی رو به یک بچه یاد بدی به طور صحبت می‌کنی همون موضوع رو به یک بزرگسال یاد بدی یک‌طور دیگه صحبت می‌کنی». یکی دیگر از کارآفرینان گفت: «مشکل آموزش کشور چی است، چرا کار نیست، چرا به سمینار می‌گویند سمینار، چرا و یک عالمه چرایی منم یک پژوهشگر پژوهش کار منه پژوهش کردیم مصاحبه کردیم». یکی دیگر گفت: «به شکل دائم حیطه کاری خودم رو رصد می‌کردم و آماده بودم سر بزنگاه از فرصت استفاده کنم و ایده رو نزدیک به عمل بکنم».

مقوله فرعی 4: خودآگاهی در کسب و کار

یکی از ویژگی‌های افراد کارآفرین در قلمرو رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری، خودآگاهی در کسب و کار است. در این خصوص یکی از مصاحبه‌شوندگان گفت: «آدم باید با خودش کنار بیاد اگر به خودش ایمان دارد نباید ایمانش را از بقیه گدایی کند من کاری که میدونم درست باید انجام بدم». یکی دیگر از کارآفرینان گفت: «بنابر این اون درک درست از موقعیت برام مهم است و اشتیاق به یادگیری ما تو مصاحبه این کارو همیشه انجام میدیم». کارآفرین دیگر گفت: «به این درک رسیدم که من از رفتار سازمانی در منابع انسانی در عمل چیزی نمیدونم». یکی دیگر از مصاحبه‌شوندگان بیان داشت که: بزرگ‌ترین مشکلمون اینه که کجای طیف قرار گرفتیم من فرانگرم، من درون‌نگرم، من چی هستم، پس اولین چیز خویشتن‌شناسی است من بدونم نقاط ضعفم چی هست».

مقوله فرعی 5: پشتکار در کسب و کار

افراد کارآفرین شرکت‌کننده در پژوهش، پشتکار در کسب و کار را یکی از شایستگی‌های مهم افراد کارآفرین در قلمرو رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری بیان کردند. یکی از مصاحبه‌شوندگان گفت: «برای اینکه تخصص داشته باشی باید زحمت بکشید اگر امروز کنار شما هستم و نیمچه علمی دارم به خاطر تلاشهایی هست که انجام دادم». یکی دیگر از کارآفرینان گفت: «هر تغییری تو دنیا که آدم می‌خواد ایجاد بکنه مقاومتهایی وجود داره که فرد باید با صبر و پشتکار زیاد از پس مشکلات بر بیاد». مصاحبه‌شونده دیگر گفت: «تا زمانی که یک دوچرخه‌سوار بارها زمین نخورد نمی‌تواند دوچرخه‌سوار ماهری بشود که بداند تو هوای بارانی چطور دوچرخه‌سواری کند تو شرایط کوهستانی چطور دوچرخه‌سواری کند این مهارت تلاش و کوشش می‌خواهد».

مقوله فرعی 6: تحمل ابهام در کسب و کار

مشارکت‌کنندگان در مصاحبه، بر تحمل ابهام در کسب و کار به‌عنوان یکی دیگر از شایستگی‌های مهم کارآفرینان در قلمرو رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری تأکید داشتند. در این ارتباط یکی از افراد اذعان داشت: «مراجعه کردم خیلی نمی‌فهمیدن. برگشتم، دوباره محصول رو یک‌طور دیگه بردم اونجا، هر بار که جلسه گذاشتم یک چیز جدید

عایدم شد. گاه شده با یک سازمان 20 جلسه برگزار کردم جواب نگرفتم برای بیست و یکمین بار جواب گرفتم». یکی از دیگر کارآفرینان گفت: «این قدر تو وبسایت اون موقع فیس‌بوک مطرح بود و یکی دو وبسایت دیگر تا قبل از اون با دوستانم تو فیس‌بوک بودم همه کامنت می‌داشتند استاد خیلی مخلصیم استاد مسخره می‌کردن خب بکنن، آدم باید با خودش کنار بیاد». مصاحبه‌شونده دیگر گفت: «بدون تحمل و سختی موفقیت در این کار هیچ وقت ایجاد نمی‌شد».

مقوله فرعی 7: ریسک‌پذیری در کسب‌وکار

ریسک‌پذیری و خطر کردن در کسب‌وکار، از ویژگی‌هایی است که افراد کارآفرین در قلمرو رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری از آن برخوردارند. در این ارتباط یکی از مصاحبه‌شوندگان گفت: «دیدم یک ضعف بزرگ است که خیلی‌ها می‌خوانش. خودم اعتقاد دارم هر کسب‌وکاری حداقل باید یکی از این ویژگی‌ها رو داشته باشد یا مردم از یک چیزی بترسن به خاطر اینکه ترسشون از بین برود بیان سمت این موضوع یا مجبور باشند کاری رو انجام بدن». یکی از دیگر کارآفرینان گفت: «کسب‌وکار جدید راه انداختن، ریسک داره. حداقل یک سال نباید رو درآمدش حساب بکنند». یکی دیگر معتقد بود که: «اینجا رو خوب دقت کنید، شما می‌خواهین کاری انجام بدین که کسی انجام نداده، طبیعتاً این کار خطرهای زیادی از جمله بدهکاری شما، آبروی شما و خیلی چیزها رو متوجه شما می‌کند، اینجاست که شما باید دست به ریسک بزنید».

