



Shahid Sattari Aeronautical University
of Science and Technology

**Journal of Innovation Management in
Defensive Organizations**

ISSN: 2676-7112
Volume 4, Issue 14
Winter 2022
P.P. 207-226

Conceptual Model of Entrepreneurs' Competencies in Iranian International Businesses

Ahmad Reza Talebian¹, Mohammad Baqer Gorji², Hadi Sanaeipour³

Abstract

Background & Purpose: International businesses play an important role in the economy and management of countries and identifying the competencies needed by entrepreneurs active in this field can be effective in the development of this type of business. In this regard, this study was conducted to develop a conceptual model of entrepreneurial competencies in international business in Iran.

Methodology: This research is exploratory in terms of purpose and applied research in terms of the type of use, and qualitative research method and content analysis strategy were used in it. Data were collected using non-probability sampling method (targeted/available) and semi-structured interviews with 18 experts in the field of competence and entrepreneurship.

Findings: Based on the analysis of research data, the competencies of entrepreneurs in Iranian international businesses were classified into seven categories: strategic competencies, opportunity-oriented, communication, intercultural, individual, specialized, managerial and 77 sub-factors.

Conclusion: This model can be an important basis for attracting, developing and retaining entrepreneurs in businesses operating in the international arena. Effective use of this model will lead to the success of these individuals and organizations.

Keywords: *Entrepreneurship, Competency Model, International Entrepreneurship.*

Citation: Talebian, Ahmad Reza; Gorji, Mohammad Baqir and Sanaeipour, Hadi.(2022). Conceptual Model of Entrepreneurs' Competencies in Iranian International Businesses. *Journal of Innovation Management in Defensive Organization*, 4(14), 207-226.

1. PhD Student in Entrepreneurship, International, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran. **E-mail:** Artalebian1@gmail.com

2. Assistant Prof., Department of Management, Aliabad Katoul Branch, Islamic Azad University, Aliabad Katoul, Iran. **E-mail:** Gorjimb@gmail.com

2. Assistant Prof., Department of Management, Gonbadkavus Branch, Gonbadkavus University, Gonbadkavus, Iran. **E-mail:** Sanaeepour@gonbad.ac.ir

Received: 2021/07/03

Accepted: 2021/10/13

Corresponding Author: Mohammad Baqer Gorji

Article Type: Research-based

DOI: 10.22034/QJIMDO.2023.293339.1427



دانشکده مدیریت

فصلنامه مدیریت نوآوری در سازمان های دفاعی
شاپای انتشار: ۷۱۱۲-۲۶۷۶
دوره ۴، شماره ۱۴
زمستان ۱۴۰۰
صص ۲۰۷-۲۲۶

الگوی مفهومی شایستگی های کارآفرینان در کسب و کارهای بین المللی ایران

احمدرضا طالبیان^۱، محمدباقر گرجی^۲، هادی ثنائی پور^۳

چکیده

زمینه و هدف: کسب و کارهای بین المللی نقش به سزایی در اقتصاد و مدیریت کشورها دارند و شناسایی شایستگی های مورد نیاز کارآفرینان فعال در این عرصه می تواند در توسعه این کسب و کارها مؤثر واقع شود. در همین راستا، این پژوهش به منظور تدوین الگوی مفهومی شایستگی های کارآفرینان در کسب و کارهای بین المللی در ایران انجام شده است. **روش شناسایی:** این پژوهش از نظر هدف، اکتشافی و از نظر نوع استفاده پژوهش کاربردی است و در آن از روش پژوهش کیفی و راهبرد تحلیل محتوا استفاده شده است. داده ها با استفاده از روش نمونه گیری غیراحتمالی (هدفمند) در دسترس) و مصاحبه نیمه ساختاریافته با ۱۸ نفر از خبرگان حوزه شایستگی و کارآفرینی گردآوری شد.

یافته ها: بر اساس تحلیل داده های پژوهش، شایستگی های کارآفرینان در کسب و کارهای بین المللی ایران در هفت مقوله شایستگی های راهبردی، فرصت محور، ارتباطی، بین فرهنگی، فردی، تخصصی، مدیریتی و ۷۷ عامل فرعی دسته بندی شدند.

نتیجه گیری: الگوی مذکور می تواند مبنای مهمی برای جذب، توسعه و نگهداشت کارآفرینان در کسب و کارهای فعال در عرصه بین المللی باشد. استفاده اثربخش از الگوی مذکور موجب موفقیت افراد و سازمان های مذکور خواهد شد.

کلیدواژه ها: شایستگی، الگوی شایستگی، کسب و کار بین الملل.

استناد: طالبیان، احمدرضا؛ گرجی، محمدباقر و ثنائی پور، هادی (۱۴۰۰). طراحی الگوی مفهومی شایستگی کارآفرینان در کسب و کارهای بین الملل ایران. *فصلنامه مدیریت نوآوری در سازمان های دفاعی*، ۴(۱۴)، ۲۰۷-۲۲۶.

۱. دانشجوی دکتری رشته کارآفرینی بین الملل، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران. **رایانامه:** Artalebian1@gmail.com
۲. استادیار مدیریت، گروه مدیریت، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران. **رایانامه:** Gorjimb@gmail.com
۳. استادیار رشته کارآفرینی، گروه مدیریت، واحد گنبدکائوس، دانشگاه گنبدکائوس، گنبدکائوس، ایران. **رایانامه:** Sanaeepour@gonbad.ac.ir

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۰/۰۴/۱۲

تاریخ پذیرش نهایی مقاله: ۱۴۰۰/۰۷/۲۱

نویسنده مسئول مقاله: محمدباقر گرجی

نوع مقاله: پژوهشی

DOI: 10.22034/QJIMDO.2023.293339.1427

مقدمه

تحولات پرشتاب دنیای کنونی، پیشرفت‌های شگرف علمی، فنی، رقابت‌های رو به رشد، انتظارات فزاینده و تغییرات سریع محیط‌های کسب و کار، سازمان‌ها را با چالش‌های پیچیده‌ای مواجه کرده است. امروزه، محیط بین‌المللی دارای اشکال متفاوتی نسبت به دهه‌های گذشته شده است و عرصه دانشی در جهان امروز، سرعتی شتابان به خود گرفته و شرکت‌های بین‌المللی با نمادها، فرهنگ‌ها و ملل مختلف از اسم کشورهای خود پیشی گرفته‌اند. با این وجود، اقتصاد ایران به نفت وابسته است و شرکت‌های کوچک، متوسط و بزرگ از عدم مدیریت استراتژیک در محیط فعال بین‌الملل رنج می‌برند. عرصه اقتصاد بین‌المللی با سیاست خارجی ارتباط تنگاتنگی دارد و با توجه به وضعیت سیاست خارجی کشور این بخش از کارآفرینی با مسائل و مشکلات فراوانی مواجه است (حسینی مقدم، ۱۳۹۵، ۷۸). یکی از راهکارهای مقابله با این چالش‌ها توسعه کارآفرینی است که از آن به‌عنوان موتور محرک توسعه اقتصادی یاد می‌شود. کارآفرینی در بطن تئوری‌های اقتصادی تبلور یافته و برای اولین بار مورد توجه اقتصاددانان قرار گرفت.

کارآفرین شخصی است که با ایده‌های نو، خلاق و شناسایی فرصت‌های جدید و بسیج منابع، به ایجاد کسب و کارهای نو، سازمان‌های جدید و نوآور مبادرت می‌ورزد. یک کارآفرین می‌تواند در عرصه ملی در حوزه‌های اقتصادی، اجتماعی، فناوری، خانگی، روستایی و در عرصه بین‌المللی حضور یابد. وقتی کارآفرین در بیش از یک کشور، مدل کسب و کار^۱ خود را به اجرا می‌گذارد، کارآفرینی بین‌المللی رخ داده است و این نوع کارآفرینی موضوعی است که امروزه مورد علاقه و توجه دانشگاهیان، کسب و کارها و دولت‌ها است (گیل پچان و همکاران^۲، ۲۰۱۳). بر اساس تعاریف کارآفرینی، کارآفرینان دارای ویژگی‌های منحصربه‌فرد و متعدد فردی، نگرشی، رفتاری، انگیزشی و مهارتی و دانشی هستند. برای مثال، نیاز به موفقیت، نوآوری، ریسک‌پذیری، فرصت، خلاقیت از ویژگی‌های بارز کارآفرینان در همه حوزه‌های فعالیت است.

