

Designing Entrepreneurial Competencies Model of Managers in Public (Case Study: Iran Chamber of Commerce, Industries, Institutions Mines and Agriculture)

Mahdi Jafarzadeh 

Department of Business Creation, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran.

jafarzadeh.mahdi@ut.ac.ir

Article Info

Article type:
Research Article

Article history :
Received 03 April 2024
Received in revised form 21
May 2024
Accepted 18 August 2024
Published online 20 September
2024

Keywords:
Competency Model, Corporate
Entrepreneurship,
Entrepreneurial Competencies,
Iran Chamber of Commerce,
Public Institutions.

ABSTRACT

Objective: The main problem of this research is the lack of a suitable framework for identifying and determining the entrepreneurial competencies of managers in Iran's Chamber of Commerce. In fact, since the most important pillar of the corporate entrepreneurship process is to pay attention to the entrepreneurial behavior of employees and develop an entrepreneurial culture, Therefore, the general goal of this research is to design a model of entrepreneurial competencies of managers in the Iran Chamber of Commerce.

Method: The methodology used in this research is based on the proposed model of "Research Onion". **Research Philosophy:** The philosophy of this research is an interpretative philosophy based on the interpretation of the opinions of the main stakeholders of the Iran Chamber of Commerce. **Research approach:** To advance this research, an inductive approach has been used. **Research strategy:** The strategy used in this research is a survey strategy. **Research method:** The method used in the research is the qualitative research method. **Time horizon of the research:** The time horizon of the current research is a cross-sectional study. **Data collection and analysis of the research:** The data collection tool of the current research is to conduct a semi-structured interview of the researcher with 14 of the main stakeholders of the Iran Chamber of Commerce through purposeful sampling until reaching the theoretical saturation stage. Also, based on the content analysis of the data collected from the interviews, first the sub-competencies were coded and finally the competency clusters were classified.

Findings: After analyzing the data and summarizing the extracted concepts, a total of 40 components were obtained, which were placed in 8 competency clusters.

Conclusion: The innovation of this research is to present a practical model in order to identify, evaluate and develop entrepreneurial competencies of managers in non-governmental public institutions.

Cite this article: Jafarzadeh, M.(2024). Designing Entrepreneurial Competencies Model of Managers in Public Institutions (Case Study: Iran Chamber of Commerce, Industries, Mines and Agriculture). *Journal of Entrepreneurship and Innovation Research*, 3(2), 22-42. Doi:<https://doi.org/10.22034/eir.2024.469227.1081>



© The Author(s).

Publisher: Scientific Association of Entrepreneurship & Innovation in IRAN.

طراحی مدل شایستگی های کارآفرینانه مدیران در نهادهای عمومی غیردولتی (مطالعه موردی: اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران)

مهدی جعفرزاده

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

اطلاعات مقاله	چکیده
<p>نوع مقاله: مقاله پژوهشی</p> <p>تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۱/۱۵ تاریخ بازنگری: ۱۴۰۳/۰۳/۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۵/۲۸ تاریخ انتشار: ۱۴۰۳/۰۶/۳۰</p> <p>کلیدواژه‌ها: اتاق بازرگانی ایران، کارآفرینی سازمانی، مدل شایستگی، شایستگی های کارآفرینانه، نهادهای عمومی.</p>	<p>هدف: مسئله اصلی این پژوهش فقدان چارچوبی مناسب برای شناسایی و تعیین شایستگی های کارآفرینانه مدیران در اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران است. برای بسترسازی ورود اتاق بازرگانی ایران به سوی تحقق نسل چهارم اتاق های بازرگانی که در سراسر جهان در حال شکل گیری است، توسعه شایستگی های کارآفرینانه مدیران این نهاد تاثیرگذار اقتصادی از اهمیت به سزایی برخوردار است تا اتاق بازرگانی ایران بتواند از ساختار سنتی قدیمی خود خارج شود و همگام با اتاق های بازرگانی جهان در راستای اتاق های بازرگانی ارزش آفرین نسل چهارم حرکت نماید. بنابراین، هدف کلی این پژوهش، طراحی مدل شایستگی های کارآفرینانه مدیران در اتاق بازرگانی ایران است.</p> <p>روش: روش شناسی مورد استفاده در این پژوهش بر اساس مدل پیشنهادی «پیمای پژوهش» است. بر اساس پیاز دانش، شش لایه این پژوهش به این شرح است: فلسفه این پژوهش، فلسفه تفسیری است که بر اساس تفسیر نظرات ذینفعان اصلی اتاق بازرگانی ایران حاصل شده است. رویکرد پژوهش: برای پیشبرد این پژوهش از رویکرد استقرایی استفاده شده است. راهبرد مورد استفاده در این پژوهش، راهبرد پیمایشی است. روش مورد استفاده پژوهش روش پژوهش کیفی است. افق زمانی پژوهش حاضر از نوع مطالعات مقطعی است. ابزار گردآوری داده های پژوهش حاضر، انجام مصاحبه نیمه ساختاریافته پژوهش گر با ۱۴ نفر از ذینفعان اصلی اتاق بازرگانی ایران از طریق نمونه گیری هدفمند تا رسیدن به مرحله اشباع نظری است. همچنین بر اساس تحلیل محتوای داده های گردآوری شده از مصاحبه ها، ابتدا شایستگی های فرعی کدگذاری و در نهایت خوشه های شایستگی طبقه بندی گردیدند.</p> <p>یافته ها: پس از تحلیل داده ها و تجمیع مفاهیم استخراج شده، در مجموع ۴۰ مولفه به دست آمد که در ۸ خوشه شایستگی جای گرفتند.</p> <p>نتیجه گیری: پس از تحلیل داده ها و تجمیع مفاهیم استخراج شده، در مجموع ۴۰ مولفه به دست آمد که در ۸ خوشه شایستگی جای گرفتند. خوشه های شایستگی شناسایی شده در این پژوهش عبارتند از: شایستگی های ارتباطی، شایستگی های رهبری، شایستگی های تصمیم گیری، شایستگی های تفکر نقادانه، شایستگی های تفکر خلاقانه، شایستگی های تفکر سیستمی، شایستگی های تفکر راهبردی و شایستگی های تفکر طراحی. نوآوری این پژوهش ارائه یک مدل کاربردی در راستای شناسایی، ارزیابی و توسعه شایستگی های کارآفرینانه مدیران در نهادهای عمومی غیردولتی است. نتایج این مطالعه علاوه بر افزایش دانش در حوزه شایستگی های کارآفرینانه مدیران، می تواند در تدوین سیاست های آموزشی و حمایتی در زمینه توسعه شایستگی های کارآفرینانه مدیران در نهادهای عمومی غیردولتی به سیاستگذاران یاری رساند.</p>

استناد: جعفرزاده، مهدی (۱۴۰۳). طراحی مدل شایستگی های کارآفرینانه مدیران در نهادهای عمومی غیردولتی (مطالعه موردی: اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران). پژوهش های کارآفرینی و نوآوری. ۳(۲)، ۲۲-۴۲. Doi: <https://doi.org/10.22034/eir.2024.469227.1081.42-22>

ناشر: انجمن علمی کارآفرینی و نوآوری ایران.

© نویسندگان.



۱. مقدمه

شایستگی‌های کارآفرینانه به‌عنوان «ویژگی‌های اساسی مانند خصوصیات، انگیزه‌ها، دانش ویژه، نقش‌های اجتماعی، مهارت‌ها و خودانگاره‌ای که منجر به ایجاد یک کسب و کار جدید، بقا و رشد آن می‌شود»، تعریف می‌شوند (Hammoda, 2024). شایستگی‌های کارآفرینانه می‌توانند به‌عنوان یکی از عوامل موثر در موفقیت کسب و کارها در پاسخگویی به پویایی‌های محیطی شناخته شوند. برای مثال، شایستگی خلاقیت در کارآفرینان به آنها این قابلیت را می‌دهد که به راحتی با مشکلات پیچیده و چالش‌های جدید مواجه شوند و بهترین راه حل نوآورانه را برای آنها پیدا کنند (Kamuri, 2021). در واقع شایستگی‌های کارآفرینانه اصطلاحی است که به میزان تخصص، مهارت‌ها و نگرش‌های مورد نیاز برای ایجاد، هماهنگی و مدیریت یک کسب و کار تجاری و همه ریسک‌های ناشی از آن اشاره دارد (Novojen & Birnaz, 2019). از کلیدی‌ترین شایستگی‌های کارآفرینانه می‌توان به بهره‌برداری موثر از فرصت‌های کسب و کار اشاره نمود. توجه به توسعه سطح نوآوری و خلاقیت، هوش بازار، استانداردهای مدیریت کیفیت، توسعه محصول، بهینه‌سازی منابع، انعطاف‌پذیری، یادگیری موثر و چابکی از مهمترین عواملی هستند که در راستای شایستگی بهره‌برداری موثر از فرصت‌ها حائز اهمیت است (Yadollahi Farsi et al, 2019). شایستگی‌های کارآفرینانه اساساً به‌عنوان شایستگی‌هایی در نظر گرفته می‌شوند که بیشترین ارتباط را با کنش کارآفرینان موفق دارند. شایستگی‌های کارآفرینانه در اصل این واقعیت را در نظر می‌گیرد که کارآفرینان نه تنها باید با افراد درون سازمان سر و کار داشته باشند، بلکه باید بتوانند به بیرون از سازمان نگاه کنند، اقدامات کنشگرایانه انجام دهند و به طور موثر با دیگران تعامل داشته باشند (Ahmad et al, 2018).

از مهمترین شایستگی‌های کارآفرینانه می‌توان به فرآیند طراحی خدمت در کسب و کار اشاره نمود. کارآفرینان با بهره‌گیری از این شایستگی، می‌توانند از شکست‌های احتمالی دوری کرده و خدمات مفیدتر، کاربردی و دلپذیرتری برای مشتریان ایجاد نمایند (سرتیپی و همکاران، ۱۴۰۲). همچنین رهبری نوآورانه و توسعه فناوریانه از عوامل مهمی هستند که می‌توانند شایستگی‌های کارآفرینانه فعالان حوزه کسب و کارهای نوپا و استارت‌آپ‌های با فناوری پیشرفته را ارتقاء دهند (نفیسی و محمدکاظمی، ۱۴۰۲).

امروزه، کارآفرینان و مدیران کارآفرین کمیاب‌ترین و اساسی‌ترین سرمایه هر جامعه و سازمانی هستند. اکنون توافق علمی وجود دارد که افراد کارآفرین متولد نمی‌شوند، بلکه باید آنها را در این زمینه توانمند نمود و در این راستا شناسایی عوامل و شایستگی‌های اصلی و فرعی کارآفرینان ضروری به نظر می‌رسد (طالبیان و همکاران، ۱۴۰۰). توسعه کشورها و سازمان‌ها به مدیرانی نیاز دارد که توانایی ایجاد تغییرات بزرگ را داشته باشند. یکی از موثرترین راهکارهای رویارویی با چالش‌های کنونی، بهره‌گیری از نیروهای کارآفرین است (مبینی‌دهکردی و همکاران، ۱۳۹۷). با توجه به لزوم افزایش توان رقابتی شرکت‌ها در بازارهای داخلی و خارجی، ضرورت وجود شایستگی‌های کارآفرینانه احساس می‌شود تا از این طریق انجام سریع‌تر فرآیند نوآوری و بهبود عملکرد امکان پذیر باشد و شرکت‌ها قادر باشند به رشد سریع و سودآور دست یافته و توان پاسخگویی و رقابت در بازارهای به سرعت در حال تغییر امروز را داشته باشند. پیچیدگی محیطی، ضرورت پیدایش مدیرانی با قابلیت‌ها و شایستگی‌هایی ویژه را ایجاد می‌کند که مهمترین آنها شایستگی‌های کارآفرینانه است. قابلیت‌های کارآفرینانه شامل کلیه دانش‌ها، مهارت‌ها و شایستگی‌هایی است که افراد را در تشخیص فرصت، راه‌اندازی و مدیریت کسب و کار کمک می‌کند. بسیاری از کارآفرینان به دلیل داشتن دانش و تجربه پیشین در یک زمینه خاص و مشخص، فرصت‌های جدید کارآفرینانه را تشخیص می‌دهند (قلیچ‌لی و مکانی، ۱۳۹۵).