مقوله فرعی 8: آینده‌نگری در کسب‌وکار

مصاحبه با افراد کارآفرین در قلمرو رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری نشان داد که آینده‌نگری در کسب‌وکار، یکی دیگر از شایستگی‌های این افراد است. برای نمونه یکی از مصاحبه‌شوندگان اذعان داشت: «هنر شما تو هر حوزه‌ای این است که بشینی فکر کنی ببینی دو سال دیگه این حوزه به چی نیاز پیدا می‌کند برای مثال یک زمانی هیچ کس به این فکر نمی‌کرد که میشه از بازی برای یادگیری استفاده کرد». یکی دیگر از کارآفرینان گفت: «شما وقتی یک کار جدید شروع را می‌کنید مطمئناً پر و بال می‌گیره و نباید به انتظار کوتاه‌مدت فکر کنید بعضی مواقع حساب می‌کنیم فعالیتهای بین‌المللی هم می‌تونن داشته باشن». یکی دیگر از کارآفرینان گفت: «پیش‌بینی آینده و اینکه کسب‌وکار شما به کدام سو می‌رود خیلی مهمه برای همین یک کارآفرین باید چشم‌انداز آینده خود رو ترسیم کند».

مقوله اصلی 2: شایستگی‌های مدیریتی

بررسی نتایج مصاحبه‌ها در ارتباط با تعیین شایستگی‌های افراد کارآفرین در قلمرو رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری نشان داد که مشارکت‌کنندگان در مصاحبه دارای مهارت‌های مدیریت انسانی در کسب‌وکار، مدیریت مالی در کسب‌وکار، مدیریت بازاریابی در کسب‌وکار، مدیریت پروژه در کسب‌وکار، مدیریت دانش در کسب‌وکار و برنامه‌ریزی راهبردی در کسب‌وکار هستند که این مقوله‌ها با توجه به فرایند کدگذاری در زیرمقوله‌های شایستگی‌های مدیریتی قرار گرفتند. هر کدام از این مقوله‌ها و نقل قول‌های مربوط به آنها در ادامه بررسی می‌شوند.

مقاله فرعی 1: مدیریت منابع انسانی در کسب و کار

مصاحبه‌شوندگان در پژوهش از مهارت بالایی در مدیریت منابع انسانی در کسب و کار برخوردارند. برای نمونه، یکی از شرکت‌کنندگان معتقد است: «مکانات تعاملی داشته باشید کال‌سنتر برای تعداد کارمندانی که ممکن است شش - هفت تا کارمند داشته باشید یک کارشناس داشته باشید شما باید شبکه‌ای از دانشجوها داشته باشید که کارهای کارشناسی را بتوانید انجام دهید ببینید همه کارها را قرار نیست یک نفر انجام بدهد». کارآفرین دیگر معتقد بود که: «بر مبنای اون نیاز اوادم منابع رو چیدم به کی با چه تخصصی نیاز دارم». کارآفرین دیگر گفت: «یکی از چیزایی که هست بحث رفتار با نیروی انسانی بود منابع انسانی اولین چیزی است که باید با مدیریت اون رو بلد باشیم. شما باید بتونید از چند بعد بر منابع انسانی فائق بیاید بحث قدرتی رو همه میدونن یا باید برید اتوریتهی مدیریتی استفاده بکنید یا قانونی مشروعیت قانونی استفاده بکنید».

مقاله فرعی 2: مدیریت بازاریابی در کسب و کار

شرکت‌کنندگان در مصاحبه، مدیریت بازاریابی در کسب و کار خود را امری مهم تلقی می‌کنند. در این ارتباط، یکی از مصاحبه‌شوندگان معتقد بود: «مهم‌ترین چیزی که تو کشور ما خیلی کم بهش توجه شده، مهارتهای بازاریابی است. بازاریابی معمولاً همه مثلاً اشتباه میگیرن با اون کسایی که زنگ میزنن به موبایل میگن کپسول آتش‌نشانی نمی‌خواهید نه بازاریابی خیلی گسترده‌تره». یکی دیگر از کارآفرینان گفت: «خیلی اهمیت دارد تو کارهای ما پنجمین پارامتر شما نامگذاری و برندسازی خوبی داشته باشید مثلاً شما بیاید این مدل من اسمش این است نرسید این برند این طوری برند ایجاد میشه». یکی دیگر از مشارکت‌کنندگان معتقد بود: «گفتن شما به‌عنوان یک بانو بخواین وارد اجتماع بشوید با یک شعار فرهنگی و یک کار فرهنگی وارد محیط کسب و کار بشوید تا بتوانید با یک برندینگ قوی‌تری شناخته بشوید».

مقاله فرعی 3: مدیریت پروژه در کسب و کار

مدیریت پروژه در کسب و کار، یکی از شایستگی‌های مهم افراد کارآفرین در قلمرو رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری بیان شده است. در این ارتباط، به چند نقل قول اشاره می‌شود: یکی از مصاحبه‌شوندگان گفت: «شما باید یک سازمانی پیدا کنید اون پروژه رو پایلوت اونجا اجرا کنید. همزمان که دارید پایلوت اجرا کنید، باید مستندسازی کنید». یکی دیگر از کارآفرینان گفت: «مثلاً من می‌خواهم بطری آب معدنی درست کنم، یک سال زمان می‌برد. روش متداول مدیریت پروژه می‌گوید سه ماه، تحقیقات می‌کنید دو ماه، بازار رو چک می‌کنید یک ماه طرح می‌زنید، یک ماه می‌سازید مثلاً ماه هفتم هشتم. بعد حالا می‌آید چک می‌کنید دو ماه ایرادگیری بعد ارائه به بازار». یکی دیگر از مصاحبه‌شوندگان معتقد بود: «از سطحی‌نگری بروی به عمقی‌نگری و اینکه کیفیت کارشان را به وسیله مدیریت پروژه مواظب باشند به فکر تموم کردن کار نباشند به فکر این باشند که چطور تمومش کنند».