کارآفرینی بین‌المللی فرآیند شناسایی، تصویب، ارزشیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها با عبور از میان مرزها در جهت خلق کالاها و خدمات جدید است (اویات و مک دوگال، ۲۰۱۲). شایستگی‌های کارآفرینانه با "توانایی خلاقیت، اختراع و ابتکار" در جهت تعیین فرصت‌ها،

^۱. Business model

^۲. Gil-Pechuan

قوت‌ها و ضعف‌های کارآفرینان در ارتباط است. بقای کسب‌وکارهای کوچک مستلزم افزایش مستمر سطح شایستگی‌های کارآفرینانه است (تولازیزیل^۱ و همکاران، ۲۰۱۸). عوامل بسیاری با موفقیت کسب‌وکارهای کوچک مرتبط هستند؛ در یک مطالعه، این عوامل شامل مهارت‌ها، دانش، خلاقیت و تشخیص فرصت بودند. مجموعه مهارت‌ها، دانش و ویژگی‌های شخصیتی عامل مهمی در توسعه کسب‌وکار است و می‌تواند در موفقیت کارآفرین مؤثر واقع شود (کلمنتین هگارتی^۲ و همکاران، ۲۰۱۹). در خصوص ویژگی‌های کارآفرینان تحقیقات متعددی انجام شده است. در تحقیقات، اسپنسر و اسپنسر (۱۹۹۳)، مان و لو (۲۰۰۰)، مان و همکاران (۲۰۰۲)، راثا و ویجیا (۲۰۰۹)، میشل مور و راولی^۳ (۲۰۱۳)، بروتوس^۴ و همکاران (۲۰۱۵)، راتا کورساکین^۵ (۲۰۱۹) و لورا کوتلازو^۶ (۲۰۲۰) به شایستگی‌های رفتاری، مدیریتی، کسب‌وکار، ارتباطی، فنی، شخصیتی و مفهومی اشاره شده است. با این وجود، تحقیقات اندکی در خصوص شایستگی‌های کارآفرینان بین‌الملل صورت گرفته است. در برخی از این پژوهش‌ها، رادلف^۷ و همکاران (۲۰۰۴)، گارود هاردی^۸ (۲۰۰۷)، اسپیکز^۹ (۲۰۰۸) علاوه بر ویژگی‌های عمومی کارآفرینان به شایستگی‌های تنوع فرهنگی، فرهنگی، دانش بین فرهنگی اشاره نموده‌اند.

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 بین‌الملل ضروری به نظر می‌رسد. از دیدگاه زیجیان و همکاران (۲۰۱۱) جهت دستیابی به قدرت اقتصادی و جایگاه مطلوب و حفظ آن باید حداقل دو درصد از جمعیت هر کشور کارآفرین باشند (حسینی مقدم، ۱۳۹۵، ۷۸). به همین منظور، شناسایی شایستگی‌ها و ویژگی‌های کارآفرینان و کارآفرینان بین‌الملل می‌تواند موجب توسعه فرهنگ کارآفرینی، شناسایی و ارزیابی کارآفرینان بین‌الملل و توسعه و بهبود شایستگی‌های کارآفرینان برای سازمان‌ها و کشور شود.

کارآفرینی لازمه هر نوع کسب‌وکاری است اما در کسب‌وکارهای بین‌المللی به لحاظ

1. Tola ZiZile

2. Clementine Hegarty

3. Mitchelmore and Rowley

4. Brouthers

5. Renata korsakiene

6. Laura cortellazzo

7. Rudolf

8. Garud Hardy

9. Spikes

مسائل سیاسی، اجتماعی، حقوقی، اقتصادی و فرهنگ خاص مشتریان، این کارآفرینان نیازمند شایستگی‌های خاصی هستند. مطالعات وسیع و گسترده‌ای در حوزه ویژگی‌های شخصیتی و صفات متمایز کارآفرینان در کسب‌وکارهای مختلف انجام شده است اما تاکنون پژوهش‌های اندکی در راستای بررسی شایستگی‌های کارآفرینان بین‌المللی انجام شده است. از این رو، هدف اصلی این تحقیق شناسایی شایستگی‌های کارآفرینان ایرانی در عرصه بین‌المللی است. از آنجایی که شناسایی شایستگی‌های منحصربه‌فرد کارآفرینان بین‌المللی می‌تواند به‌عنوان عنصر رشد و توسعه محسوب شود، محقق به دنبال این سؤال است که اگر فردی در عرصه کسب‌وکارهای بین‌المللی فعالیت می‌نماید و یا می‌خواهد فعالیت نماید باید از چه شایستگی‌هایی جهت موفقیت خود برخوردار باشد.

پیشینه پژوهش

هر الگوی شایستگی در نخستین گام نیازمند اجماع در تعریف شایستگی است. مرور مختصری بر مطالعات مربوط به شایستگی نشان می‌دهد که تعریف شایستگی نقطه آغاز اکثر این نوع از مطالعات است. در دهه‌های اخیر تعاریف متعددی از شایستگی توسط دانشمندان و صاحب‌نظران برجسته این حوزه ارائه گردیده است که هر یک از آن‌ها از زاویه خاصی به مقوله شایستگی پرداخته و ابعاد متفاوتی از آن را بیان نموده‌اند. به‌عنوان مثال در خصوص اینکه آیا شایستگی‌ها شامل برخی حوزه‌ها از قبیل انگیزه‌ها، صفات، بینش، نگرش‌ها، ارزش‌ها، الگوهای فکری و... هست یا نه اختلاف نظر قابل توجهی در بین اندیشمندان و صاحب‌نظران برجسته این حوزه وجود دارد.

در دهه‌های اخیر الگوی‌های شایستگی به‌سرعت در سازمان‌ها کاربرد فراوانی یافته و اکثر محققین معتقدند که الگوهای شایستگی می‌توانند به‌عنوان ابزاری مفید در کارکردهای مختلف مدیریت منابع انسانی نقش مهم و حیاتی ایفا نماید. الگوهای شایستگی باید دارای ساختاری روشن و شفاف بوده تا بتوان آن‌ها را به‌سادگی در پشتیبانی از کارکردها، نظام‌ها و راهبردهای مختلف مدیریت منابع انسانی مورد استفاده قرار داد. الگوها نباید بیش از حد غامض و پیچیده بوده و عناوین اصلی شایستگی‌ها در یک الگو نباید زیاد باشند. رویکردهای مختلفی در طراحی شایستگی‌ها وجود دارد که بنا به مطالعه رائل و کازاناس (۱۹۹۳) این رویکردها شامل رویکرد اقتباسی / الگوبرداری، رویکرد اقتباسی / طراحی، رویکرد طراحی، رویکرد روش تحقیق، رویکرد استراتژی‌ها و رویکرد ارزشی هستند (زعفرانلو، ۱۳۹۳، ۸۲).

دیوید مک کلند^۱ در سال ۱۹۷۳ در مقاله‌ای با عنوان "آزمون شایستگی‌ها به‌جای هوش" به مطالعاتی اشاره می‌کرد که نشان می‌دادند آزمون‌های محتوی دانش و استعداد دانشگاهی و نیز اعتبارنامه‌های علمی، عملکرد شغلی یا توفیق در زندگی را پیش‌بینی نمی‌کنند. این یافته‌ها باعث شدند که وی به دنبال شیوه‌هایی باشد که این نقایص را جبران کند. وی در مطالعات خود متغیرهایی را شناسایی کرد که برخلاف آزمون‌های هوش و سایر آزمون‌ها، عملکرد شغلی و یا موفقیت در زندگی را پیش‌بینی می‌کرد. مک کلند این متغیرها را شایستگی نامید. رویکرد مک کلند و نیز مفهوم شایستگی به‌عنوان "محرك موفقیت سازمانی" پس از انتشار کتاب بویاتزیس^۲ در سال ۱۹۸۲ به نام "مدیر شایسته: الگویی برای عملکرد مؤثر"، مخاطبان و محبوبیت زیادی در شمال آمریکا پیدا کرد. اندکی پس از آن جان راون^۳ کتاب شایستگی در جامعه مدرن در بریتانیا را نوشت. انتشار این دو کتاب بحث شایستگی را از اساس علمی و دانشگاهی که فقط مورد علاقه برخی از محققان بود، خارج ساخت و برای استفاده کاربردی مدیران عملیاتی، مشاوران و متخصصان منابع انسانی رواج داد. محبوبیت و رواج رویکرد شایستگی در اوایل دهه ۱۹۹۰ به اوج خود رسید و هم‌اکنون نیز ادامه دارد و در خرده سیستم‌های اصلی منابع انسانی از جمله جذب، نگهداری و جبران خدمات، ارزیابی، آموزش و توسعه و تصمیم‌گیری‌های اداری، تأثیرات زیادی بر سازمان‌ها داشته است (مرکز آموزش ایران‌خودرو، ۱۳۸۷).