روند کلی در سازمان‌های ایرانی، تایید می‌کند که وضعیت حاکم در این سازمان‌ها، سنتی و غیرکارآفرینانه است و به نظر می‌رسد یکی از مهمترین دلایل ناکارآمدی سازمان‌های دولتی کشور، ناشی از فقدان نوآوری و کارآفرینی سازمانی است (علی‌سرابی و همکاران، ۱۳۹۱). باتوجه به توضیحات ارائه شده، مسئله اصلی این پژوهش، فقدان چارچوبی مناسب برای شناسایی و تعیین شایستگی‌های کارآفرینانه سرمایه‌های انسانی در نهادهای عمومی غیردولتی است. نتایج حاصل از انجام ممیزی کارآفرینی سازمانی (صفرپور، ۱۳۹۵) در اتاق بازرگانی، صنایع، معادن و کشاورزی ایران که یک نهاد عمومی غیردولتی با قدمتی حدود ۱۴۰ سال است بیانگر این موضوع است که این سازمان از فقدان کارآفرینی سازمانی رنج می‌برد و می‌توان اذعان داشت برای بسترسازی ورود اتاق بازرگانی ایران به سوی تحقق نسل چهارم اتاق‌های بازرگانی که در سراسر جهان در حال شکل‌گیری است، توسعه شایستگی‌های کارآفرینانه منابع انسانی آن از اهمیت به سزایی برخوردار است تا اتاق بازرگانی ایران بتواند از ساختار سنتی قدیمی خود خارج شود و همگام با اتاق‌های بازرگانی جهان در راستای اتاق‌های بازرگانی ارزش‌آفرین نسل چهارم حرکت نماید. در واقع از آنجایی که مهمترین رکن فرآیند کارآفرینی سازمانی، کارکنان آن سازمان هستند، یکی از نیازهای مبرم برای به فعلیت رساندن این قابلیت‌ها در اتاق بازرگانی ایران، توجه به رفتار کارآفرینانه کارکنان و توسعه فرهنگ کارآفرینی است. برای تحقق حداکثری توسعه شایستگی‌های کارآفرینانه کارکنان و موفقیت اتاق بازرگانی ایران در حوزه کارآفرینی سازمانی، برخورداری از چارچوب شایستگی‌های سرمایه‌های انسانی کارآفرین امری اجتناب‌ناپذیر و حیاتی است. بنابراین، هدف کلی پژوهش، طراحی مدل شایستگی‌های کارآفرینانه در اتاق بازرگانی ایران است.

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

مفهوم شایستگی سابقه بسیار طولانی دارد و بررسی منابع موجود در مفاهیم شایستگی، نشان می‌دهد هر یک از اندیشمندان از دریچه‌ای خاص به تبیین و تشریح آن پرداخته‌اند. ریشه مفهوم شایستگی در حوزه منابع انسانی به نظریه‌های رابرت کاتز در دهه ۱۹۵۰ برمی‌گردد و او سهم مهمی در پایه‌گذاری مفهوم شایستگی دارد. اگرچه او از عبارت شایسته یا شایستگی استفاده نکرده، اما چارچوبی برای تشخیص عملکرد موثر مدیران بر مبنای مهارت‌ها پیشنهاد کرده است. به زعم وی، مهارت به عنوان یک توانایی است که می‌تواند توسعه داده شود و ذاتی نیست و در عملکرد آشکار می‌شود و صرفاً بالقوه نمی‌باشد، تعریف شده است. رابرت کاتز مهارت‌ها را به سه دسته مهارت‌های فنی، انسانی و ادراکی تقسیم‌بندی نموده است (Bharwani & Talib, 2017). رابرت وایت در سال ۱۹۵۱ و بعدها ریچارد بویاتزیس، ساین اسپنسر و دیوید ال ریچ به طور قابل ملاحظه‌ای مفهوم شایستگی را برای بقای سازمان و نگهداری مزیت رقابتی توسعه دادند. می‌توان دیوید مک کلند را پیشگام استفاده عمومی از مفهوم شایستگی در ادبیات مدیریت و سازمان نامید. شایستگی یا خصوصیات فردی برای اولین بار در اوایل دهه ۱۹۷۰ میلادی به وسیله او مطرح گردید و در قالب گزاره‌های قابل توجهی از عملکرد و موفقیت کارمند شناخته شده است. وی شایستگی را ابزاری تعریف می‌کند که می‌توان به وسیله آن فرد دارای عملکرد بالا را از افراد دیگر که عملکرد آنها در حد متوسط است، تشخیص داد (عبدالعلی و همکاران، ۱۴۰۱).

پژوهش سکیب و همکاران (۲۰۲۲) با هدف بررسی تاثیر شایستگی‌های کارآفرینانه بر عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط در بنگلادش از ۱۱۵ کارآفرین انجام گردید. شش شایستگی کارآفرینانه مورد سنجش در این پژوهش عبارتند از: شایستگی‌های ارتباطی، شایستگی‌های سازماندهی و رهبری، شایستگی‌های یادگیری، شایستگی‌های تشخیص فرصت، شایستگی‌های تفکر راهبردی، شایستگی‌های تعهد (Sakib et al., 2022). پژوهش اوا کیندت و هرمان باثرت (۲۰۱۵) با هدف بررسی رابطه بین شایستگی‌های کارآفرینی و عملکرد کسب و کارهای کارآفرینانه و طی دو مرحله انجام شد: الف) ارزیابی کیفی روان‌سنجی یک پرسشنامه طراحی شده برای سنجش شایستگی‌های کارآفرینی؛ ب) پیش‌بینی اینکه کدام شایستگی‌ها از میان ۱۲ شایستگی کارآفرینی سه تا پنج سال پس از تکمیل پرسشنامه برای کارآفرینان مشتاق اولویت دارند. ۱۲ شایستگی معرفی شده در این پژوهش

عبارتند از: پشتکار، خودشناسی، توجه به یادگیری، آگاهی از بازده سرمایه‌گذاری بالقوه، قاطعیت، برنامه‌ریزی برای آینده، استقلال کاری، شبکه‌سازی، متقاعدسازی، دیدن فرصت‌ها، بینش نسبت به بازار، رفتار آگاهانه اجتماعی و محیطی. نتایج بررسی و تحلیل ۳۲۳۹ نفر از کارآفرینان منطقه فلاندر کشور بلژیک در بخش‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات، هتلداری، خودرو، ساختمان، امور گرافیکی، کشاورزی، هنرهای نمایشی، فروش، حمل و نقل و خدمات نظافت نشان داد که شایستگی پشتکار و شایستگی بینش نسبت به بازار از الزامات اصلی موفقیت در کسب و کارهای کارآفرینانه هستند و نسبت به سایر شایستگی‌های کارآفرینی از اهمیت بیشتری برخوردارند (Kyndt & Baert, 2015). پژوهش میچلمور و رولی (۲۰۱۳) با هدف بررسی تاثیر شایستگی‌های کارآفرینان زن بر عملکرد و رشد شرکت‌های کارآفرین انگلستان و ولز اجرا گردید. در این پژوهش چهار خوشه اصلی شایستگی‌های کارآفرینانه شناسایی شدند: مهارت‌های فردی و ادراکی، مهارت‌های تجاری و مدیریتی، مهارت‌های کارآفرینی، مهارت‌های روابط انسانی (Mitchelmore & Rowlely, 2015). پژوهش مان و همکاران (۲۰۰۸) با هدف بررسی ارتباط میان ویژگی‌های کارآفرینان و عملکرد کسب و کارهای کارآفرینانه صورت پذیرفت. نتایج بررسی از ۱۵۳ مالک/مدیر کسب و کارهای کوچک و متوسط در بخش خدمات کشور هنگ کنگ نشان داد پنج شایستگی تشخیص فرصت، مهارت ارتباطی، مهارت توسعه نوآوری، مهارت انسانی و تفکر راهبردی بر عملکرد بلندمدت شرکت‌ها تاثیرگذار هستند (Man et al., 2008). نور هازلینا احمد (۲۰۰۷) در پژوهش خود در خصوص درک ارتباط میان شایستگی‌های کارآفرینانه با موفقیت تجاری کسب و کارهای کوچک و متوسط بخش‌های تولید و خدمات در استرالیا و مالزی نشان داد که شایستگی‌های کارآفرینانه مورد نیاز برای موفقیت کسب و کارها شامل ۱۲ خوشه اصلی شایستگی است که عبارتند از: شایستگی‌های راهبردی، شایستگی‌های تعهدی، شایستگی‌های ادراکی، شایستگی‌های فرصت محور، شایستگی‌های سازماندهی و رهبری، شایستگی‌های ارتباطی، شایستگی‌های یادگیری، شایستگی‌های شخصی، شایستگی‌های فنی، شایستگی‌های اخلاقی، شایستگی‌های مسئولیت اجتماعی و شایستگی‌های حمایت و همکاری (Ahmad, 2007). پژوهش توماس وینگ یان مان (۲۰۰۱) تاثیر شایستگی‌های کارآفرینانه بر عملکرد ۱۹ شرکت کارآفرینانه در بخش خدمات کشور هنگ کنگ را نشان می‌دهد که بر اساس آن مدلی برای شایستگی‌های کارآفرینانه توسعه یافته است. هفت حوزه شایستگی کارآفرینانه شناسایی شده در این پژوهش که بر عملکرد بلند مدت کسب و کارهای کارآفرینانه تاثیرگذار هستند، عبارتند از: تشخیص فرصت، مهارت ارتباطی، مهارت ادراکی، مهارت سازماندهی، تفکر راهبردی، تعهد، مهارت یادگیری، قدرت شخصی (Man, 2001). پژوهش جورجلیس و همکاران (۲۰۰۰) با تحلیل شاخص‌های عملکردی ۳۰۰ کسب و کار کارآفرینانه حوزه‌های تولیدی و خدماتی که در مرکز لندن به فعالیت می‌پردازند به بررسی تاثیر رفتار کارآفرینانه بر عملکرد تجاری آنها پرداخته است. شایستگی‌های کارآفرینانه شناسایی شده در این پژوهش عبارتند از: ظرفیت برنامه‌ریزی آینده و ظرفیت نوآوری (Georgellis et al., 2000). چندلر و جانسن (۱۹۹۲) پنج حوزه شایستگی‌های کارآفرینانه که تاثیر زیادی در موفقیت کسب و کارها دارند را معرفی نموده‌اند. شایستگی‌های کارآفرینانه شناسایی شده در این پژوهش بر اساس تحلیل عملکرد فردی و سازمانی ۱۳۴ کارآفرین موفق در حوزه‌های تولیدی و خدماتی در ایالت یوتای آمریکا عبارتند از: مهارت تشخیص فرصت، مهارت سیاسی، مهارت جذب سرمایه، مهارت انسانی/ ادراکی و مهارت فنی/ عملکردی (Chandler & Jansen, 1992).

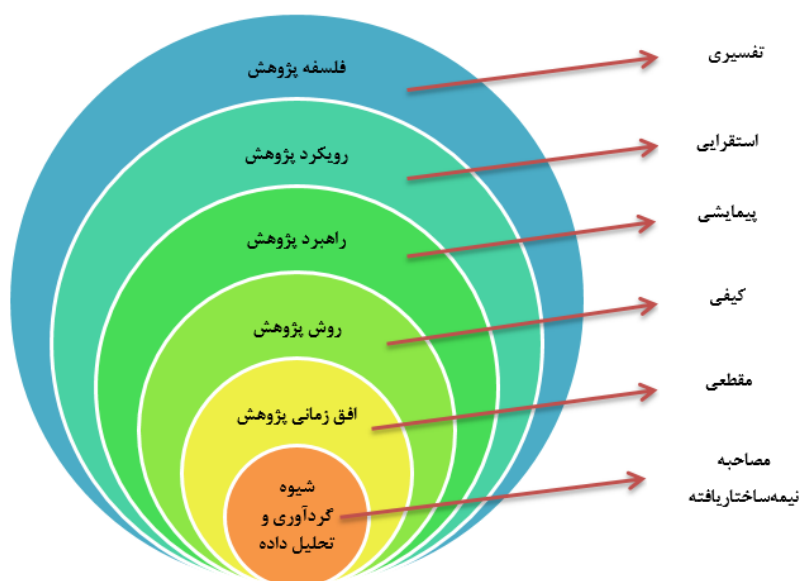
پژوهش یعقوبی فرانی و همکاران (۱۴۰۲) با هدف ارزیابی و تبیین شایستگی‌های کارآفرینانه زنان تسهیلگر روستایی در سه استان همدان، قم و مرکزی، شایستگی‌های کارآفرینانه آنها را به سه دسته شایستگی‌های اخلاقی، شایستگی‌های شخصی و شایستگی‌های فنی دسته‌بندی نموده است. نتایج این پژوهش مشخص نمود میزان برخورداری زنان تسهیلگر از تمامی مولفه‌های مرتبط با شایستگی‌های کارآفرینانه در حد متوسط تا زیاد بوده و میانگین رتبه‌ای حاصل از میزان شایستگی کل نیز بالاتر از حد متوسط ارزیابی گردید. قنبری و همکاران (۱۴۰۱) به منظور ارائه الگوی شایستگی مدیران کارآفرین رسانه‌های دولتی ایران، سه دسته اصلی شایستگی‌های شغلی، سازمانی و فردی را معرفی نموده‌اند. شایستگی‌های فردی ذکر شده در این پژوهش شامل هوشمندی مدیریتی، مهارت‌های ارتباطی، ارزش‌مداری و شخصیت کارآفرینانه هستند. شایستگی‌های شغلی بیان شده در این پژوهش شامل مهارت مدیریت و رهبری و آگاهی شغلی می‌باشند. شایستگی‌های سازمانی اظهار شده در این پژوهش شامل توجه به فرهنگ و رفتار سازمانی، مدیریت راهبردی و برخورداری از دانش مدیریت منابع هستند. پژوهش روحی و همکاران (۱۴۰۱) در تبیین مدل کارآفرینی پایدار مبتنی بر شایستگی‌های کارآفرینانه در کسب و کارهای بیمه‌ای کشور، پنج مولفه موثر را شناسایی نموده است که عبارتند از: حوزه فنی؛ مولفه دانش، حوزه مدیریتی؛ مولفه مدیریت، حوزه مدیریتی؛ مولفه رهبری، حوزه فردی؛ مولفه

ویژگی‌های شخصیتی و در نهایت حوزه فردی؛ مولفه ویژگی‌های روانشناختی کارآفرینی. پژوهش طالبیان و همکاران (۱۴۰۰) شایستگی‌های کارآفرینان حوزه کسب و کارهای بین‌المللی کشور را در هفت مولفه اصلی شایستگی‌های راهبردی، فرصت محور، ارتباطی، بین فرهنگی، فردی، تخصصی و مدیریتی دسته‌بندی نموده است.

