طراحی الگوی شایستگی‌های کارآفرینانه اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌ها (موردمطالعه: دانشگاه شهید بهشتی)[1]

شهیده حسینی[2]
محمود ابوالقاسمی[3]
جهانگیر یداللهی‌فارسی[4]
مرتضی رضایی‌زاده[5]

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/٤/۲۸ تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۳/۲۵

چکیده

هدف از انجام این پژوهش، طراحی الگوی شایستگی‌های کارآفرینانه اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌ها بود. برای دستیابی به هدف فوق از طرح پژوهش کیفی با ماهیت اکتشافی استفاده شد که در چهار مرحله به انجام رسید. در مرحله اول، با ۱۷ نفر از اعضای هیئت‌علمی کارآفرین در دانشگاه شهید بهشتی، مصاحبه‌های وقایع رفتاری صورت گرفت. پس از تحلیل داده‌ها با روش تحلیل مضمون، ٦۹ خرده شایستگی کارآفرینانه به‌دست آمد که با کمک روش گروه کانونی در نه شایستگی کارآفرینانه‌ی اصلی جای گرفتند. این مقوله‌ها شامل شایستگی فرصت، شایستگی تعهد، شایستگی ارتباطات، شایستگی مدیریت، شایستگی مصالحه و پیشبرد دو نقش هیئت-علمی و کارآفرین، شایستگی رشد و یادگیری، شایستگی کسب‌وکار، شایستگی راهبردی و شایستگی فنی

---

[1]. مقاله حاضر برگرفته از رساله دکتری تحت‌عنوان "طراحی الگوی شایستگی‌های کارآفرینانه اعضای هیئت‌علمی دانشگاه های دولتی ایران (موردمطالعه: دانشگاه شهید بهشتی)" رشته آموزش عالی، گرایش مدیریت آموزش‌عالی دانشگاه شهید بهشتی است که در سال ۱۳۹٦ به اتمام رسیده است.

[2]. دکتری آموزش عالی، گرایش مدیریت آموزش عالی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران، مسئول مکاتبه، پست الکترونیک: Hosseini_shahideh@yahoo.com

[3]. دانشیار گروه رهبری و توسعه آموزش، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران، پست الکترونیک: Mabolghasemi٦٠@gmail.com

[4]. دانشیار گروه کسب وکار، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران، پست الکترونیک: Jfarsi@ut.ac.ir

[5]. استادیار گروه آموزش‌عالی، دانشکده علوم تربیتی و روانشناسی، دانشگاه شهید بهشتی، تهران، ایران، پست الکترونیک: Morteza.rezaeizadeh@ul.ie

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.20088000.1396.9.1.6.2]

تخصصی بودند. در مرحله‌ی سوم باهدف پالایش و اعتبار یابی یافته‌های حاصل از بخش مصاحبه، از روش دلفی در دو مرحله استفاده گردید. سپس روابط متقابل بین هر یک از مؤلفه‌های اصلی شایستگی‌های کارآفرینانه، با استفاده از روش الگوسازی ساختاری تفسیری تعیین شد. نتایج نشان داد که شایستگی راهبردی بانفوذترین شایستگی کارآفرینانه است که روی ۸ شایستگی دیگر، اثر مستقیم و یا غیرمستقیم دارد. این یافته‌ها می‌توانند مبنای طراحی برنامه‌های توسعه‌ی شایستگی‌های کارآفرینانه اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌ها و کمک به رشد تحقیقات آتی در این زمینه باشند.

کلیدواژگان: شایستگی‌های کارآفرینانه، اعضای هیئت‌علمی دانشگاه، الگوسازی ساختاری تفسیری.

مقدمه و بیان مسأله

دانشگاه‌ها به‌عنوان منبع دانش و پیشران‌های ایجاد فن‌آوری‌های جدید (لاو و گونزالس‌برامبیلا[۱]، ۲۰۰۷)، به‌طور فزاینده‌ای برای حمایت از توسعه‌ی اقتصادی و رفاه اجتماعی فراخوانده می‌شوند. درحالی‌که آن‌ها به‌طور سنتی، به‌عنوان سازمان‌هایی برای آموزش و پژوهش شناخته می‌شوند؛ در چند دهه‌ی گذشته از آن‌ها انتظار می‌رود به توسعه‌ی فناوری در اقتصاد مبتنی بر دانش کمک کنند (گوکتپ[۲]، ۲۰۰۸). اگر نوآوری‌هایی که دانشگاه‌ها ایجاد می‌کنند و مخاطراتی که می‌پذیرند، دانش مفید و انتقال آن را در کارهای اجتماعی و اقتصادی شتاب دهد، در آن صورت می‌توان گفت که کارآفرین بودن آن‌ها به جامعه دانایی محور کمک کرده است (شاتوک[۳]، ۱۳۹۲: ۱۱). این منجر به بحث در مورد نقش جدید دانشگاه‌ها و مأموریت سوم آن‌ها یعنی حرکت به‌سوی دانشگاه‌های کارآفرین شده است (لایزایت، وندراستین و اندز[٤]، ۲۰۰۸).

در حال حاضر در کشور ما، طرح‌ها و برنامه‌های مختلفی برای پشتیبانی از گسترش کارآفرینی دانشگاهی و تجاری‌سازی نتایج تحقیقات اجرایی شده‌اند؛ که دراین‌باره می‌توان به طرح کارآد (طرح توسعه‌ی کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور) اشاره کرد. همچنین ساختارهای مختلفی مانند مراکز کارآفرینی، پارک‌ها و مراکز رشد در سال‌های اخیر در دانشگاه‌ها و سازمان‌های تحقیقاتی شکل گرفته و در این زمینه فعالیت می‌کنند. بررسی وضعیت شاخص‌های مختلف کارآفرینی دانشگاهی نشانگر حرکت دانشگاه‌های کشور به سمت فعالیت‌های کارآفرینی و تجاری‌سازی نتایج تحقیقات است؛ بااین‌حال، دانشگاه‌های ما وضعیت چندان مطلوبی در تجاری-سازی نتایج تحقیقات و کارآفرینی دانشگاهی ندارند. فعالیت‌هایی همچون لیسانس دهی و انتقال حقوق دارایی-

۱. Lowe & Gonzalez-Brambila.
۲. Göktepe
۳. Shattock
٤. Leisyte, Van Der Steen & Enders

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1396.9.1.6.2]

های فکری یا تشکیل شرکت‌های انشعابی رایج نیست و به فعالیت‌های مربوط به ثبت و حفاظت حقوقی از دارایی‌های فکری به‌تازگی توجه شده است (فکور و حاجی‌حسنی، ۱۳۸۷).

با توجه به تغییر رویکرد مراکز علمی پژوهشی جهان که پاسخ‌گویی به نیازهای اقتصادی، اجتماعی و فرهنگی را در اولویت قرار داده‌اند؛ دانشگاه‌های کشور ما نیز باید بر مشارکت خود در پاسخ‌گویی به نیازهای مختلف جامعه بیفزایند و ضمن ایفای نقش در تولید علم و دانش، سهم عظیمی در توسعه‌ی صنعتی و نوآوری کشور داشته باشند. در این راستا مجموعه‌ای از عوامل محیطی و دانشگاهی باید به‌صورت هم‌زمان فعالیت نمایند تا کارآفرینی دانشگاهی توسعه یابد. راهبردهای کارآفرینانه‌ی دانشگاه‌ها تا حدی متأثر از سیاست‌های دولت؛ فرهنگ دانشگاه‌ها و حتی گروه‌های آموزشی؛ پردیس‌های دانشگاهی؛ کیفیت دانشگاه‌ها؛ پویایی و منابع اقتصاد محلی؛ و کنش‌های انسانی می‌باشند (گریمالدی[۱] و دیگران، ۲۰۱۱).

در میان منابع و عوامل مختلف تعیین‌کننده‌ی کارآفرینی دانشگاهی، ویژگی‌ها و تجربه‌های سطح فرد، مهم‌ترین پیش‌بینی کننده‌های کارآفرینی دانشگاهی هستند (کلاریسی، تارتری و سالتر[۲]، ۲۰۱۱: ۱۰۸٤). گوکتپ (۲۰۰۸) در این رابطه معتقد است که پژوهش در زمینه‌ی کارآفرینی دانشگاهی در وهله‌ی نخست باید بر تغییر و تحول فرد به‌جای دانشگاه متمرکز باشد زیرا انتقال فنّاوری و اختراعات توسط افراد بالفعل می‌شوند و تغییر در ساختارهای نهادی و سازمانی دانشگاه زمان می‌برد. مشوق‌ها و کمک‌های ارائه‌شده توسط سازمان‌ها، سیاست‌ها و قوانین دانشگاه قطعاً عوامل مؤثر بر کارآفرینی دانشگاهی هستند؛ اما آن‌ها همچنین تحت تأثیر دانشمندان کارآفرینی هستند که به‌طور فعال به ایجاد و پیگیری فرصت‌های تجاری بر اساس ایده‌های علمی جدید و دانش می‌پردازند (گوئتنر، آبسگونکا، سیلبرایزن و کانر[۳]، ۲۰۰۹).

در این میان اعضای هیئت‌علمی به‌عنوان مهم‌ترین عنصر سازنده‌ی دانشگاه‌ها و متخصص در رشته‌های خود، موقعیت خوبی برای سهیم شدن در فعالیت‌های نوآورانه دارند و می‌توانند در طیف وسیعی از فعالیت‌های کارآفرینانه مشارکت داشته باشند. کارآفرینی اعضای هیئت‌علمی هنگامی اتفاق خواهد افتاد که به فرصت‌های درآمدزایی که از طریق روش‌های خلاق و نوآور در پژوهش، تدریس و ارائه‌ی خدمات ایجاد شده است، پاسخ مناسب دهند (مارس و متکالف[٤]، ۱۳۹۱). آن‌ها با توسعه‌ی محصولات جدید و شروع شرکت‌های خود از طریق عرضه کردن دانش و نوآوری‌های پژوهشی به بازار، تبدیل به کارآفرین می‌شوند (شین[٥]، ۲۰۰٤).

۱. Grimaldi
۲. Clarysse, Tartari, & Salter.
۳. Goethner, Obschonka, Silbereisen & Cantner
٤. Mars & Metcalfe
٥. Shane

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.2008000.1396.9.1.6.2]

در همین رابطه می‌توان به دانشگاه آدام میکیویچ[۱] اشاره کرد که یک مثال بسیار روشن از کارآفرینی دانشگاهی توسط اعضای هیئت‌علمی است. رفتار کارآفرینانه در این دانشگاه بیشتر در سطح پرفسورهای خاص به وقوع می‌پیوندد. دانشکده بهداشت و درمان بیماری‌های مناطق گرمسیری لندن نیز مثال خوب دیگری در این زمینه است. جامعه‌ی آکادمیک آن در به‌دست آوردن بودجه‌های تحقیقاتی و قراردادها، بسیار نوآور و درگیر مشارکت با واحدهای بیرون از دانشکده است و در انجام پروژه‌های تحقیقانی برای جلب افکار عمومی، دست به مخاطره‌های مالی و آکادمیک می‌زند (شاتوک[۲]، ۱۳۹۲: ۱۱۷).

اما مشکل اصلی که در مقابل دانشگاه‌ها قرار دارد این است که اعضای هیئت‌علمی دانشگاهی، عموماً فاقد دانش کسب‌وکار و مهارت‌های لازم جهت انجام فعالیت‌های کارآفرینانه هستند (واکر[۳]، ۲۰۱۲). برخی مطالعات داخلی انجام‌شده نشان می‌دهد نگرش منفی دانشگاهیان به فعالیت‌های تجاری‌سازی و کارآفرینی (احمدی، ۱۳۹۰؛ حسنقلی‌پور، قلی‌پور و روشندل اربطانی، ۱۳۹۰)، برخوردار نبودن اعضای هیئت‌علمی دانشگاه از مهارت‌های کسب وکار و کارآفرینی (احمدی، ۱۳۹۰؛ شریف‌زاده، عبدالله زاده و شریفی، ۱۳۹۲) و نبود شناخت و آگاهی بهنگام آن‌ها از فرصت‌های کسب‌وکار در قلمرو فعالیت خویش (شریف‌زاده، عبدالله زاده و شریفی، ۱۳۹۲) ازجمله موانع کارآفرینی در دانشگاه‌های کشور است.

برای موفقیت در کارآفرین شدن یک دانشگاه باید توانایی شروع و اداره فعالیت های کارآفرینانه را در میان اعضای هیئت علمی آن ایجاد کرد. به عهده گرفتن نقش کارآفرینانه نیازمند تغییرات عمیق در آموزش اعضای هیئت علمی به ویژه مهارت ها و توانایی های آن‌هاست (فرهنگی و صفرزاده، ۱۳۸٦). اینکه تا چه حد اعضای هیئت علمی و محیط های تحقیقاتی آن‌ها برای فعالیت های کارآفرینانه آماده هستند، تصمیم آن‌ها را به فعالیت های کارآفرینانه تحت تأثیر قرار می دهد (گوکتپ و ماهاگونکار، ۲۰۱۰). مطالعه ی مبانی نظری در حوزه ی کارآفرینی نیز نشان می دهد مجموعه شایستگی های ویژه ای وجود دارند که ممکن است فقدان آن‌ها مانعی برای توسعه ی کارآفرینی دانشگاهیان باشد (به‌عنوان‌مثال هود و یانگ، ۱۹۹۳؛ برد، ۱۹۹۵؛ بائوم، لاک و اسمیت، ۲۰۰۱)؛ بنابراین ضرورت فزاینده ای برای شناسایی شایستگی های کارآفرینان دانشگاهی وجود دارد تا بتوان متوجه شد که آنان در هنگام بروز چالش ها از چه شایستگی هایی بهره می برند.

با بررسی مطالعات انجام‌شده در داخل و خارج از کشور نیز این نکته آشکار گردید که چهارچوب مشخصی برای شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌ها در دست نیست. لذا هدف کلی این پژوهش طراحی الگوی شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌ها بود. به‌منظور دستیابی به هدف فوق،

۱. Adam Mickiewicz University
۲. Shattock
۳. Walker

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.20088000.1396.9.1.6.2]

مؤلفه‌های اصلی و فرعی شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌ها شناسایی شد؛ سپس روابط متقابل بین هر یک از مؤلفه‌های اصلی موردبررسی قرار گرفت. شناسایی شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌ها و روابط تعاملی بین آن‌ها، امکان برنامه‌ریزی برای توسعه‌ی این شایستگی‌ها را در اعضای هیئت‌علمی فراهم نموده و به میزان چشم‌گیری بر موفقیت نظام آموزش عالی در ایفای نقش جدید خود در رشد و توسعه‌ی اقتصاد و جامعه دانش‌بنیان تأثیرگذار خواهد بود.

ادبیات پژوهش

گرایش به مبحث شایستگی در کارآفرینی ناشی از قائل شدن ارتباطی فرضی بین شایستگی‌ها و تولد، حفظ و رشد کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز است (برد[۱]، ۱۹۹۵؛ بائوم[۲]، ۱۹۹٤). فرآیند کارآفرینی به‌وسیله‌ی کارآفرین کنترل می‌شود که اقدام به رفتار کارآفرینی به‌منظور پیشبرد این فرایند می‌کند. رفتار کارآفرینی یک مجموعه رفتار، همچون جستجو و به چنگ آوردن فرصت، حل مسائل به‌صورت خلاقانه، پذیرفتن مسئولیت، شبکه‌سازی کارآمد و ریسک‌پذیری حساب‌شده است. ازآنجاکه این کنشها به میزان بالایی به شایستگی کارآفرین بستگی دارند، کارآفرینی را می‌توان مبتنی بر مجموعه‌ای از شایستگی‌ها تلقی نمود (نیکولاس[۳]، ۲۰۱۱: ۷).