مقوله فرعی 4: مدیریت دانش در کسب‌وکار

شرکت‌کنندگان در مصاحبه، مدیریت دانش در کسب‌وکار را یکی دیگر از شایستگی‌های مهم افراد کارآفرین در قلمرو رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری در نظر گرفتند. برای نمونه یکی از مصاحبه‌شوندگان گفت: «ولی به نظر من دو نفر نیاز هست برای یک کار که استارت بخورد. ممکن است سهام نداشته باشد، ولی یک کمک فکر می‌خواهد. تنهایی اتاق فکر نمی‌ذارن». یکی دیگر از مصاحبه‌شوندگان بیان داشت: «ما جلساتی داریم می‌شینیم صحبت می‌کنیم و تو اون جلسه سعی می‌کنیم با گفتمان با هم ایده‌های جدید رو در سازمان پیاده کنیم». یکی دیگر از کارآفرینان گفت: «تو سازمان یکی از مهم‌ترین کارا این است که دانش رو در محیط کار بتوانید بچرخونی، بتوانید با مشورت راهکارهای خلاقانه را از کارکنان گرفته و به دنبال آن نشر بدهید».

مقوله فرعی 5: مدیریت بحران در کسب‌وکار

مدیریت بحران در کسب‌وکار، به عنوان یکی از شایستگی‌های مهم افراد کارآفرین در قلمرو رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری توسط مصاحبه‌شوندگان مورد اشاره قرار گرفت. یکی از مصاحبه‌شوندگان گفت: «مدیریت بحرانم خیلی خوب است؛ یعنی اگر مشکلی پیش بیاد، هول نمی‌کنم. سریع با خونسردی تمام جوانب رو در نظر می‌گیرم، حلش می‌کنیم». کارآفرین دیگر گفت: «یه جاهایی شما با یک مشکل روبرو می‌شوید که باید در این وضعیت سخت بتوانید به بهترین نحو ممکن از پس همه چیز بر بیاید و همه چیز رو مدیریت بکنید». مصاحبه‌شونده دیگر بیان داشت: «وقتی با یک وضعیت چالش‌آور روبرو می‌شوید باید همه چیز رو جمع جور کنی و گر نه ممکن است از چاله تو چاه بیفتید».

مقوله فرعی 6: برنامه‌ریزی راهبردی در کسب‌وکار

افراد کارآفرین در قلمرو رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری، برنامه‌ریزی راهبردی در کسب‌وکار را یکی دیگر از شایستگی‌های افراد کارآفرین در این حیطه در نظر گرفتند. یکی از مصاحبه‌شوندگان گفت: «تو دوره کارشناسی برای خودش هدفگذاری کرد. گفتش باید من رتبه یک کنکور سراسری ارشد بشم». مصاحبه‌شونده دیگر گفت: «سناریو بنویسید صفر تا صد را برید راه‌های مختلف رو ببینید». یکی دیگر از مصاحبه‌شوندگان گفت: «هستن اهداف چندین ساله تا اهداف سالیانه همه رو می‌چینم بعد می‌گویند که من کجام بعد از زیر پونز پیام بیرون نقشه، باید چی کار کنم، بعد این که از زیر پونز در اومدم، می‌تونم پیام بیرون چی کار باید کنم».

مقوله اصلی 3: شایستگی‌های فنی کارآفرینانه

با توجه به نتایج به دست آمده از مصاحبه، افراد کارآفرین در رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری از شایستگی‌هایی همچون: اخلاق در کسب‌وکار، نوآوری در کسب‌وکار، استفاده از رایانه در کسب‌وکار، استفاده از فنون اجتماعی در کسب‌وکار و استفاده از پژوهش در کسب‌وکار برخوردارند که در فرایند کدگذاری، این شایستگی‌ها با عنوان شایستگی‌های فنی کارآفرینانه نامگذاری شد. مضامین فرعی شایستگی‌های فنی کارآفرینانه و نقل قولهای این شایستگی به شرح ذیل است.

مقوله فرعی 1: اخلاق کسب و کار

شرکت کنندگان در مصاحبه، اخلاق کسب و کار را از شایستگی‌های مهم افراد کارآفرین در قلمرو رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری در نظر گرفتند. برای نمونه، یکی از مصاحبه‌شوندگان گفت: «موفقیت و کسب رتبه در حیطه شغلی نباید به قیمت فدا کردن دیگران باشد، بلکه شما باید با وجدان کاری تو این شغل موفق بشوید». یکی دیگر از کارآفرینان معتقد بود: «یک کارآفرین همیشه باید این شعار رو سرلوحه افکارش قرار بدهد که من چگونه می‌توانم خدمت بکنم». کارآفرین دیگر بیان داشت: «هیچ وقت نباید دیگران نردبان موفقیت شما باشند، بلکه شما باید به شکلی عمل کنید که علاوه بر موفقیت خود موفقیت دیگران را هم ایجاد کنید به این می‌گویند اخلاق کاری».