صاحب‌نظران و متخصصان، شایستگی‌ها را به روش‌های مختلفی طبقه‌بندی می‌نمایند. در همین زمینه بویاتزیس (۲۰۰۸) و بیهام و مویر^۴ (۲۰۰۵) نیز شایستگی‌ها را به شایستگی‌های فردی، سازمانی و شایستگی‌های مرتبط با شغل طبقه‌بندی کردند. دوبویس و همکارانش (۲۰۰۴) شایستگی‌ها را به دو دسته شایستگی‌های سازمانی و شایستگی‌های فردی تقسیم و شایستگی‌های فردی را نیز به شایستگی‌های فنی^۵ و شایستگی‌های کارکردی (وظیفه‌ای^۶) طبقه‌بندی نمودند. مک کلند (۱۹۷۳) دسته‌ای از شایستگی‌ها را تحت عنوان شایستگی‌های رفتاری^۷، حامل و پراها^۸ (۱۹۹۴) شایستگی‌های کلیدی^۹ و تیلور (۲۰۰۷)

1. MC Clelland

2. Boyatzis

3. John Raven

4. Byham and Moyer

5. Technical Competency

6. Functional Competency

7. Behavioral Competency

8. Gary Hamel and C.K.Prahalad

9. Core Competency

شایستگی‌های عام^۱ و بویاتزیس (۱۹۸۲) شایستگی‌های متمایزکننده و آستانه‌ای را معرفی نمودند (زعفرانلو، ۱۳۹۳، ۸۷)

کارآفرینی بین‌المللی ترکیبی از رفتارهای نوآورانه، پیش‌فعالانه همراه با ریسک‌پذیری که در آن سوی مرزها با قصد ایجاد ارزش در سازمان به وقوع می‌پیوندد (اوویات^۲، ۲۰۰۵). کارآفرینی به‌عنوان انتخاب کار یا حرفه به‌وسیله شخصی که حسابگر و پذیرنده ریسک است تعریف شده است (کریستین ساندروتو^۳، ۲۰۱۸). یک کارآفرین شخصی است که کسب‌وکار جدید را در مواجهه با ریسک و عدم اطمینان جهت نیل به اهداف و رشد به‌وسیله تعیین فرصت‌های معین و منابع ضروری جهت کسب سرمایه تلاش می‌کند (روجاز و هرگو^۴، ۲۰۱۶). شروع کسب‌وکار پاره‌وقت دروازه ورود به کارآفرینی است. شایستگی‌ها به‌عنوان مهارت‌ها، دانش، توانمندی‌ها و رفتار یک فردی که به وی اجازه می‌دهد در فعالیت‌های کاری و زندگی موفق باشد. شایستگی می‌تواند به‌عنوان مجموعه‌ای از توانایی‌ها، تعهدات، دانش و مهارت‌ها که در شخص جهت اجرای اثربخش شغل و موقعیت کاری وجود دارد، به کار رود. شایستگی‌های کارآفرینانه یک مجموعه از شایستگی‌ها است که به کارآفرین اجازه می‌دهد برای تعیین و تسخیر فرصت‌ها در محیط، نوآوری و خلاقیت جهت سازگاری با محیط، پاسخگویی سریع در برابر تغییر عمل نماید.

الزامات محیط کسب‌وکار بین‌المللی

کارآفرینی در محیط بین‌الملل را می‌توان با نگاه راهبردی در محیط پویای بین‌المللی امروز و دهکده جهانی نگریست که مقوله امنیت را نیز در پی خواهد داشت. در دنیای امروز، محیط بین‌الملل و فضای پرتلاطم کارآفرینی رنگ و بوی متفاوتی را با دهه‌ها و دوره‌های گذشته رقم زده است و عرصه دانشی در جهان امروز ما، سرعتی شتابان به خود گرفته است، کارآفرینی بین‌الملل در کشور از دو بعد دارای چالش‌های عمده‌ای است که شرکت‌ها با آن مواجه هستند. بعد درونی سازمان‌ها عواملی همچون نوآوری، ریسک‌پذیری، رفتارهای فعال شرکت، ساختار مدیریت، تمایل و توانایی شرکت، شبکه‌سازی، فرهنگ سازمانی، یادگیری در بین‌المللی شدن آنان نقش و تأثیر به‌سزایی دارد و بعد بیرونی سازمان‌ها عواملی چون تغییرات در تقاضای محیطی، نقش و مأموریت دولت‌ها، سیاست خارجی دولت‌ها، نظام مالی و

¹. Universal Competency

². Oviatt

³. Christine Sandroto

⁴. Rojas Huergo

پولی کشور، حمایت دولت نقش به سزایی در بین‌المللی شدن دارد؛ بنابراین الزامات در محیط کسب و کارهای بین‌المللی از ابعاد درونی و بیرونی مورد توجه سازمان‌ها است و جهت نیل موفقیت‌آمیز در کارآفرینی بین‌المللی توجه به این چالش‌ها ضروری به نظر می‌رسد. بی‌شک در توسعه کارآفرینی بین‌الملل عوامل متعددی دخیل هستند که ضرورت دارد شناسایی و درجه تأثیرگذاری هر یک از آن‌ها مشخص گردد.

شایستگی‌های فعالیت در محیط بین‌المللی؛ مک دوگال و اوویات در مدل خود مهارت‌ها و توانمندی‌ها را به‌عنوان یک عامل عمده و عنصر لازم برای سرمایه‌گذاری‌های جدید بین‌المللی پایدار مطرح کرده‌اند. توسعه مهارت‌ها و دانش به‌عنوان یک منبع مزیت رقابتی بین‌الملل شناخته شده است. هر شرکتی با تمرکز بر دانش، مهارت و شایستگی احتمال موفقیت بیشتری در تطبیق با محیط جدید نسبت به شرکت‌هایی دارد که بیشتر به منابع ملموس وابسته هستند. نتایج تحقیق آن‌ها نشان داد که مهارت‌ها رابطه مثبت با کارآفرینی بین‌المللی دارند. نوآوری، ریسک‌پذیری و رفتارهای فعال شرکت، کارآفرینی بین‌المللی را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

پیشگامی به پیگیری تهاجمی فرصت‌های بازار و اول بودن برای انجام نوآوری در صنعت اشاره دارد (گیل پچان و همکاران، ۲۰۱۳). ریسک‌پذیری به تمایل شرکت برای حمایت از پروژه‌های نوآورانه و درگیر کردن منابع در استراتژی‌ها و پروژه‌های دارای نتایج نامشخص اشاره دارد. ایجاد شبکه‌ها یک ابزار قدرت در کارآفرینی است و فرآیند بین‌المللی شدن کارآفرینی از طریق شبکه‌های ارتباطی غنی فراهم می‌شود و شبکه‌ها رابطه مثبتی با کارآفرینی بین‌الملل دارند (گیل پچان و همکاران، ۲۰۱۳). اندازه سازمان‌ها ایجاب می‌کند که مدیران کنترل ساختار شخصی را به وجود آورند. انواع ساختارها برای دستیابی به نتایج خاصی مناسب هستند، هر چند فاصله بین سطوح مدیریت عالی با سایر سطوح بیشتر باشد، مدیران کارآفرین ارتباط خود را با سایرین از دست می‌دهند و این باعث می‌شود سطوح مختلف کارآفرینی در سازمان تضمین نگردد (موریس و همکاران ۲۰۱۳). در کارآفرینی بین‌المللی خلاقیت یکی از ویژگی‌های مهم کارآفرینی است که موجبات یکپارچگی و بهینه‌سازی موفقیت‌ها را فراهم می‌کند. در واقع خلاقیت یکی از نقش‌های محوری را در آگاهی از فرصت‌ها ایفا می‌نماید (رحیم‌نیا، ۱۳۹۵). به عقیده مازی چنکو^۱ (۲۰۰۸) کارآفرینان بالقوه و بالفعل بین‌المللی، برای تشخیص فرصت‌های کسب و کار بین‌المللی نیازمند توسعه

^۱. Olga Muzychenko

شایستگی‌ها بین فرهنگی هستند. شایستگی‌های فرهنگی را مجموعه‌ای از دانش، مهارت‌ها و توانایی‌هایی تعریف می‌کنند که با فرآیندهای مؤثر شناختی، رفتارهای مناسب و افزایش ادراک از اعتمادبه‌نفس کارآفرینانه کارآفرین در فرآیند تشخیص فرصت در محیط‌های بین فرهنگی مرتبط است. بر اساس نظریه آنان، ارزش‌های فرهنگی به شایستگی‌ها و صلاحیت‌های مرتبط با تشخیص فرصت تأثیرگذار هستند.

پیشینه تجربی

بر اساس بررسی متون پایگاه اطلاعات علمی داخلی، اسناد و مدارک و سایر منابع مشخص شد که مطالعات اندکی در داخل کشور انجام شده است. بر اساس مطالعه پیشینه تجربی مهم‌ترین تحقیقات مرتبط در جدول زیر ارائه شده است:

جدول ۱. یافته‌های مطالعات در مورد شایستگی‌های کارآفرینان در کسب‌وکارهای بین‌الملل

ردیف	محققان	سال	شایستگی‌ها
۱	میشل مور و راولی	۲۰۱۳	شایستگی‌های ابتکاری، ریسک‌پذیری، ایده‌پردازی، خلاقیت، تشخیص فرصت
۲	کائور و باینز	۲۰۱۳	شایستگی‌های استراتژیک، تعهد، فرصت، ارتباطی، سازمان‌دهی، یادگیری، فردی، فنی، مسئولیت اجتماعی، خانوادگی، اخلاقی
۳	بروترس و همکاران	۲۰۱۵	شایستگی‌های کارآفرینی، نوآوری، مشارکت، انتخاب استراتژیک، ریسک‌پذیری، ظرفیت فناوریانه، بازاریابی و شبکه‌سازی
۴	کبیر محمد	۲۰۱۷	شایستگی‌های استراتژیک، فرصت، سازمانی
۵	محمدصادق برادران	۲۰۱۹	شایستگی‌های فنی، کارآفرینانه، مدیریتی
۶	رناتا کورساکین	۲۰۱۹	شایستگی‌های مفهومی، توسعه کسب‌وکار، روابط انسانی، مدیریت کسب‌وکار
۷	هرزیل ایزار و همکاران	۲۰۱۸	شایستگی‌های اجتماعی، فنی، مدیریتی و رفتاری
۸	تولا زیزیلو همکاران	۲۰۱۸	مهارت‌های ابتکاری، ریسک‌پذیری، ایده‌پردازی، خلاقیت و تشخیص فرصت
۹	گاستاو بلینگ	۲۰۱۹	ویژگی‌های شخصیتی، مهارتی، دانش و تجربه متفاوت
۱۰	لورا کوتلازو	۲۰۲۰	شایستگی‌های عامل تغییر، کار تیمی، گرایش به یادگیری