برد (۱۹۹۵) بر مبنای پژوهش بویاتزیس[٤] (۱۹۸۲)، شایستگی‌های کارآفرینانه[٥] را به‌عنوان ویژگی‌های زیربنایی‌ای تعریف می‌کند که یک فرد دارا است و منجر به خلق کسب‌وکار جدید، بقای آن کسب‌وکار و یا رشد آن می‌گردد. این ویژگی‌ها شامل دانش، انگیزه، خصوصیات، خودپنداره، نقش‌های اجتماعی، مهارت‌های عمومی و خاصی می‌گردد که آن فرد ممکن است متوجه آن‌ها باشد یا نباشد. افزون بر این او معتقد است که شایستگی‌ها به‌صورت رفتاری و قابل‌مشاهده هستند. همچنین قابل‌تغییر و قابل یادگیری بوده و امکان مداخله در خصوص انتخاب و آموزش کارآفرینی را فراهم می‌سازند. به اعتقاد اونستنک[٦] (۲۰۰۳) نیز اصطلاح شایستگی یک مفهوم گسترده است که به‌صورت پایداری دانش، مهارت‌ها، نگرش‌ها و انگیزه‌ها را به‌عنوان ابعادی به هم مرتبط می‌سازد که کارآفرینان شایسته باید بتوانند از آن‌ها برای انجام وظایف و رفع مشکلات مرتبط با کنش‌های کارآفرینی‌شان استفاده کنند. علاوه بر این اینیانگ و اینو[۷] (۲۰۰۹) شایستگی‌های کارآفرینانه را شامل خوشه‌هایی هایی از دانش مربوطه، نگرش‌ها و مهارت‌هایی می‌دانند که این توانایی را به کارآفرین می‌دهد تا از ایده‌ای در

۱. Bird
۲. Baum
۳. Nicklaus
٤. Boyatzis
٥. Entrepreneurial Competencies
٦. Onstenk
۷. Inyang & Enuoh

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.20088000.1396.9.1.6.2]

ذهن، به خلق ارزش نائل شود و در مدیریت کردن یک فعالیت مخاطره‌آمیز، عملکرد سطح بالا و سود حداکثری ارائه کند.

جریان عمومی پژوهش‌ها (به‌عنوان‌مثال بائوم، لاک و اسمیت[۱]، ۲۰۰۱؛ مان، لاو و چان[۲]، ۲۰۰۲؛ احمد[۳]، ۲۰۰۷) اثبات کرده‌اند که شایستگی‌های کارآفرینانه برای موفقیت کسب‌وکارها حیاتی هستند. شایستگی‌های ضروری برای شروع کسب‌وکار مخاطره‌آمیز ممکن است به‌عنوان مبنا مطرح شود؛ اما اثربخش‌ترین کارآفرینان آن‌هایی هستند که فراتر از آغاز سازمان‌ها رفته و آن‌ها را زنده نگه‌داشته و رشد می‌دهند (برد، ۱۹۹۵). در همین رابطه میچل‌مور و راولی[٤] (۲۰۱۰) اشاره‌کرده‌اند که درک درست از ماهیت و نقش شایستگی‌های کارآفرینانه به‌عنوان عوامل مهم در رشد و موفقیت کسب‌وکار می‌تواند در عمل نتایج مهمی را دربر داشته باشد.

انواع شایستگی‌های کارآفرینانه

بیش از دو دهه است که شایستگی‌های کارآفرینانه موضوع پژوهش‌های بسیاری بوده است و محققین انواع مختلفی از آن‌ها را مورد شناسایی قرار داده‌اند. به‌عنوان‌مثال پژوهشگران، یک شایستگی کارآفرینانه‌ی مهم را شناسایی و انتخاب فرصت‌های کسب‌وکار" یافتند (چاندلر و جنسن[٥] ۱۹۹۲؛ مان، لاو و چان، ۲۰۰۲؛ اونستنک، ۲۰۰۳). افزون بر این، یک عامل مهم و تعیین‌کننده در حفظ مزیت رقابتی و موفقیت در کسب‌وکار کارآفرین، "ظرفیت نوآوری" است. یک مهارت مرتبط با نوآوری "خلاقیت" است که یک شایستگی ضروری در فرآیند نوآوری است. خلاق بودن مستلزم متفاوت بودن، کنجکاوی و ایستادگی است که افراد را قادر می‌سازد تا ایده-های جدید خلق کنند (ایزکوئردو و دسکلومیستر[٦]، ۲۰۱۰).

یافته‌های مطالعات پیشین حاکی از آن است که "توانایی برقراری ارتباط" یکی دیگر از ویژگی‌های مهم مربوط به کارآفرینی است (اونستنک، ۲۰۰۳؛ هود و یانگ[۷]، ۱۹۹۳). در همین رابطه اونستنک (۲۰۰۳) معتقد است که یک کارآفرین باید از توانایی اقناع کردن و بحث با طرف‌های ذینفع همچون مشتریان، مراجعان، رقیا و امثال آن‌ها برخوردار باشد. همچنین یافته‌های هود و یانگ (۱۹۹۳) نشان داد که توانایی برقراری ارتباط هم به‌صورت نوشتاری و هم به‌صورت گفتاری یکی از ویژگی‌هایی است که به میزان زیادی برای موفقیت کارآفرینی ضروری است. علاوه بر شایستگی‌هایی که ذکر شد، پژوهشگران دیگر مهارت‌های فنی (بائوم، لاک و اسمیت، ۲۰۰۱)، "

۱. Baum, Locke & Smith
۲. Man, Lau & Chan
۳. Ahmad
٤. Mitchelmore & Rowley
٥. Chandler & Jansen
٦. Izquierdo & Deschoolmeester
۷. Hood & Young

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.20088000.1396.9.1.6.2]

داشتن نیرو برای هدایت کسب‌وکار تازه تا مرحله‌ی ثمربخشی" (چاندلر و جانسن، ۱۹۹۲) و "ریسک‌پذیری" (ایزکوئردو، دسکولمیستر و سالازار[۱]، ۲۰۰۵) را به‌عنوان شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی مهم معرفی نمودند.

همچنین مطالعات پیشین، دسته‌بندی‌های مختلفی را از شایستگی‌های کارآفرینانه در زمینه‌های مختلف کارآفرینی مدنظر قرار داده‌اند. به‌عنوان‌مثال وینترتون[۲] (۲۰۰۲) یک چهارچوب چندبُعدی برای شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی مدیران بنگاه‌های کوچک تا متوسط پیشنهاد کرد که چهار حوزه‌ی شایستگی را تشکیل می‌دهد و شامل شایستگی‌های ادراکی، شایستگی‌های کارکردی، شایستگی‌های شخصی و فراشایستگی‌هاست. بنا به گفته‌ی وینترتون، شایستگی ادراکی به داشتن دانش مرتبط با کسب‌وکار اطلاق می‌شود. شایستگی کارکردی شامل مدیریت هدف و کنش، مهارت رهبری و مهارت منابع انسانی است. شایستگی شخصی شامل کنش قاطعانه، رفتار اخلاقی، تیم‌سازی، برقراری ارتباط، تمرکز بر نتایج، تأثیرگذاری بر دیگران، مدیریت خویش و جستجوی اطلاعات است. نهایتاً، فراشایستگی‌ها به توانایی‌های رده‌بالاتر اطلاق می‌شود که شامل توانایی یادگیری، انطباق-پذیری، پیش‌بینی و آفرینش است.

از سوی دیگر مان، لاو و چان (۲۰۰۲) با مرور مطالعات تجربی قبلی در خصوص شایستگی‌های کارآفرینانه، شش حوزه‌ی شایستگی شامل ۱. فرصت ۲. سازمان‌دهی، ۳. راهبردی، ٤. رابطه‌ای، ۵. تعهد و ٦. شایستگی‌های ادراکی را شناسایی نمودند. شایستگی فرصت به شناسایی، ارزیابی و پیگیری فرصت‌های بازار مربوط می‌شود. شایستگی رابطه‌ای دربرگیرنده‌ی توانایی ایجاد، حفظ و به‌کارگیری شبکه‌هایی با شرکت همه‌ی طرف‌های ذینفع در شرکت است. شایستگی ادراکی به توانایی‌هایی اطلاق می‌شود که در رفتارهای کارآفرین مرتبط با تفکر شهودی، رفتار نوآورانه، ارزیابی ریسک و ضرورت داشتن دیدگاهی متفاوت از بازار بازتاب می‌یابند. شایستگی سازمان‌دهی به کارکردهای مدیریتی همچون برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، رهبری، ایجاد انگیزه، تخصیص وظایف و کنترل ارتباط دارد. شایستگی راهبردی به تعیین، ارزیابی و پیاده‌سازی راهبردهای شرکت مربوط می‌شود. شایستگی تعهد توانایی‌هایی هستند که کارآفرین را به سخت‌کوشی و مواجهه با دشواری‌های حفظ کسب‌وکار وامی‌دارند.

تنوع بسیار زیادی در فهرست شایستگی‌های کارآفرینانه شناسایی‌شده توسط پژوهشگران مختلف وجود دارد. درعین‌حال، توافق نظر اندکی درباره‌ی اهمیت نسبی شایستگی‌های معین در یک بافتار کارآفرینی ملاحظه می-شود (موریس، وب، فو و سینگال[۳]، ۲۰۱۳). فاکتورهایی همچون ۱) وجود دیدگاه‌های مختلف در رابطه با به-کارگیری شایستگی‌ها، ازجمله به‌کارگیری شایستگی‌ها در مرحله‌ی شروع کسب‌وکار یا به‌کارگیری شایستگی‌ها

۱. Izquierdo, Deschoolmeester & Salazar
۲. Winterton
۳. Morris, Webb, Fu & Singhal

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.20088000.1396.9.1.6.2]

در حفظ و توسعه‌ی کسب‌وکار، یا به‌کارگیری در افزایش سود کسب‌وکار؛ ۲) اندازه‌ی کسب‌وکار؛ ۳) زمینه‌ی کسب‌وکار؛ ٤) وجود گروه‌های ذینفع مختلف؛ ۵) نقاط شروع نظری متفاوت و استفاده‌ی متنوع از روش‌های پژوهش کمّی در برابر روش‌های پژوهش کیفی می‌توانند بر چگونگی تعریف و مطالعه‌ی شایستگی‌های کارآفرینانه اثر بگذارند و بدین ترتیب در تنوع و ناهمخوانی بالقوه‌ی موجود در دامنه‌ی شایستگی‌های شناسایی‌شده در پیشینه‌های پژوهشی نقش داشته باشند (رضایی‌زاده، ۲۰۱٤).

بر اساس آنچه گفته شد، اگر قرار است که بنیان‌گذاران کسب‌وکارهای جدید به موفقیت دست یابند، باید از انواعی از شایستگی‌ها برخوردار باشند. بااین‌حال، کارآفرینان ممکن است همه‌ی این شایستگی‌ها را در همه‌ی زمان‌ها و موقعیت‌ها نداشته باشند (ایزکوئردو، دسکولمیستر و سالازار، ۲۰۰۵). به‌ویژه در شرکت‌های مبتنی بر فناوری‌های پیچیده، نامحتمل است که یک شخص کارآفرین همه‌ی شایستگی‌های لازم جهت کسب اعتبار برای کسب‌وکار جدید را داشته باشد. درنتیجه کسب‌وکارهای جدید فعال در فناوری‌های پیچیده غالباً با توسعه‌ی تیم‌ها ایجاد می‌شوند (راسموسن، موسِی و رایت[۱]، ۲۰۱۱).

به‌رغم توافق محققان درباره‌ی ضرورت شناخت مهارت‌ها و شایستگی‌های کارآفرینان، بیشتر پژوهش ها در این زمینه در حوزه‌های عمومی کارآفرینی به‌طور مثال کسب‌وکارهای کوچک (مان، لاو و چان، ۲۰۰۲)؛ بخش کشاورزی (فلن و شارپلی[۲]، ۲۰۱۲) و یا بخش مراقبت‌های بهداشتی (رابینو و فرشمن[۳]، ۲۰۰۵) انجام شده‌اند. آثار پژوهشی قابل‌توجهی در این حوزه وجود دارد اما این یافته‌ها به‌صراحت در ارتباط با فعالیت‌های کارآفرینانه در دانشگاه ازجمله جامعه‌ی اعضای هیئت‌علمی نیست. نمی‌توان به‌سادگی مدل‌های عمومی‌تر شایستگی‌های کارآفرینانه را در حوزه‌ی خاص فعالیت دانشگاهیان به کار برد و با اطمینان گفت که کدام‌یک از شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی شناسایی‌شده در جامعه‌ی عمومی و با چه درجه اهمیتی، برای جامعه‌ی اعضای هیئت‌علمی دانشگاه ضروری می‌باشند. درواقع کارآفرینی، پدیده‌ای وابسته به زمینه است و برای درک و توسعه‌ی شایستگی‌های آن، باید تجارب مرتبط با هر بستر مدنظر را به‌طور ویژه موردمطالعه قرار داد (اونستنک، ۲۰۰۳). ازاین‌رو شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌ها باید با توجه به ویژگی‌های خاص زمینه‌ی کاربرد آن یعنی زمینه‌ی دانشگاهی شناسایی شوند.

در میان آثار محدود با رویکرد شایستگی‌های کارآفرینانه در حوزه‌ی مؤسسات آموزشی و دانشگاه‌ها، مطالعات صورت گرفته غالباً بر شناسایی شایستگی‌های دانشجویان جهت کارآفرینی و در موارد اندکی شایستگی‌های

۱. Rasmussen, Mosey & Wright
۲. Phelan & Sharpley
۳. Rubino & Freshman

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.20088000.1396.9.1.6.2]

لازم جهت آموزش و تدریس کارآفرینی تمرکز داشته‌اند. در جدول ۱، به برخی از تحقیقات مرتبط داخلی اشاره شده است.