مقوله فرعی 2: نوآوری در کسب و کار

نوآوری در کسب و کار نیز یکی از شایستگی‌هایی افراد کارآفرین در قلمرو رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری است. یکی از مصاحبه‌شوندگان گفت: «چیز دیگر که وجود دارد، این است اینکه شما ایده رو نباید نشر بدید شما باید محصولتونو منتشر بکنید چرا؟ چون تو علوم انسانی این قدر ایده گفتند انجام ندادند دلسرد کردند مردم رو، نمی‌توانید بگوید من ایده دارم نه ایده دارید باید نمونه عمل داشته باشید». یکی دیگر از مصاحبه‌شوندگان گفت: «ایده زمانی که به واقعیت تبدیل نشود به هیچ دردی نمی‌خورد؛ یعنی شما یک ایده کوچیک دارید فوراً باید آن رو بیارید تو مرحله عمل، به محض اینکه به به جایی رسید می‌بینید...». کارآفرین دیگر معتقد بود: «ما مهم‌تر از اون، این است که ایده رو برسونید به محصول و محصول رو بفروشید».

مقوله فرعی 3: استفاده از رایانه در کسب و کار

استفاده از رایانه در کسب و کار یکی دیگر از شایستگی‌های مهم افراد کارآفرین در قلمرو رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری است. در این خصوص، یکی از مصاحبه‌شوندگان گفت: «پارامتر خیلی مهم که هیچ کس توجه نمی‌کند به زبان فنی اینا رو بیارید جلو شکل استفاده کنید نرم افزار استفاده کنید من به بچه‌ها می‌گویم فلوجارت یاد بگیرید. در واقع ترسیم فلوجارت رو بتوانید انجام بدید؛ اکسل رو مسلط باشید یا بیابین از سیستم‌های مختلفی که می‌تواند ارائه‌دهنده خوبی باشد استفاده کنید». یکی دیگر از مصاحبه‌شوندگان گفت: «دومین مورد، مهارت‌های کامپیوتری بود خیلی مسلط بودم، یک مهارتی که اگر من مسئول آموزش پرورش بودم قطعاً اجباریش می‌کردم تایپ ده انگشتی بود تایپ ده انگشتی همه فکر می‌کنند برای منشی‌هاست در صورتی که هر کارآفرینی باید بلد باشد؛ چون به طرز عجیب غریبی در وقتش صرفه‌جویی می‌شود مهارت‌هاش رو زیاد می‌کند. بنابر این، تایپ ده انگشتی و یک سری مهارت‌های کامپیوتری به من خیلی کمک کرد که بلد باشم جستجو کنم». کارآفرین دیگر معتقد بود: «تغییرات دنیای امروزی هر فردی را در وضعیتی قرار داده است که برای کسب اطلاعات باید توانایی استفاده از مهارت‌های کامپیوتری را داشته باشد».

مقاله فرعی 4: کسب فنون اجتماعی در کسب و کار

کسب فنون اجتماعی در کسب و کار به عنوان یکی دیگر از شایستگی‌های افراد کارآفرین در قلمرو رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری، مورد تأکید قرار گرفت. یکی از مصاحبه‌شوندگان گفت: «از دوستی کمک گرفتم ایشون الان جزو مدرسان ما هم هستن به من کمک کردن پوشش استاندارد داشته باشم». یکی دیگر از مصاحبه‌شوندگان گفت: «ببینید اولاً این ایده که به صورت کلی فرمودید ما نیاز به یک تعاملات زیادی داریم ببینید به فرض مثلاً من اینطور بگم چند تا عامل وجود داره یکی عامل ارتباطات است». یکی دیگر از کارآفرینان گفت: «یک کارآفرین یقیناً یک مذاکره‌کننده خوبی است؛ چون موفقیت او مرتبط با ارتباط و تعامل با اطراف هست».

مقاله فرعی 5: استفاده از پژوهش در کسب و کار

مشارکت‌کنندگان در مصاحبه استفاده از پژوهش در کسب و کار را یکی دیگر از شایستگی‌های مهم افراد کارآفرین در قلمرو رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری در نظر گرفتند. یکی از مصاحبه‌شوندگان گفت: «اوادم یک سری مطالعات در خصوص چگونگی پرورش مرغ محلی یا بومی انجام دادم در اینترنت جستجو کنیم». یکی دیگر از کارآفرینان گفت: «گام دوم این است که دقیق نگاه کنید که فضای مشابهی داشته یا نه رفتار مردم چه شکلی بوده نسبت به این اتفاق و تحقیق بکنیم نه اینکه نه بابا مردم این طوری نیستن این حرفها رو کسی زد باید ازش فرار کرد». کارآفرین دیگر گفت: «شما در کارتون باید کار با اعداد رو بلد باشید برای همین علم آمار خیلی به شما کمک میکنه چون شما با این کار می‌تونید نیازها و میزان تقاضا برای محصولاتتون رو تخمین بزنید».

مقاله فرعی 6: استفاده از فنون حل مسئله در کسب و کار

افراد کارآفرین در قلمرو رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری، بر استفاده از فنون حل مسئله در کسب و کار به عنوان یکی از شایستگی‌های مهم افراد کارآفرین در این حیطه تأکید داشتند. یکی از مصاحبه‌شوندگان گفته است: «کارآفرینی یعنی کار جدید و نوینی ایجاد کردن این کار جدید و نو مستلزم این است که من با چالشها و مشکلاتی که روبرو میشم به بهترین نحو ممکن آنها را حل بکنم». کارآفرین دیگر گفت: «شما باید هر لحظه خودتون رو برای روبرو شدن با موانع در کارتون آماده کنید. یکی از مهم‌ترین مهارتها، مهارت برداشتن موانع سر راهتون است». مصاحبه‌شونده دیگر گفت: «مهارت حل مشکلات و رفع چالشها در کسب و کار برای ما خیلی کمک‌کننده هستش. من این مهارت رو با آزمایش و خطا و تجربه آموختم».