مبینی‌دهکردی و همکاران (۱۳۹۷) با هدف توسعه عملکرد و ارتقاء کارایی و اثربخشی مدیران ارشد کشور، شایستگی‌های کارآفرینانه ۲۳۷ نفر از مدیران ارشد را از طریق سنجش ۱۵ شاخص مختلف ارزیابی نمودند. شاخص‌های مورد سنجش برای ارزیابی شایستگی‌های کارآفرینانه در این پژوهش عبارتند از: ایجاد مدل کسب و کار تحول‌آفرین، مدیریت راهبردی، مدیریت نوآوری، شناسایی و ارزیابی فرصت، اجرایی‌سازی ایده، ریسک‌پذیری، مدیریت فناوری، تیم‌سازی، رهبری راهبردی کارآفرینانه، شبکه‌سازی، مدیریت مالی، مدیریت دانش، مدیریت رشد، مدیریت فرهنگ سازمانی، انعطاف‌پذیری. علی‌آبادی و همکاران (۱۳۹۵) با تحلیل عملکرد ۱۲۵ نفر از کارآفرینان زن روستایی استان کرمانشاه در مشاغل پرورابندی، مرغداری، صنایع تبدیلی (ترشی‌سازی و رب‌گیری)، قالی‌بافی، گلیم‌بافی، کاشت گیاهان دارویی، بسته‌بندی و کشت و صنعت به بررسی زمینه‌ها و شایستگی‌های مناسب برای ظهور فعالیت‌های کارآفرینانه روستایی پرداخته‌اند و الگوی مفهومی شایستگی‌های مورد نیاز زنان کارآفرین روستایی را ارائه نموده‌اند. شش مولفه اصلی (خوشه) شایستگی‌های کارآفرینانه شناسایی شده در این پژوهش عبارتند از: شایستگی‌های تعهدی، راهبردی، سازماندهی، ذهنی، ارتباطی، فرصت‌جویانه. بر اساس یافته‌های پژوهش، شایستگی‌های تعهدی دارای رتبه اول، شایستگی‌های راهبردی دارای رتبه دوم، شایستگی‌های سازماندهی دارای اولویت سوم، شایستگی‌های فرصت‌جویانه دارای اولویت چهارم، شایستگی‌های ارتباطی دارای اولویت پنجم و شایستگی‌های ذهنی در اولویت ششم قرار دارند. قربانی و وحدانی (۱۳۹۵) با هدف طراحی الگوی شایستگی‌های کارآفرینان در صنعت ورزش ایران، ابعاد پنجگانه شایستگی‌های عمومی کارآفرینانه را شناسایی کرده‌اند که این شایستگی‌ها به ترتیب اولویت عبارتند از: شایستگی‌های فردی، شایستگی‌های علمی و آکادمیک، شایستگی‌های شغلی و حرفه‌ای، شایستگی‌های مربوط به علم و اصول کارآفرینی در ورزش، شایستگی‌های متمرکز بر صنعت ورزش. پژوهش راسخی و همکاران (۱۳۹۴) در خصوص ارزیابی میزان شایستگی‌های کارآفرینان روستایی با تحلیل رفتارهای کارآفرینانه ۱۱۰ نفر از کارآفرینان روستایی کرمانشاه در حوزه گردشگری، صنایع دستی، مشاغل خانگی، صنایع تبدیلی و تکمیلی و کشاورزی انجام گردید. ۹ طبقه از شایستگی‌های کارآفرینانه مورد سنجش در این پژوهش عبارتند از: شایستگی‌های راهبردی، تعهد، مفهومی، فرصت، رهبری و سازماندهی، روابط، یادگیری، شخصی، فنی. نتایج بررسی میزان شایستگی‌های کارآفرینان نشان داد که میزان شایستگی کارآفرینانه اکثریت مردان در حد متوسط و برای اغلب زنان در حد پایین‌تر از متوسط و کم است. زنان کارآفرین در مقایسه با مردان دارای میانگین کمتری در هر ۹ بُعد شایستگی‌های کارآفرینانه بودند و وضعیت مطلوبی نداشتند.

۳. روش‌شناسی

روش‌شناسی مورد استفاده در این پژوهش بر اساس مدل پیشنهادی «پیمایش پژوهش» ساندرز و همکاران (۲۰۰۹) است. پیمایش پژوهش یک مدل شش لایه است که فلسفه، رویکرد، راهبرد، روش، افق زمانی و شیوه گردآوری و تحلیل داده‌های پژوهش را مشخص می‌کند. در پیمایش پژوهش، یک پژوهش از لایه‌های مختلفی تشکیل شده است که در آن هر لایه متاثر از لایه‌های بالاتر خود است. این لایه‌ها که به ترتیب اهمیت نیز جانمایی شده‌اند عبارتند از: لایه اول: فلسفه‌های پژوهش، لایه دوم: رویکردهای پژوهش، لایه سوم: راهبردهای پژوهش، لایه چهارم: روش‌های پژوهش، لایه پنجم: افق زمانی پژوهش و لایه ششم: شیوه گردآوری و تحلیل داده‌های پژوهش (Saunders et al., 2009).



شکل ۱. پیاز پژوهش

فلسفه پژوهش: فلسفه این پژوهش، فلسفه تفسیری است که بر اساس تفسیر نظرات ذینفعان اصلی اتاق بازرگانی ایران حاصل شده است. تفسیرگرایان اعتقاد دارند برای شناخت پدیده‌های اجتماعی باید مفاهیم ذهنی و عوامل موثر بر رفتار انسان‌ها را مطالعه کرد. فلسفه تفسیرگرایی بر این عقیده استوار است که مفاهیم ذهنی نقش مهمی در کنش‌های اجتماعی ایفا می‌کنند. هدف از این فلسفه آشکارسازی تفاسیر و معانی است. در دیدگاه تفسیرگرایی، هدف اصلی تعمیم‌پذیری نتایج حاصل از مطالعات و پژوهش‌ها نیست و در مقایسه با رویکرد اثبات‌گرایی، تعمیم‌دهی یافته‌ها اهمیت کمتری دارد. تفسیرگرایان اعتقاد دارند برای شناخت پدیده‌های اجتماعی باید مفاهیم ذهنی و عوامل موثر بر رفتار انسان‌ها را مطالعه کرد.

رویکرد پژوهش: همانگونه که در فلسفه پژوهش بیان شد پژوهش‌گر با بهره‌مندی از دیدگاه ذینفعان اصلی اتاق بازرگانی ایران به دنبال ارائه یک مدل کاربردی در راستای شناسایی، ارزیابی و توسعه شایستگی‌های کارآفرینانه مدیران در اتاق بازرگانی ایران است، لذا از رویکرد استقرایی برای پیشبرد این پژوهش استفاده شده است.

راهبرد پژوهش: با توجه به اینکه پژوهش‌گر به دنبال دریافت نگرش ذینفعان اصلی اتاق بازرگانی ایران در زمینه شایستگی‌های کارآفرینانه مدیران است و داده‌های نهایی پژوهش با استفاده تحلیل محتوای داده‌ها گردآوری شده مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند، لذا راهبرد مورد استفاده در پژوهش، راهبرد پیمایشی است.

روش پژوهش: انجام مصاحبه نیمه ساختاریافته پژوهش‌گر با ذینفعان اصلی اتاق بازرگانی ایران تا رسیدن به مرحله اشباع نظری ادامه یافت. سوالات مصاحبه با بررسی پیشینه نظری و پژوهشی مرتبط با موضوع پژوهش از بین مقالات داخلی و خارجی طراحی گردیده بود. مصاحبه تا رسیدن به مرحله اشباع نظری صورت پذیرفت و داده‌های لازم در این زمینه به دست آمد. با توجه به اینکه بر اساس تحلیل محتوای داده‌های گردآوری شده، مولفه‌ها یا شایستگی‌های فرعی کدگذاری شدند و در نهایت، خوشه‌های شایستگی طبقه‌بندی گردیدند، لذا روش پژوهش مورد استفاده روش پژوهش کیفی است.

افق زمانی پژوهش: با توجه به اینکه انجام مصاحبه‌ها طی بهار سال ۱۴۰۳ صورت پذیرفته شده است، لذا افق زمانی پژوهش حاضر از نوع مطالعات مقطعی است.

شیوه گردآوری و تحلیل داده‌های پژوهش: ابزار گردآوری داده‌های پژوهش انجام مصاحبه نیمه ساختاریافته پژوهش‌گر با ذینفعان اصلی اتاق بازرگانی ایران تا رسیدن به مرحله اشباع نظری است. همچنین بر اساس تحلیل محتوای داده‌های گردآوری شده از مصاحبه‌ها، ابتدا شایستگی‌های فرعی کدگذاری و در نهایت خوشه‌های شایستگی طبقه‌بندی گردیدند.

جدول ۱. مشخصات مصاحبه شوندهگان

ردیف	ذینفع مورد مصاحبه	جنسیت	تحصیلات
۱	عضو هیئت رئیسه اتاق بازرگانی ایران	مرد	دکتری
۲	عضو هیئت رئیسه اتاق بازرگانی ایران	مرد	کارشناسی ارشد
۳	عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی ایران	مرد	دکتری
۴	عضو هیئت نمایندگان اتاق بازرگانی ایران	زن	دکتری
۵	نماینده مجلس شورای اسلامی	مرد	دکتری
۶	مدیر ارشد وزارت صمت	مرد	دکتری
۷	مدیر ارشد وزارت امور اقتصادی و دارایی	مرد	دکتری
۸	مدیر ارشد وزارت جهاد کشاورزی	مرد	دکتری
۹	مشاور اتاق بازرگانی ایران	زن	دکتری
۱۰	مشاور اتاق بازرگانی ایران	مرد	دکتری
۱	مدیر ارشد اتاق بازرگانی ایران	مرد	دکتری
۲	مدیر ارشد اتاق بازرگانی ایران	زن	دکتری
۳	کارشناس ارشد اتاق بازرگانی ایران	مرد	کارشناسی ارشد
۴	کارشناس ارشد اتاق بازرگانی ایران	زن	کارشناسی ارشد

جدول ۲. ابعاد اصلی شایستگی‌های کارآفرینانه و مولفه‌های آن

موفه‌ها	خوشه شایستگی
کار تیمی، شبکه‌سازی، همدلی، به اشتراک‌گذاری دانش و تجربه، توانایی مذاکره	شایستگی‌های ارتباطی
آینده‌نگری، نفوذ آرمانی، الهام‌بخشی، ترغیب ذهنی، حمایت‌گری	شایستگی‌های رهبری
درک پیامدهای مختلف تصمیمات، بهره‌گیری از شهود، نتیجه‌گرایی، یادگیری و کسب تجربه، محدودیت زمانی	شایستگی‌های تصمیم‌گیری
پرسش‌گری و استدلال‌ورزی، شکستن چارچوب‌های فکری و مدل‌های ذهنی مرسوم، توانایی باز کردن افق‌های جدید پیش رو، اتخاذ رویکرد علمی، تحلیل مبتنی بر اطلاعات	شایستگی‌های تفکر نقادانه
خلق ایده‌های بدیع، خلق ایده‌های فراوان و متنوع، انعطاف‌پذیری شناختی بالا، داشتن نگاهی موشکافانه، نگرش زیبایی‌شناختی	شایستگی‌های تفکر خلاقانه
دید کل‌نگر، درک یکپارچگی عوامل، درک روابط متقابل و شناخت الگوها، بکارگیری رویکرد تکرار چرخه یادگیری، تفکر پویا	شایستگی‌های تفکر سیستمی
دوراندیشی و تمرکز بلندمدت، دارای ذهنیت رشد، تمایل به ریسک کردن، تشویق به تغییر، استفاده از داده‌های نرم و سخت	شایستگی‌های تفکر راهبردی
فهم عمیق چالش و کشف نیازهای واقعی، یادگیری از شکست‌ها و تجربیات، حل معنادار مسائل، خلق فرصت‌های جدید، تمرکز بر توسعه همزمان گونه‌های مختلف نوآوری	شایستگی‌های تفکر طراحی