جدول۱: برخی تحقیقات داخلی مرتبط در حوزه‌ی مؤسسات آموزشی و دانشگاه‌ها

محققان	هدف تحقیق	یافته‌ها
علی‌آبادی، غلامرضایی و محمدی ۱۳۹۶	شناسایی متغیرهای مؤثر بر گرایش به راه‌اندازی بنگاه‌های کوچک و متوسط با تمرکز بر شایستگی‌های کارآفرینانه-ی دانشجویان	مهم‌ترین متغیر اثرگذار بر گرایش دانشجویان به راه‌اندازی بنگاه‌های کوچک و متوسط، شایستگی‌های راهبردی بود. نتایج بررسی تأثیر جنسیت بر شایستگی‌های کارآفرینانه نشان داد که تفاوت معناداری بین دانشجویان دختر و پسر در شایستگی فرصت‌جویانه، شایستگی ارتباطی و شایستگی ذهنی وجود دارد و تنها ۱۷ درصد از دانشجویان دارای گرایش بالا در راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک می‌باشند.
عزیزی و گودرزی ۱۳۹٤	شناسایی شایستگی‌های موردنیاز مربیان کسب‌وکار	تجربه‌ی عمیق در کسب‌وکار؛ تجربه و آشنایی با چالش‌ها و نقاط کور کسب‌وکار؛ طرح‌ریزی فعالیت‌ها، تعریف طرح چشم‌انداز و تعیین اهداف توسعه‌ای؛ اطلاعات مناسب از حوزه‌ی کاری شاگرد؛ قدرت تجزیه‌وتحلیل مسائل؛ ایجاد قرارداد مربیگری رسمی؛ ایجاد و حفظ شبکه‌ی ارتباطی با مربیان و متخصصان حوزه‌ی کسب‌وکار برای اشتراک‌گذاری ایده، دانش و تجارب با آن‌ها؛ هوشیاری نسبت به آخرین روندها و تغییرات محیط کسب‌وکار؛ هم‌ترازی تخصص و تجربه‌ی مربی با حوزه‌ی فعالیت و نیازهای کارآفرین یا صاحب کسب‌وکار؛ انگیزه‌بخشی، انرژی‌بخشی و امیدبخشی.
بادسار، رضایی و صلاحی‌مقدم ۱۳۹۳	بررسی تأثیر هوش عاطفی بر شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان	هوش عاطفی و مؤلفه‌های آن شامل مهارت‌های درون‌فردی، مهارت-های بین‌فردی، سازگاری، مدیریت استرس و خودانگیزی حدود ۳۵ درصد از واریانس شایستگی‌های کارآفرینانه را تبیین کردند.
عزیزی، شفیع-زاده و اکبرزاده ۱۳۹۲	شناسایی شایستگی‌های کارآفرینانه موردنیاز مدیران دانشگاهی.	شاخص‌های توانایی شبکه‌سازی در درون و بیرون دانشگاه و به-کارگیری شبکه‌ها، آگاهی از محیط بیرونی، ابتکار، آغازگری و پیش‌گام بودن، اعتقاد به لزوم خلق ثروت از دانش، تشویق و پاداش برای ارائه ابتکارات نوآورانه توسط هیئت‌علمی، برخورداری از شمّ تجاری، توانایی انگیزاندن افراد، توانایی حل خلاق مسئله و آگاهی سازمانی ده شاخصی هستند که بیشترین اولویت در چهارچوب شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی مدیران دانشگاهی را دارا بودند.
محمدی‌الیاسی، فراستخواه و	شناسایی مهارت‌های اساتید کارآفرینی معطوف به پرورش دانش‌آموختگان	چهارچوب مهارت‌ها متشکل از مهارت‌های یادگیری و یاددهی معلم، مهارت برقراری ارتباط، مهارت ایجاد و اداره‌ی کسب‌وکار و مهارت

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1396.9.1.6.2]

فرخ ۱۳۹۱	کارآفرین	تحلیل محیط کسب‌وکار بود.

در داخل کشور، موضوع شایستگی‌های کارآفرینانه به‌تازگی موردتوجه پژوهشگران قرار گرفته است. در مرور و بررسی این پژوهش‌ها نیز پژوهش مشخصی درزمینه‌ی شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی اعضای هیئت‌علمی یافت نشد. پژوهش‌های محدود انجام‌شده، درزمینه‌ی شناسایی ویژگی‌های موردنیاز کارآفرینان در کسب‌وکارهای مختلف غیردانشگاهی و یا تأثیر شایستگی‌های کارآفرینانه بر عملکرد، نوآوری یا موفقیت شرکت‌ها بوده است. در حوزه‌ی دانشگاه‌ها و مؤسسات آموزشی نیز تحقیقات انگشت‌شماری در رابطه با شناسایی شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی موردنیاز جهت آموزش کارآفرینی به دانشجویان (مجاب، ۱۳۹۰) شناسایی شایستگی‌های اساتید کارآفرینی جهت پرورش دانش‌آموخته‌ی کارآفرین (فرخ، ۱۳۸۹)؛ شناسایی شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی موردنیاز مدیران دانشگاهی (شفیع‌زاده، ۱۳۹۲) و همچنین تأثیر شایستگی‌های کارآفرینانه بر عملکرد شرکت‌های دانش-بنیان (مکانی یامچی، ۱۳۹۲) انجام شده است. در جدول ۲ نیز به برخی تحقیقات خارجی مرتبط در حوزه‌ی مؤسسات آموزشی و دانشگاه‌ها اشاره شده است.

جدول۲: برخی تحقیقات خارجی مرتبط در حوزه‌ی مؤسسات آموزشی و دانشگاه‌ها.

محققان	هدف تحقیق	یافته‌ها
رضایی‌زاده و همکاران ۲۰۱۷	تحلیل شایستگی‌های کارآفرینانه دانشجویان و روابط متقابل آن‌ها.	تفکر بهره‌ور، انگیزه، مهارت‌های بین فردی، شایستگی رهبری به‌عنوان شایستگی‌های کلیدی کارآفرینانه معرفی شدند. همچنین روابط متقابل بین شایستگی‌های کارآفرینانه تعیین شد.
مأمون، ناوی و شمس‌الدین ۲۰۱٦	بررسی تأثیر شایستگی‌های کلیدی کارآفرینی در نیت کارآفرینی دانشجویان	توانایی دانشجویان در شناخت فرصت‌های درآمدزا، مهارت‌ها و آموزش کارآفرینانه، نوآوری و شایستگی جستجوی اطلاعات بر نیات کارآفرینانه‌ی آن‌ها تأثیر قابل‌توجهی دارد.
اسماعیل و زین ۲۰۱۵	بررسی تأثیر آموزش کارآفرینی بر شایستگی‌های کارآفرینی دانشجویان	تفاوت معنی‌داری در نمره‌های شایستگی‌های کارآفرینی پاسخ‌دهندگانی وجود داشت که آموزش کارآفرینی دریافت کرده بودند. این تفاوت نمره‌ها در مؤلفه‌های استقامت، آگاهی از بازار، نیاز به استقلال و نیاز به قدرت وجود داشت.
لنز، بلاک و	طراحی یک چهارچوب	شایستگی تفکر سیستمی، تنوع‌پذیری و رویکرد بین‌رشته‌ای، تفکر دوراندیشانه،

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1396.9.1.6.2]

وسلینگ[1] ۲۰۱٤	شایستگی برای نظارت بر توسعه‌ی کارآفرینی پایدار دانشجویان.	شایستگی هنجاری، شایستگی اقدام، شایستگی بین فردی، شایستگی مدیریت راهبردی.
موریس و همکاران ۲۰۱۳	ایجاد یک فهرست از شایستگی‌های کلیدی برای عملکرد کارآفرینانه‌ی دانشجویان.	شناخت فرصت، ارزیابی فرصت، مدیریت یا کاهش ریسک، انتقال یک چشم-انداز قانع‌کننده، سرسختی/استقامت، حلال خلاقانه، اعمال‌نفوذ بر منابع، مهارت-های چریکی، خلق ارزش، حفظ تمرکز در عین سازگاری، انعطاف‌پذیری، خودکارآمدی، استفاده از شبکه‌ها و شبکه‌سازی.

درمجموع بررسی مطالعات انجام‌شده، نشان داد که چهارچوب مشخصی برای شایستگی‌های کارآفرینانه اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌ها در دست نیست. ازاین‌رو یکی از مهم‌ترین خلأهای پژوهشی در این حوزه "عدم شناسایی شایستگی‌های کارآفرینانه در جامعه‌ی اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌ها" بود که در این پژوهش موردتوجه قرار گرفت.

روش شناسی پژوهش

این پژوهش به لحاظ هدف در زمره‌ی پژوهش‌های کاربردی و به لحاظ روش گردآوری داده‌ها، از نوع پژوهش کیفی با ماهیت اکتشافی است. جامعه‌ی موردمطالعه در این پژوهش شامل کلیه‌ی اعضای هیئت‌علمی کارآفرین در دانشگاه شهید بهشتی از تمامی دانشکده‌ها، گروه‌ها و رشته‌های علمی بودند. به‌منظور انتخاب مشارکت-کنندگان در بخش مصاحبه از رویکرد نمونه‌گیری هدفمند استفاده گردید. ملاک‌های موردنظر برای انتخاب افراد نمونه بدین شرح می‌باشند: الف- عضو هیئت‌علمی دانشگاه که حداقل یک پروژه‌ی نوآوری را در قالب ایجاد یک شرکت، در مرکز رشد و واحدهای فناور دانشگاه شهید بهشتی شروع کرده باشد؛ چه به بازار رسیده باشد چه نرسیده باشد. ب- عضو هیئت‌علمی دانشگاه که عضو یک تیم نوآوری باشد. ج- همچنین دو ملاک تنوع در رشته و حوزه‌ی نوآوری و تنوع در مرحله‌ی رشد کسب‌وکار در انتخاب افراد نمونه، موردتوجه پژوهشگر قرار گرفت تا از یک‌سو شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی مشترک و عام در بین همه‌ی رشته‌ها و حوزه‌های علمی و از سوی دیگر شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی موردنیاز در تمام مراحل فرایند کارآفرینی (از مرحله‌ی پیش رشد تا مرحله‌ی رشد و توسعه) مورد شناسایی قرار گیرند. لازم به ذکر است که در پژوهش حاضر از میان انواع فعالیت‌های کارآفرینی دانشگاهی، تجاری‌سازی نتایج پژوهش در قالب ایجاد شرکت انشعابی دانشگاهی مدنظر بوده است.

۱. Lans, Blok & Wesselink

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1396.9.1.6.2]

پژوهش حاضر در چهار مرحله به انجام رسید. در مرحله‌ی اول از مصاحبه‌ی نیمه ساختارمند، جهت شناسایی خرده‌شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌ها استفاده شد. با توجه به ماهیت تدوین الگوی شایستگی‌ها که تا حد زیادی به تجارب رفتاری اعضای هیئت‌علمی کارآفرین باز می‌گردد؛ از تکنیک "مصاحبه-ی وقایع رفتاری[۱]" استفاده گردید که بر تجربه‌های اعضای هیئت‌علمی کارآفرین درزمینه‌ی راه‌اندازی کسب‌وکار کارآفرینانه استوار بود. در مصاحبه از اعضای هیئت‌علمی کارآفرین خواسته شد تا به وقایع و تجارب مهمی که در طول مراحل مختلف در فرایند ایجاد و توسعه‌ی کسب‌وکار داشتند، اشاره کنند. مصاحبه‌شوندگان تشویق می‌شدند که تجارب و اتفاقات موفق و ناموفق را با جزئیات، شامل شرایط مؤثر بر آن اتفاق، موانع و چالش‌ها، اقدامات انجام‌شده و پیامدهای این وقایع توصیف کنند. به‌منظور دستیابی به نتایج بیشتر محقق از بعضی سؤالات پیگیری استفاده می‌نمود تا مصاحبه‌شوندگان، وقایع را با جزئیات بیشتری توضیح دهند.

از سوی دیگر برای تعیین حجم نمونه در مرحله‌ی مصاحبه، از معیار اشباع نظری استفاده شد. بر این اساس فرایند مصاحبه به‌گونه‌ای طراحی گردید که بعد از هر مصاحبه داده‌ها کدگذاری و تحلیل شدند تا ضمن شناسایی شایستگی‌های کارآفرینانه اعضای هیئت‌علمی، این شایستگی‌ها در مصاحبه‌های بعدی پیگیری شوند. مصاحبه‌ها تا جایی ادامه یافت که داده‌های جدیدی در فرآیند گردآوری داده‌ها به‌دست نیامد. مضامین شایستگی‌های کارآفرینانه و ویژگی‌های آن‌ها تکراری شد و داده‌های جدیدی نیز که به‌دست‌آمده می‌آمد با مقولات موجود هماهنگ بود. این مسئله در مصاحبه‌ی پانزدهم محقق شد ولی برای اطمینان، کار گردآوری داده‌ها تا مصاحبه‌ی هفدهم ادامه یافت. بدین ترتیب، ۱۷ نفر از اعضای هیئت‌علمی کارآفرین در دانشگاه شهید بهشتی مورد مصاحبه قرار گرفتند. مشخصات مشارکت‌کنندگان در بخش مصاحبه (و همین‌طور بخش دلفی) در قالب جدول ۳، ارائه شده است.

جدول ۳. مشخصات مصاحبه‌شوندگان در پژوهش حاضر

ویژگی	تعداد مصاحبه‌شوندگان در هر یک انواع ویژگی موردنظر			
نوع کسب‌وکار	خدمات تخصصی	تولیدی	تحقیق و توسعه	خدمات مهندسی
	۳	۹	۲	۳
مرحله توسعه کسب‌وکار	نوپا یا پیش رشد	رشد	توسعه‌یافته	ناموفق
	۳	۸	٤	۲
حوزه نوآوری	فناوری	علوم پایه	سلامت و پزشکی	هنر و علوم انسانی
	۸	۵	۱	۳

۱. Behavioral event interview

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1396.9.1.6.2]

مرتبه دانشگاهی	استاد	دانشیار	استادیار	مربی
	۲	۸	٦	۱
سابقه خدمت	۰-۵	۵-۱۰	۱۰-۱۵	بالاتر از ۱۵
	۳	۳	۵	٦
جنسیت	مرد		زن	
	۱٤		۳	

با توجه به ماهیت کیفی داده‌هایی که از مصاحبه‌ها به‌دست آمد و لزوم استخراج مفاهیم مشابه در آن‌ها، از روش تحلیل مضمون[۱] به‌منظور تحلیل داده‌ها استفاده شد. تحلیل مضمون، عبارت است از عمل کدگذاری و تحلیل داده‌ها، با این هدف که داده‌ها چه می‌گویند. این تحلیل در وهله‌ی اول به دنبال الگویابی در داده‌ها است (محمدپور، ۱۳۸۸). تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها در شش گام صورت گرفت که گزارش آن در ادامه ارائه می‌شود.

آماده‌سازی و آشنایی با داده‌ها: بدین منظور ابتدا متن کامل مصاحبه‌ها از فایل صوتی به‌صورت فایل نوشتاری مکتوب و پیاده‌سازی شد و از تطبیق متن مکتوب با فایل صوتی اطمینان حاصل گردید. همچنین متن مصاحبه‌ها به‌دقت مطالعه شد تا ضمن درگیری با داده‌ها، با عمق و غنای محتوای آن‌ها آشنا و بدین ترتیب شرایط مناسب برای تحلیل آن‌ها فراهم گردد.

کدگذاری اولیه: با مرور متن مصاحبه‌ها، هر زمان که یک بخش تفکیک‌شده‌ی معنادار از متن پیدا شد، پژوهشگر یک کد برای آن در نظر گرفت. به‌عبارت‌دیگر از دل شواهد گفتاری مستقل، کدهای اولیه شناسایی و آشکار گردید. در این مرحله، همه‌ی اطلاعات کدبندی شدند. برای هر کد اولیه، یک شرح واژه‌ی مختصر نوشته شد. در خلال کدگذاری فهرست جامعی فراهم گردید؛ یعنی فهرستی از تمامی کدهایی که برای استفاده در مطالعه تدوین‌شده‌اند. به هنگام روبرو شدن با بخش‌های مناسب، پژوهشگر این کدها را در بخش‌های جدیدی از داده‌ها مجدداً به کار گرفت. در جدول ٤، نمونه‌ای از کدگذاری‌های اولیه ارائه‌شده است.