مقاله فرعی 7: استفاده از فنون تصمیم‌گیری در کسب و کار

برخی از مصاحبه‌شوندگان بر استفاده از فنون تصمیم‌گیری در کسب و کار به عنوان شایستگی مهم افراد کارآفرین در قلمرو رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری نظر داشتند. یکی از مصاحبه‌شوندگان گفت: «یک تصمیم نادرست و یک انتخاب نابجا همه چیز من رو ممکن است بر باد بدهد. اینجاست که من باید به این درک برسم که چه موقع تصمیم و انتخابم رو انجام بدهم». مصاحبه‌کننده دیگری گفت: «تصمیم‌گیری‌های شما در هر لحظه مسیر موفقیت شما را رو به سوی صعود و سقوط مشخص می‌کند». مصاحبه‌شونده دیگری گفت: وقتی به کسی برچسب کارآفرینی رو

می‌زند، این به معنای این است که این فرد دست به کاری زده است که برای دیگران یا محال بوده یا اینکه خطر داشته، ولی این فرد با تصمیم درست توانسته این کار رو انجام بدهد».

جدول 2: مقوله‌های اصلی و فرعی شایستگی‌های کارآفرینانه

کدگذاری گزینشی	کدگذاری محوری
شایستگی‌های تکرشی کارآفرینانه	تفکر خلاقانه در کسب و کار
	تفکر انتقادی در کسب و کار
	تشخیص فرصت در کسب و کار
	تحمل ابهام در کسب و کار
	پشتکار در کسب و کار
	خودآگاهی در کسب و کار
	ریسک‌پذیری در کسب و کار
	آینده‌نگری در کسب و کار
شایستگی‌های مهارتی کارآفرینانه	برنامه‌ریزی راهبردی در کسب و کار
	مدیریت بحران در کسب و کار
	مدیریت دانش در کسب و کار
	مدیریت پروژه در کسب و کار
	مدیریت بازاریابی در کسب و کار
	مدیریت منابع انسانی در کسب و کار
شایستگی‌های فنی کارآفرینانه	استفاده از پژوهش در کسب و کار
	استفاده از فنون اجتماعی در کسب و کار
	استفاده از رایانه در کسب و کار
	نوآوری در کسب و کار
	اخلاق در کسب و کار

(د) بحث و نتیجه‌گیری

در آغاز این هزاره، دانشگاه‌های نسل سوم با عنوان دانشگاه‌های کارآفرین، با هدف تربیت نیروی انسانی کارآفرین در جامعه، فارغ از نوع رشته تحصیلی دانشجویان پا به عرصه وجود گذاشته‌اند. در این نوع دانشگاه‌ها، دانشجویان باید توانایی‌ها، ویژگی‌ها، رفتارها، دانش، مهارت‌ها و به طور کلی شایستگی‌های کارآفرینانه را منطبق با تغییرات و دگرگونی‌های روز کسب کنند تا نقش پررنگی را در بهبود زندگی فردی و رشد همه‌جانبه کشور داشته باشند. بدیهی است دانش‌آموختگان آموزش عالی، فارغ از نوع رشته تحصیلی با کسب شایستگی‌های کارآفرینانه علاوه بر افزایش مشارکت در زمینه توسعه اقتصادی کشور، موجب رشد و بهبود سطح رفاه زندگی اجتماعی خود در مسائلی

از قبیل افزایش ارتباطات انسانی، افزایش انگیزه‌ها و امید به آینده، افزایش آزادی انسانی و همچنین کاهش آسیبها و محرومیت‌های اجتماعی خواهند شد. هدف پژوهش حاضر، کاوشی پدیدارشناسانه در تعیین شایستگی‌های کارآفرینان دانش‌آموخته در قلمرو رشته‌های علوم اجتماعی رفتاری بود. بررسی مصاحبه‌های با افراد کارآفرین در قلمرو رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری بیانگر این بود که شایستگی‌های افراد کارآفرین در قلمرو رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری، سه مقوله اساسی شایستگی‌های نگرشی کارآفرینانه (هشت زیرمقوله)، شایستگی‌های مدیریتی کارآفرینانه (شش زیرمقوله) و شایستگی‌های فنی کارآفرینانه (پنج زیرمقوله) را در بر می‌گیرد که هر یک از این مقوله‌های اصلی و زیرمقوله‌های آنها بحث و بررسی خواهد شد.

در خصوص شایستگی‌های نگرشی کارآفرینانه افراد کارآفرین در قلمرو رشته‌های علوم اجتماعی رفتاری، یافته‌ها بیانگر زیرمقوله‌هایی همچون: تفکر خلاقانه در کسب و کار، تفکر انتقادی در کسب و کار، تشخیص فرصت در کسب و کار، تحمل ابهام در کسب و کار، پشتکار در کسب و کار، خودآگاهی در کسب و کار، ریسک‌پذیری در کسب و کار و آینده‌نگری در کسب و کار بود. حسینی و همکاران (1396) در مطالعه خود به شایستگی تشخیص فرصت در کسب و کار؛ بکی گالدویو (2016) به شایستگی‌های خلاقیت، تشخیص فرصت، پشتکار و خودآگاهی؛ موریس و همکاران (2013) به شایستگی‌های تشخیص فرصت، پشتکار، ریسک‌پذیری و تفکر خلاقانه؛ دسکولمستر و ایزکوئودر (2010) به شایستگی‌های تفکر خلاقانه و تشخیص فرصت در کسب و کار؛ گروول و همکاران (2008) به ریسک‌پذیری؛ بریج و همکاران (2003) به خلاقیت و ریسک‌پذیری؛ ری (2010) به خلاقیت، تشخیص فرصت و تحمل ابهام و مک کلنلد (1961) نیز به ریسک‌پذیری و خلاقیت اشاره کرده‌اند که با یافته‌های این پژوهش همخوانی دارد. ولی یافته‌های پای‌خسته و همکاران (1396) و کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل (2016) با نتایج این پژوهش مطابقت ندارد.