۴. یافته‌ها

تبیین شایستگی‌های کارآفرینانه

در ادامه هر یک از ابعاد شایستگی‌های کارآفرینانه تبیین شده‌اند:

شایستگی‌های ارتباطی

پنج مولفه شناسایی شده برای شایستگی‌های ارتباطی در این پژوهش عبارتند از: کار تیمی، شبکه‌سازی، همدلی، به اشتراک‌گذاری دانش و تجربه، توانایی مذاکره. به عقیده کیونگو (۲۰۱۶) در سازمان افرادی به لحاظ اجتماعی شایسته تلقی می‌شوند که بتوانند ارتباطات خوبی برقرار کرده، تیم‌سازی کرده و شبکه‌های ارتباطی خود را گسترش دهند، اعمال نفوذ کنند و روابط معناداری با دیگران برقرار نمایند (Kyongo, 2016). سینگ (۲۰۱۴) نیز معتقد است مدیران و کارکنان با شایستگی‌های ارتباطی بین فردی بالا می‌توانند با طیف وسیعی از افراد کار کنند، تعارضات را مدیریت و درباره اختلافات مذاکره نمایند، درخواست‌های اثربخش داشته باشند، اطلاعات را به طور عینی دریافت کنند، نظرات دیگران را پذیرفته و نظرات خود را درباره فعالیت‌های اساسی در روند حل مساله بیان کنند (Singh, 2014). همچنین دامغانیان و همکاران (۱۳۹۷) در راستای توسعه ارتباطات بین فردی سازمانی به مدیران و کارکنان در سازمان‌ها پیه‌شنهاد می‌کنند همکاران خود را باور داشته و آنها را تشویق کنند؛ تجربیات خود را تقسیم نمایند؛ در ارتباطات خود با دیگران فضایی مبتنی بر تساوی ایجاد نموده و بر نقاط مشترک یکدیگر تاکید بیشتری نمایند و یک فضای حمایت‌گرانه را شکل دهند. به زعم آنها مدیران و کارکنان در سازمان‌ها به منظور تقویت همدلی شایسته است از ارزیابی و قضاوت رفتار دیگران بپرهیزند؛ احساسات همکاران و ارباب رجوع خود را درک نمایند و بکوشند آنچه دیگری بر اساس نگرش و توانایی خود تجربه کرده است خود نیز تجربه کنند؛ با درک احساسات طرف مقابل به او بفهمانند که برایش احترام قائل هستند و از دریچه نگاه آنان به موضوعات نگاه می‌کنند.

شایستگی‌های رهبری

پنج مولفه شناسایی شده برای شایستگی‌های رهبری در این پژوهش عبارتند از: آینده‌نگری، نفوذ آرمانی، الهام‌بخشی، ترغیب ذهنی، حمایت‌گری. امامی‌میبدی و همکاران (۱۳۹۸) معتقدند مولفه‌های مرتبط با بُعد شایستگی نگرش برای رهبران دانشگاه‌های دولتی در شهر تهران عبارتند از: نگاه مثبت به تغییر، جامع‌نگری، انتقادپذیری، آینده‌نگری، دیدکلان و بلندمدت. پژوهش اسدی و همکاران (۱۳۹۵) که به بررسی تاثیر رهبری تحول‌آفرین بر ارتقای توانمندسازی روان‌شناختی کارکنان وزارت صنعت، معدن و تجارت و سازمان‌های تابعه آن در شهر تهران پرداخته است، مبین این موضوع مهم است که چهار مولفه نفوذ آرمانی (نفوذ کاریزماتیک)، انگیزش الهام‌بخش (الهام‌بخشی و شورآفرینی)، ترغیب ذهنی (تشویق به رویکردهای ابتکار) و ملاحظه‌فردی (حمایت‌گری) بر توانمندسازی روان‌شناختی کارکنان تاثیر مستقیم دارد. همچنین پژوهش امینی‌پویا و سلامی (۱۳۹۶) که با هدف بررسی رابطه رهبری تحول‌آفرین و بهره‌وری نیروی انسانی با رویکرد تداوم حیات شرکت‌های پیمانکار عمرانی و انبوه‌سازان فعال در استان آذربایجان شرقی صورت پذیرفته است، نشان می‌دهد چهار مولفه رهبری تحول‌آفرین یعنی نفوذ آرمانی، انگیزش الهام‌بخش، ترغیب ذهنی و ملاحظه‌فردی رابطه مستقیم، مثبت و قوی با بهره‌وری منابع انسانی با رویکرد تداوم حیات سازمانی دارند. به عبارت دیگر نتایج حاصله از تجزیه و تحلیل داده‌های این پژوهش بیانگر این مطلب است که بدون رهبری تحول‌آفرین و اعمال آن، تداوم حیات سازمان‌ها با تردید جدی مواجه است و امکان پرورش مدیران آینده برای سازمان‌ها میسر نخواهد بود. پژوهش شائمی‌برزکی و محمدی (۱۳۹۳) که با هدف بررسی تاثیر رهبری تحول‌گرا با نقش میانجی کارآفرینی سازمانی بر بهره‌وری کارکنان شهرداری اصفهان انجام شده است نشان‌دهنده این موضوع است که رهبری تحولی و کارآفرینی سازمانی می‌تواند عواملی موثر در جهت بهبود بهره‌وری کارکنان باشند. به عبارت دیگر رهبری تحول‌گرا، نوعی کارآفرینی در سازمان ایجاد می‌کند که در آن، منافع کارکنان مد نظر قرار می‌گیرد و کارکنان نیز در مقابل، منافع سازمان را تضمین می‌کنند. بر اساس این پژوهش در واقع سازمان‌ها باید چهار مولفه سبک رهبری تحولی یعنی نفوذ آرمانی، انگیزش الهام‌بخش، ترغیب ذهنی و ملاحظه‌فردی را در مدیران خود تقویت کنند؛ زیرا این رهبران بانیان تغییر و تحول هستند، باعث ایجاد خلاقیت و نوآوری و ایجاد رفتارهای کارآفرینانه در سازمان و در نتیجه افزایش عملکرد سازمانی می‌شوند. بنا بر نتایج این پژوهش به نظر می‌رسد گرایش هرچه بیشتر به مولفه‌های رهبری تحولی و کارآفرینی سازمانی و بهبود آنها، می‌تواند دستاوردهای مثبت را برای بهره‌وری به‌همراه داشته باشد.

شایستگی‌های تصمیم‌گیری

پنج مولفه شناسایی شده برای شایستگی‌های تصمیم‌گیری در این پژوهش عبارتند از: درک پیامدهای مختلف تصمیمات، بهره‌گیری از شهود، نتیجه‌گرایی، یادگیری و کسب تجربه، محدودیت زمانی. اغلب مدیران تصمیم‌گیری را رخدادی انفرادی می‌پندارند که در یک لحظه مشخصی از زمان به وقوع می‌پیوندد، اما در حقیقت تصمیم‌گیری فرآیندی آمیخته با بازی‌های قدرت، سیاست‌ها، اختلافات شخصی و تاریخچه سازمانی است و مدیرانی که قدرت تشخیص این موضوع را دارند، تصمیماتی به مراتب بهتر از رهبرانی می‌گیرند که تصمیم‌گیری را فقط در کنترل خودشان می‌دانند (صادقی و کاظمی، ۱۳۹۴). تصمیم‌گیری پایه و اساس تمام وظایف مدیران در سازمان است زیرا تصمیم‌گیری در تمام وظایف مدیران وجود دارد و باید توجه داشت که تصمیم‌گیری برای مدیران کاری دشوار است. زیرا آنها باید تمامی گزینه‌ها را ارزیابی کرده و این ریسک را بپذیرند که امکان دارد در آینده با نتایج متفاوتی روبرو شوند. به عبارت دیگر شناسایی تمامی راه‌کارهای ممکن، ارزیابی نتایج هر راهکار از تمامی جنبه‌های مختلف و در نهایت انتخاب راهکار بهینه و مطلوب در هنگام مواجهه با شرایط تصمیم‌گیری از مهمترین اقدامات مدیران محسوب می‌شود (کرمی و همکاران، ۱۳۹۹). تصمیم‌گیری شهودی، فرآیندی ناخودآگاه است که در سایه تجربه‌های استنتاج شده به دست می‌آید. در این شیوه تصمیم‌گیری فرد تصمیم‌گیرنده منطق روشنی در رابطه با درست بودن تصمیم خود ندارد، بلکه با تکیه بر بینش و فراست درونی خود آن چیزی را که فکر می‌کند درست است انجام می‌دهد. افرادی که از سبک تصمیم‌گیری شهودی برخوردارند کاملاً تجزیه و تحلیل بخردانه مسئله را رد نمی‌کنند، بلکه معتقدند در برخی شرایط نظیر هنگام مواجهه با یک بحران، در شرایط عدم اطمینان و زمانی که با حجم عظیمی از اطلاعات پردازش نشده مواجه می‌شوند و در شرایطی که به علت ماهیت پیچیده مسئله و بحرانی بودن شرایط امکان جمع‌آوری تمامی اطلاعات موجود پیرامون موضوع تصمیم‌گیری و بررسی دقیق و سیستماتیک این اطلاعات وجود ندارد، شهود و فراست درونی به کمک افراد آمده و در انتخاب تصمیم مناسب می‌تواند نقش مهمی را ایفا کند (زرندی و عزتی‌جوان، ۱۳۹۴). محمدی و همکاران (۱۴۰۰) که به ارائه مدل شهود کارآفرینی سازمانی در بانک ملی ایران از دیدگاه جامعه‌شناسی سازمانی مبادرت ورزیده‌اند، معتقدند اگر کارآفرینان درک کنند که متکی بر شهود هستند، یافته‌های آنها می‌تواند موفقیت‌آمیز باشد، به طوری که اعتماد به شهود می‌تواند پایه‌ای بر تصمیمات مخاطره‌ای باشد. افزایش شهود کارآفرینانه می‌تواند پاسخگویی سریع و مناسب به نیازهای مشتریان را در پی داشته باشد و سازمان را به بهره‌برداری از فرصت‌های محیطی سوق دهد. طیبی و همکاران (۱۳۸۸) معتقدند مولفه نتیجه‌گرایی دربرگیرنده تعیین اهداف و اولویت‌هایی است که استفاده از منابع در دسترس را در راستای دستیابی به نتایج پایدار و در تعامل با اهداف سازمانی و توقعات عمومی به حداکثر می‌رساند. به زعم آنها باید در مولفه نتیجه‌گرایی در تصمیم‌گیری‌ها و بهینه‌سازی فرآیندها به دو عامل «نتایج کیفی» و «نتایج کمی» توجه کافی نمود. بسامد، اهمیت و نقش تصمیم‌گیری در موفقیت هر سازمان علی‌الخصوص در هنگامه بحران‌ها بی‌بدیل است. از آنجا که یکی از ویژگی‌های اصلی هر بحران، حساسیت شرایط آن است، نتیجه‌گرایی در تصمیم‌گیری در مواجهه با بحران‌ها بسیار کارساز است؛ زیرا از دست دادن هر هدف کوچک در بحران‌ها ممکن است هزینه‌های جبران‌ناپذیری به دنبال داشته باشد. در این راستا، هیچ چیز بهتر از نتیجه‌گرایی در تصمیم‌گیری نمی‌تواند رسیدن به اهداف را تضمین کند. باید اذعان داشت، در بحران‌ها گاهی شرایط به نحوی اضطرابی می‌شود که لازم است به هر قیمتی هدف خاصی را بدست آوریم، هرچند بر اساس پیشنهاد این پژوهش، شایسته است نتیجه‌گرایی به صورت کامل با ارزش‌های محوری تطابق داشته باشد (عزیزی و همکاران، ۱۳۹۹). عموم افراد در درس گرفتن از گذشته و ارزیابی واقع‌بینانه موفقیت‌ها و شکست‌ها ضعیف هستند و اغلب این کار را نمی‌کنند، در صورتی که مرور تصمیمات گذشته می‌تواند فرصت‌های یادگیری و کسب تجربه را فراهم سازد. ما می‌توانیم از موفقیت‌ها و اشتباهات گذشته خود درس بگیریم، ما می‌آموزیم که چه چیز، موثر و چه چیز غیرموثر است. زمانی که افراد به اشتباهات خود به عنوان فرصت یادگیری می‌نگرند، می‌توانند با بینشی بهتر، تصمیم‌گیری‌های آینده خود را بهبود بخشند. وقتی افراد از اشتباه کردن می‌ترسند به دنبال انتخاب تصمیم‌های مطمئن می‌روند و از ریسک کردن پرهیز می‌کنند، لذا فرصت‌های یادگیری را از دست می‌دهند و تمایل دارند از تصمیم‌گیری‌های فعال اجتناب کنند. در واقع مرور عملکردهای گذشته به ما بینشی می‌دهند که بتوانیم بهترین راه حل را برای یک مشکل بیابیم (Robbins،