جدول ٤: نمونه‌ای از کدگذاری‌های اولیه

ردیف	شواهد گفتاری	کدهای اولیه
۱	در آن زمان تقریباً هیچ شرکتی در این زمینه در ایران فعالیتی نداشت و واقعاً نیاز به آن در کشور احساس می‌شد.	شناسایی فرصت‌ها با در نظر گرفتن نیازهای بازار.
۲	منتها ایده دادن قدم اولش است. حالا رساندن این ایده به بازار، آیا می‌رسد یا نمی‌رسد؟	لزوم انجام امکان‌سنجی‌های

۲. Thematic Analysis

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1396.9.1.6.2]

	باید چندین کار بکنیم. یکی اینکه ببینیم هزینه تمام‌شده‌اش چقدر است و آیا یک چنین کاری سود دارد یا نه؟ و اینکه آیا می‌توانیم رقابت کنیم با بازار موجود در ایران یا نه؟ و اینکه آیا مشتری به‌اندازه‌ی کافی هست که ضرر نکنیم؟... طبیعتاً باید خیلی حساب‌شده فکر کنیم؟	مختلف در جهت ارزیابی ایده‌ی موردنظر.
۳	یک افق می‌خواهد مثلاً ۱۰ سال آینده یا ۲۰ سال آینده من می‌خواهم چه‌کار کنم؟ چه حرفی می‌خواهم گفته باشم؟ اول‌ازهمه افقت مهم است. فقط مهم نیست که یک‌چیزی تولید کنید. مهم این است که در ۲۰ سال دیگر می‌خواهید چی بگید و در این وادی چه حرفی برای گفتن دارید.	لزوم تعیین افق و چشم‌انداز انجام فعالیت کارآفرینانه در بلندمدت.

جستجو و شناخت مضامین فرعی: در این مرحله کدها بر اساس پدیده‌های کشف‌شده در داده‌ها که مستقیماً به پرسش تحقیق مربوط می‌شوند، دسته‌بندی گردید. بعد از پیوند دادن دسته‌هایی از این کدها، مضامین شکل گرفت. در جدول ۵، بخشی از کدهای اولیه مربوط به مضمون شناسایی فرصت به‌عنوان نمونه آورده شده است.

جدول ۵: مضمون شناسایی فرصت و بخشی از کدهای اولیه‌ی مربوط به آن

بخشی از کدهای اولیه‌ی مربوط به مضمون شناسایی فرصت
شناسایی فرصت‌ها با تولید محصولات موردنیاز داخلی با مشابه خارجی؛ از طریق به‌کارگیری منابع و جلوگیری از هدر رفتن آن‌ها؛ با ارائه محصول یا خدمت با قیمت پایین‌تر نسبت به محصول یا خدمت مشابه در بازار؛ با تمرکز بر افزایش کیفیت محصول یا خدمت ارائه‌شده نسبت به محصول یا خدمت مشابه در بازار؛ با در نظرگرفتن نیاز بازار به محصول یا خدمت موردنظر؛ در تجربیات سفرهای کاری یا مطالعاتی خارج از کشور؛ شناسایی فرصت ایجادشده ناشی از تغییرات محیطی مانند تحریم‌های سیاسی و اقتصادی؛ با دادن راه‌حل خلاقانه (به‌صورت ارائه محصول یا خدمت یا ...) برای مسائل و مشکلات حل‌نشده؛ با ارائه خدمات پژوهشی موردنیاز بخش‌های مختلف اجرایی در صنعت و دولت؛ از طریق ارائه محصول یا خدمت به بازارهای جدید؛ از طریق ایجاد توسعه و نوآوری در فرایند و روش انجام کار (از حالت سنتی به نوین) و ... .

شکل‌گیری مضامین اصلی: زمانی که مجموعه‌ای از مضامین استخراج شدند، مضامین فرعی بر اساس مقایسه-های ثابت (تشابهات و تفاوت‌ها) در غالب مضامین اصلی دسته‌بندی شدند. به‌منظور انجام این کار از روش گروه کانونی استفاده شد و نظر چند خبره درباره‌ی مضامین فرعی، عناوین آن‌ها و نحوه‌ی مقوله‌بندی آن‌ها پرسیده شد. بدین ترتیب مضامین فرعی شناسایی‌شده، در درون مقوله‌هایی که فرض می‌شد ازنظر مفهومی به هم مرتبط هستند، دسته‌بندی شدند و بهترین عنوان برای هر مقوله انتخاب گردید. مضامین فرعی به‌دست‌آمده در این تحقیق تحت عنوان خرده‌شایستگی‌های کارآفرینانه و مضامین اصلی به‌دست‌آمده از مرحله‌ی بعدی تحت عنوان شایستگی‌های کارآفرینانه اصلی در نظر گرفته شدند.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1396.9.1.6.2]

پالایش و بازبینی مضامین: در طول فرایند کدگذاری و مقوله‌بندی، کدها، مضامین فرعی و مضامین اصلی بر اساس مقایسه‌ی مداوم در معرض پالایش، بازبینی و تغییر قرار گرفت و قالب ایجادشده به‌طور پیوسته بازبینی و اصلاح شد. پالایش و بازبینی مضامین با بهره‌گیری از روش دلفی (در مرحله‌ی سوم پژوهش) تکمیل و بدین ترتیب خرده‌شایستگی‌های کارآفرینانه نهایی شدند.

تعیین شبکه روابط بین مضامین: در این مرحله ارتباط منطقی و معنایی بین مضامین را مشخص ساختیم. تعیین شبکه‌ی روابط بین مضامین در این پژوهش، با کمک روش الگوسازی معادلات ساختاری تفسیری (در مرحله‌ی چهارم پژوهش) انجام گردید. درواقع روش تحلیل مضمون و گام‌های آن با تمام مراحل پژوهش حاضر مرتبط است.

همان‌طور که گفته شد، در مرحله‌ی دوم پژوهش از روش گروه کانونی استفاده شد تا خرده‌شایستگی‌های شناسایی‌شده به‌منظور ارائه‌ی مقوله‌های اصلی، به شیوه‌ی مناسبی طبقه‌بندی شوند. تشکیل گروه کانونی با نیّت کم شدن تأثیر پژوهشگر، افزایش دقت روش‌شناختی و درنتیجه افزایش تأیید پذیری یافته‌ها صورت پذیرفت. گروه تشکیل‌شده شامل ٦ نفر از اعضای هیئت‌علمی دانشگاه شهید بهشتی بودند که با استفاده از روش نمونه-گیری هدفمند انتخاب شدند. ملاک موردنظر برای انتخاب مشارکت‌کنندگان بدین شرح بود: افرادی که هم در حوزه‌ی کارآفرینی و هم در حوزه‌ی آموزش عالی دارای دانش کافی باشند و حداقل ۵ سال تجربه‌ی انجام پژوهش یا آموزش در حوزه‌ی کارآفرینی را داشته باشند. از این افراد خواسته شد تا در مورد خرده‌شایستگی-هایی شناسایی‌شده، نحوه‌ی مقوله‌بندی آن‌ها و تعیین بهترین عنوان برای هر مقوله اظهارنظر کنند. ملاک ما برای مقوله‌بندی مضامین فرعی، بر اساس محتوا و مفهوم آن‌ها بوده است؛ به‌طوری‌که مضامین فرعی به تعداد مناسب و با موضوعات مشابه در زیر یک مضمون اصلی قرار گیرند

از سوی دیگر به‌منظور پالایش و ارزیابی اهمیت و اعتبار خرده‌شایستگی‌های کارآفرینانه از روش دلفی استفاده گردید. ازآنجاکه ارائه‌ی یک الگو بدون در نظر گرفتن دیدگاه‌های سایر صاحب‌نظران، ممکن است پژوهشگر را به یکسونگری و مداخله دیدگاه‌ها و قضاوت‌های شخصی در فرایند تحقیق و ساخت الگو متهم ساخته و اعتبار الگوی به‌دست‌آمده را زیر سؤال ببرد؛ با استفاده از روش دلفی و با مراجعه به مشارکت‌کنندگان در بخش مصاحبه، میزان باورپذیری و تأییدپذیری یافته‌ها بررسی شد. بدین منظور از مصاحبه‌شوندگان خواسته شد تا اهمیت شایستگی‌های حاصل از تجزیه‌وتحلیل متن مصاحبه‌ها را از دیدگاه خود مشخص کنند. پس از دریافت نظرات مصاحبه‌شوندگان، پاسخ‌های مرحله‌ی اول با استفاده از آزمون دوجمله‌ای مورد تحلیل قرار گرفت. آیتم-هایی که اهمیت آن‌ها موردتوافق مشارکت‌کنندگان نبود؛ در مرحله‌ی دوم به آن‌ها برگشت داده شد و اهمیت

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.2008000.1396.9.1.6.2]

آن‌ها مورد نظرخواهی مجدد قرار گرفت. آن دسته از شایستگی‌های کارآفرینانه که اهمیت آن‌ها مورد اجماع بودند، به‌عنوان شایستگی‌های نهایی تعیین گردید.

در مرحله‌ی چهارم اجرای پژوهش و به‌منظور تعیین روابط متقابل بین هر یک از مؤلفه‌های اصلی شایستگی‌های کارآفرینانه، از روش الگوسازی ساختاری تفسیری[۱] (ISM) استفاده شد. الگوسازی ساختاری تفسیری تکنیکی مناسب برای تحلیل تأثیر یک عنصر بر دیگر عناصر بوده و ترتیب و جهت روابط پیچیده‌ی میان عناصر یک سیستم را بررسی می‌کند. ISM یک روش تفسیری است زیرا این قضاوت گروه است که تعیین می‌کند کدام عوامل و چگونه با یکدیگر در ارتباط باشند؛ از طرف دیگر ساختاری است، به این معنی که در آن بر مبنای روابط، ساختاری کلی از مجموعه روابط پیچیده‌ی بین عناصر مختلف استخراج می‌شود؛ و درنهایت این روش یک نوع الگوسازی است؛ ازآن‌جهت که ساختار کلی روابط بین عناصر شناسایی‌شده در یک مدل گرافیکی ارائه می‌گردد (سیج، ۱۹۹۷). تعیین روابط بین شایستگی‌ها به مشخص شدن این مسئله کمک می‌کند که چه شایستگی‌هایی پیش‌نیاز وجود شایستگی‌های دیگر است و این مسئله به انجام برنامه‌ریزی‌های دقیق‌تر جهت توسعه‌ی شایستگی‌ها همچون تعیین توالی ارائه‌ی برنامه‌های آموزشی کمک می‌کند (رضایی‌زاده، ۲۰۱٤).

مشارکت‌کنندگان در این بخش شش نفر از اعضای هیئت‌علمی کارآفرین در دانشگاه شهید بهشتی بودند که بر اساس روش نمونه‌گیری هدفمند انتخاب‌شده‌اند. ملاک موردنظر برای انتخاب این افراد، داشتن تجربه‌ی ایجاد و اداره‌ی حداقل یک کسب‌وکار به‌صورت موفق بوده است. گام‌های روش الگوسازی ساختاری تفسیری شامل: تعیین متغیرها؛ ایجاد ماتریس خودتعاملی ساختاری[۲]؛ ایجاد ماتریس دستیابی اولیه[۳]؛ ایجاد ماتریس دستیابی نهایی (سازگارشده)؛ سطح‌بندی عناصر؛ ساخت الگو؛ و ایجاد ماتریس قدرت نفوذ–وابستگی[٤] است.

در ادامه به اقداماتی که در پژوهش حاضر در راستای افزایش کیفیت نتایج صورت پذیرفت؛ اشاره می‌گردد:

استفاده از راهبرد کنترل اعضاء: روش کنترل اعضاء نشان می‌دهد که یافته‌های پژوهش از طریق شرکت کنندگان نه از طریق علایق و انگیزه‌های محقق به‌دست آمده است و این مسئله به افزایش اطمینان‌پذیری و تأیید پذیری نتایج پژوهش منجر می‌شود. بدین منظور در پژوهش حاضر نتایج نهایی حاصل از تحلیل داده‌های مصاحبه‌ها در قالب پرسشنامه‌ی دلفی در اختیار مشارکت‌کنندگان در مرحله‌ی مصاحبه قرارگرفته و از آن‌ها خواسته شد تا اهمیت هر یک از شایستگی‌ها را از دیدگاه خود مشخص کنند. درصورتی‌که خرده‌شایستگی‌ها

۱. Interpretive structural modeling
۲. Structural Self-Interaction Matrix
۳. Reachability Matrix
٤. Driver Power-Dependence Matrix

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.20088000.1396.9.1.6.2]

ازنظر مصاحبه‌شوندگان اهمیت کمی داشت؛ توسط محقق از الگو حذف و بدین ترتیب نقش پیش‌فرض‌ها و اشتباهات محقق کم‌رنگ گردید؛

اجماع پژوهشگران: برای بررسی و بازنگری یافته‌ها و مقوله‌بندی خرده شایستگی‌های کارآفرینانه از پژوهشگران و تحلیل‌گران متعدد در قالب روش گروه کانونی استفاده شد. این نوع اجماع به استفاده از بیش از یک پژوهشگر یا پژوهشگران و تحلیل‌گران متعدد برای بررسی و بازنگری یافته‌ها دلالت دارد. اجماع پژوهشگران نوعی از همسوسازی یا اجماع سه سویه است که شیوه‌ای برای افزایش کیفیت و دستیابی به اطمینان‌پذیری در پژوهش کیفی به شمار می‌رود؛

تعیین حجم نمونه بر اساس اصل اشباع نظری: این راهبرد موجب گردید تا افزایش گروه نمونه تا جایی ادامه یابد که داده‌های عمیق و کافی برای همه‌ی جنبه‌های موضوع گردآوری شود؛

متناسب بودن نمونه: انتخاب نمونه‌ها با استفاده از روش نمونه‌گیری هدفمند منجر به انتخاب افرادی شد که اطلاعاتی غنی در مورد موضوع مطالعه دارند و می‌توانند درک و فهم مفصلی از موضوع پژوهش ارائه دهند. این مسئله به افزایش انتقال‌پذیری نتایج پژوهش منجر می‌گردد.

یافته‌ها

سوال اول پژوهش: شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی اصلی و فرعی اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌ها کدامند؟

به‌منظور پاسخ به اولین پرسش پژوهش از مصاحبه‌ی نیمه ساختاریافته، گروه کانونی و روش دلفی استفاده شد. در مرحله‌ی مصاحبه، ٦٩ خرده شایستگی کارآفرینانه به‌دست آمد که با کمک روش گروه کانونی در ۹ شایستگی کارآفرینانه‌ی اصلی قرار گرفتند. در مرحله‌ی بعد با استفاده از روش دلفی، خرده شایستگی‌های کارآفرینانه پالایش و نهایی شدند (درمجموع اجرای دو مرحله‌ی دلفی تعداد ٦٢ خرده شایستگی به تأیید مصاحبه‌شوندگان رسید). در جدول ٦، عناوین شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی اصلی و خرده شایستگی‌های مرتبط با هر یک از آن‌ها ارائه شده است.