افراد کارآفرین در پرتو مقوله خودآگاهی در کسب و کار و وظیفه مختص به خود، از نقاط قوت و ضعف، علائق و تمایلات، نیازها و احتیاجات و سایر ابعاد وجودی خود آگاهی قابل ملاحظه‌ای دارند. آنان با تأکید بر این آگاهی از توانایی‌ها و ضعف‌های خود، با صبر و تلاش مثال‌زدنی تا دستیابی به هدف از کار دست بر نمی‌دارند. این افراد همچنین از روحیه ریسک‌پذیری بالا و نیز ترسیم‌نمایی از آینده در ذهن خود برای مقابله هر چه بهتر با مشکلات و تصمیم‌گیری‌های اثربخش در کسب و کار برخوردارند. افراد کارآفرین همچنین با بهره‌گیری از ایده‌پردازی و نقد کردن، مسائل را تجزیه و تحلیل کرده، با تشخیص فرصت، ایده خود را به خوبی پیاده می‌کنند. یکی دیگر از شایستگی‌های این افراد، شایستگی‌های مدیریتی کارآفرینانه است که زیرمقوله‌هایی همچون: مدیریت انسانی در کسب و کار، مدیریت مالی در کسب و کار، مدیریت بازاریابی در کسب و کار، مدیریت پروژه در کسب و کار، مدیریت دانش در کسب و کار، مدیریت دانش در کسب و کار و برنامه‌ریزی راهبردی در کسب و کار را شامل می‌شود. بکی گالدویو (2016) در مطالعه خود به شایستگی مدیریت انسانی، پای‌خسته و همکاران (1396) به شایستگی مدیریت استراتژیک، حسینی و همکاران (1396) به شایستگی‌های مدیریت انسانی و برنامه‌ریزی راهبردی، بریج و همکاران (2003) به شایستگی‌های برنامه‌ریزی راهبردی و مدیریت پروژه و ری (2010) به شایستگی برنامه‌ریزی راهبردی اشاره کرده‌اند که با یافته‌های این پژوهش مطابقت دارد. ولی یافته‌های کنفرانس تجارت و توسعه سازمان

ملل (2016)، موریس و همکاران (2013)، دسکولمیستر و ایزکوئودر (2010)، گروول و همکاران (2008) و مک کلند (1961) با نتایج این پژوهش همسو نیست.

با توجه به این زیرمقوله‌ها، افراد کارآفرین در قلمرو رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری به خوبی از عهده اداره کسب و کار خود در فعالیتهایی نظیر کارمندیابی و جذب، آموزش، روابط با کارکنان خود که مقوله مدیریت انسانی را در برمی‌گیرد، برمی‌آیند؛ زیرا بر این امر واقفند که برای پیشرفت یک کسب و کار می‌توان از پتانسیل نهفته افراد و دیگر کارکنان دخیل در حوزه کسب و کار مربوطه استفاده کرد. افراد کارآفرین همچنین با سازوکار تأمین بودجه، اخذ منابع مالی مورد نیاز و همچنین چگونگی حداکثر استفاده از منابع مالی برای گسترش کسب و کار خود آشنایی دارند. افراد کارآفرین در این حوزه، بر بازار، نیازهای بازار و نیازهای مشتری نیز اشراف دارند. این افراد آشنایی مفکی با برندسازی که مقوله مدیریت بازاریابی و همچنین استفاده حداکثری از دانش، مهارتها، ابزارها و تکنیکها برای فعالیتهای پروژه به منظور تحقق الزامات پروژه را در بر می‌گیرند، دارند. همچنین با تأکید بر مقوله مدیریت دانش در کسب و کار، اطلاعات و اندوخته‌های علمی را برای استفاده کارکنان در جهت بازدهی و اثربخشی بیشتر عملکرد آنان در سطح سازمان در دسترس قرار می‌دهند. افراد کارآفرین همچنین از برنامه‌ریزی راهبردی برای یافتن منابع و الزامات مورد نیاز برای رسیدن به هدف کسب و کار نیز بهره می‌برند.