2004). سازمان‌ها معمولاً در رابطه با تصمیمات ابلاغ شده، ضرب‌الاجل تعیین می‌کنند. بسیاری از تصمیمات باید به سرعت اخذ شوند تا سازمان از برنامه‌های پیش‌بینی شده، عقب‌نماند. تقریباً بیشتر تصمیمات مهم، دارای ضرب‌الاجل مشخص هستند و چنین شرایطی باعث می‌شود که تصمیم‌گیرنده از نظر بعد زمانی تحت فشار قرار گیرد. گاهی اوقات هم تصمیم‌گیرنده با مسائل و مشکلاتی مواجه می‌شود که نمی‌تواند به موقع اطلاعات لازم را به دست آورد و تصمیم نهایی را بگیرد (ساعتچی، ۱۴۰۱). محدودیت زمانی تصمیم‌گیری به میزان وقتی که تصمیم‌گیرنده برای رسیدن به تصمیم در اختیار دارد، مرتبط است. در واقع تصمیم‌گیرنده در برخی از محیط‌ها از نظر زمانی در مضیقه است و این مسئله بر چگونگی تصمیم‌گیری و تأثیراتی اساسی اعمال می‌کند چرا که گاهی اگر زمان کافی در اختیار باشد می‌توان با صرف وقت، اطلاعات کافی را به دست آورد و تصمیم بهینه‌ای اتخاذ نمود، اما محدودیت و فشار زمانی که بر تصمیم‌اعمال می‌گردد دسترسی و جستجوی اطلاعات را ناممکن می‌سازد. از این رو برخی از محیط‌ها فشار زمانی کمی بر تصمیم‌گیرنده وارد می‌آورند و برخی فشار و محدودیت زمانی بالایی را بر تصمیم‌اعمال می‌کنند (فتح‌آبادی و خالقی، ۱۳۹۹).

شایستگی‌های تفکر نقادانه

پنج مولفه شناسایی شده برای شایستگی‌های تفکر نقادانه در این پژوهش عبارتند از: پرسش‌گری و استدلال‌ورزی، شکستن چارچوب‌های فکری و مدل‌های ذهنی مرسوم، توانایی باز کردن افق‌های جدید پیش‌رو، اتخاذ رویکرد علمی، تحلیل مبتنی بر اطلاعات. تفکر نقادانه را می‌توان توانایی فکر کردن به شیوه‌ای روشن و منطقی دانست. تفکر نقادانه به معنای مجادله یا انتقاد نسبت به دیگران نیست، بلکه نوعی مهارت است که به ما کمک می‌کند تا به کمک فراگیری دانش، نظریه‌های خود را بهبود بخشیده و به استدلال‌های قوی دست یابیم. این نوع تفکر شامل: تامل روی معنای عبارات، بررسی شواهد و استدلال‌های ارائه شده و قضاوت راجب واقعیت‌ها است. اساس تفکر انتقادی را ارزش‌های عقلانی تشکیل می‌دهند؛ ارزش‌هایی همچون: تیزبینی، دقت، مدلل بودن، تمامیت و بی‌طرفی. تفکر نقادانه بسیار مهم است چرا که فرد را قادر می‌سازد تا اطلاعات دریافتی را ارزیابی نموده و خطرات عمل بر پایه یک فرض غلط را به حداقل برساند. تفکر نقادانه از این منظر، عبارت است از یک فرآیند ذهنی تحلیل یا ارزیابی اطلاعات، به ویژه بیانات یا موضوعاتی که افراد به عنوان یک اصل ارائه می‌کنند. با حجم گسترده و همه‌جانبه اطلاعات در دنیای رو به رشد امروز باید در جستجوی روشی کارا در جهت غربال کردن اطلاعات بود. تفکر نقادانه این را برای فرد میسر می‌سازد تا حقیقت را در میان به هم‌ریختگی حوادث و اطلاعات جستجو کند و به هدفش که رسیدن به کاملترین درک ممکن است، دست یابد. تفکر نقادانه در کنار شیوه تفکر خلاقانه، پیش‌نیاز سایر مهارت‌های زندگی از جمله حل مسئله، تصمیم‌گیری، ارتباط موثر و روابط سازنده را تشکیل می‌دهد. فردی که توانایی تفکر نقادانه را نداشته باشد، نمی‌تواند راه‌حل‌های متعدد برای مسائل را ارزیابی و بهترین شیوه را انتخاب کند و لذا با شکست‌های متعدد روبه‌رو خواهد شد. در واقع تفاوت تفکر نقادانه و تفکر خلاقانه نیز در این است که تفکر خلاقانه منجر به نوآوری و خلق ایده‌های جدید می‌گردد، در حالی که تفکر نقادانه فرد را قادر می‌سازد تا ایده‌ها و راه‌حل‌های موجود را ارزیابی کرده و بهترین آنها را انتخاب کند (مرودی و همکاران، ۱۴۰۱). تفکر نقادانه بیشتر به عنوان توانایی افراد برای به چالش کشیدن تفکرات‌شان درک می‌شود و مستلزم آن است که افراد معیارهای خود را برای تجزیه، تحلیل و ارزیابی تفکرات‌شان گسترش دهند و به صورت عادی از آن معیارها و استانداردها برای گسترش کیفیت تفکرات‌شان استفاده کنند (ملانوری، ۱۳۹۴). گرایش یک فرد مستعد به استفاده از تفکر نقادانه دارای خصوصیتی است که عبارتند از: کنجکاوی نسبت به طیف وسیعی از مسائل، فراخ‌اندیشی یا روشنفکری در مورد دیدگاه‌های متفاوت جهان، نظام‌مند بودن در پرس و جو، سرشت تحلیلی، اشتیاق و شجاعت برای جستجوی دانش، اعتماد به نفس در توانایی استدلال یا دلیل آوردن، بالندگی برای پذیرفتن وجود مسائل بد ساخت‌یافته یا چندوجهی. شخص برخوردار از تفکر نقادانه نیازمند شخصیتی است که به طور هوشیار عمل کند، بر روی اعتقادات خود پافشاری کند و برای این قبیل ارزش‌ها متعهد شود (سلیمانی‌فر و همکاران، ۱۳۹۶).

شایستگی‌های تفکر خلاقانه

پنج مولفه شناسایی شده برای شایستگی‌های تفکر خلاقانه در این پژوهش عبارتند از: خلق ایده‌های بدیع، خلق ایده‌های فراوان و متنوع، انعطاف‌پذیری شناختی بالا، داشتن نگاهی موشکافانه، نگرش زیبایی‌شناختی. تفکر خلاقانه، توانایی فرد برای تولید ایده‌ها، نظریه‌ها، بینش‌ها یا پدیده‌های جدید و بدیع و بازسازی مجدد در علوم و سایر زمینه‌هاست و از نظر علمی، زیبایی‌شناسی و تکنولوژی و اجتماعی با ارزش تلقی می‌شود. این روش تفکر به گونه‌ای است که به افراد اجازه بروز و پرورش خلاقیت را می‌دهد و امکان افزایش انعطاف‌پذیری، سیالیت ذهنی برای تولید ایده‌های هر چه بیشتر و در عین حال خلق ایده‌های متنوع فراهم می‌کند (مهدوی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۲). قدرت تفکر خلاق و آفرینندگی فرد را قادر می‌سازد که انتخاب‌های گوناگون را کشف کند و در نتیجه از بن‌بست‌هایی که در زندگی با آن مواجه می‌شود خارج شود. قدرت تفکر خلاق به شخص امکان می‌دهد از دایره بسته تجربیات محدود خویش خارج شود و به فرا سوی تجارب بنگرد؛ بدین سان زندگی فرد انعطاف‌پذیر می‌شود و از همه جوانب به پدیده‌ها می‌نگرد. افراد خلاق معمولاً به جستجوی مشکلات گرایش دارند، از چالش‌ها لذت می‌برند، به مشکلات به منزله تجارب جدید نگاه می‌کنند و آنها را به مثابه هیجان در نظر می‌گیرند، فرضیات را به چالش می‌کشند و هر چیزی را به آسانی نمی‌پذیرند و در آنها پشتکار وجود دارد. همچنین، افراد خلاق کنجکاوانه و خوش‌بینانه قضاوت کردن را متوقف می‌کنند و به سهولت از قوه تخیل و تفکر استفاده می‌کنند (پورسلیم و همکاران، ۱۳۹۳). همراهی و همگامی با تغییرات شتابان در عرصه‌های مختلف، مستلزم توانایی تغییر و انعطاف‌پذیری فکری و بررسی راه‌حل‌های دیگر، دوری از درجا زدن و درجا ماندن و اجتناب از روش‌های ثابت و راه‌حل‌های منسوخ و بی‌ثمر در برخورد با مسائل و مشکلات نوین یا داشتن تفکر خلاقانه است. به عبارت دیگر تفکر خلاقانه همان واگرایی فکری یا تولید ایده‌های متعدد و متنوع است که دارای ابعاد سیالی ذهن، انعطاف‌پذیری، ابتکار و بسط است (احراری و همکاران، ۱۳۹۷). یکی از ابعاد وجودی انسان که در نگاهی جامع به او باید مورد توجه قرار بگیرد و نسبت به پرورش آن اقدام شود بُعد هنری و زیبایی‌شناختی انسان است. زیبایی‌شناختی افراد مختلف را قادر می‌سازد پنبه را از گوش زندگی روزانه کنده و بسیار آگاهانه زندگی کنند. در واقع آگاهی زیبایی‌شناختی فراهم‌کننده یک لنز با اهمیت، یک شیوه دیدن فراسوی رویکردهای ابزاری و دیسیپلینی است که ما را قادر می‌سازد از زندگی‌های آمیخته با رویکرد زیبایی‌شناسی مفاهیمی را که به لحاظ تناقض هرگز قابل بیان نیستند، یاد بگیریم. تربیت زیبایی‌شناختی دارای فواید متعددی است که از جمله آنها می‌توان به رشد خلاقیت، رشد تخیل و احساس، رشد تفکر انتقادی، رشد نگرش‌های مثبت، رشد خود باوری و خود کنترلی اشاره نمود (طله‌ما سب‌زاده شیخالر و علم‌الهدی، ۱۳۹۴). تجربه زیبایی‌شناختی به آگاهی دقیق ادراک‌کننده برای دیدن اشیاء به گونه‌ای متفاوت از شکل مرسوم و عادی آنها بستگی دارد و این آگاهی بیشتر ناشی از تربیت زیبایی‌شناختی و افزایش سواد زیبایی‌شناختی مربوط به آن است. بی‌توجهی به وجه زیبایی‌شناختی یا سواد زیبا‌شناختی، در واقع بی‌توجهی به پدیده‌های اطراف است. در تجربه زیبا‌شناختی، احساسات با ایده‌ها ترکیب می‌شوند تا تصاویر ذهنی یا تصوراتی از احساسات را تولید کنند. باید اذعان داشت پرورش حس زیبایی‌شناختی و نگرش زیبایی‌شناختی، راهبرد ایجاد توانمندی در افراد است برای اینکه نسبت به تجارب جدید، روش‌های فکر کردن و دانستن گشوده باشند تا بتوانند حس جستجوگری و خلاقیت خود را تقویت نمایند (جاویدی کلاته جعفرآبادی و عبدلی، ۱۳۹۶).