در راستای مطالعه الگوی شایستگی کارآفرینان در کسب‌وکارهای بین‌الملل، ابتدا مطالعات و پژوهش‌های مرتبط با شایستگی‌های مدیران، کارآفرینان و کارآفرینان در کسب‌وکارهای بین‌الملل بررسی شد. بر اساس پیشینه تجربی، در پژوهش‌های نظری میشل مور و راولی (۲۰۱۳)، تولا زیزیل و همکاران (۲۰۱۸)، کائور و باینز (۲۰۱۳)، بروترس و همکاران (۲۰۱۵)، کبیرمحمد (۲۰۱۷)، محمدصادق برادران (۲۰۱۹)، رناتا کورساکین (۲۰۱۹) و کاستاو بلینگ و لورا کوتلازو (۲۰۲۰) به صورت پژوهش کیفی و کمی از مدل محقق ساخته حاصل از مصاحبه و پرسشنامه جهت جمع‌آوری داده‌ها استفاده شده است. در پژوهش حاضر تلاش شد الگوی شایستگی کارآفرینان در کسب‌وکارهای بین‌الملل تبیین شود.

روش‌شناسی پژوهش

در این پژوهش از روش تحلیل محتوا^۱ برای تشکیل چارچوب مفهومی و پاسخگویی به سؤال پژوهش استفاده شد. همچنین به موجب اینکه چارچوب از پیش تعیین شده‌ای برای تحلیل داده وجود نداشت، از روش تحلیل محتوا از نوع استقرایی استفاده شد (تبریزی، ۱۳۹۳: ۱۵). به نقل از ایمانی و نو شادی، سیوفانگ و شنون، تحلیل محتوا را یک روش تحقیق برای تفسیر ذهنی محتوای متون می‌دانند که از طریق فرایند طبقه‌بندی منظم مضامین یا الگوهای کدگذاری شده عمل می‌کند (ایمانی، ۱۳۹۰، ۱۳۸-۱۰۵). تحلیل محتوای کیفی نوعی روش تحقیق برای تفسیر ذهنی محتوایی داده‌های متنی از طریق فرآیندهای طبقه‌بندی نظام‌مند، کدبندی و تم‌سازی یا طراحی الگوهای شناخته شده است. در این پژوهش از یک طرح جامع از پیش طراحی شده و منطبق با روش تحلیل محتوا استفاده شده است و محقق گام به گام مراحل آن را پیش برده است. از جمله این موارد تسلط محقق به موضوع تحقیق، نمونه‌گیری، کدگذاری خط به خط داده‌ها برای استخراج مفاهیم، مقایسه و تفسیر مفاهیم و عوامل، ارائه ایده‌های محققان که از تفسیر مفاهیم و عوامل استخراجی و یادداشت‌برداری از تمامی ایده‌ها و صحنه‌گذاری داده‌ها توسط تعدادی از مشارکت‌کنندگان و خبرگان و مطالعه مداوم ادبیات موضوعی که نهایتاً موجب تکامل تدریجی یافته‌ها و افزایش حساسیت نظری^۲ در پژوهش شده است.

در این پژوهش جهت گردآوری داده‌ها به روش عملی و تجربی از گروه کانونی استفاده شده است. گروه کانونی^۳ یک روش تحقیق کیفی است که به وسیله آن محقق می‌تواند نظر مشترک افراد را نسبت به "پدیده" مورد بررسی نمایان کند. در این روش با تعدادی افراد که کاملاً دست‌چین شده‌اند و نسبت به موضوع مورد بررسی آگاهی کامل دارند با تعامل با یکدیگر نظر می‌دهند، انجام می‌شود (ثنایی پور، ۱۳۹۶، ۱۰۲). وقتی به داده‌های کیفی-تفصیلی راجع به نظر افراد درباره یک پدیده نیاز است می‌توان از روش گروه‌های کانونی استفاده کرد. به عبارتی دیگر گردهم آوردن افراد با ویژگی‌های گوناگون نظرهای متفاوت درباره موضوع مورد مطالعه داشته باشند، برحسب موقعیت، محقق باید چند گروه کانونی جداگانه را تشکیل دهد و مصاحبه را به عمل آورد. در این روش نمونه‌گیری احتمالی مورد نظر نیست. بلکه گروهی از افراد بین ۶ تا ۱۲ نفر با توجه به ویژگی‌های آنان و میزان

^۱. Context Analysis

^۲. Theoretical Sensitivity

^۳. Focus Group

آگاهی‌شان نسبت به موضوع مورد پژوهش انتخاب می‌شوند و مورد مصاحبه قرار می‌گیرند. (بازرگان ۱۳۹۶، ۷۷). ابزار گردآوری داده‌ها از طریق مصاحبه بود، افراد مشارکت‌کننده از مدیران کانون ارزیابی و توسعه مدیران ایران، اساتید دانشگاه و کارآفرینان بین‌الملل بوده‌اند. به این صورت که با استفاده از پروتکل مصاحبه با سه گروه از متخصصین با توجه به تخصص و اطلاعات علمی و اجرایی آن‌ها در سه گروه دسته‌بندی شدند. گروه اول؛ مدیران کانون ارزیابی و توسعه ایران به تعداد ۶ نفر که از طریق مصاحبه عمیق انجام و اطلاعات لازم برای تحقیق استخراج شد. گروه دوم؛ اساتید منتخب رشته کارآفرینی به تعداد ۶ نفر بودند که مصاحبه از طریق مصاحبه، سؤالات چند بار تا کسب کفایت داده‌ها انجام و اطلاعات لازم جهت انجام تحقیق گردآوری شد. گروه سوم؛ کارآفرینان بین‌الملل در حوزه‌های مختلف به تعداد ۶ نفر و از طریق مصاحبه، سؤالات چند بار تا کسب کفایت داده‌ها انجام و اطلاعات لازم جهت انجام تحقیق گردآوری شد.

همچنین در تحلیل هر کدام از مصاحبه‌ها، مجموعه‌ای از سؤالات و دیدگاه‌ها یادداشت‌برداری شده و در مصاحبه بعدی به کار گرفته شد. برای اجرای نمونه‌گیری نظری و مشخص کردن محدوده شرکت‌کنندگان مناسب برای پاسخگویی به مسئله تحقیق نیازمند انتخاب معیارهایی برای پذیرش مصاحبه‌شوندگان بود. معیارهای اصلی پذیرش خبرگان شامل تجربه مدیریت حداقل ۵ سال، تجربه مدیریت کانون ارزیابی و توسعه حداقل ۵ سال، تجربه ارزیابی و طراحی شایستگی حداقل ۵ سال، تدریس دروس کارآفرینی و تجربه کارآفرینی و کارآفرینی بین‌الملل بود. جامعه آماری پژوهش از طریق اعمال معیارهای فوق جهت شرکت در گروه کانونی به شرح جدول زیر است.

جدول ۲. تعداد نمونه آماری در تحقیق کیفی (مصاحبه)

گروه کانونی	تعداد	حوزه فعالیت/ تخصص
کانون ارزیابی و توسعه	۶	کارآفرین/ شایستگی
اساتید دانشگاه	۶	کارآفرینی
کارآفرینان بین‌الملل	۶	نفت و گاز، شیمیایی، پلیمری، حمل‌ونقل، توزیع و پخش، غذایی و بهداشتی

سؤالات اصلی مصاحبه در ابتدا از عوامل اصلی یا ویژگی‌های اصلی کارآفرینان و کارآفرینان بین‌الملل شروع و با پرسش از عوامل مؤثر در موفقیت کارآفرینان بین‌الملل ادامه یافت. سپس از طریق پرسش ویژگی‌های اصلی کارآفرینان موفق بین‌الملل، چارچوب مفهومی شایستگی‌های کارآفرینان بین‌الملل به دست آمد. در این پژوهش برای بررسی روایی پرسشنامه و سؤالات مصاحبه از نظرت خبرگان (۳ نفر خبره حوزه کانون ارزیابی و توسعه، ۳ نفر حوزه کارآفرینی، اساتید راهنما و مشاور و تجربه چندین ساله پژوهشگر) استفاده

شد. همچنین اعتبار تحقیق به دو شیوه بازخورد مشارکت کننده و دریافت نظرات همکاران کانون ارزیابی و توسعه عمل شده است. از ۶ نفر مصاحبه‌شوندگان درخواست شد تا نظرات خود را درباره مفاهیم و ابعاد موجود بیان نمایند و همچنین از نظرات اساتید راهنما و مشاور و تجربه ۱۵ ساله محقق در طراحی الگوی شایستگی استفاده شد. در این پژوهش برای محاسبه پایایی با روش باز آزمون از میان مصاحبه‌های انجام شده چند مصاحبه نمونه انتخاب و کدهای مشخص شده در دو فاصله زمانی برای هر کدام از مصاحبه‌ها با هم مقایسه شدند. عواملی که در دو فاصله زمانی مشابه بودند به‌عنوان توافق و عوامل غیرمشابه با عنوان غیر توافق مشخص شده‌اند. درصد توافق درون موضوعی، به‌عنوان شاخص پایایی مورد استفاده قرار می‌گیرد به‌صورت فرمول و جدول زیر محاسبه شده است.

$$2 * \frac{\text{تعداد کل داده}}{\text{تعداد توافقات}} = \text{درصد پایایی}$$

جدول ۳. درصد پایایی بخش مطالعه کیفی

مصاحبه	تعداد کل عوامل	تعداد توافقات	تعداد عدم توافقات	درصد پایایی
۱	۱۵۸	۵۸	۱۰۰	۷۳/۴
۲	۱۶۳	۶۰	۱۰۳	۷۳/۶
۳	۱۶۶	۶۳	۱۰۳	۷۵/۹
کل داده‌ها	۴۸۷	۱۸۱	۳۰۶	۷۴/۳

با توجه به این که میزان پایایی با آزمون ۷۴٪ است و این مقدار بیش از ۶۰٪ است بنابراین اعتماد عوامل مورد قبول است.