یکی دیگر از شایستگی‌های افراد کارآفرین، شایستگی‌های فنی کارآفرینانه است که زیرمقوله‌هایی همچون: اخلاق در کسب و کار، نوآوری در کسب و کار، استفاده از رایانه در کسب و کار، استفاده از فنون اجتماعی در کسب و کار، استفاده از پژوهش در کسب و کار، استفاده از فنون حل مسئله و استفاده از فنون تصمیم‌گیری در کسب و کار را شامل می‌شود. بکی گالدوپو (2016)، پای‌خسته و همکاران (1396) و حسینی و همکاران (1396) در مطالعه خود به شایستگی استفاده از فنون اجتماعی، دسکولمیستر و ایزکوئودر (2010) به شایستگی‌های فنون اجتماعی، تصمیم‌گیری، تفکر نوآور و حل مسئله، بریج و همکاران (2003) به شایستگی‌های اخلاق کسب و کار، تصمیم‌گیری، نوآوری و روابط اجتماعی، ری (2010) به شایستگی حل مسئله و استفاده از فنون اجتماعی در کسب و کار اشاره کرده‌اند که با یافته‌های این پژوهش مشابهت دارد. ولی یافته‌های کنفرانس تجارت و توسعه سازمان ملل (2016)، موریس و همکاران (2013)، گروول و همکاران (2008) و مک کلند (1961) با نتایج این پژوهش مطابقت ندارد. با توجه به شایستگی‌های فنی کارآفرینانه، افراد کارآفرین در کار خود با تأکید بر یک سری مسائل اعتقادی، به بهترین نحو ممکن اخلاق کسب و کار را با استفاده از رقابت سالم، آگاهی از حقوق و قوانین ثبت کسب و کار و نیز تعهد به کسب و کار را رعایت می‌کنند. آنان ضمن نوآوری و کاربردی کردن ایده‌ها، با اطرافیان و افراد صاحب فن تعامل خوبی نیز دارند. افراد کارآفرین همچنین از رایانه برای تسریع مسائل کسب و کار و پژوهش برای تخمین نیازهای بازار با استفاده از علم ریاضی و نیز از فنون حل مسئله و تصمیم‌گیری در کسب و کار برای مواقع چالش‌زا بهره می‌برند.

با توجه به این نتایج، به‌طور کلی می‌توان استدلال کرد که افراد دانش‌آموخته در رشته‌های علوم اجتماعی و رفتاری می‌توانند به عنوان افراد کارآفرین در حیطه شغلی با کسب دانشها، مهارتها، توانایی‌ها، نگرشها، باورها و

کاوشی پدیدارشناسانه در تعیین شایستگی‌های کارآفرینان دانش‌آموخته در قلمرو ... ♦ 179

ارزشها در قالب شایستگی‌ها، عملکرد موفقیت‌آمیزی را در راستای پیشرفت فردی و توسعه جامعه داشته باشند. این امر می‌تواند فرایند ظهور دانشگاه‌های نسل سوم با عنوان دانشگاه‌های کارآفرین را در کشور بیش از پیش تسهیل کند. بدیهی است ظهور این نوع دانشگاه‌ها پدیده‌ای است که مسئولان و سیاستگذاران آموزشی عالی می‌توانند به آن به دیده فرصت نگریسته، با تأکید بر فرهنگ غنی اسلامی، زمینه لازم را برای ایجاد نوع جدیدی از دانشگاه‌ها با عنوان دانشگاه‌های اسلامی کارآفرین فراهم آورند که در آنها، آموزه‌های اسلامی در تلفیق با مفاهیم کارآفرینی، ضمن ارجحیت به فرهنگ بومی جامعه، پتانسیل لازم را برای رقابت‌های ملی و بین‌المللی در عرصه کارآفرینی داشته باشند.

دانشجویان در این نوع دانشگاه‌ها، شایستگی‌های کارآفرینانه را با تلفیق آموزه‌های اسلامی یاد می‌گیرند، لذا موفقیت بیشتری را می‌توانند در عملکرد خود داشته باشند. بر این اساس، مسئولان، دست‌اندرکاران، سیاستگذاران و برنامه‌ریزان درسی آموزشی عالی برای ایجاد دانشگاه‌های اسلامی کارآفرین ابتدا باید با درک درستی از مفاهیم اقتصادی، فرهنگی، سیاسی و دیگر مؤلفه‌های تأثیرگذار در چارچوب نظام معیار اسلامی، زمینه را برای روحیه کارآفرینی در مقیاس خانوادگی، ملی و جهانی فراهم آورند و سپس در راستای آموزش و ایجاد افراد کارآفرین در جامعه با گنجاندن شایستگی‌های کارآفرینانه در برنامه‌های آموزشی و درسی، نقش لازم را در کسب شایستگی‌های کارآفرینانه برای دانشجویان ایفا کنند.