جدول ٦: شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی اصلی و خرده شایستگی‌های مرتبط با هر یک از آن‌ها

شایستگی‌های کارآفرینانه اصلی	خرده شایستگی‌های کارآفرینانه
فرصت	جستجوی فرصت، شناسایی فرصت، ارزیابی فرصت، شکار فرصت‌ها، تفکر خلاق، آشنایی با کارآفرینی، ابتکار عمل.
تعهد	مسئولیت‌پذیری، پشتکار، اشتیاق، خوش‌بینی، صداقت، انصاف، وظیفه مداری، تعهد سازمانی.
مدیریت	تجارب مدیریتی، مهارت سازمان‌دهی، مهارت تفویض، آشنایی با مدیریت مؤثر منابع انسانی، آشنایی با

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.2008000.1396.9.1.6.2]

	مدیریت امور مالی، مهارت تیم‌سازی و انجام کار گروهی، تجربه انجام کار گروهی، مهارت رهبری.
راهبردی	هدف‌محوری، رویکرد حلال، تفکر استراتژیک، توانایی تحلیلی، دید جهانی.
مصالحه و پیشبرد هر دو نقش هیئت‌علمی و کارآفرین	توانایی مصالحه بین دو نقش هیئت‌علمی و کارآفرین، توانایی پیشبرد هر دو نقش هیئت‌علمی و کارآفرین، انعطاف‌پذیری، نگرش مثبت به فعالیت‌های کارآفرینانه اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌ها، خودکارآمدی، مدیریت زمان، آگاهی از خود، توانایی کنار آمدن با فشار و استرس.
کسب‌وکار	آشنایی با تجارت و کسب‌وکار، آشنایی با امور قانونی یا حقوقی کسب‌وکار، آگاهی از محیط کسب‌وکار، آشنایی با صنعت موردنظر، آشنایی با بازاریابی، تجربه قبلی کسب‌وکار، تجربه همکاری با صنعت یا دولت، مهارت مدیریت‌ریسک، ریسک‌پذیری.
ارتباطات	مهارت شبکه‌سازی، مهارت روابط بین‌فردی، مهارت اقناع‌سازی، مهارت مذاکره، مهارت ارائه.
رشد و یادگیری	مهارت جستجو و گردآوری اطلاعات، مهارت مشاوره، توانایی یادگیری مداوم، توانایی مربی‌گری و توسعه افراد، ذهن و رویکرد تجربه‌گرا، تجربه فرصت‌های مطالعاتی و سفرهای کاری در داخل و خارج از کشور.
فنی تخصصی	دانش تخصصی، مهارت فنی و حرفه‌ای، ذهن و رویکرد پژوهش‌گرا، ذهن و رویکرد کاربردگرا، مهارت‌های پژوهشی، تجربه انجام طرح‌های پژوهشی کاربردی.

سوال دوم پژوهش: روابط متقابل بین شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی اعضای هیئت‌علمی به چه صورت است؟

دومین پرسش پژوهش با استفاده از روش الگوسازی ساختاری تفسیری (ISM)، پاسخ داده شد. متغیرها در این تحقیق شامل شایستگی‌های فرصت، تعهد، مدیریت، مصالحه و پیشبرد، راهبردی، کسب‌وکار، ارتباطات، رشد و یادگیری، فنی و تخصصی بودند که از طریق تحلیل داده‌های مربوط به مصاحبه با اعضای هیئت‌علمی کارآفرین و گروه کانونی شناسایی شدند. با واردکردن مضامین اصلی در نرم‌افزار ISM، شبکه‌ی روابط تعاملی بین هریک شایستگی‌های کارآفرینانه در یک جلسه‌ی مدیریت تعاملی تعیین شد.

در گام نخست به‌منظور استخراج ماتریس خودتعاملی ساختاری، نظرات خبرگان تحقیق به‌کار گرفته شد. این ماتریس یک ماتریس مقایسه‌ی زوجی است که در آن متغیرها در سطر و ستون وارد و روابط محتمل میان آن‌ها بر اساس نظر خبرگان تعیین می‌گردد. در این ماتریس اگر متغیر i بر ایجاد متغیر j تأثیر داشته باشد از نماد V؛ اگر متغیر j بر ایجاد متغیر i تأثیر داشته باشد از نماد A؛ اگر متغیر i و j تأثیر دوطرفه داشته باشند از نماد X؛ و برای نشان دادن عدم وجود رابطه بین متغیر i و j از نماد O استفاده می‌شود. لازم به ذکر است که به‌منظور تعیین روابط بین شایستگی‌ها، از قانون اکثریت یا بیشترین فراوانی برای هر درایه استفاده گردید؛ همچنین میزان شدت تأثیر ۷۰ درصد، در نظر گرفته شد. در مرحله‌ی بعد نمادهای ارائه‌شده در ماتریس خودتعاملی به صفر و یک تبدیل شدند و بدین ترتیب ماتریس دستیابی اولیه به‌دست آمد. پس‌ازآن با در نظر گرفتن روابط ثانویه بین

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1396.9.1.6.2]

شایستگی‌ها، سازگاری درونی آن برقرار و ماتریس دستیابی نهایی استخراج شد. سازگاری به این معناست که اگر متغیر A بر متغیر B و متغیرB برمتغیر C تأثیر داشته باشد، می‌توان نتیجه گرفت که متغیر A بر C تأثیر دارد. اگر در ماتریس دستیابی این حالت برقرار نبود باید ماتریس اصلاح‌شده و روابط موردنظر جایگزین شوند. برای ایجاد سازگاری در ماتریس اولیه، رجوع دوباره به کمیته‌ی خبرگان و نیز بهره‌گیری از قوانین ریاضی رایج است. در اینجا به دلیل طولانی بودن محاسبات، فقط ماتریس دستیابی نهایی مطابق با جدول ۷ ارائه‌شده است.

جدول ۷: ماتریس دستیابی نهایی

ردیف	شایستگی	۱	۲	۳	٤	٥	٦	۷	۸	۹	قدرت نفوذ
۱	فرصت	۱	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۷
۲	تعهد	۱	۱	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۸
۳	مدیریت	۱	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۷
٤	مصالحه و پیشبرد	۱	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۷
٥	راهبردی	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۱	۹
٦	کسب‌وکار	۰	۰	۰	۰	۰	۱	۰	۰	۰	۱
۷	ارتباطات	۱	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۷
۸	رشد و یادگیری	۱	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۷
۹	فنی و تخصصی	۱	۰	۱	۱	۰	۱	۱	۱	۱	۷
۱۰	میزان وابستگی	۸	۲	۸	۸	۱	۹	۸	۸	۸	

در گام بعدی به‌منظور تعیین سطح هر یک از شایستگی‌ها، مجموعه‌های پیش‌نیاز، دستیابی و مشترک برای هر یک از شایستگی‌های کارآفرینانه از روی ماتریس دریافتی نهایی مطابق با جدول ۸ استخراج شد. مجموعه‌ی دستیابی برای یک متغیر خاص عبارت است از خود آن متغیر به انضمام متغیرهای دیگری که بر آن‌ها تأثیر دارد. مجموعه‌ی پیش‌نیاز برای هر متغیر شامل خود آن متغیر به انضمام متغیرهای دیگری که بر آن عامل تأثیر می-گذارند. به دنبال، آن می‌توان موارد مشترک این دو مجموعه را برای هر یک از متغیرها به‌دست آورد. متغیر یا متغیرهایی در اولین سطح از مدل ساختاری تفسیری قرار می‌گیرند که مجموعه‌ی دستیابی و عناصر مشترک آن یکسان هستند و نیز دارای کمترین قدرت نفوذ باشند. پس از شناسایی متغیر یا متغیرهای اولین سطح، آن متغیرها از فهرست متغیرها کنار گذاشته می‌شوند و عملیات سطح‌بندی تکرار می‌شود تا زمانی که سطح تمامی متغیرها تعیین گردد. همان‌طور که ملاحظه می‌شود در عامل ٦ یا شایستگی کسب‌وکار، مجموعه دستیابی و

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1396.9.1.6.2]

مشترک یکسان است؛ و همچنین این عامل بر اساس ماتریس دستیابی نهایی دارای کمترین قدرت نفوذ است. لذا شایستگی کسب‌وکار در سطح اول مدل جای می‌گیرد.

جدول ۸: تعیین سطح عوامل (سطح اول)

شایستگی	مجموعه پیش‌نیاز	مجموعه دستیابی	مجموعه اشتراک‌ها	سطح
۱	۹-۸-۷-۵-٤-۳-۲-۱	۹-۸-۷-٦-٤-۳-۱	۹-۸-۷-٤-۳-۱	اول
۲	۵-۲	۹-۸-۷-٦-٤-۳-۲-۱	۲	
۳	۹-۸-۷-۵-٤-۳-۲-۱	۹-۸-۷-٦-٤-۳-۱	۹-۸-۷-٤-۳-۱	
٤	۹-۸-۷-۵-٤-۳-۲-۱	۹-۸-۷-٦-٤-۳-۱	۹-۸-۷-٤-۳-۱	
۵	۵	۹-۸-۷-٦-۵-٤-۳-۲-۱	۵	
٦	۹-۸-۷-٦-۵-٤-۳-۲-۱	٦	٦	
۷	۹-۸-۷-۵-٤-۳-۲-۱	۹-۸-۷-٦-٤-۳-۱	۹-۸-۷-٤-۳-۱	
۸	۹-۸-۷-۵-٤-۳-۲-۱	۹-۸-۷-٦-٤-۳-۱	۹-۸-۷-٤-۳-۱	
۹	۹-۸-۷-۵-٤-۳-۲-۱	۹-۸-۷-٦-٤-۳-۱	۹-۸-۷-٤-۳-۱	

بعد از حذف شایستگی کسب‌وکار از فهرست عوامل، باقیمانده‌ی شایستگی‌ها، دوباره سطح‌بندی شدند. بدین ترتیب شایستگی‌های فرصت، مدیریت، مصالحه و پیشبرد، ارتباطات، رشد و یادگیری و فنی تخصصی بر اساس داده‌های جدول ۹، در سطح دوم مدل قرار می‌گیرند.

جدول ۹: تعیین سطح عوامل (سطح دوم)

شایستگی	مجموعه پیش‌نیاز	مجموعه دستیابی	مجموعه اشتراک‌ها	سطح
۱	۹-۸-۷-٤-۳-۲-۱	۹-۸-۷-٤-۳-۱	۹-۸-۷-٤-۳-۱	دوم
۲	۵-۲	۹-۸-۷-٤-۳-۲-۱	۲	
۳	۹-۸-۷-٤-۳-۲-۱	۹-۸-۷-٤-۳-۱	۹-۸-۷-٤-۳-۱	
٤	۹-۸-۷-٤-۳-۲-۱	۹-۸-۷-٤-۳-۱	۹-۸-۷-٤-۳-۱	
۵	۵	۹-۸-۷-۵-٤-۳-۲-۱	۵	
۷	۹-۸-۷-٤-۳-۲-۱	۹-۸-۷-٤-۳-۱	۹-۸-۷-٤-۳-۱	
۸	۹-۸-۷-٤-۳-۲-۱	۹-۸-۷-٤-۳-۱	۹-۸-۷-٤-۳-۱	
۹	۹-۸-۷-٤-۳-۲-۱	۹-۸-۷-٤-۳-۱	۹-۸-۷-٤-۳-۱	

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1396.9.1.6.2]

با تعیین شایستگی‌های سطح دوم و حذف آن‌ها، ورودی و خروجی شایستگی‌های باقیمانده محاسبه گردید. جداول ۱۰ و ۱۱، نشان می‌دهند شایستگی تعهد در سطح سوم و شایستگی راهبردی در سطح چهارم مدل قرار می‌گیرند.

جدول ۱۰: تعیین سطح عوامل (سطح سوم)

شایستگی	مجموعه پیش‌نیاز	مجموعه دستیابی	مجموعه اشتراک‌ها	سطح
۲	۵-۲	۲	۲	سوم
۵	۵	۵-۲	۵	

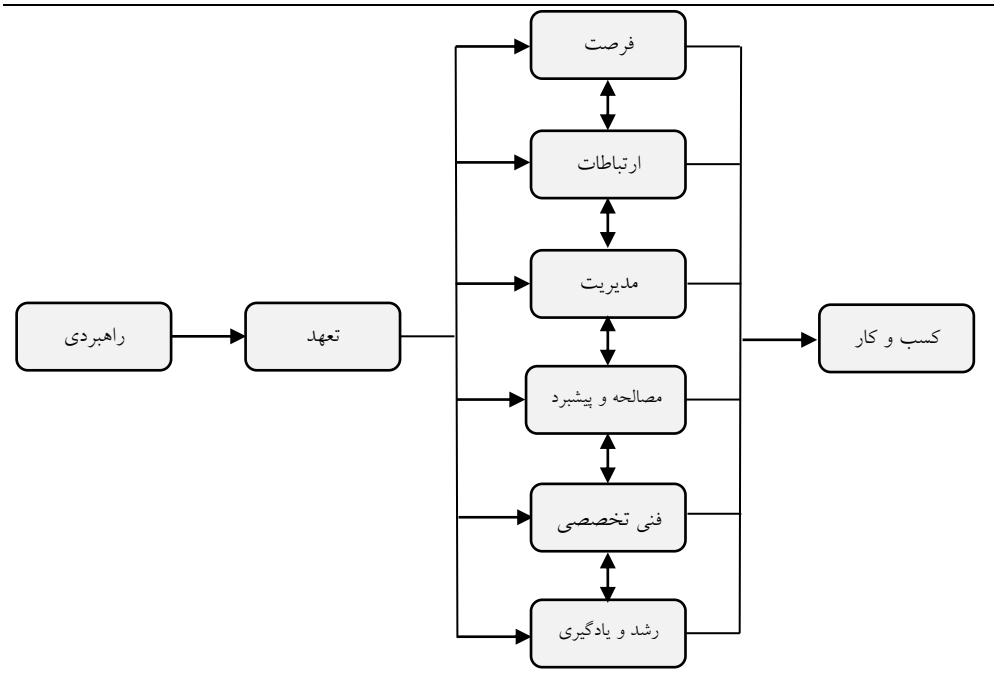
جدول ۱۱: تعیین سطح عوامل (سطح چهارم)

شایستگی	مجموعه پیش‌نیاز	مجموعه دستیابی	مجموعه اشتراک‌ها	سطح
۵	۵	۵	۵	چهارم

در این مرحله با توجه به سطوح متغیرها و ماتریس دستیابی نهایی، مدل نهایی ساختار تعاملی یا ارتباطات متقابل شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌ها استخراج شد که در شکل ۱ ملاحظه می‌شود. در این مدل، شایستگی‌ها برحسب سطح آن‌ها به ترتیب از راست به چپ قرار گرفته‌اند. شایستگی‌هایی که در سمت راست مدل قرار دارند، تأثیرگذاری کمتری دارند و شایستگی‌هایی که در سمت چپ مدل واقع‌شده‌اند، تأثیرات قابل‌توجهی را بر هرکدام از شایستگی‌هایی که در سمت راست آن‌ها قرارگرفته‌اند، ایجاد می‌کنند. با استفاده از علامت فلش جهت ایجاد هرکدام از این تأثیرات مشخص شده است.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1396.9.1.6.2]



شکل ۱: ارتباطات متقابل شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌ها

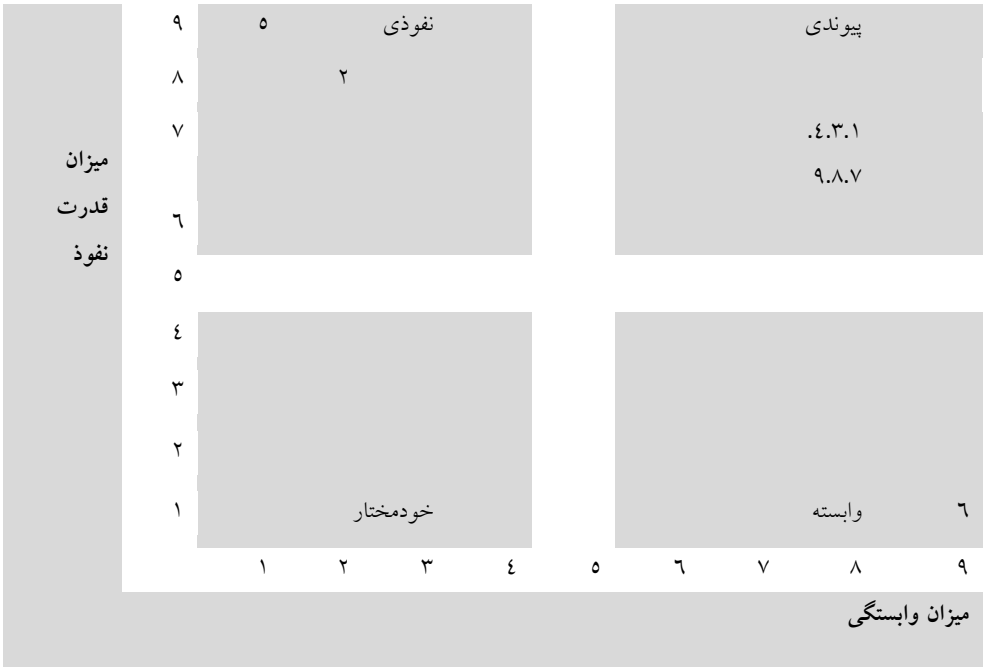
همان‌طور که در شکل ۱، ملاحظه می‌شود مدل نهایی ارتباطات متقابل شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌ها از چهار سطح تشکیل شده است. در اولین سطح، شایستگی کسب‌وکار قرار گرفته است. یعنی این شایستگی در مدل نهایی بیشترین تأثیرپذیری را از سایر عوامل و کمترین تأثیرگذاری را بر آن‌ها دارد. شش شایستگی فرصت، مدیریت، مصالحه و پیشبرد، ارتباطات، رشد و یادگیری و فنی تخصصی در سطح دوم مدل با یکدیگر ارتباطات متقابل و دوطرفه دارند. این امر نشانگر این مطلب است که با تقویت یا تضعیف هر از این مؤلفه‌ها، مؤلفه‌های دیگر نیز تأثیر پذیرفته و تقویت یا تضعیف می‌گردند. همچنین شایستگی‌های این سطح بر شایستگی کسب‌وکار تأثیرگذار هستند. در سطح سوم شایستگی تعهد قرار دارد که بر شایستگی‌های سطح اول و دوم تأثیرگذار است و خود از شایستگی راهبردی در سطح چهارم تأثیر می‌پذیرد. در چهارمین سطح مدل، شایستگی راهبردی قرار گرفته است که بیش‌ترین درجه‌ی تأثیرگذاری را بر روی سایر شایستگی‌ها دارد، به‌گونه‌ای که تمامی هشت شایستگی دیگر، به‌صورت مستقیم و یا غیرمستقیم تحت تأثیر این ویژگی هستند.