یافته‌های پژوهش

پس از انجام مصاحبه‌ها و پیاده‌سازی آن‌ها، متن مصاحبه‌ها برای یافتن مقوله‌های اصلی، ویژگی‌ها و ابعاد مقولات بررسی شدند. در گام اول از متن مصاحبه‌ها گزاره‌ها (ابعاد و ویژگی‌ها) استخراج شدند. در مرحله بعد، داده‌ها در سطح جمله و عبارت تحلیل شدند و خرده مقولات کشف شدند؛ یعنی پس از استخراج گزاره‌ها با دسته‌بندی‌هایی که صورت گرفت مقوله‌های فرعی تدوین شدند. در مرحله بعد مقوله‌های اصلی نیز از دسته‌بندی مقوله‌های فرعی استخراج شدند و به‌طور موقت نام‌گذاری شدند. هر مقوله اصلی شامل چند مقوله فرعی بود که همه آن‌ها به‌واسطه گزاره‌های مستخرج از مصاحبه‌ها به‌دست‌آمد. واحد اصلی تحلیل برای کدگذاری باز مفاهیم یا گزاره‌ها بودند. در این مرحله با استخراج کدهای اولیه در مصاحبه‌ها ۱۱۸ کد شناسایی شد و با تجمیع کدهای مشابه و یکسان و تکراری در نهایت تعداد ۷۷ کد اولیه به دست آمد که نمونه‌ای از این کدهای باز در جدول زیر آمده است.

جدول ۴. نمونه‌هایی از فرآیند کدگذاری باز

مصاحبه‌شونده	کد	مفهوم اولیه	پاسخ مصاحبه‌شونده
(A)	A1	سازگاری و انعطاف‌پذیری	توانایی تطبیق دادن مؤثر خود با تغییرات اساسی به وجود آمده، در وظایف کاری، فرایندها، ساختارها و الزامات، محیط و فرهنگ
	A2	حل مسئله	مهارت شناسایی صحیح مشکلات کاری، جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات مرتبط با مسئله به‌صورت نظام‌مند، برای تعیین علت‌ها و تعیین و شناسایی راه‌حل‌های ممکن و تصمیم‌گیری برای انجام اقدامات جدی برای حل‌وفصل مسئله
(B)	B1	پذیرش ریسک	ایجاد، توسعه و حفظ رفتار ریسک‌پذیری در نیل به اهداف از پیش تعیین شده بین‌المللی
	B2	ایجاد انگیزه	توانایی ایجاد انگیزه مادی و معنوی، تشویق، ترغیب و تهییج لازم در افراد برای دستیابی به اهداف، مردم‌گرایی، اعتماد به گروه
(C)	C1	ارتباط مؤثر	ایجاد و نگهداری روابط سالم و بهره‌مندی از هوش عاطفی و هیجانی و ایجاد فضای مؤثر کاری بین خود و دیگران از طریق ایجاد اعتماد و همدلی با کارکنان، گوش سپردن به دیگران، انتقال اطلاعات و دانش و روابط برون‌سازمانی
	C2	تحمل ابهام	تحمل فشار و استرس به‌طور مؤثر و بازبایی سریع خود در مواجهه‌شدن با موانع و خوش‌بین بودن در مورد آینده
(D)	D1	خلاقیت	به‌کارگیری توانایی‌های ذهنی برای تولید مفاهیم، افکار و اندیشه‌های عملی و جدید که در دستیابی به یک موقعیت رقابتی برتر کمک می‌کند
	D2	قاطعیت	برخورداری از شهامت، پذیرش مسئولیت‌های تعهدآور و دارای ریسک، اراده لازم برای انجام آن و نشان ندادن بی‌ثباتی و مردد بودن
(E)	E1	هوش مالی و اقتصادی	نوعی روشن‌بینی و درک صحیح از پویایی عوامل مختلف مؤثر در سود، بهره‌وری و شناسایی ارقام هزینه و سرمایه‌گذاری در حوزه فعالیت
	E2	سعه صدر	ظرفیت روحی و روانی، عقلی و وجودی برای درک و پذیرش حق و تسلیم در برابر آن، پذیرش علم، قدرت و حوادث، همچنین توان درک و تحمل ناملایمات، مشکلات و سختی‌ها
(F)	F1	مذاکره و چانه‌زنی	برخورداری از قدرت چانه‌زنی خوب و در نظر داشتن رویکرد برد-برد در مذاکرات بین‌المللی
	F2	صداقت	صادق بودن در بیان نظرات خود و پرهیز کردن از دورویی در رفتار و گفتار و چندپهلوی سخن گفتن
(G)	G1	یادگیری	کسب مهارت‌ها و توانایی‌های جدید در حوزه فعالیت‌های بین‌المللی
	G2	تش و تعارض	مهارت پذیرش تعارض به‌عنوان یک پدیده طبیعی غیرقابل اجتناب در روابط فردی و اجتماعی، تحلیل موقعیت تعارض و انتخاب و به‌کارگیری راهبردها و فنون مدیریت تعارض
(H)	H1	وظیفه‌شناسی	سخت‌کوشی، نظم، دقت، پشتکار و مسئولیت‌پذیری و پایبندی به اصول اخلاقی
	H2	توسعه فردی	شناسایی نقاط قوت و قابل‌بهبود در خود و اقدام بر اساس بازخوردها و توسعه مهارت‌ها و کسب تجارب جدید
(I)	I1	حمایت گروه	توانایی حمایت از شکل‌گیری، انسجام، توسعه و تکامل گروه، توانایی جلوگیری از انحلال گروه، توانایی شناخت توانمندی‌های گروه و هدایت آن به مسیر نیل به اهداف
	I2	توانمندسازی	فراهم کردن زمینه رشد و پرورش و ارتقاء توانایی‌های افراد از طریق توسعه دانش آن‌ها، توسعه اختیارات افراد و بامعنی ساختن شغل آن‌ها
(J)	J3	مدیریت منابع	توانایی تشخیص و تأمین منابع موردنیاز برای تحقق اهداف و تعیین دقیق برنامه و عملیات صحیح برای توزیع و کنترل منابع و بهره‌برداری بهینه از منابع در دسترس
	J4	حقوق بین‌الملل	برخورداری از دانش عمومی در خصوص حقوق بین‌الملل