منابع

- پای خسته، پریسا؛ امیر علم‌بیگی و سید سمیه بطحایی (1396). «بررسی شایستگی‌های مورد نیاز توسعه کارآفرینی پایدار در آموزش عالی کشاورزی». مدیریت کشاورزی، دوره نهم، ش 40: 32-43.
- حسینی، شهیده؛ محمود ابولقاسمی، جهانگیر بداللهی فارسی و مرتضی رضایی‌زاده (1396). «شناسایی شایستگی‌های کارآفرینانه اعضای هیئت علمی دانشگاه‌های دولتی ایران». علوم تربیتی، دوره ششم، ش 1: 151-178.
- شاه حسینی، علی (1388). کارآفرینی. تهران: آبیژ، چ دوم.
- طوسی، محمدعلی (1379). سیاست‌گذاری آموزشی و فرهنگی. تهران: دانشگاه آزاد اسلامی، واحد علوم و تحقیقات.
- نادعلی، فاطمه (1391). «تسویق به کار و تلاش از منظر قرآن و روایات». کوثر، دوره دوازدهم، ش 42: 95-104.
- Audretsch, D.B.; M.C. Keilbach & E.E. Lehmann (2006). **Entrepreneurship and Economic Growth**. Oxford University Press: Oxford.
- Bacigalupo, M.; P. Kampylis, Y. Punie & G. Van den Brande (2016). **Entre Comp: The Entrepreneurship Competence Framework**. Luxembourg: Publication Office of the European Union.
- Bridge S.; K. O'Neill & F. Martin (2003). **Understanding Enterprise, Entrepreneurship and Small Business**. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Deschoolmeester, D. & E. Izquierdo (2010). **What Entrepreneurial Competencies Should be Emphasized in Entrepreneurship and Innovation Education at the Undergraduate Level?**. In: Handbook of Research in Entrepreneurship Education: International Perspectives (3: 194-208). Edward Elgar Publishing Limited.
- Elmuti, D.; G. Khoury & O. Omran (2012). **"Does Entrepreneurship Education have a Role in Developing Entrepreneurial Skills and Ventures Effectiveness?"**. *Journal of Entrepreneurship Education*, 15: 83-98.
- Falkang, J. & F. Alberti (2000). **"The Assessment of Entrepreneurship Education"**. *Industry and Higher Education*, 14 (2): 101-108.
- Gatewood, E.K. et al. (2002). **"The Effects of Perceived Entrepreneurial Ability on Task Effort, Performance, and Expectancy"**. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27 (2): 187-206.
- Gurol, Y. & N. Atsan (2008). **"Entrepreneurial Characteristics amongst University Students: some Insights for Entrepreneurship Education and Training in Turkey"**. *Education+ Training*, 48(1): 25-38.
- Harris, M.L. & S.G. Gibson (2008). **"Examining the Entrepreneurial Attitudes of US Business Students"**. *Education + Training*, 50(7): 568-81.
- Henry, C.; F. Hill & C. Leitch (2005). **"Entrepreneurship Education and Training: Can Entrepreneurship be taught? Part I"**. *Education and Training*, 47: 98-111.
- Hoseini, Sh. M. Abolghasemi, J. Yadollahifarsi & M. Rezaeizadeh (2017). **"Identification of Entrepreneurial Competencies of the Faculty Members of Iran's State Universities"**. *Journal of Education*, 24(1): 151-178.
- Jones, C. & J. English (2004). **"A Contemporary Approach to Entrepreneurship Education"**. *Education and Training*, 46 (8/9): 416-423.

- Kiggundu, M.N. (2002). "Entrepreneurs and Entrepreneurship in Africa: What is known and what needs to be done". *Journal of Developmental Entrepreneurship*, Vol. 7, No. 3: 239-258.
- Kirby, D. (2002). "Entrepreneurship Education: Can Business Schools Meets the Challenge". *Paper Presented at the RENT Conference*. Barcelona: November.
- Kuratko, D.F. (2005). "The Emergence of Entrepreneurship Education: Development, Trends, and Challenges". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29 (5): 577-598.
- Matema, S. Olawale, F. (2014). "The Entrepreneurial Competencies of Non-business University Students in South Africa". *Int J Edu Sci*, 6 (3): 375-381.
- McClelland, D.C. (1961). *The Achieving Society*. Princeton, NJ: D. Van Nostrand Company. Inc.
- Mitra, J. & H. Matlay (2004). "Entrepreneurial and Vocational Education and Training: Lessons from Eastern and Central Europe". *Industry & Higher Education*, 18 (1): 53-69.
- Morris, M.H., J.W. Webb, J. Fu & S. Singhal (2013). "A Competency-Based Perspective on Entrepreneurship Education: Conceptual and Empirical Insights". *Journal of Small Business Management*, 51 (3): 352-369.
- Nadali, F. (2012). "Encouraging to Work and Effort from the Perspective of the Quran and Narrations". *Journal Qurani of Koser*, 12 (42): 95-104.
- Paikhaste, P. A. Alambeigi & S.S. Bathaiy (2017). "Investigate the Competencies Required for Sustainable Entrepreneurship Development in Agricultural Higher Education". *Journal of Agricultural Education Administration Research*, 40(9): 32-43.
- Philpot, A.; R. Devitt, J. Parr & B. Nixon (2002). "Leadership Competency Models: Roadmaps to Success". *Hospital Quarterly*, 6(1): 42-45.
- Rae, D. (2010). "Universities and Enterprise Education: Responding to the Challenges of the New Era". *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 17: 591-606.
- Shahoseini, A. (2009). *Entrepreneurship*. Tehran: Publications Ayij.
- Sony, HP. & S. Iman (2005). "Relationship between Entrepreneurial Learning, Entrepreneurial Competencies and Venture Success: Empirical Study on SMEs". *Int. J. Entrepreneurship and Innovation Management*, 5(5/6): 454-468.
- Surlemont, B. (2007). "Promoting Enterprising: A Strategic Move to Get Schools' Cooperation in the Promotion of Entrepreneurship". In: A. Fayolle (Ed.). *Handbook of Research in Entrepreneurship Education: Contextual perspectives*. Cheltenham, UK: Edward Elgar.
- Thomas, L.; J. Billsberry, V. Ambrosini & H. Barton (2014). "Convergence and Divergence Dynamics in British and French Business Schools: How Will the Pressure for Accreditation Influence These Dynamics?". *British Journal of Management*, 25: 305-19.
- Toosi, M. (2000). *Policy of Educational and Cultural*. Tehran: Science and Research Branch.

- UNESCO (2003). **World Declaration on Higher Education for the 21 st Century: Vision and Action**. <http://www.Cepes.ro/hed/meetng/Gelsenkirchen/pdf>.
- United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) (2016). **Empretec Inspires Entrepreneurs across the World**. Available Access: <http://empretec.in/Empretec-programme-brochure.pdf>.
- Volkmann, C.; K.E. Wilson, S. Mariotti, D. Rabuzzi, S. Vyakarnam & A. Sepulveda (2009). **Educating the Next Wave of Entrepreneurs - Unlocking Entrepreneurial Capabilities to Meet the Global Challenges of the 21st Century**. Geneva: World Economic Forum.