از سوی دیگر میزان قدرت نفوذ و وابستگی شایستگی‌های کارآفرینانه از داده‌های ماتریس دستیابی نهایی استخراج و ماتریس تحلیل نفوذ قدرت–وابستگی شایستگی‌های کارآفرینانه، مطابق با شکل ۲، به‌دست آمد.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1396.9.1.6.2]

هدف از این تحلیل بررسی قدرت نفوذ و میزان وابستگی متغیرها است. قدرت نفوذ هر متغیر از جمع اعداد یک در هر سطر و میزان وابستگی هر متغیر از جمع اعداد یک در هر ستون از ماتریس دستیابی نهایی به دست می-آید. در این تحلیل متغیرها به چهار دسته تقسیم می‌شوند. دسته‌ی اول شامل شایستگی‌های **خودمختار** هستند که قدرت نفوذ و وابستگی ضعیفی دارند. این متغیرها تا حدودی از سایر متغیرها مجزا هستند و ارتباطات کم و ضعیفی دارند. دسته‌ی دوم متغیرهای **وابسته** هستند که از قدرت نفوذ ضعیف اما وابستگی بالایی نسبت به سایر متغیرها برخوردار هستند. دسته‌ی سوم متغیرهای **پیوندی** می‌باشند که قدرت نفوذ و وابستگی بالایی دارند. درواقع هرگونه عملی بر روی این متغیرها باعث تغییر سایر متغیرها می‌شود. دسته‌ی چهارم متغیرهای **نفوذی** را در برمی‌گیرند که قدرت نفوذ بالایی دارند اما وابستگی آن‌ها پایین است. این دسته مانند سنگ بنای سیستم عمل می‌کنند و برای شروع یک تغییر و تحول اساسی در عملکرد سیستم، باید در وهله‌ی اول روی آن‌ها تأکید کرد.



شکل ۲: ماتریس تحلیل نفوذ قدرت–وابستگی

تجزیه‌وتحلیل مربوط به قدرت نفوذ–وابستگی شایستگی‌های کارآفرینانه حاکی از این است که هیچ شایستگی در قسمت خودمختار قرار نگرفته است و این نشان‌دهنده‌ی وجود ارتباطات قوی مابین مؤلفه‌ها در مدل

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1396.9.1.6.2]

به‌دست‌آمده است. شایستگی کسب‌وکار در دسته‌ی متغیرهای وابسته قرار می‌گیرد که برای ایجاد آن شایستگی-های زیادی دخالت دارند و خود آن کمتر می‌تواند زمینه‌ساز عوامل دیگر شود. شایستگی‌های فرصت، مدیریت، مصالحه و پیشبرد، ارتباطات، رشد و یادگیری و فنی تخصصی در دسته‌ی متغیرهای پیوندی و دو شایستگی راهبردی و تعهد در دسته‌ی متغیرهای نفوذی قرار می‌گیرند.

بحث و نتیجه‌گیری

چنانچه ملاحظه شد باهدف طراحی الگوی شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌ها و با بهره-گیری از روش تحقیق کیفی اکتشافی، ابعاد اصلی الگو در ۹ مؤلفه‌ی اصلی و ٦۲ مؤلفه‌ی فرعی شناسایی و تأیید شدند. آنگاه با به‌کارگیری روش ISM، ارتباط و توالی آن‌ها در قالب مدلی جامع به‌دست آمد. این الگو، خلأ نظری موجود در رابطه با چیستی شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی اعضای هیئت‌علمی دانشگاه‌ها و همچنین چگونگی روابط متقابل میان این شایستگی‌ها را تا حدی پوشش داد.

نتایج این مطالعه نشان داد شایستگی "راهبردی[۱]" به‌عنوان بانفوذترین شایستگی کارآفرینانه‌ی اعضای هیئت-علمی دانشگاه بیشترین تأثیر را بر دیگر شایستگی‌ها دارد. این شایستگی به ویژگی‌هایی از عضو هیئت‌علمی کارآفرین اشاره دارد که مرتبط با تعیین اهداف، برنامه و چشم‌انداز شرکت و به‌کارگیری راهبردهایی است که موجب دستیابی به اهداف و بهبود سازگاری با محیط خارجی می‌گردند. این مسئله همسو با تحقیقات مان، لاو و چان (۲۰۰۲) و احمد (۲۰۰۷) است که بر ضرورت داشتن شایستگی راهبردی در کارآفرینان تأکید داشته‌اند. در همین رابطه لنز، بلاک و وسلینگ (۲۰۱٤) و ویجایا، داس و داس[۲] (۲۰۱۵) به مدیریت راهبردی به‌عنوان یک شایستگی کارآفرینانه‌ی مهم اشاره داشته‌اند. در تبیین ضرورت وجود این شایستگی باید گفت که داشتن عملکردی راهبردی، در محیط نامطمئن و پیچیده‌ی کسب‌وکارهای مخاطره‌آمیز که اغلب با محدودیت منابع مواجه می‌باشند و انجام اشتباهات قابل جبران نیست؛ از اهمیت بسیاری برخوردار است. کارآفرینانی که در پی کسب موفقیت هستند، بی‌تردید به راهبردهای اثربخش یا به‌عبارت‌دیگر برنامه‌های دقیق برای حرکت به سمت اهدافی نیاز دارند که به‌دقت تعیین شده است (بارن و شین[۳]، ۱۳۹٤).

شایستگی کارآفرینانه‌ی "تعهد[٤]" دومین شایستگی بانفوذ و تأثیرگذار در الگوی به‌دست آمده است. این شایستگی به ویژگی‌هایی از عضو هیئت‌علمی کارآفرین اشاره دارد که منجر به حفظ تلاش وی برای شروع و پیشبرد دائمی کسب‌وکار، علی‌رغم وجود مشکلات و موانع می‌شوند. نتایج تحقیقات بسیاری نیز نشان داده‌اند

---

۱. Sterategic Competency
۲. Vijaya, Das & Das.
۳. Baron & Shane
٤. Commitment Competency

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1396.9.1.6.2]

که درجه‌ی تعهد نسبت به نقش کارآفرینانه بسیار مهم است (مان، ۲۰۰۱؛ برد، ۲۰۰۲؛ درمول و روزمن[۱]، ۲۰۱٤؛ هس[۲]، ۲۰۱۵). در رابطه با ضرورت وجود این شایستگی باید گفت در شروع راه‌اندازی یک کسب‌وکار جدید و مخاطره‌آمیز، یک استاد کارآفرین با چالش‌ها و موانع زیادی مانند فقدان مشتری یا کمبود نقدینگی روبرو است که نیازمند پافشاری و تعهد او برای حل آن‌هاست. در طول توسعه‌ی کسب‌وکار نیز درحالی‌که بحران‌های مختلف محیطی و سازمانی وجود دارد؛ او باید اهداف بلندمدت خود را پیگیری کند. بدون داشتن یک تعهد قوی به اهداف، احتمالاً او شکست خواهد خورد. به‌عبارت‌دیگر برای دستیابی به اهداف مهم باید از تعهد لازم برای انجام فعالیت در بلندمدت برخوردار بود. تعهد بیشتر و عمیق‌تر اساتید کارآفرین، به‌مواجهه‌ی آن‌ها با سختی‌ها و ناامید نشدنشان و همین‌طور افزایش شانس بقای کسب‌وکار آن‌ها در بلندمدت کمک می‌کند.

از سوی دیگر نتایج این پژوهش بر اهمیت شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی فرصت، مصالحه و پیشبرد هر دو نقش هیئت‌علمی و کارآفرین، مدیریت، ارتباطات، رشد و یادگیری و فنی تخصصی تأکید دارد که در سطح دوم مدل قرار گرفته و با یکدیگر ارتباطات متقابل دارند. شایستگی "فرصت[۳]" به ویژگی‌هایی از عضو هیئت‌علمی کارآفرین اشاره دارد که مرتبط با جستجو، شناسایی، ارزیابی و شکار فرصت‌های بازار از طرق مختلف می‌باشند. بسیاری از پژوهشگران شایستگی‌های فرصت‌محور را به‌عنوان یکی از شایستگی‌های کارآفرینانه مهم معرفی نموده‌اند (شین و ونکاتارامان[٤]، ۲۰۰۰؛ اونستنک، ۲۰۰۳؛ موریس و همکاران، ۲۰۱۳). درواقع فرصت مفهوم کلیدی در کارآفرینی است و برای آنکه کارآفرینی وجود داشته باشد؛ نخست باید فرصت وجود داشته باشد. پژوهشگران نیز در سال‌های اخیر توجه خاصی به پدیده‌ی کارآفرینی به‌عنوان فرصت داشته‌اند. به‌عنوان‌مثال شین و ونکاتارامن (۲۰۰۰) کارآفرینی را به‌عنوان فرایند کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های سودآور در نظر می‌گیرند. آن‌ها بیان می‌کنند که کارآفرینی فرایند تعامل بین افراد و فرصت‌هاست، لذا رشته‌ی کارآفرینی باید به مطالعه‌ی منابع فرصت‌ها و مجموعه‌ی افرادی بپردازد که به کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها اقدام می‌کنند (مقیمی، وکیلی و اکبری، ۱۳۹۲).

شایستگی "مصالحه و پیشبرد هر دو نقش هیئت‌علمی و کارآفرین[۵]" به ویژگی‌هایی از عضو هیئت‌علمی کارآفرین اشاره دارد که مرتبط با مدیریت تعارضات بین دو نقش هیئت‌علمی و کارآفرین؛ و پیشبرد هم‌زمان هر دو نقش با استفاده از راهبردهای مناسب می‌باشند. در همین رابطه برد (۲۰۰۲) به لزوم داشتن انعطاف‌پذیری در

۱. Dermol & Rožman
۲. Hesse
۳. Opportunity Competency
٤. Shane & Venkataraman
۵. Reconciliation Competency And Acting As Both A Faculty Member And An Entrepreneur

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.2008000.1396.9.1.6.2]

تغییر نقش و مدیریت تعارضات نقش در کارآفرینان تأکید کرده است. همچنین هس (۲۰۱۵) یک عامل مهم در رشد شرکت انشعابی دانشگاهی را تمایل و توانایی کارآفرین دانشگاهی برای تغییر هویت نقش خود می‌داند. جین، جورج و مالتاریک[۱] (۲۰۰۹) نیز بر لزوم توانایی تغییر هویت نقش اعضای هیئت‌علمی، ارزیابی یک هویت نقش کارآفرینانه؛ و همین‌طور مدیریت هویت‌های چندگانه توسط آن‌ها اشاره داشته‌اند.

برای بسیاری از اساتید در دانشگاه، جهش به دنیای تجاری (در قالب انجام فعالیت کارآفرینانه)، یک چالش مهم است؛ زیرا اعضای هیئت‌علمی معمولاً عقاید و نگرش‌های خاصی در رابطه با نقش مناسب یک عضو هیئت-علمی دانشگاه دارند و اغلب فکر می‌کنند که انجام فعالیت‌های تجاری مناسب یک عضو هیئت‌علمی دانشگاه نیست (ترزبای و ترزبای[۲]، ۲۰۰۲). این مسئله ناشی از فرهنگ‌های هنجاری متفاوت دنیای علم و دنیای تجارت است. لذا مشارکت اعضای هیئت‌علمی در فعالیت کارآفرینانه، در وهله‌ی نخست مستلزم اصلاح تعریفشان از نقش خود به‌عنوان یک هیئت‌علمی است. این مسئله مستلزم آن است که آن‌ها هم خود را در شغل اصلی‌شان و هم در نقششان به‌عنوان یک کارآفرین ارزیابی کنند. سپس آن‌ها باید بتوانند با راهبردهای مناسب این دو نقش را باهم آشتی داده و تلاش کنند وظایفی که نقش کارآفرین بر دوش آن‌ها می‌گذارد؛ با وظایف خود در نقش یک عضو هیئت‌علمی تلفیق کنند (جین، جورج و مالتاریک، ۲۰۰۹). از سوی دیگر تصمیم به شرکت در فعالیت‌های کارآفرینانه برای اعضای هیئت‌علمی، نیازمند این است که آن‌ها دارای مهارت‌های چندگانه‌ای باشند که آن‌ها را قادر به پیشبرد هر دو نقش هیئت‌علمی و کارآفرین می‌کند. به‌عبارت‌دیگر تصمیم به شرکت در فعالیت‌های کارآفرینانه برای این افراد، شبیه به مدیریت هویت‌های چندگانه است که به این مسئله اشاره دارد که آن‌ها دارای مهارت‌ها و دانش چندگانه‌ای هستند که آن‌ها را قادر به پاسخگویی بهتر به موقعیت‌های مختلف می‌کند (گوکتپ و ماهاگونکار، ۲۰۱۰).

شایستگی "مدیریت[۳]" به ویژگی‌هایی از عضو هیئت‌علمی کارآفرین اشاره دارد که مرتبط با سازمان‌دهی منابع، تیم‌سازی، هماهنگی، نظارت و رهبری مؤثر افراد به‌منظور برآورده کردن اهداف فعالیت کارآفرینانه می‌باشند. پژوهش‌های پیشین در حوزه‌ی کارآفرینی نشان داده است که یک کارآفرین باید مجهز به شایستگی‌های مدیریتی برای نیل به موفقیت باشد (چاندلر و جنسن، ۱۹۹۲؛ میچل‌مور و راولی، ۲۰۱۰؛ فلن و شارپلی، ۲۰۱۲؛ ویجایا، داس و داس، ۲۰۱۵). در حوزه‌ی خاص کارآفرینی دانشگاهی، چاو[۴] و همکاران (۲۰۱۰) بر شایستگی مدیریت؛ و رضایی‌زاده (۲۰۱۷) بر لزوم داشتن مهارت‌های مدیریت و رهبری تأکید داشتند.