شایستگی‌های تفکر سیستمی

پنج مولفه شناسایی شده برای شایستگی‌های تفکر سیستمی در این پژوهش عبارتند از: دید کل‌نگر، درک یکپارچگی عوامل، درک روابط متقابل و شناخت الگوها، بکارگیری رویکرد تکرار چرخه یادگیری، تفکر پویا. تفکر سیستمی با فراهم کردن بستری برای تفکر در خصوص مسائل و مشکلات و ارائه راه‌حل‌هایی با استفاده از نگرش کل‌گرایانه «چشم‌پرنده»، می‌تواند نقش مهمی در تسهیل پیچیدگی‌های کسب و کار ایفا نماید. داشتن تفکر سیستمی و توجه به سیستم‌ها با نگرش‌های مختلف مکانیکی، ارگانیک و فرا سیستمی سبب می‌شود که مدیران از پارادایم سنتی ساده کردن و ساده دیدن مسائل، از راه‌حل‌های مقطعی پیروی نکنند و با نگرش سیستمی و کل‌نگر، پس از بررسی عمیق اجزای یک سیستم و نوع روابط میان آنها به دنبال سبب از راهکارهای متفاوت و گاه متضاد برای حل مشکلات سازمان باشند. تفکر سیستمی به کارکنان و به خصوص مدیران و رهبران

سازمان کمک می کند به این آگاهی شناخت پیدا کنند که پدیده های سازمانی از عناصر مختلفی تاثیر می پذیرند و بر عناصر مختلفی تاثیر می گذارند و این پدیده ها به هم متصل هستند. مطالعات نشان می دهد برای دستیابی به سازمان اثربخش علاوه بر مدیران سازمان، کارکنان نیز باید دارای قابلیت های تفکر سیستمی باشند. این قابلیت ها شامل یادگیری مستمر، تفکر پویا، منطق سیستم ها، جهت گیری فرآیندها، شناخت مدل های ذهنی، توانایی پرسیدن سوالات خوب، دیدگاه چندگانه داشتن و درک روابط متقابل است. اگر این قابلیت ها توسط رهبران و کارکنان سازمان تقویت شود، عملکرد مطلوب سازمانی حاصل می شود. عناصر تفکر سیستمی را می توان تفکر گسترده / تصویر بزرگ، خلاقیت خارج از چهارچوب، عدم تمرکز بر جزئیات، دیدگاه های چندگانه، حس کنجکاوی، پرسیدن سوالات کنجکاوانه، تحلیل، منطقی بودن، مهارت های بین فردی قوی، گوش دادن، ارتباطات، اعتماد به نفس، ساختار / روش شناسی، سازماندهی، تفکر انتزاعی و ابتکار / انگیزش تلقی نمود. همچنین تفکر سیستمی را می توان به عنوان شایستگی های هوش شناختی فردی تعریف نمود که این شایستگی ها شامل تعامل، تفکر پویا، فرآیند محوری، منطق سیستم ها، مدل های ذهنی و یادگیری مدام می باشند (محمدی فاتح و یدالهی، ۱۴۰۰). تفکر سیستمی چارچوبی مفهومی برای حل مشکلات به صورت سیستمی و نگاه جزئی و کلی به مسائل است. حل مشکل در این راستا شامل یافتن الگو و طرحی به منظور ارتقای فهم و پاسخگویی نسبت به مسائل است. تفکر سیستمی راه و روشی برای کلی نگری است. جوهره اصلی تفکر سیستمی، تغییر در نگرش است. به بیان دیگر تفکر سیستمی، چارچوب مفهومی برای ایجاد الگوهای روشن تر ارائه نموده و تعیین می کند که چگونه آنها به گونه ای اثربخش تغییر می کنند. تفکر سیستمی بیشترین نقش را در حل مسائل پیچیده امروز نسبت به سایر موضوع ها دارد و قابلیت های تفکر سیستمی مانند تفکر پویا، تعامل محوری، منطق سیستم ها، جهت گیری فرآیند، یادگیری مدام و درک مدل های ذهنی به رهبران کمک می کنند، در برخورد با پیچیدگی ها بیشتر اثربخش باشند (محرابیان، ۱۴۰۰).

شایستگی های تفکر راهبردی

پنج مولفه شناسایی شده برای شایستگی های تفکر راهبردی در این پژوهش عبارتند از: دوراندیشی و تمرکز بلندمدت، دارای ذهنیت رشد، تمایل به ریسک کردن، تشویق به تغییر، استفاده از داده های نرم و سخت. ویژگی های تفکر راهبردی را می توان اینگونه برشمرد: تفکر راهبردی دارای نگرش خلاق است (ایده یابی و ایده پردازی، خاصیت درونی تفکر استراتژیک است). تفکر راهبردی دارای نگرش سیستمی است (تفکر راهبردی نگاه عقاب گونه دارد و برخلاف نگاه مرغ خانگی، مقید به یک واحد یا سازمان نیست). تفکر راهبردی دارای نگرش انتقادی است (تفکر راهبردی با داشتن نگاهی موشکافانه و پرسش گر، سبب شکسته شدن چارچوب های فکری و مدل های ذهنی مرسوم و باز شدن افق های جدید در پیش روی مان می شود). تفکر راهبردی دارای رویکرد ترکیبی است (در تفکر راهبردی از داده های نرم (ایده ها، بینش ها، تمثیل ها و...) و داده های سخت (آمار و اطلاعات) استفاده می شود). تفکر راهبردی دائم در جستجوی منافع استراتژیک است (تفکر راهبردی زمان و مکان ندارد و دائم در جستجوی تاثیرگذاری در نتایج کلیدی عملکرد است). تفکر راهبردی تجربه گرا و نتیجه گرا است (تفکر راهبردی رویکرد تجربی-آزمایشی را اتخاذ می کند و با مبادرت به تجربه های کوچک و کنترل شده هدفمند، به برداشتهای جدید از محیط می رسد). تفکر راهبردی خاصیتی غیرمتوازن دارد (در تفکر راهبردی تخصیص غیرمتوازن و ناهمسان منابع و قابلیت ها میان حوزه های مختلف به گونه ای است که بر عوامل راهبردی و کلیدی تمرکز می شود) (لشکر بلوکی و جلالی، ۱۴۰۰). تفکر راهبردی زیربنای هرگونه برنامه ریزی و رهبری در سازمان است و با توجه به چالش های بی پایانی که فرا سوی سازمان ها قرار دارد راهی جز هم سو شدن با تغییرات وجود ندارد. برای هماهنگی با تغییرات روزافزون و گام برداشتن در جهت اهداف سازمانی، تغییر در روش تحول و تفکر ذهنی مدیران سازمان ها مورد نیاز است. نمی توان با روش های قدیم نتایج جدیدی را کسب کرد و پویایی تفکر، کلید اصلی موفقیت در پیاده سازی مدیریت راهبردی در سازمان ها می باشد. شش ویژگی بارز یک متفکر راهبردی یا استراتژیست عبارتند از: رهبری خوب، تصور سناریوهای بلندمدت آینده، تدوین راهبردهای انطباقی و زیستی، توجه به نشانه های محیطی، تفکر شهودی و خلاقیت (جمشیدی نصیرمحل، ۱۳۹۹). تفکر راهبردی توسعه نیافته ترین مهارت در بین رهبران ارشد است. سه قاعده مقدماتی حاکم بر تفکر راهبردی به ترتیب «تیزبینی، تخصیص و اقدام» هستند که به مدیران تازه کار کمک می کند کسب و کارشان را به صورت راهبردی هدایت کنند ولیکن بکارگیری سه قاعده پیشرفته تفکر راهبردی با نگاه به تفکر سیستمی، مزیت رقابتی و اجرای راهبرد می تواند مدیران را از متفکران عملیاتی به استراتژیست های نخبه تبدیل کند (Horwath, 2014). می توان پنج مولفه موثر

برای تفکر راهبردی قائل شد که عبارتند از: نگرش سیستمی کل‌نگر (درک یکپارچگی و ارتباط‌های عوامل درون سازمانی و اکوسیستم محیط خارجی). نیت متمرکز (تمرکز بر اهداف بلند مدت یا راهبردی سازمان که از آن به عنوان عزم راهبردی نیز یاد می‌شود). فرصت‌طلبی هوشمندانه (هدایت موثر تلاش‌های سازمانی برای بهره‌برداری به موقع از شرایط بالقوه پیش رو). تفکر در زمان (توجه به برقراری پیوند میان گذشته، حال و آینده برای جهت‌گیری و خلق آینده سازمان). فرضیه محوری (پیشروی بر اساس رویکرد علمی با هدف افزایش توان فرضیه‌سازی خلاقانه و آزمون نقادانه فرضیه‌ها (Liedtka, 1998)).

شایستگی‌های تفکر طراحی

پنج مولفه شناسایی شده برای شایستگی‌های تفکر طراحی در این پژوهش عبارتند از: فهم عمیق چالش و کشف نیازهای واقعی، یادگیری از شکست‌ها و تجربیات، حل معنادار مسائل، خلق فرصت‌های جدید، تمرکز بر توسعه همزمان گونه‌های مختلف نوآوری. تفکر طراحی، رویکردی نظام مند برای حل مسئله است و می‌تواند مانند هر فرآیند دیگری، توسط افراد با استعداد و قابلیت‌های مختلف در سطوح متفاوتی به کار گرفته شود و از آن برای پیشبردن نوآوری و رشد در سازمان‌ها بهره‌جست (موهیتی و همکاران، ۱۳۹۸). تفکر طراحی مستلزم تفکر خلاق در تولید راه حل برای مسائل است و نشانگر ترکیبی بی‌نظیر از علم و فن می‌باشد. تفکر طراحی به عنوان یک رویکرد «قدرتمند، موثر و کاملاً در دسترس» در مورد نوآوری موثر پذیرفته شده است که می‌تواند در زمینه‌های تجارت، آموزش و سایر زمینه‌ها ادغام شود. ماهیت میان‌رشته‌ای تفکر طراحی نیز تضمین می‌کند که نوآوری‌ها به طور طبیعی بین ابعاد فنی، تجاری و انسانی تعادل برقرار می‌کنند. تفکر طراحی برای ارتقای مهارت‌های قرن بیست و یکم موثر است از جمله مهارت حل مسئله، خلاقیت، تعامل و همکاری، همدلی، علاقه‌مند شدن به یادگیری و ارتقاء احساس خودکارآمدی (ابوالحسنی و همکاران، ۱۴۰۰). شیوه سنتی در تفکر بر پایه الگوهای شناختی (منطق، تحلیل و داوری و ...) استوار است، اما تفکر طراحی مبتنی بر روش‌های خلاقیت است. تفکر طراحی ذهن را به درگیر بودن و حل مسائل وادار می‌کند و به سمت فعالیت‌های سازنده و خلاق سوق می‌دهد. در تفکر طراحی توجه خاصی به تعامل بین انسان و محیط شده است و به موضوعاتی چون شناخت، ایده‌پردازی، خلاقیت، تصمیم‌سازی و تصمیم‌گیری پرداخته شده است (کشاورز و مشکبید، ۱۳۹۸). تفکر طراحی واژه‌ای است که برای شرح آنچه افراد خلاق انجام می‌دهند یعنی شکستن قوانین، فراتر رفتن از پارادایم‌های موجود و فکر کردن از نو، استفاده می‌شود. تفکر طراحی یک متدولوژی برای تولید ایده‌های خلاق است. تفکر طراحی به استفاده پروسه حل مسئله باز و انسان‌محوردر رابطه با مسائل پیچیده واقعی دنیای پیرامون تفسیر می‌شود. در واقع تفکر طراحی ما را به اندیشیدن درباره آنچه می‌تواند باشد (محصول تفکر طراحی) در مقابل آنچه هست (محصول تفکر سنتی) دعوت می‌نماید. از آنجا که برخی مسائل پیشروی امروز، قابل تعریف و فرمول‌بندی در چارچوب‌های نهادینه گذشته نیست، می‌توان تفکر طراحی را یکی از برترین ابزارها برای غلبه بر مسائل نوظهور، پیچیده و پویا تلقی کرد. به عبارتی دیگر، تفکر طراحی راه حل محور است و شامل سه فضای الهام‌گیری، ایده‌یابی و اجرا است. فرآیند تفکر طراحی با دنیای کاربر شروع می‌شود و تلاش می‌کند یک نگرش بدیع به مسائل هر روزه انسان بیاید. (فریدی‌زاد، ۱۳۹۵). تفکر طراحی شامل تفکر واگراست یعنی برای یافتن راه حل جدید و خلاقانه به سراغ موضوع و افراد متعدد می‌رود و می‌تواند از این طریق علایق و سلايق فردی را شناسایی کند. تفکر طراحی از تفکر همگرا نیز بهره می‌برد و در فرآیند حل مسئله میان ایده‌ها و موضوعات جمع‌آوری شده همگرایی ایجاد می‌کند و آنها را در یک جهت همسو می‌کند (کوچک‌زایی و همکاران، ۱۳۹۹). تفکر طراحی با داشتن دیدگاه غیرخطی، انسان محور، مشارکتی و یادگیری از شکست، برای شناخت و حل مسائل عموماً تعریف نشده، نامشخص و بسیار پیچیده مفید است. مراحل رویکرد تفکر طراحی شامل همدلی در درک مسئله، تعریف مسئله، ایده‌پردازی، ارائه راه حل موقت و ارزیابی و آزمودن آن است (حاجی‌عباسی، ۱۳۹۹).