مصاحبه‌شونده	کد	مفهوم اولیه	پاسخ مصاحبه‌شونده
(K)	K1	رهبری اثربخش	توانایی شناخت شرایط و تطبیق رفتار و منابع در جهت ایجاد انگیزه و ارتباط موثر با کارکنان که آنان را از روی علاقه و میل به انجام وظایف سازمانی ترغیب می‌نماید.
	K2	برنامه‌ریزی	توانایی تشخیص و تجسم وضعیت مطلوب و پیش‌بینی کردن و یافتن راه‌ها و وسایلی که نیل به آن را به صورت اثربخش میسر می‌سازد
(L)	L1	مدیریت زمان	نظم دهی و برنامه‌ریزی برای تقسیم زمان بین فعالیت‌های خاص، کار و انجام کارهای بیشتر با کیفیت بهتری در زمان کمتر
	L2	پیشگامی	ایجاد، توسعه و حفظ رفتار پیشگامی در نیل به اهداف از پیش تعیین شده بین‌المللی
(M)	M1	سیستم‌های مدیریتی	برخورداری از دانش تخصصی مدیریت و حمایت و نظارت بر استقرار سیستم‌های مدیریتی در حوزه فعالیت خود
	M2	نتیجه‌گرایی	تأکید بر نتایج و به انجام رساندن امور و پیگیری لازم تا برآورده شدن انتظارات
(N)	N3	قوانین و مقررات	برخورداری از دانش تخصصی مرتبط با حوزه فعالیت مانند قوانین و مقررات بین‌المللی در حوزه کار و تأمین اجتماعی، حقوق کار و قوانین اجتماعی
	N4	تشخیص فرصت	توانایی ایجاد، توسعه و حفظ رفتار در خصوص تشخیص فرصت به‌منظور نیل به اهداف از پیش تعیین شده بین‌المللی
(Q)	Q1	تنوع فرهنگی	برخورداری از روشن‌بینی و درک صحیح از مؤلفه‌ها و شرایط فرهنگی حاکم بر جامعه و جامعه بین‌الملل که در پرتو آن می‌توان در برخورد با شرایط فرهنگی مختلف جوامع از جمله قومیت‌ها، ارزش‌ها، هنجارها و ... را مد نظر قرار دهد.
	Q2	نوآوری	ایجاد، توسعه و حفظ رفتار نوآورانه در نیل به اهداف از پیش تعیین شده بین‌المللی
(R)	R9	کارتیمی	تحریک و تشویق اعضای گروه به همکاری با یکدیگر و همراهی در دستیابی به اهداف مشترک
	R10	دانش فناوری اطلاعات	برخورداری از دانش تخصصی مرتبط با حوزه فعالیت مانند فناوری اطلاعات، نرم‌افزارهای مربوط به حوزه فعالیت
(S)	S1	هوش محیطی و بازار	شناسایی فرصت‌های محیطی مهم، توانایی درک و تحلیل روندهای محیطی، تشخیص روابط فعالیت‌های شرکت با سازمان‌های دیگر، حساس به بازار و عملیات رقبا، هوش تجاری
	S2	خودآگاهی	شناخت ارزش‌ها، اهداف و نیازهای خود به‌منظور استفاده بهینه از تمامی ابعاد وجودی خود (شامل ابعاد ذهنی، روحی، روانی، عاطفی، جسمی) و کنترل رفتار، گفتار، احساسات و عواطف خود
(T)	T1	شبکه‌سازی	ایجاد، توسعه و حفظ ارتباطات، روابط و روابط داخلی و خارجی به‌منظور تسهیل دستیابی به اهداف حوزه فعالیت
	T2	مشتری مداری	با ذینفعان به‌ویژه مشتریان، محترمانه و منصفانه رفتار نموده، نیازهای حال و آینده آن‌ها را شناسایی و درک نموده و در جهت تأمین رضایشان تلاش می‌نماید

کدگذاری محوری؛ کدگذاری محوری شامل تعیین الگوهای موجود در داده‌ها است. در این مرحله مقایسه دائمی داده‌ها انجام می‌گیرد. محقق داده‌های کدگذاری شده را با یکدیگر

مقایسه کرده و به صورت مقوله‌های متناسب با هم درمی‌آورد. بنابراین، هر یک از کدهای سطح اول را با سایر کدها مقایسه می‌کند و کدهای مشابه را در یک طبقه قرار می‌دهد.

جدول ۵. کدها مفاهیم و مقوله‌های شناسایی شده در بخش کیفی تحقیق

کدها	کد محوری	کدها	کد محوری
G3/M8/L4	نیاز به موفقیت/توفیق‌گرایی	F4/Q3/S6/R2 J5/C2//D16/K10	تحمل ابهام
G3/ B9/A13	توانایی تفکر	M4 /A3 /S4/I3/Q2	تفکر نوآورانه
C15/D13/E9	توانایی حل مسئله	D4/H6	گروه کاری
L12/ M11/D4/Q3/N2	تأثیرگذاری بر دیگران	D3/ A4/ S3	تحمل استرس
F16/ G17/A19/T14	هدایت/ رهبری	M3/B1 /N6/J2/R2/T4/S3	ریسک‌پذیری
G15/ N9 /Q11 I3/T5	تفکر تحلیلی	R16/Q4/S8	تفکر شهودی
R11/G16/ S9	بلوغ فکری	N2/Q6/F5	یادگیری زبان خارجه
C3/ L3/N4	نظارت و کنترل	H4/F5	ارتباطات نوشتاری
I2/K10/G4	ارزیابی ریسک	A12/ E1/F4/G3	بازاریابی
J13/K9/T11	مدیریت تعامل	R4	عامل مفهومی
L9/A17/Q2/ K22/S8/R2/B4	نوآوری	E12/ E6/A5	عامل اخلاقی
B1/ N3/D3/M3	تفکر ابتکاری	F2/E13/S5/Q4/A12	ویژگی‌های شخصی
D3/B10/M3/T1/S3	شبکه‌سازی	G7/D2/F9/I1	حمایت
C13/A10/F1/G15/B14	مذاکره و چانه‌زنی	F5 /G5 /H2/E3	خانواده
F13/ A27/ B27/G2	مدیریت تعارض و تنش	A24/ H1 /J5/B5/H12	عامل سیاسی
F14/ C24/A1/H10	سازگاری	G17/K5/H13	عامل فرهنگی
F15/ D25/A1/H12	انعطاف‌پذیری	L6/A4/C5/Q8/H4	دانش بین‌المللی
G8/ I10/ J15	اسناد شخصی	L4/T3	سلامت ذهنی
A16 /E20	نقش رفتارها	N5/B6	مسئولیت اجتماعی
A17/ F22/H8	عوامل اجتماعی	C19/ R9 /C22/J3	مدیریت منابع
B11/ C12/A10/E3	عوامل فنی	Q5 /E2/H9	تصمیم‌گیری
D16/E11/R3/T10	عوامل مدیریتی	R6/ E18/ N7	هوش تجاری
G14/H4/N2/D4/A3/B5	عوامل فردی و شخصی	L10 /M9/D14/G1	تعهد به یادگیری
D17/H4/I5/C5/K6/L7	عوامل راهبردی	R7 /S7/T2	خدمات به مشتریان
I11/ G20/ H10	عوامل ادراکی	C6/H11	جستجوی اطلاعات
J14/T3/I5/J15/T20/	عوامل ارتباطی	J1/ K4/ L6	رابطه سازی
A13/ J19	عامل تعهد	Q11/ M4/ E4/T5/R16	اعتمادبه‌نفس
A14/ K13/ L13/R25/T3/N11	عامل فرصت	Q9 /B24	خودکنترلی

L5/S4/B3/A12	عامل سازمان‌دهی	H11/G24/C4/I5	عامل کارآفرینانه
B12 /C11/D14/Q1	تنوع فرهنگی	T3/R1/J10/F4	کسب و کار
A9 /M12	عوامل سازمانی	R2	عامل مفهومی
N10/Q12	عوامل درون فردی	R3/D2	رفتار قاطعانه
B13/ C10	عوامل بین فردی	R4 /F19 /H7	رفتار مخاطره‌آمیز
G12/D9/ F10/N4	توانایی تشخیص فرصت	R5 /A7/B3	فرهنگ کارآفرینانه
I5 S10 R12	توانایی ارزیابی فرصت	F7 /D5/ S2	مدیریت مشارکتی
J9/R20/T6/H3/G5	جهت‌گیری راهبردی	G2	انتخاب راهبردی
J10/ A30	گرایش به منابع	K2 /J16	ظرفیت فناورانه
J11	ساختار مدیریت	A19 /B25	انتقال چشم‌انداز
D6/ F12	فلسفه پاداش	D23/A25/C4	استقامت
Q11	گرایش به رشد	A4/D11/Q9	روابط انسانی
D12 /E14/ F17	شبکه‌های بین‌المللی	F11/ G13 J8/ I12	تعامل و روابط
G11/ I14	گرایش به بازار	E7	عامل تعبیر
J11	نگرش	A6/ R2/ S3	مهارت شغلی
A7/ A28/B11	انگیزه بین‌المللی	F6/ G3/ D11/ H12	مهارت علمی
A8 /B15/ C16	عامل ابتکاری	J7	اصول کارآفرینی
G9/ B28 /C25	ایده پردازی	K3 /L12	رویکرد سیستمی
G10	رفتارهای فعال شرکت	C13	بصیرت گرایی
D11 /Q14/ E21/A13	مهارت‌های چریکی	F20/E19	عامل هنجاری
C8 /F23/ G21	خودکارآمدی	N11/ H8/G18	اقدام و عمل
A11/ H12	مدیریت ریسک	N2/ A30	مدل کسب و کار
B16/R9/T15/C4/G5	متقاعدسازی	M6/ B30	اجرا سازی ایده
N5 /M7 /Q2	ایجاد ارزش	A3/ J17/ K11	مدیریت دانش
K14/J20/F8	فرهنگ سازمانی	S6/ D4	مدیریت رشد
M13 /L14	انعطاف‌پذیری	F3	دانش
A10 /Q13 /N11/T7/M9	خلاقیت	G6/ H4	تجربه

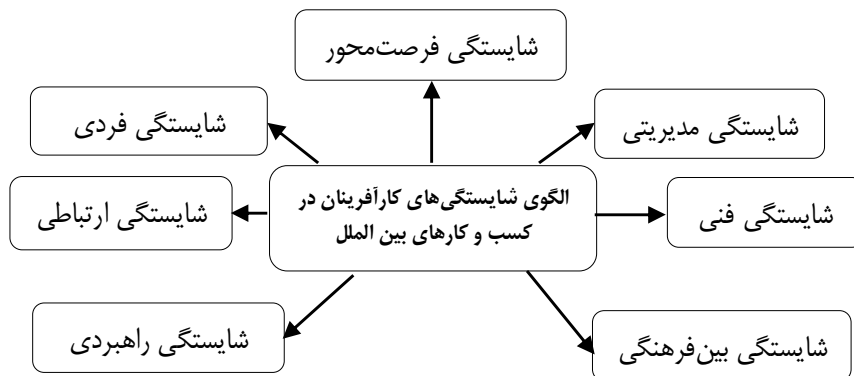
در گام بعد بر اساس مفاهیم جدول فوق مقوله‌ها به شرح زیر استخراج شدند.