۱. Jain, George & Maltarich
۲. Thursby & Thursby
۳. Management Competency
٤. Chou

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.20088000.1396.9.1.6.2]

در تبیین ضرورت وجود این مقوله باید گفت راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید پایان فرایند کارآفرینی نیست بلکه این فرایند توانایی افراد در اداره‌ی موفقیت‌آمیز این کسب‌وکارها را نیز دربر می‌گیرد. در حقیقت با رشد شرکت-ها نیاز به وجود مدیریتی قوی ضرورت می‌یابد؛ زیرا نبود چنین منبع مستمری از دانش، شرکت را با مشکلات اساسی مواجه کرده و پایه‌ی موفقیت و رشد کسب‌وکارهای جدید را متزلزل می‌کند. لذا به فردی باتجربه مدیریتی نیاز هست. اگر اساتید این تجربه و مهارت‌های مدیریتی را نداشته باشد باید فردی که از این تجربیات بهره‌مند است به تیم افزوده شود و آن را تکمیل نماید. علت آن است که موفقیت در این وظایف مدیریتی نه‌تنها کسب‌وکارهای آن‌ها را قادر به بهره‌گیری از تمام ظرفیت بالقوه خود می‌کند؛ بلکه اهداف آن‌ها را نیز به حقیقت مبدل خواهد کرد (بارن و شین، ۱۳۹٤). در مقابل عدم شایستگی در مهارت‌های مدیریتی باعث بهره‌وری پایین، عدم کارایی و عملکرد ضعیف شده و منجر به از دست رفتن منابع مالی، انسانی، زمانی و یا انرژی و تلاش کارآفرین می‌گردد.

شایستگی «فنی تخصصی[۱]» به ویژگی‌هایی از عضو هیئت‌علمی کارآفرین اشاره دارد که مرتبط با دارا بودن دانش تخصصی و مهارت‌های فنی و پژوهشی موردنیاز برای انجام موفق فعالیت کارآفرینانه می‌باشند. شایستگی فنی تخصصی به‌عنوان یک حوزه مهارتی مهم در کارآفرینان موفق، در بسیاری از مطالعات مورد تأکید بوده است (احمد، ۲۰۰۷؛ وو[۲]، ۲۰۰۹؛ میچل‌مور و راولی، ۲۰۱۰؛ دسته[۳] و همکاران، ۲۰۱۲). شایستگی فنی تخصصی، یک شایستگی ضروری برای اعضای هیئت‌علمی کارآفرین است؛ زیرا افرادی که دارای مهارت‌های شغلی بهتری هستند، بهتر به بهره‌برداری از فرصت اقدام می‌کنند و بنابراین احتمال بیشتری دارد که در فرایند بهره‌برداری از فرصت درگیر شوند (مقیمی، وکیلی و اکبری، ۱۳۹۲). در همین رابطه دسته و همکاران (۲۰۱۲) دریافتند که مهارت‌های فنی و پژوهشی محققان دانشگاهی بر ظرفیت آن‌ها برای کشف و بهره‌برداری از فرصت‌ها تأثیرگذار است. برخی پژوهش‌ها نیز با بررسی ارتباط بین بهره‌وری علمی و انجام فعالیت کارآفرینانه توسط دانشگاهیان، حاکی از آن بود که اعضای هیئت‌علمی کارآفرین، محققان بهتری با نشریات و استنادات بیشتر در مقایسه با همتایان خود می‌باشند (لاو و گونزالس‌برامبیلا، ۲۰۰۷).

شایستگی "ارتباطات[٤]" به ویژگی‌هایی از عضو هیئت‌علمی کارآفرین اشاره دارد که مرتبط با ایجاد، حفظ و به-کارگیری یک مجموعه از روابط و شبکه‌های ارتباطی در درون و بیرون از دانشگاه است که به اعضای هیئت-علمی کارآفرین در پیشبرد فعالیت کارآفرینانه‌شان کمک می‌نمایند. یافته‌های مطالعات پیشین نیز نشان می‌دهد که

۱. Technical-expertise competency
۲. Wu
۳. D'este
٤. Communication Competency

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.2008000.1396.9.1.6.2]

ارتباطات یکی از شایستگی‌هایی است که برای موفقیت کارآفرینان بسیار ضروری است (مان، لاو و چان، ۲۰۰۲؛ احمد، ۲۰۰۷؛ منزیز، ۲۰۱۰؛ میچل‌مور و راولی، ۲۰۱۰؛ هوی و همکاران، ۲۰۱۱؛ موریس و همکاران، ۲۰۱۳؛ درمول و روزمن، ۲۰۱٤). در حقیقت کارآفرینی فرآیندی است که در شبکه‌ای از روابط اجتماعی قرار گرفته است. این روابط تسهیل‌کننده و یا محدودکننده‌ی فرصت‌ها، منابع و امکانات فرد کارآفرین محسوب می‌شوند (زالی، شات و سررشته‌داری، ۱۳۹۳). در همین رابطه لنز، بلاک و وسلینگ (۲۰۱٤) معتقدند که ایجاد و حفظ روابط به‌صورت داخلی و خارجی اهمیت دارد زیرا شبکه‌ها، نقش مهمی را در فرایند توسعه فرصت، تولید و پروراندن ایده‌های جدید و همچنین کسب منابع و مشروعیت موردنیاز کارآفرین بازی می‌کنند.

شایستگی "رشد و یادگیری[۱]" به ویژگی‌هایی از عضو هیئت‌علمی کارآفرین اشاره دارد که مرتبط با استفاده از توانایی‌های یادگیری و یاددهی به‌منظور توسعه‌ی دانش و مهارت‌های موردنیاز خود و دیگر افراد، در راستای انجام موفق فعالیت کارآفرینانه می‌باشند. در همین رابطه پژوهش‌های بسیاری ازجمله پژوهش‌های احمد (۲۰۰۷)، وو (۲۰۰۹) و هوی و همکاران (۲۰۱۱) بر اهمیت شایستگی‌های مرتبط با یادگیری تأکید داشته‌اند. شایستگی یادگیری برای اساتید کارآفرین ضروری است تا شایستگی‌های دیگر موردنیاز برای انجام تکالیف کارآفرینانه را کسب کنند (مان، ۲۰۰۱). در هر حوزه‌ای، دانش جدید به‌سرعت خلق می‌شود و کارآفرینان نیاز به شایستگی یادگیری دارند تا خود را با محیط تطبیق دهند. یادگیری، مرکز فعالیت کارآفرینانه است به این دلیل که به کارآفرین اجازه می‌دهد دانشی را تولید کند که به آن‌ها برای کاهش عدم اطمینان و ریسک کمک می‌کند (احمد، ۲۰۰۷). درمول و روزمن (۲۰۱٤) نیز یادگیری را یک ضرورت مهم برای ایجاد مهارت‌های جدید می‌دانند که ایجاد محصولات و خدمات رقابتی را تسهیل کرده و منجر به موفقیت سازمانی می‌شود. به‌طورکلی این شایستگی برای حفظ و تقویت اثربخشی فردی و شغلی استاد کارآفرین در انجام فعالیت‌های حال و آینده مهم است.

درنهایت ایجاد و تقویت شایستگی "کسب‌وکار[۲]" نتیجه‌ی فعل‌وانفعالات همه‌ی شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی شناسایی‌شده در این تحقیق است. این شایستگی به ویژگی‌هایی از عضو هیئت‌علمی کارآفرین اشاره دارد که مرتبط با ایجاد، توسعه و پیشبرد موفق یک کسب‌وکار و فعالیت تجاری می‌باشند. در مطالعات پیشین نیز بر ضرورت داشتن شایستگی کسب‌وکار تأکید شده است (دیکسون و همکاران، ۲۰۰۵؛ میچل‌مور و راولی، ۲۰۱۰؛ فلن و شارپلی، ۲۰۱۲؛ لنز، بلاک و وسلینگ، ۲۰۱٤). شایستگی‌های کسب‌وکار ضروری هستند زیرا به بهره‌برداری از فرصت‌های شناسایی‌شده، کمک می‌کنند (لنز، بلاک و وسلینگ، ۲۰۱٤). هرچه افراد از گنجینه‌ی

۱. Development And Learning Competency
۲. Business Competency

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]
[DOR: 20.1001.1.20088000.1396.9.1.6.2]

دانش غنی‌تری برخوردار باشند؛ به‌ویژه دانش مربوط به بازار یا صنایع خاص، احتمال تشخیص فرصت‌های موجود توسط آن‌ها افزایش خواهد یافت (بارن و شین، ۱۳۹٤). نه‌فقط دانش مرتبط با بازار و صنعت بلکه همچنین تجربه‌ی کسب‌وکار و کارآفرینی (دسته، مهدی و نیلی، ۲۰۱۰؛ کلاریسی، تارتری و سالتر، ۲۰۱۱؛ مارول[۱]، ۲۰۱۳) و تجربه‌ی همکاری با صنعت (گوکتپ، ۲۰۰۸؛ دسته و همکاران، ۲۰۱۲) می‌تواند در این زمینه بسیار مفید باشد. تجربه‌ی قبلی در فعالیت‌های کارآفرینی اثری تقویت‌کننده بر هیئت‌علمی دارد و آن‌ها را مستعد دیدن فرصت‌های کارآفرینی بالقوه در نتایج تحقیقات خود و قادر به تعامل با پیچیدگی‌های بهره‌برداری از چنین فرصت‌هایی می‌کند (دسته، مهدی و نیلی، ۲۰۱۰).

برخورداری یک عضو هیئت‌علمی از نه شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی شناسایی‌شده در این پژوهش، پیش‌نیاز موفقیت وی در ایجاد کسب‌وکار کارآفرینانه‌اش است. بااین‌حال احتمال کمی وجود دارد که یک عضو هیئت‌علمی کارآفرین همه‌ی این شایستگی‌ها را در اختیار داشته باشد. لذا توسعه‌ی تیم‌ها و انتخاب درست اعضای تیم می‌تواند مجموعه‌ی شایستگی‌های موردنیاز آن‌ها را برای موفقیت تکمیل نماید. همچنین ایجاد نهادهایی در رابطه با مدیریت و تسهیل فرایند تجاری‌سازی در دانشگاه‌ها می‌تواند به تجمیع و تکمیل این شایستگی‌ها در راستای موفقیت اعضای هیئت‌علمی کارآفرین کمک نماید. بر اساس کاربردهای یافته‌های این پژوهش، پیشنهادهایی جهت اقدام و همچنین پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آینده ارائه می‌گردد.

_با توجه به اهمیت نقش شایستگی‌ها در تسهیل فعالیت‌های کارآفرینانه و موفقیت آن‌ها، مسئولان آموزش عالی باید بر ارتقاء و توسعه‌ی شایستگی‌های کارآفرینانه در اساتید تمرکز نمایند. ابعاد مختلف شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی شناسایی‌شده در این پژوهش می‌تواند به انجام تجزیه‌وتحلیل شکاف عملکرد در اساتید و به دنبال آن اقدامات سیاست‌گذاری جهت بهبود عملکرد کارآفرینانه‌ی اعضای هیئت‌علمی کمک نماید.

_این پژوهش به شناسایی یک مجموعه‌ی تلفیق‌شده از مهارت‌ها/توانایی‌ها، دانش/تجربه، نگرش‌ها/ویژگی‌های شخصیتی پرداخت که می‌توانند به تعریف محتوای برنامه‌های آموزشی کمک نماید. بر این اساس به دانشگاه‌ها پیشنهاد می‌شود که یافته‌های این تحقیق را به‌منظور طراحی برنامه‌های آموزشی جهت ارتقاء این شایستگی‌ها در اعضای هیئت‌علمی خود موردتوجه قرار دهند.

_شناسایی ارتباط بین شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی شناسایی‌شده نیز اهمیت زیادی دارد و می‌تواند کاربردهایی را در زمینه‌های مختلف برای توسعه‌ی این شایستگی‌ها به همراه داشته و دقت در برنامه‌ریزی‌ها و اقدامات بعدی را ارتقاء بخشد. به‌عنوان‌مثال شناسایی روابط بین شایستگی‌ها می‌تواند به تعیین ترتیب توالی یک برنامه‌ی آموزشی کارآفرینی کمک کند. برای ایجاد شایستگی‌های کارآفرینانه در اعضای هیئت‌علمی باید از ایجاد

۱. Marvel

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.2008000.1396.9.1.6.2]

شایستگی‌های زیربنایی‌تر شروع کرد که درنتیجه‌ی آن زمینه برای ایجاد دیگر شایستگی‌های کارآفرینانه فراهم - می‌شود. مطابق با یافته‌های این پژوهش شایستگی‌های راهبردی و تعهد، تأثیرگذارترین شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی شناسایی‌شده هستند. هر تلاشی برای رشد دیگر شایستگی‌ها باید از شایستگی‌های راهبردی و تعهد شروع شود زیرا این شایستگی‌ها، با بالاترین قدرت هدایت و وابستگی بسیار کم، نقش تعیین‌کننده‌ای در ایجاد تغییرات و تقویت دیگر شایستگی‌ها دارند. بر این اساس، انتظار می‌رود که دانشگاه بیش از هر چیز بر ایجاد شایستگی راهبردی و تعهد در برنامه‌های توسعه‌ی اساتید خود تمرکز کند و برای ایجاد و ارتقاء آن‌ها اولویت بیشتری قائل شود.

_به‌منظور توسعه‌ی شایستگی‌های کارآفرینانه در اساتید، مهم است که بتوانیم سطح یا میزان توسعه‌ی این شایستگی‌ها را در آن‌ها بسنجیم. لذا توصیه می‌شود پژوهش‌های بعدی به طراحی و ساخت ابزاری جهت سنجش شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی اعضای‌هیئت‌علمی بر اساس شایستگی‌های شناسایی‌شده در این پژوهش بپردازند.

_تحقیقات دیگری نیز می‌توانند به الگوسازی شایستگی‌های کارآفرینانه اعضای هیئت‌علمی با روش‌های دیگری همچون روش معادلات ساختاری، در قالب یک پژوهش کمّی بپردازند.

_پیشنهاد می‌شود در پژوهش دیگری به بررسی راهکارهای ارتقاء و تقویت این شایستگی‌ها و یا روش‌های آموزش و یادگیری آن‌ها در اعضای هیئت‌علمی در قالب یک مدل توسعه پرداخته شود.

منابع

_احمدی، فریدون (۱۳۹۰). بررسی موانع کارآفرینی دانشگاهی و تجاری‌سازی دانش در دانشگاه‌های ایران، اولین همایش بین‌المللی مدیریت، آینده‌نگری، کارآفرینی و صنعت در آموزش عالی، سنندج، دانشگاه کردستان. اردیبهشت ۱۳۹۰.

_بادسار، محمد؛ رضایی، روح‌الله و صلاحی‌مقدم، نفیسه (۱۳۹۳). بررسی تأثیر هوش عاطفی بر شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی دانشجویان رشته‌های کشاورزی (موردمطالعه: دانشگاه زنجان). فصلنامه‌ی توسعه‌ی کارآفرینی، دوره‌ی ۷، شماره‌ی ۳، پاییز ۱۳۹۳: ٤۲٥-٤۰۷.

_بارن، رابرت و شین، اسکات (۱۳۹٤). کارآفرینی: دیدگاه فرایندی. ترجمه‌ی محمدرضا زالی و رضوان ولایتی، تهران: دانشگاه تهران.