۵. بحث و نتیجه‌گیری

کارآفرینی به عنوان رفتاری ارادی و برنامه‌ریزی شده، عاملی تاثیرگذار در توسعه اقتصادی و اشتغال‌زایی در نظر گرفته می‌شود. شایستگی‌های کارآفرینانه نیز به ایده‌ها، فرصت‌ها، منابع شخصی (خود آگاهی، خود کارآمدی، انگیزه، استقامت) و مواد (ابزار تولید

و منابع مالی) و در عمل بودن یک فرد که مرتبط با هم باشند، گفته می‌شود. همچنین شایستگی‌های کارآفرینانه مجموعه خاصی از مهارت‌ها و نگرش‌های مثبت تعریف شده است. در تعاریف دیگر، شایستگی‌های کارآفرینانه دارا بودن ابتکار عمل، ریسک‌پذیری، توانایی متقاعدسازی و استقلال از ویژگی‌های شناخته شده کارآفرینان ذکر شده است (سبک‌آرا و همکاران، ۱۴۰۱). از اهداف کلیدی توسعه منابع انسانی، توسعه دانش، بینش، نگرش و مهارت کارکنان برای دستیابی به توسعه سازمانی می‌باشد. توسعه سازمان‌ها در گرو توسعه منابع انسانی آنها و توسعه منابع انسانی نیز در گرو افزایش دانش و افزایش توانایی‌ها، توسعه مهارت‌ها، توسعه ویژگی‌های شخصیتی و فلسفی آنها می‌باشد. شاید بتوان یکی از نقش‌های جدید مدیریت منابع انسانی را توسعه نوآوری و کارآفرینی در سازمان دانست (جلیلی و همکاران، ۱۳۹۹). کارآفرینی در نهادهای عمومی از طریق تاکید بر انعطاف‌پذیری، سازگاری، سرعت و نوآوری می‌تواند پاسخ استراتژیک موثری به بی‌نظمی‌های محیطی باشد. در واقع کارآفرینی در بخش عمومی بر خلاف بخش خصوصی، بر یک تمایل گروهی در سازمان‌ها استوار است و کارآفرینان عمومی در قالب تیم هستند و اقدامات سیستماتیکی دارند که حاصل همکاری تعداد زیادی از افراد سازمان است که بخش بزرگی از عملیات سازمان را تحت تاثیر قرار می‌دهند (فیض‌بخش و همکاران، ۱۳۹۸). منابع انسانی کارآفرین یک منبع بالقوه برای مزیت رقابتی سازمان‌ها محسوب می‌شود و بدون شک توسعه شایستگی‌های کارآفرینانه منابع انسانی به ویژه مدیران در نوآوری و عملکرد سازمانی تاثیر مثبتی خواهد داشت و سازمان‌ها را به سوی بروز رفتارهای کارآفرینانه سوق خواهد داد. در واقع رفتار کارآفرینانه، فرآیندی است که به وسیله منابع انسانی کارآفرین شکل می‌گیرد (حسین‌پور و عبداللهی، ۱۳۹۴).

پژوهشگران ابعاد مختلفی از شایستگی‌های کارآفرینانه را معرفی نموده‌اند که از جمله مهمترین آنها می‌توان به این موارد اشاره نمود: شایستگی‌های اخلاقی، شایستگی‌های فرصت، شایستگی‌های یادگیری، شایستگی‌های استراتژیک، شایستگی‌های ادراکی، شایستگی‌های رهبری، شایستگی‌های مدیریتی، شایستگی‌های بازاریابی و شایستگی‌های ارتباطی (Rehman et al., 2021). سازمان‌های پویا در هزاره جدید سازمان‌هایی هستند که کارآفرین باشند و بتوانند با تلفیق ارزش‌های تخصصی و مدیریتی، ارزشی افزوده برای خود و جامعه به همراه داشته باشند (Clark, 2004). به زعم پژوهشگران نهادهای عمومی می‌توانند از طریق اتخاذ یک رویکرد کارآفرینانه یا گرایش کارآفرینانه نسبت به منابعی که تحت کنترل دارند، ارزش جدیدی را به ذینفعان مختلف خود ارائه دهند (Caruana et al, 2002). پیچیدگی محیطی، ضرورت پیدایش مدیرانی با قابلیت‌ها و شایستگی‌هایی ویژه را ایجاد می‌کند که مهمترین آنها شایستگی‌های کارآفرینانه است (Shane, 2001). همانگونه که پژوهش‌های مختلف نشان داده است توسعه شایستگی‌های کارآفرینانه مدیران می‌تواند بینش‌های موثری برای موفقیت سازمان‌ها به ارمغان آورد (McClelland et al., 1987).

با مرور پژوهش‌های انجام شده در زمینه شایستگی‌های کارآفرینانه مدیران در سازمان‌ها می‌توان ادعان داشت پژوهش‌ها در این حوزه هنوز در مراحل اولیه خود قرار دارند، لذا توجه به موضوع شایستگی‌های کارآفرینانه مدیران به ویژه برای توسعه کارآفرینی سازمانی از اهمیت به سزایی برخوردار است. بر این اساس پژوهش حاضر تلاش نمود مدل شایستگی‌های کارآفرینانه مدیران اتاق بازرگانی ایران را در راستای شناسایی، ارزیابی و پرورش روحیه کارآفرینی مدیران از طریق مصاحبه با ذینفعان اصلی طراحی گردد. در مدل شایستگی‌های کارآفرینانه ارائه شده در این پژوهش در مجموع ۴۰ مولفه معرفی گردید که در ۸ خوشه شایستگی جای گرفتند. خوشه‌های شایستگی شناسایی شده در این پژوهش عبارتند از: شایستگی‌های ارتباطی، شایستگی‌های رهبری، شایستگی‌های تصمیم‌گیری، شایستگی‌های تفکر نقادانه، شایستگی‌های تفکر خلاقانه، شایستگی‌های تفکر سیستمی، شایستگی‌های تفکر راهبردی و شایستگی‌های تفکر طراحی.

ضرورت به کارگیری مجموعه شایستگی‌های ارائه شده در این پژوهش برای توسعه روحیه کارآفرینانه مدیران و حرکت سازمان‌ها به سوی کارآفرینی سازمانی را می‌توان به طور خلاصه به شرح ذیل در نظر گرفت:

- شایستگی‌های ارتباطی: بسیاری از محققان معتقدند شایستگی‌های ارتباطی مدیران با موفقیت سازمانی مرتبط هستند زیرا بدون شایستگی‌های ارتباطی، سازمان‌ها نمی‌توانند توسعه پیدا کنند.
- شایستگی‌های رهبری: شایستگی‌های رهبری این اطمینان را می‌دهند که مدیران سازمان قادر هستند کل یک سازمان کوچک یا بزرگ را در مسیری که نیاز است حرکت داده و هدایت نمایند.

- شایستگی‌های تصمیم‌گیری: می‌توان اذعان مزیت رقابتی نصیب سازمان‌هایی خواهد شد که با توسعه شایستگی‌های تصمیم‌گیری مدیران، آنها را به مشارکت موثرتر در فعالیت‌های سازمانی تشویق نمایند.
- شایستگی‌های تفکر نقادانه: توسعه مناسب شایستگی‌های تفکر نقادانه، مدیران سازمان را برای مواجهه با مسائل جدید و منحصر به فرد دنیای کنونی و عصر اطلاعات و ارتباطات توانمند می‌سازد.
- شایستگی‌های تفکر خلاقانه: تقویت شایستگی‌های تفکر خلاقانه، توانایی مرزشکنی و فراتر رفتن از چارچوب استانداردهای علمی، شغلی، حرفه‌ای و اجتماعی را برای مدیران سازمان به ارمغان خواهد آورد.
- شایستگی‌های تفکر سیستمی: به‌کارگیری شایستگی‌های تفکر سیستمی توسط مدیران سازمان امکان بررسی راهکارهای بالقوه و برخورداری از یک نگرش جامع برای درک و حل مسائل را مهیا می‌سازد.
- شایستگی‌های تفکر راهبردی: بهره‌مندی مدیران سازمان از شایستگی‌های تفکر راهبردی به آنها اجازه می‌دهد از بین هزاران متغیر، متغیرهای راهبردی و تاثیرگذار را هوشمندانه شناسایی و انتخاب نمایند.
- شایستگی‌های تفکر طراحی: مجهز شدن مدیران سازمان به شایستگی‌های تفکر طراحی، آنها را برای توسعه فرآیندهای شناختی در راستای شناسایی و رفع نیازهای ذینفعان و حل مسائل سازمانی یاری می‌رساند.

پیشنهادات:

با توجه به اینکه پس از طراحی مدل شایستگی‌های کارآفرینانه، مرحله بعدی برای سنجش شایستگی‌ها در مرحله اجرا، تعریف عملیاتی شاخصه‌هاست، بر اساس آن پژوهشگران آینده می‌توانند شایستگی‌های کارآفرینانه مدیران را در کانون‌های ارزیابی و توسعه منابع انسانی سازمان‌ها مورد سنجش دقیق قرار دهند، از این رو به پژوهشگران پیشنهاد می‌شود که در پژوهش‌های آتی نسبت به تعریف عملیاتی تک تک شاخصه‌های شایستگی معرفی شده اقدام نمایند. همچنین پژوهش‌های آتی می‌توانند به شناسایی شایستگی‌های کارآفرینانه مدیران در سازمان‌های دولتی، سایر نهادهای عمومی غیردولتی و شرکت‌های خصوصی به ویژه کسب و کارهای کوچک و متوسط در صنایع مختلف تولیدی، خدماتی و فناورانه بپردازند و حوزه‌های کلیدی شایستگی‌های کارآفرینانه مدیران را به صورت علمی شناسایی و تبیین نمایند.

منابع

- Abdolali, E. karimi, O., AbdulManafi, S., Lari Semnani, B. (2022). Designing and explaining the competency model of managers with the aim of creating a competitive advantage in the organization, *Iranian Society for Training and Development*, 9(32), 111-136 (In Persian).
- Abolhasani, Z., Dehghani, M., Javadipour, M., Salehi, K., & Mohammadhasani, N. (2021). An analysis of the role of design thinking in promoting the 21st-century skills: A systematic review. *Technology of Education Journal (TEJ)*, 16(1), 81-98 (In Persian).
- Ahmad, N. H. (2007). *A cross cultural study of entrepreneurial competencies and entrepreneurial success in SMEs in Australia and Malaysia* (Doctoral dissertation).
- Ahmad, N. H., Suseno, Y., Seet, P. S., Susomrith, P., & Rashid, Z. (2018). Entrepreneurial competencies and firm performance in emerging economies: A study of women entrepreneurs in Malaysia. *Knowledge, learning and innovation: Research insights on cross-sector collaborations*, 5-26.
- Ahrari, G., Gargari, R. B., Abdollahi, S., Porkar, P., & Yousefi, H. (2018). Prediction of Creativity based on Students' Brain Executive Function. *Shenakht Journal of Psychology and Psychiatry*, 5(3), 66-80 (In Persian).
- Aliabadi, V., Movahedi, R., Saadi, H., & Ataei, P. (2016). Conceptual modeling of competencies required for rural women entrepreneurs. *Journal of Entrepreneurship and Agriculture*, 3(5), 47-56 (In Persian).

- Amini Puya, H., & Salami, E. (2018). The Relationship of Transformational Leadership and Human Resource Efficiency with the Continuity Approach to Corporate Life (Case study: Eastern Azarbayjan Construction Contractor companies). *Journal of Engineering & Construction Management*, 2(4), 11-22 (In Persian).
- Asadi, I., Miri, A. R., Davarzani, M., Sabzikaran, I. (2015). The effect of transformational leadership on the promotion of psychological empowerment of employees. *Journal of Resource Management in Police Force*, 4(1), 135-167 (In Persian).
- Azizi, M., Azar, A., & Dehghan Nayeri, M. (2021). Applying PANDA Decision Making Strategy in Crisis: Focusing on the Corona Crisis in Iran. *Management Research in Iran*, 24(3), 27-49 (In Persian).
- Bharwani, S., & Talib, P. (2017). Competencies of hotel general managers: A conceptual framework. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Bird, B. (1995). Toward a theory of entrepreneurial competency advances in entrepreneurship firm emergence and growth.(ebook).
- Caruana, A., Ewing, M. T., & Ramaseshan. (2002). Effects of some environmental challenges and centralization on the entrepreneurial orientation and performance of public sector entities. *Service Industries Journal*, 22(2), 43-58.
- Chandler, G. N., & Jansen, E. (1992). The founder's self-assessed competence and venture performance. *Journal of Business venturing*, 7(3), 223-236.
- Clark, B. R. (2004). The entrepreneurship university demand and response: theory and practice. *Tertiary education management*, 22.
- Damghanian, H., Rastegar, A., & Yazdani Ziarat, M. (2018). Designing and explaining the competency model in organizational interpersonal communication. *Management Studies in Development and Evolution*, 27(88), 143-174 (In Persian).
- Emamimeybodi, A. A., Rahimian, H., Abbaspour, A., & Ghiasi Nodushan, S. (2019). Designing a leadership competency model for Public Universities in Tehran. *Journal of Research in Human Resources Management*, 11(2), 137-166.
- Faridizad, A. M. (2016). Demystifying of Design Thinking and its Principles. *Scientific Journal of Motaleate-e Tatbiqi-e Honar*, 6(11), 25-37 (In Persian).
- Fathabadi, H., & Khaleghi, A. (2021). Designing a Decision Making Skills Development Model for Military Environments (Case of Khatam-al-anbia Air Defence Academy). *C4I Journal*, 4(3), 35-49 (In Persian).
- Ghanbary, S., Mofidi, R., & Torkaman Rahamni, M. H. (2022). Presenting Competency Model for the Entrepreneurial Managers of Governmental Organizations in Iran. *Journal of Interdisciplinary Studies in Communication and Media*, 5(15), 65-91 (In Persian).
- Ghanadinejad, F., & Osareh, F. (2019). The Model for Competency Assessment of Academic Library Managers: Content Analysis of Managers' Competency. *Rahyافت*, 29(74), 1-16 (In Persian).
- Ghlichlee, B., & Makani, A. (2016). The entrepreneurial competencies, innovation and performance of knowledge-base enterprises. *Journal of Strategic Management Studies*, 7(27), 89-106 (In Persian).
- Georgellis, Y., Joyce, P., & Woods, A. (2000). Entrepreneurial action, innovation and business performance: the small independent business. *Journal of small business and enterprise development*, 7(1), 7-17.
- Ghorbani, M. H., & Vahdani, M. (2016). Designing a Model of Competences of Entrepreneurs in Iran's Sports Industry. *Sport Management Studies*, 8(39), 205-228 (In Persian).
- Hajiabbasi, H. (2020). Introducing Design Thinking to Policymaking: Iranian Polices against Coronavirus (COVID-19 crisis). *Science and Technology Policy Letters*, 10(2), 83-98 (In Persian).