جدول ۶. مضامین اصلی و فرعی شایستگی‌های کارآفرینان در کسب و کارهای بین‌الملل

مفاهیم استخراج شده	مقوله فرعی	مقوله اصلی
توانایی مکالمه، مکاتبه و ترجمه متون خارجی، دانش و آگاهی کافی از صنعت حوزه فعالیت، قوانین کار، حقوق بین‌الملل، قانون تأمین اجتماعی و بیمه‌های مربوطه، حقوق تجارت بین‌الملل، دانش فناوری اطلاعات	عوامل تخصصی	شایستگی‌های کارآفرینان در کسب و کارهای
ایجاد، توسعه و حفظ رفتار ریسک‌پذیری، پیشگامی، تشخیص و بهره‌برداری از فرصت	عوامل فرصت	

بین‌الملل	محور	جهت نیل به اهداف از پیش تعیین شده بین‌المللی
	عوامل میان فرهنگی	آشنایی با شرایط فرهنگی جوامع از جمله قومیت‌ها، ارزش‌ها، هنجارها، فرهنگ سازمان‌های بین‌المللی، با خرده‌فرهنگ‌ها، علائم و ایما و اشارات، علاقه و احترام و نگاه مثبت به فرهنگ‌ها
	عوامل مدیریتی	توانایی برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، هدایت کسب‌وکار، توانایی مشارکت دهی اعضای کسب‌وکار، توانایی حمایت از گروه کسب‌وکار، توانایی تفویض اختیار، مدیریت عملکرد و حصول نتیجه
	عوامل فردی	توانایی تطبیق خود با وظایف، شغل و فرایندها، توانایی سازگاری با تغییرات محیطی، توانایی تحمل فشار و استرس، اعتقاد به توانایی خود، ایجاد فضای مؤثر کاری، گوش دادن به دیگران
	عوامل ارتباطی	توانایی برقراری ارتباط مؤثر، مذاکره، نفوذ و تأثیرگذاری، کار تیمی، مدیریت تعارض، هوش اجتماعی، شبکه‌سازی
	عوامل راهبردی	توانایی تفکر تحلیلی، فرآیندی و سیستمی، تفکر راهبردی، تصمیم‌گیری استراتژیک، دارای هوش سیاسی و اجتماعی

مدل مفهومی پیشنهادی در قالب شایستگی‌های اصلی به شرح زیر ارائه می‌شود.



شکل ۱. مدل مفهومی شایستگی‌های کارآفرینان در کسب و کارهای بین‌الملل

بحث و نتیجه‌گیری

پس از اینکه مفهوم شایستگی توسط دیوید مک کلند، به‌عنوان محرک موفقیت سازمانی و عملکرد شغلی معرفی شد، پژوهش‌های متعددی در این حوزه انجام شد تا اینکه در سال ۱۹۹۷ ویژگی‌های کارآفرینان بین‌المللی که ترکیبی از رفتارهای نوآورانانه، پیش‌فعالانه به همراه ریسک‌پذیری که در آن‌سوی مرزها به وقوع می‌پیوندد توسط اوایات ارائه شد. رویکرد ویژگی‌های کارآفرینان بین‌الملل به دلایلی چون مسائل فرهنگی، سیاسی، اقتصادی و بین‌المللی دارای چالش‌هایی است و از طرفی شناسایی این شایستگی‌ها توسط محققان انجام نشده است.

در این پژوهش به مطالعات تجربی در حوزه شایستگی‌های مدیران، کارآفرینان و

کارآفرینان در کسب و کارهای بین المللی پرداخته شد. بر اساس نتایج پژوهش، ۱۱۸ زیرمؤلفه در خصوص ویژگی‌های کارآفرینان شناسایی شد که در کدگذاری محوری به ۷۷ زیرمؤلفه یا شایستگی فرعی و ۷ مؤلفه اصلی یا شایستگی اصلی شامل عوامل راهبردی (تفکر تحلیلی، تفکر راهبردی، هوش مالی و اقتصادی، هوش سیاسی، تصمیم‌گیری راهبردی، توانایی حل مسئله، هوش محیطی و بازار، جهت‌گیری راهبردی، توسعه چشم‌انداز) عوامل فرصت محور (خلاقیت، تعهد به یادگیری مستمر، ریسک‌پذیری، نوآوری، پیشگامی، توانایی تشخیص فرصت، توانایی ارزیابی فرصت، توانایی بهره‌برداری از فرصت، مشتری‌مداری)، عوامل ارتباطی (توانایی برقراری ارتباط مؤثر، توانایی مذاکره، نفوذ و تأثیرگذاری، کار تیمی، مدیریت تعارض، هوش اجتماعی، شبکه‌سازی)، عوامل بین فرهنگی (مدیریت تنوع فرهنگی، قابلیت تطابق فرهنگی، هویت فرهنگی، فرهنگ‌سازمانی، فرهنگ عمومی)، عوامل فردی (سازگاری، تاب‌آوری، توسعه فردی، اعتماد به نفس، خودآگاهی، وظیفه‌شناسی، قاطعیت، تعهد و وفاداری، سعه صدر، صداقت، الگو بودن، خودکارآمدی، توفیق‌گرایی، حمایت خانواده، استقلال‌طلبی، مسئولیت‌پذیری)، عوامل فنی (دانش فناوری اطلاعات، دانش فضای کسب و کار، آماده‌سازی طرح کسب و کار، مهارت زبان خارجه، آشنایی با قوانین و مقررات بین‌المللی، آشنایی با بازاریابی بین‌الملل، آشنایی با نظام پولی و بانکی، آشنایی با حقوق بین‌الملل، ارزیابی اقتصادی و سرمایه‌گذاری، دانش فنی حوزه فعالیت)، عوامل مدیریتی (توانمندسازی دیگران، مدیریت تغییر، مدیریت منابع، نظارت و کنترل، برنامه‌ریزی، سازمان‌دهی، تفویض اختیار، نتیجه‌گرایی، مدیریت اطلاعات، انگیزش، مدیریت عملکرد، مدیریت زمان، رهبری اثربخش، توسعه سیستم‌های مدیریتی، مدیریت مشارکتی، تیم‌مدیریتی، تجربه‌مدیریتی، حمایت از گروه کاری، مدیریت چریکی) دسته‌بندی شدند.

در پژوهش حاضر در خصوص مؤلفه‌های فرعی شایستگی راهبردی مشخص شد که کارآفرینان جهت موفقیت بیشتر در حوزه فعالیت خود باید توجه بیشتری را به عوامل فرعی تفکر راهبردی، تفکر تحلیلی و هوشیاری محیطی و بازار، توانایی حل مسئله و هوش سیاسی اختصاص دهند. این شایستگی‌ها در مطالعات کاتور و باینز (۲۰۱۳)، کبیرمحمد (۲۰۱۷) و تولا زیزیل و همکاران (۲۰۱۸) تأیید شده است.

در خصوص مؤلفه‌های فرعی شایستگی فرصت محور مشخص شد که کارآفرینان جهت موفقیت بیشتر در حوزه فعالیت خود باید توجه بیشتری را به عوامل فرعی نوآوری، ریسک‌پذیری، پیشگامی و تشخیص فرصت اختصاص دهند. این شایستگی‌ها در مطالعات میشل مور و راولی (۲۰۱۳)، بروترس و همکاران (۲۰۱۵) و تولا زیزیل و همکاران (۲۰۱۸) تأیید شده است. در خصوص مؤلفه‌های فرعی شایستگی فنی مشخص شد که کارآفرینان

جهت موفقیت بیشتر در حوزه فعالیت خود توجه بیشتری را به عوامل فرعی دانش فنی در حوزه فعالیت، دانش فناوری اطلاعات، حقوق بین‌الملل اختصاص دهند. این شایستگی‌ها در مطالعات هرزیل ایزوار و همکاران (۲۰۱۸) و محمدصادق برادران (۲۰۱۹) تأیید شده است.

در خصوص مؤلفه‌های فرعی شایستگی مدیریتی نشان داد که کارآفرینان جهت موفقیت بیشتر در حوزه فعالیت خود باید توجه بیشتری را به عوامل فرعی رهبری اثربخش، تیم مدیریتی، توانمندسازی دیگران اختصاص دهند. این شایستگی‌ها در مطالعات کبیر محمد (۲۰۱۷)، راثا و ویجیا (۲۰۰۹)، هرزیل ایزوار و همکاران (۲۰۱۸) و محمدصادق برادران (۲۰۱۹) تأیید شده است. در خصوص مؤلفه‌های فرعی شایستگی بین فرهنگی مشخص شد که کارآفرینان جهت موفقیت بیشتر در حوزه فعالیت خود باید توجه بیشتری را به عوامل فرعی تطابق فرهنگی و دانش بین فرهنگی اختصاص دهند. این شایستگی‌ها در مطالعات رادلف و همکاران (۲۰۰۴)، گاردو (۲۰۰۷) و اسپیکزو (۲۰۰۸) تأیید شده است.