_حسنقلی‌پور، حکیمه؛ قلی‌پور، آرین؛ و روشندل اربطانی، طاهر (۱۳۹۰). موانع تجاری‌سازی دانش در کارآفرینی دانشگاهی، فصلنامه‌ی توسعه‌ی کارآفرینی. سال چهارم. شماره‌ی چهاردهم. زمستان ۱۳۹۰. ۱۸۳-۱٦٥.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1396.9.1.6.2]

_زالی، محمدرضا؛ شات، توماس و سررشته‌داری، لیدا (۱۳۹۳). تبیین اثر شبکه‌های اجتماعی بر شایستگی کارآفرینانه بر اساس داده‌های ۲۰۱۰ دیده‌بان جهانی کارآفرینی (ایران- دانمارک). ماهنامه‌ی کار و جامعه، شماره‌ی ۱۶۸، اردیبهشت‌ماه ۱۳۹۳، ۱۳-٤.

_شاتوک، مایکل (۱۳۹۲). کارآفرینی گرایی در دانشگاه‌ها و اقتصاد دانش. ترجمه‌ی سید مصطفی رضوی و مصطفی علی-میری. تهران: دانشگاه تهران.

_شریف‌زاده، ابوالقاسم؛ عبدالله‌زاده، غلامحسین و شریفی مهنوش (۱۳۹۲). عامل‌های تأثیرگذار بر کارآفرینی دانشگاهی آموزش عالی کشاورزی، فصلنامه‌ی پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، شماره‌ی ۲۵، تابستان ۱۳۹۲: ۸۸-۷۲.

_عزیزی، محمد؛ شفیع‌زاده، احسان و اکبرزاده، نجمه (۱۳۹۲). شناسایی شایستگی‌های کارآفرینانه‌ی موردنیاز مدیران دانشگاهی. فصلنامه‌ی توسعه‌ی کارآفرینی، دوره‌ی ششم، شماره‌ی دوم، تابستان ۱۳۹۲: ۵۳-۲۷.

_محمدی‌الیاسی، قنبر؛ فراستخواه، مقصود و فرخ، شیما (۱۳۹۱). مهارت‌های استادان و مربیان کارآفرینی برای پرورش کارآفرینی در دانشگاه‌ها. فصلنامه‌ی توسعه‌ی کارآفرینی، سال چهارم، شماره‌ی پانزدهم، بهار ۱۳۹۱: ۲۰۱-۱۸۵.

_فرهنگی، علی‌اکبر و صفرزاده، حسین (۱۳۸٦). کارآفرینی: مفاهیم، نظریه‌ها، مدل‌ها و کاربردها. تهران: مؤسسه‌ی کار و تأمین اجتماعی.

_فکور، بهمن و حجت‌اله، حاجی‌حسینی (۱۳۸۷). کارآفرینی دانشگاهی و تجاری‌سازی نتایج تحقیقات در دانشگاه‌های ایران (مطالعه‌ی موردی هفت دانشگاه مهم کشور). فصلنامه‌ی علمی پژوهشی سیاست علم و فناوری. سال اول، شماره‌ی ۲، تابستان ۱۳۸۷: ۷۰-۵۹.

_عزیزی، محمد و گودرزی، علی (۱۳۹٤). شناسایی شایستگی‌های کلیدی مربیان کسب‌وکار. فصلنامه‌ی توسعه‌ی کارآفرینی، شماره‌ی ۲، دوره‌ی ۹، تابستان ۹٤: ۳۲٦-۳۱۷.

_علی‌آبادی، وحید؛ غلامرضایی، سعید و صی‌محمدی، صمیره (۱۳۹٦). نقش شایستگی‌های کارآفرینانه در پیش‌بینی گرایش راه‌اندازی کسب‌وکارهای کوچک در بین دانشجویان ترویج و آموزش کشاورزی دانشگاه بوعلی سینا. فصلنامه‌ی پژوهش مدیریت آموزش کشاورزی، شماره‌ی ٤۱، تابستان ۱۳۹٦: ۵۲-٤۱.

_مارس، ماتیوام و متکالف، امی‌اسکات (۱۳۹۱). کارآفرینی در آموزش عالی. ترجمه‌ی داود قرونه. تهران: تمدن پارس.

_محمدپور، احمد (۱۳۸۸). تحلیل داده‌های کیفی: رویه‌ها و مدل‌ها. انسان‌شناسی. دوره‌ی دوم، سال یکم، شماره‌ی پیاپی دهم، بهار و تابستان ۱۳۸۸: ۱٦۰-۱۲۷.

_مقیمی، سید محمد؛ وکیلی، یوسف و اکبری، مرتضی (۱۳۹۲). نظریه‌های کارآفرینی. تهران: دانشگاه تهران.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1396.9.1.6.2]

_Ahmad, N. H. (۲۰۰۷). A Cross Cultural Study of Entrepreneurial Competencies and Entrepreneurial Success in SMEs in Australia and Malaysia. Unpublished PhD Thesis, University of Adelaide, South Australia.

_Al Mamun, A. Nawi, N. B. C. & Shamsudin, S. F. F. B. (۲۰۱٦). Examining the effects of entrepreneurial competencies on students' entrepreneurial intention. Mediterranean Journal of Social Sciences, ۷(۲), ۱۱۹.

_Baum, J. R. (۱۹۹٤). The relation of traits, competencies, vision, motivation, and strategy to venture growth. University Microfilms. PhD dissertation, University of Maryland.

_Baum, J. R. Locke, E. A. & Smith, K. G. (۲۰۰۱). A multidimensional model of venture growth. Academy of Management Journal, ٤٤(۲), ۲۹۲-۳۰۳.

_Bird, B. (۱۹۹٥), "Towards a theory of entrepreneurial competency", Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth, Vol. ۲, pp. ٥۱-۷۲.

_Bird, B. (۲۰۰۲). Learning entrepreneurship competencies: The self-directed learning approach.International Journal of Entrepreneurship Education, ۱, ۲۰۳-۲۲.

_Chandler, G. N. & Jansen, E. (۱۹۹۲). The founder's self-assessed competence and venture performance. Journal of Business venturing, ۷(۳), ۲۲۳-۲۳٦.

_Chou, C. M. Shen, C. H. Hsiao, H. C. & Chen, S. C. (۲۰۱۰). A study on constructing entrepreneurial competence indicators for business department students of vocational and technical colleges in Taiwan. World Transactions on Engineering and Technology Education, ۸(۳), ۳۱٦-۳۲۰.

_Clarysse, B. Tartari, V. & Salter, A. (۲۰۱۱). The impact of entrepreneurial capacity, experience and organizational support on academic entrepreneurship. Research Policy, ٤۰(۸), ۱۰۸٤-۱۰۹۳.

_D'Este, P. Mahdi, S. & Neely, A. (۲۰۱۰). Academic entrepreneurship: What are the factors shaping the capacity of academic researchers to identify and exploit entrepreneurial opportunities. Danish Research Unit for Industrial Dynamics Working Paper No. ۱۰, ٥.

_Dermol, V. & Rožman, L. (۲۰۱٤). Moving forward-entrepreneurship education for sustainable economy. In V: Management, Knowledge and Learning International Conference (pp. ۲٥-۲۷).

_D'Este, P. Mahdi, S. Neely, A. & Rentocchini, F. (۲۰۱۲). Inventors and entrepreneurs in academia: What types of skills and experience matter?Technovation, ۳۲(٥), ۲۹۳-۳۰۳.

_Dixon, R. Meier, R. L. Brown, D. C. & Custer, R. L. (۲۰۰٥). The critical entrepreneurial competencies required by instructors from institution-based enterprises: A Jamaican study. Journal Of Industrial Teacher Education. Volume ٤۲ Number ٤:۲٥-٥۱.

_Ismail, V. Y. & Zain, E. (۲۰۱٥). The portrait of entrepreneurial competence on student entrepreneurs. Procedia-Social and Behavioral Sciences, ۱٦۹, ۱۷۸-۱۸۸.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1396.9.1.6.2]

_Goethner, M. Obschonka, M. Silbereisen, R. K. & Cantner, U. (۲۰۰۹).Approaching the agora: Determinants of scientists' intentions to purse academic entrepreneurship (No. ۲۰۰۹, ۰۷۹). Jena economic research papers.

_Göktepe-Hultén, D. (۲۰۰۸). A theoretical framework for understanding university inventors and patenting (No. ۲۰۰۸, ۰۳۱). Jena economic research papers.

_Göktepe-Hulten, D. & Mahagaonkar, P. (۲۰۱۰). Inventing and patenting activities of scientists: in the expectation of money or reputation? The Journal of Technology Transfer, ۳۵(٤), ٤۰۱-٤۲۳.

_Grimaldi, R. Kenney, M. Siegel, D. S. & Wright, M. (۲۰۱۱). ۳۰ years after Bayh–Dole: Reassessing academic entrepreneurship. Research Policy, ٤۰(۸), ۱۰٤٥-۱۰٥۷.

_Hesse, N. (۲۰۱٥). Career paths of academic entrepreneurs and university spin-off growth. In Entrepreneurship, human capital, and regional development (pp. ۲۹-٥۷). Springer International Publishing.

_Hood, J. N. & Young, J. E. (۱۹۹۳). Entrepreneurship's requisite areas of development: A survey of top executives in successful entrepreneurial firms. Journal of Business Venturing, ۸(۲), ۱۱٥-۱۳٥.

_Inyang, B. J. & Enuoh, R. O. (۲۰۰۹). Entrepreneurial competencies: The missing links to successful entrepreneurship in Nigeria. International business research, ۲(۲), ٦۲.

_Izquierdo, E. & Deschoolmeester, D. (۲۰۱۰). What entrepreneurial competencies should be emphasized in entrepreneurship and innovation education at the undergraduate level. Handbook of research in entrepreneurship education, ۳, ۱۹٤-۲۰۷.

_Izquierdo, E. Deschoolmeester, D. & Salazar, D. (۲۰۰٥, July). The importance of competencies for entrepreneurship: A view from entrepreneurs and scholars' perspective. In Present at IntEnt Conference in Reino Unido.

_Jain, S. George, G. & Maltarich, M. (۲۰۰۹). Academics or entrepreneurs? Investigating role identity modification of university scientists involved in commercialization activity. Research policy, ۳۸(٦), ۹۲۲-۹۳٥.

_Lans, T. Blok, V. & Wesselink, R. (۲۰۱٤). Learning apart and together: towards an integrated competence framework for sustainable entrepreneurship in higher education. Journal of Cleaner Production, ٦۲, ۳۷-٤۷.

_Leisyte, L. van der Steen, M. & Enders, J. (۲۰۰۸, September). Beyond the Isomorphistic View of the Academic Entrepreneur; An empirical exploration of norms and values of knowledge dissemination of university scientists. In Prime-Latin America Conference at Mexico City (pp. ۲٤-۲٦).

_Lowe, R. A. & Gonzalez-Brambila, C. (۲۰۰۷). Faculty entrepreneurs and research productivity. The Journal of Technology Transfer, ۳۲(۳), ۱۷۳-۱۹٤.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1396.9.1.6.2]

_Man, T.W.Y. Lau, T. and Chan, K.F. (۲۰۰۲), "The competitiveness of small and medium enterprises: a conceptualization with focus on entrepreneurial competencies", Journal of Business Venturing, Vol. ۱۷ No. ۲, pp. ۱۲۳-٤۲.

_Man, W. Y. T. (۲۰۰۱). Entrepreneurial competencies and the performance of small and medium enterprises in the Hong Kong services sector (Doctoral dissertation, The Hong Kong Polytechnic University).

_Marvel, M. R. (۲۰۱۳). Human capital and search-based discovery: A study of high-tech entrepreneurship. Entrepreneurship theory and practice, ۳۷(۲), ٤۰۳-٤۱۹.

_Menzies, M. (۲۰۱۰). Recognising scientific entrepreneurship in New Zealand. New Zealand Science Review, ٦۷, ٤۷.

_Mitchelmore, S. & Rowley, J. (۲۰۱۰). Entrepreneurial competencies: a literature review and development agenda. International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research, ۱٦(۲), pp.۹۲–۱۱۱.

_Morris, M. H. Webb, J. W. Fu, J. & Singhal, S. (۲۰۱۳). A Competency-Based Perspective on Entrepreneurship Education: Conceptual and Empirical Insights.Journal of Small Business Management, ٥۱(۳), ۳٥۲-۳٦۹.

_Nicklaus, T. (۲۰۱۱). Learning Needs Assessment in Entrepreneurship Training: a Practical Approach of Competency-Based Assessment (Doctoral dissertation, The University of Twente).

_Onstenk, J. (۲۰۰۳). Entrepreneurship and Vocational Education. European Educational Research Journal, Vol.۲, ۱, pp.۷٤-۸۹.

_Phelan, C. & Sharpley, R. (۲۰۱۲). Exploring entrepreneurial skills and competencies in farm tourism. Local Economy, ۲۷(۲), ۱۰۳-۱۱۸.

_Plumly Jr, L. W. Marshall, L. L. Eastman, J. Iyer, R. Stanley, K. L. & Boatwright, J. (۲۰۰۸). Developing entrepreneurial competencies: A student business. Journal of Entrepreneurship Education, ۱۱, ۱۷.

_Rasmussen, E. Mosey, S. & Wright, M. (۲۰۱۱). The evolution of entrepreneurial competencies: A longitudinal study of university spin-off venture emergence. Journal of Management Studies, ٤۸(٦), ۱۳۱٤-۱۳٤٥.

_Rezaei-zadeh, Morteza (۲۰۱٤). An Analysis of Entrepreneurial Competencies, their Interdependencies and their Cultivating Approaches in Virtual Education using a Collective Intelligence Methodology. (Doctoral dissertation, University of Limerick).

_RezaeiZadeh, M. Hogan, M. O'Reilly, J. Cunningham, J. & Murphy, E. (۲۰۱۷). Core entrepreneurial competencies and their interdependencies: insights from a study of Irish and Iranian entrepreneurs, university students and academics. International Entrepreneurship and Management Journal, ۱۳(۱), ۳٥-۷۳.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1396.9.1.6.2]

_Rubino, L. & Freshman, B. (۲۰۰۵). Developing entrepreneurial competencies in the healthcare management undergraduate classroom. The Journal of health administration education, ۲۲(٤), ۳۹۹-٤۱٦.

_Shane, S. A. (۲۰۰٤). Academic entrepreneurship: University spinoffs and wealth creation. Edward Elgar Publishing.

_Shane,S. and Venkataraman, S. (۲۰۰۰). The promise of entrepreneurship as a field of research. Academy of management review, ۲٥(۱), ۲۱۸.

_Thursby, J. G. & Thursby, M. C. (۲۰۰۲). Who is selling the ivory tower? Sources of growth in university licensing. Management science, ٤۸(۱), ۹۰-۱۰٤.

_Vijaya, C. Das, M. & Das, M. M. (۲۰۱٥). Entrepreneurship Competencies And Competitive Advantage Of Small And Medium Enterprises Of Odisha–A Statistical Analysis. Journal Impact Factor, ٦(۱), ۷٤۰-۷٥۷.

_Walker, K. (۲۰۱۲). The technopreneurship process: Academic entrepreneur university spin-offs. RIThink, ۲, ۱۱-۲۲.

_Winterton, J. (۲۰۰۲, January). Entrepreneurship: Towards a competence framework for developing SME managers. In United States Association for Small Business and Entrepreneurship Conference Proceedings. Reno, Nevada.

_Wu, W. W. (۲۰۰۹). A competency-based model for the success of an entrepreneurial start-up. WSEAS transactions on business and economics, ٦(٦), ۲۷۹-۲۹۱.

[Downloaded from ihej.ir on 2026-11-24]

[DOR: 20.1001.1.20088000.1396.9.1.6.2]