- Hammoda, B. (2024). The impact of educational technologies on entrepreneurial competencies: A systematic review of empirical evidence. *Knowledge Management & E-Learning*, 16(2), 309-333.
- Horwath, R. (2014). *Elevate: the three disciplines of advanced strategic thinking*. John Wiley & Sons.
- Hossein Poor, D. Abdollahi, M. (2015). The Effect of Human Capital on Entrepreneurial Behavior of the Knowledge- Based Companies, *Management Studies in Development & Evolution*, 24(78), 109-126 (In Persian).
- Hosseini, S., Abughasemi, M., Yadollahi Farsi, J., & Rezei Zadeh, M. (2017). Identification of entrepreneurial competencies of the faculty members of Iran's state universities (case study: Shahid Beheshti University). *Journal of Educational Scinces*, 24(1), 151-178 (In Persian).
- Jalili, H., Mohammadi, M., Yaghoobi, N. M., & Jarahi Feriz, J. (2020). Validating pattern of entrepreneurial human resource development system in students. *Journal of Nursing Education*, 9(2), 37-53 (In Persian).
- Jamshidi Nasirmahaleh, F. (2020). Investigating the Impact of Staff Stagnation on Strategic Thinking of Managers and Its Components in Rasht Fire Department, *Journal of New research approaches in management and accounting*, 5(44), 74-89 (In Persian).
- Javidi Kalateh Jafarabadi, T., & Abdoli, A. (2018). Aesthetics and Art from Maxine Greene's View and its Educational Implications. *New Educational Approaches*, 12(2), 21-45 (In Persian).
- Kamuri, S. (2021). Creating as an entrepreneurial competence, innovation and performance of value-system actors in Kenya's leather industry. *Scientific African*, 11, e00664.
- Karami, S., Dehghan, A. M., Khodadadi, A. (2020). The role of decision-making dimensions and risk-taking on the performance of financial managers (case study: banking industry), *financial knowledge of securities analysis (financial studies)*, 13(47), 33-50 (In Persian).
- Keshavarz, D., & Moshkbid, F. (2020). Apply design thinking to learning a of crystal lattice. *Quarterly Journal of Education in Basic Sciences*, 5(17), 67-76 (In Persian).
- Kochzaei, M., Rabiei, R., Moghadamnia, S. H., & Faizian. M., (2021). Realization of the Iranian Islamic Lifestyle. *Iran Journal Culture Health Promot*; 4 (4) :483-487 (In Persian).
- Kyongo, J. K. (2016). Effect of Interpersonal Competence on Organizational Performance. *The International Journal of Humanities & Social Studies*, 4(12), 215-218.
- Kyndt, E., & Baert, H. (2015). Entrepreneurial competencies: Assessment and predictive value for entrepreneurship. *Journal of Vocational Behavior*, 90, 13-25.
- Lali Sarabi, A., Abdavi, M, & Forotani, Z. (2012). Identifying the influencing factors on entrepreneurial behavior in government organizations of Iran, *Organizational Behavior Studies Quarterly*, 1(2), 108-86 (In Persian).
- Lashkar Bolouki, M., Jalali, S. H. (2021), *The Mind of the Strategist*, Aryana Ghalam Publication, Tehran, 4th edition (In Persian).
- Liedtka, J. M. (1998). Strategic thinking: can it be taught?. *Long range planning*, 31(1), 120-129.
- Mahdavinejad, G., Mahdavinejad, M., & Silvāyeh, S. (2013). The impact of the artistic space on students creativity. *Educational Innovations*, 12(4), 126-140 (In Persian).
- Man, W. Y. T. (2001). *Entrepreneurial competencies and the performance of small and medium enterprises in the Hong Kong services sector*. Hong Kong Polytechnic University (Hong Kong).
- Man, T. W., Lau, T., & Snape, E. (2008). Entrepreneurial competencies and the performance of small and medium enterprises: An investigation through a framework of competitiveness. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 21(3), 257-276.

- McClelland, D. C., Mansfield, R., Spencer JR, L. M., & Santiago, J. (1987). The identification and assessment of competencies and other personal characteristics of entrepreneurs in developing countries: Report. *Boston: McBerand Company*, 402.
- Mehrabian, P. (2021). Investigating and identifying the components of systemic thinking (case study of Tehran Municipality), *Afaq Journal of Humanities*, 5(57), 73-93 (In Persian).
- Molanori, F. (2014). Comparison of critical thinking from the point of view of Anis and Professor Motahari. *Master's thesis*, Al-Zahra University, Tehran (In Persian).
- Mitchelmore, S., & Rowley, J. (2013). Entrepreneurial competencies of women entrepreneurs pursuing business growth. *Journal of small business and enterprise development*, 20(1), 125-142.
- Mobini Dehkordi, A., Ahmadi, H., & Delavar, A. (2018). Designing strategic entrepreneurship competency model for the country senior managers. *Interdisciplinary Studies on Strategic Knowledge*, 2(7), 127-150 (In Persian).
- Mohammadi, M., Azma, F., Bayani, A. A., & Shojaei, S. (2022). Presenting the organizational entrepreneurship intuition model in Bank Melli Iran from the sociological perspective of organizations. *Sociological studies*, 14(53), 25-45 93 (In Persian).
- Mohammadi Fatih, E., Yadollahi, M. (2021). Identifying and evaluating the status of individual dimensions and components of managers' systemic thinking, *The second national conference on systemic thinking in practice* (In Persian).
- Mouhebaty, M., Lari, M., Namvar Motlagh, B., Davodi Roknabadi, A., & Salehi, S. (2019). Examining the characteristics of visual thinking & their function in the design thinking process. *Theoretical Principles of Visual Arts*, 4(1), 155-162 (In Persian).
- Nafisi, F., & Mohammad Kazemi, R. (2023). Providing an open innovation model for high-tech startups in the unit of industries related to information technology. *International Journal of Nonlinear Analysis and Applications*, 15(4), 159-172.
- Novojen, O., & Birnaz, N. (2019). Ecosystem of learning in initial vocational education and training: an innovative model for development of entrepreneurial competence. *In Handbook of Research on Ecosystem-Based Theoretical Models of Learning and Communication* (pp. 194-210). IGI Global.
- Poursalim, A., Zamani, E., & Manafi Sharaf-Abad, K. (2014). The Effectiveness of Collaborative Learning on Creative Thinking of Fifth Grade Students of Kouhdasht City in The Course of Science. *Thinking and Children*, 5(9), 1-19 (In Persian).
- Ramroudi, N., Arbabi, Z., Arbabi, A., Safai Moghadam, F., & Heydariparsa, M. (2022). Investigating the relationship between critical thinking and its components with self-criticism of secondary school students, *Journal of New Advances in Psychology, Training and Education*, (53) 5, 361-378 (In Persian).
- Rasekhi, B., Ghambarali, R., & Ali Baygi, A. (2015). Assessment of rural entrepreneurs' competencies in Kermanshah Township and identifying the factors influencing it. *Journal of Rural Research*, 6(3), 459-482 (In Persian).
- Rehman, S. U., Elrehail, H., Nair, K., Bhatti, A., & Taamneh, A. M. (2023). MCS package and entrepreneurial competence influence on business performance: the moderating role of business strategy. *European Journal of Management and Business Economics*, 32(1), 1-23.
- Robbins, S. P. (2004). *Decide & conquer: make winning decisions and take control of your life*. FT Press.
- Rouhi, H., Reshadatjoo, H., & Vazifehdoost, H. (2022). Designing a sustainable entrepreneurship model based on entrepreneurial competencies in the country's insurance businesses. *Political Sociology of Iran*, 5(8), 2477-2499 (In Persian).
- Sabk Ara, M., Bagheri, A., Bagheri, A., & Saketi, P. (2023). Designing a Strategic Model of Entrepreneurial Competencies of Students of Guilan University of Applied Sciences. *Sociology of Education*, 8(2), 47-56 (In Persian).

- Saatchi, Mahmoud. (2022), *Fundamentals of Organizational Behavior: Organizational Behavior and Productivity with a Native Perspective*, Rowan Publication, Tehran, Second Edition (In Persian).
- Sadeghi, A. A., Kazemi, B. (2015). Investigating the effective factors on the formation of entrepreneurial decision-making behavior of Tehran municipality managers. *International research conference in science and technology* (In Persian).
- Safarpour, R. (2015). Corporate Entrepreneurship Audit is a solution for fostering organizational creativity. *The second international conference on entrepreneurship, creativity and innovation* (In Persian).
- Sakib, M. N., Rabbani, M. R., Hawaldar, I. T., Jabber, M. A., Hossain, J., & Sahabuddin, M. (2022). Entrepreneurial competencies and SMEs' performance in a developing economy. *Sustainability*, 14(20), 13643.
- Sartipi, S., MohammadKazemi, Reza., Ahmadpour daryani, M., & Sakhdari, K. (2023). Presenting a service design model with meta-synthesis approach. *Journal of Entrepreneurship Development*, 16(1), 77-91. (In Persian).
- Shane, S. (2001). Technological opportunities and new firm creation. *Management science*, 47(2), 205-220.
- Shaemi Barzoki, A., & Mohamadi, M. (2015). Investigating the role of transformational leadership on manpower productivity by emphasizing on the role of corporate entrepreneurship. *Transformation Management Journal*, 6(12), 1-28 (In Persian).
- Singh, A. K. (2014). Role of interpersonal communication in organizational effectiveness. *International Journal of Research in Management and Business Studies*, 1(4), 36-39.
- Solimanifar, O., Shaabani, F., Rezaei, Z., & Nikoubakht, N. (2017). Disposition toward Critical Thinking, Self-Esteem, Assertiveness, Social Anxiety and Worry in Students: A causal model. *Clinical Psychology and Personality*, 15(2), 155-166 (In Persian).
- Saunders, M., Lewis, P., & Thornhill, A. (2009). *Research methods for business students*. Pearson education.
- Tahmasbzadeh Sheikhlari, D., Alamolhoda, Jamileh. (2014). Aesthetic Education: A Comprehensive Approach to Curriculum Challenges. *International Conference on Humanities, Psychology and Social Sciences* (In Persian).
- Talebian, A. R., Gorji, M. B., & Sanaeipour, H. (2022). Conceptual Model of Entrepreneurs' Competencies in Iranian International Businesses. *Journal of Innovation Management in Defensive Organization*, 4(14), 207-226 (In Persian).
- Tayebi, S. J., Maleki, M. R., Hessam, S. (2009). Factors affecting results orientation in the process management of social security organization hospitals support units. *Healthcare Management Quarterly (Health System)*, 1(3-4), 7-14 (In Persian).
- Yadollahi Farsi, J., Azizi, M., Mohammadkazemi, R., & Ziya, B. (2019). Identifying factors of fitness between business model and entrepreneurial opportunity for effective opportunity exploitation. *Revista Gestão & Tecnologia*, 19(5), 71-86.
- Yaghoobi Farani, A., Karimi, S., Khodaverdian, M. R., & Mohammadi Nejad, F. (2023). Assessment and Explanation the Entrepreneurial Competencies Framework of rural women facilitators (A study in Hamedan, Qom and Markazi provinces). *Village and Development*, 26(2), 133-164 (In Persian).
- Zarandi, M., & Ezzatjivan, S. (2014). Factors affecting the decision-making style of managers in organizations (senior managers' point of view using the Analytical Hierarchy (AHP) technique). *International Science and Engineering Conference* (In Persian).