در خصوص مؤلفه‌های فرعی شایستگی ارتباطی مشخص شد که کارآفرینان جهت موفقیت بیشتر در حوزه فعالیت خود باید توجه بیشتری را به عوامل فرعی توانایی مذاکره، شبکه‌سازی اختصاص دهند. این شایستگی‌ها در مطالعات مان و لو (۲۰۰۰)، میشل مور و راولی (۲۰۰۹) و (۲۰۱۸) و کائور و باینز (۲۰۱۳) تأیید شده است. در خصوص مؤلفه‌های فرعی شایستگی فردی مشخص شد که کارآفرینان جهت موفقیت بیشتر در حوزه فعالیت خود باید توجه بیشتری را به عوامل فرعی تاب‌آوری، توفیق‌گرایی اختصاص دهند. این شایستگی‌ها در مطالعات احمد (۲۰۰۷)، اسپیکزو (۲۰۰۸)، کائور و باینز (۲۰۱۳) و گاستاو بلینگ (۲۰۱۹) تأیید شده است.

این پژوهش با ارائه چارچوب مفهومی شایستگی کارآفرینان در کسب‌وکارهای بین‌الملل، گامی در راستای توسعه و بهبود ویژگی‌های کارآفرینان در کسب‌وکارهای بین‌الملل برداشته است. برای توسعه این دانش در آینده پیشنهاد می‌گردد این پژوهش به صورت کمی آزمون شود تا امکان تبیین یافته‌های تحقیق کنونی فراهم شود. همچنین طراحی الگوی شایستگی‌های فنی و تخصصی کارآفرینان در کسب‌وکارهای بین‌الملل در صنایع مختلف توسط پژوهشگران انجام شود.

منابع

ایمانی، محمدتقی و نوشادی، محمدرضا. (۱۳۹۰). تحلیل محتوای کیفی. *نشریه پژوهش*، ۳(۲)، ۱۰۵-۱۳۸. بازرگان هرندی، عباس. (۱۳۹۶). *روش‌های تحقیق کیفی و آمیخته: رویکردی متداول در علوم رفتاری*. تهران، چاپ ششم، نشر دیدار.

- تبریزی، منصوره. (۱۳۹۳). تحلیل محتوای کیفی از منظر رویکردهای قیاسی و استقرایی. *فصلنامه علوم اجتماعی*، ۶۴، ۴۴-۱۵.
- ثنایی پور، هادی. (۱۳۹۶). *طراحی مدل مفهومی تدوین خط‌مشی ملی توسعه کارآفرینی در گردشگری ایران*. به راهنمایی: سعید جعفری مقدم. دانشگاه تهران، رساله دکتری، دانشکده کارآفرینی.
- حسینی مقدم، عارفه و آرائی، زهرا. (۱۳۹۵). *تأثیر شایستگی‌های کارآفرینانه زنان بر عملکرد کسب‌وکار حوزه صنعت فناوری اطلاعات*، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشکده کارآفرینی.
- رحیم نیا، فریبرز و حسنی راد، پریسا سادات. (۱۳۹۵). *بررسی رویکرد فرصت‌محور و منبع‌محور بر کارآفرینی بین‌الملل*. کنفرانس بین‌المللی کسب‌وکار: فرصت‌ها و چالش‌ها.
- زعفرانلو، زهرا. (۱۳۹۳). *طراحی الگوی شایستگی مدیران شرکت ایران خودرو دیزل*. پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی ساوه.
- مدیریت خدمات مدیران شرکت ایران خودرو. (۱۳۸۷). *ارزیابی ۳۶۰ درجه از تئوری تا عمل*. چاپ دوم موسسه انتشارات فراز اندیش سبز و مرکز آموزش ایران خودرو.
- Anderson, U., Dasi, A., Mudambi, R. and Pedersen, T. (2016). Technology, Innovation, and Knowledge: The Importance of Ideas and International Connectivity. *Journal of World Business*, 51(1), 153-162.
- Baradaran, M. S., Yadollahi Farsi, J. Hejazi, S. R. and Akbari, M. (2019). A Competency-based Typology of Technology Entrepreneurs: A Systematic Review of the Empirical Studies. *Iranian Journal of Management Studies (IJMS)*, 12(2), 191-211.
- Behling, G. and Lenzi, F.C. (2019). Entrepreneurial Competencies and Strategic Behavior: a Study of Micro Entrepreneurs in an Emerging Country. *Brazilian Business Review*, 16(3), 255-271.
- Brouthers, K.D., Nakos, G. and Dimitratos, P. (2015). SME Entrepreneurial Orientation, International Performance and the Moderating Role of Strategic Alliances. *Entrepreneurship Theory and Practice*. 39(5), 1161-1187.
- Christine W. Sandroto, Yussi Ramawati, Syarief Darmoyo (2018) "The Role of Competencies and Education in Increasing Entrepreneurial Intention in Creative Economy" *international research journal of Business Studies*, Vol11, No1, pp. 97-112
- Cortellazzo, L., Bonesso, S. and Gerli, F. (2020). Entrepreneurs Behavioural Competencies for Internationalisation: Exploratory Insights from the Italian Context. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 26(4), 723-747.
- Dimitratos, P., Buck, T., Fletcher, M. and Li, N. (2016). The Motivation of International Entrepreneurship: The Case of Chinese Transnational Entrepreneurs. *International Business Review*, 25(5), 1103-1111.
- Garud, R., Hardy, C. and Maguire, S. (2007). Institutional Entrepreneurship as Embedded Egenly: An Introduction to The Special Issue. *Organization Studies*, 28(7), 957-969.
- Gil-Pechuan, I., Exposito-Langa, M. and Tomas-Miquel, J.V. (2013). International Entrepreneurship in SMEs: a Study of Influencing Factors in the Textile Industry. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9(1), 45-57
- Hegarty, C., Gallagher, P., Cunningham, I. and Stephens, S. (2019). Developing Entrepreneurial Competencies for Second Chance Entrepreneurs. *Journal of Business Research*, 99(1), 415-425.

- Ibrahim, H.I., Kabir, M. and Shah, M. K.A.M.(2018). Competencies of Women Entrepreneurs in Nigeria: Cost Strategy as a Mediator. *International Academic Journal of Business Management*, 5(2), 191-208.
- Kabir, M., Ibrahim, H.I. and Shah, M. K.A.M.(2017). Empirical Evidence of Entrepreneurial Competencies and Firm Performamnce:A Study of Women Entrepreneurs of Nigeria. *International Journal of Entrepreneurial Knowledge*, 5(1),133-164.
- Kaur, H. and Bains A.(2013). Understanding The Concept of Entrepreneurs Competency. *Journal of Business Management & Social Science Research*, 2(11), 31-33.
- Man, T.W.Y. and Lau,T.(2000). Entrepreneurial Competencies of SME Owner/Managers in the Hong Kong services sector: A qualitative analysis. *Journal of Enterprising Culture*, 8(3), 235–254.
- Morris, M.H., Webb, J.W., Fu, J. and Singhal, S.(2013). A Competency-Based Perspective on Entrepreneurship Education: Conceptual and Empirical Insights. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 352–369.
- Mitchelmore, S. and Rowley, J.(2013). Entrepreneurial Competencies of Woman Entrepreneurs Pursuing Business Growth. *Journal of Small Business Enterprise Development*,20(1), 125-142.
- Olga M.(2008). Cross-Cultural Entrepreneurial Competence in Identifying International Business Opportunities. *European Management Journal*, 26(1), 366– 377.
- Oviatt, B.M., McDougall,B.P. and Shrader, R.C.(2003). A Comparison of International and Domestic New Ventures. *Journal of International Entrepreneurship*,1, 55-82
- Rathna, K G. and Vijaya, T.G.(2009). Competencies of Entrepreneurs and Intrapreneurs: A Comparative Study. *South Asian Journal of Management*; New Delhi, 6(2), 28-60.
- Korsakienė, R., Bekešienė, Svajonė. and Hošková-Mayerová, Š.(2019). *The Effects of Entrepreneurs' Characteristics on Internationalisation of Gazelle Firms: a Case of Lithuania. Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 32(1), 2864-2881.
- Rojas, F. and Huergo, E.(2016). Characteristics of Entrepreneurs and Public Support for NTBFs. *Small Business Economics*, 47(2), 363-382.
- Sinkovics, R.R., Bell, J. and Deans, K. R.(2004). Using Information Communication Technology to Develop International Entrepreneurship Competencies. *Journal of International Entrepreneurship*, 2, 125–137.
- Spencer, L.M.nd a Spencer.S.M.(1993). *Competence at Work: Models for Superior Performance*. New yourk.John Wiley and sons
- Spikes, D. andStroup, J.(2008). Competencies for Success in International Leadership in Challenging Times. *Innovations in Human Resource Management*, 20(2), 143-165.
- Zizile, T. and Tendai, C.(2018). The Importance Of Entrepreneurial Competencies on The Performance of Women Entrepreneurs in South Africa. *The Journal of Applied Business Research*,34(2), 87-112.
- Bamiatzi, V., Jones, S., Mitchelmore, S. and Nikolopoulos, K.(2015). The Role of Competencies in Shaping the Leadership Style of Female Entrepreneurs: The Case of North West of England, Yorkshire, and orth Wales. *Journal of Small Business Management*, 53(3), 10.1111/jsbm.12173.