

مقاله پژوهشی

تاثیر گرایش کارآفرینانه بین‌المللی بر عملکرد بین‌المللی با نقش میانجی شبکه‌های بین‌المللی (مورد مطالعه: سازمان‌های دانش‌محور)

پذیرش: ۱۳۹۹/۱۲/۱۶

دریافت: ۱۳۹۹/۶/۲۹

رحیم سروری، نویسنده مسئول^۱
ناصر صنوبر^۲

چکیده

توصیفی داده‌ها از نرم‌افزار SPSS 24 و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری و نرم‌افزار Smart PLS 3 بهره گرفته شد. نتایج نشان می‌دهد که گرایش کارآفرینانه بین‌المللی و شبکه‌های بین‌المللی تاثیر مثبت و معنی‌داری بر عملکرد بین‌المللی سازمان‌های دانش‌محور دارند. همچنین شبکه‌های بین‌المللی در رابطه بین گرایش کارآفرینانه بین‌المللی و عملکرد بین‌المللی نقش میانجی دارد. بر اساس نتایج به دست آمده توجه به منابع داخلی بسیار مهم بوده و از عوامل اصلی بین‌المللی شدن شرکت‌ها و بهبود عملکرد آنان در بازارهای بین‌المللی است.

هدف از پژوهش حاضر بررسی تاثیر گرایش کارآفرینانه بین‌المللی بر عملکرد بین‌المللی سازمان‌های دانش‌محور با نقش میانجی شبکه‌های بین‌المللی است. این پژوهش از لحاظ هدف کاربردی، از نوع تحقیقات توصیفی و با روش پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش را مدیران و کارشناسان سازمان‌های دانش‌محور با اندازه کوچک و متوسط تشکیل می‌دهند که برای این منظور نمونه‌ای به تعداد ۱۴۶ نفر انتخاب شد. داده‌ها از طریق پرسشنامه جمع‌آوری شد که روایی صوری آن از سوی خبرگان و پایایی آن با استفاده از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی تایید شد. برای تحلیل

طبقه‌بندی JEL: L25, F23, M16, L26

گرایش کارآفرینانه بین‌المللی / شبکه‌های بین‌المللی / عملکرد بین‌المللی / سازمان‌های دانش‌محور

۱. مقدمه: طرح مسأله

در سال‌های اخیر روند افزایش بین‌المللی شدن شرکت‌های کوچک و متوسط را شاهد هستیم، و عملکرد بین‌المللی شرکت‌های کوچک و متوسط به‌عنوان یک موضوع مهم برای تحقیقات تبدیل شده است (تانوس و همکاران، ۲۰۱۷؛ گلاوس و همکاران، ۲۰۱۷؛ سریوستا و تیل، ۲۰۲۰). از سوی دیگر سرعت رشد جهانی شدن بازار شرکت‌ها را مجبور کرده است تا به‌طور گسترده‌ای از فرصت‌های رشد خارجی بهره‌برداری کنند (دای و همکاران، ۲۰۱۴). افزایش رقابت شدید میان کسب‌وکارها و ناکافی بودن محیط داخلی برای رشد و توسعه باعث شده است تا یکی از تصمیمات مهم، ورود به عرصه‌های جهانی و تجارت بین‌المللی باشد. این امر به‌ویژه برای شرکت‌های کوچک و متوسط که دارای منابع مالی و امکانات محدودی هستند اهمیت بیشتری پیدا کرده است. زیرا نقش و اهمیت این شرکت‌ها در رشد و توسعه اقتصادی کشورها به‌صورت گسترده‌ای مورد تأکید قرار گرفته است. دانشگاهیان، شرکت‌ها و دولت‌ها به‌طور فزاینده‌ای بر این باورند که به دست آوردن درک بهتر از روند بین‌المللی شدن شرکت‌های کوچک و متوسط، به‌ویژه در بازارهای نوظهور، یک تلاش بسیار مهم است (فیلاتوچف و همکاران، ۲۰۰۹). با این حال، تحقیقات پیشین در مورد بین‌المللی شدن شرکت‌های کوچک و متوسط بیشتر بر روی شرکت‌های چندملیتی بزرگ از کشورهای توسعه‌یافته بوده است (کایولاینن و همکاران، ۲۰۱۲؛ استایلس و همکاران، ۲۰۰۶) و کمتر به بین‌المللی شدن شرکت‌های کوچک و متوسط در بازارهای در حال ظهور پرداخته شده است (بیانچی و ویکراماسکرا، ۲۰۱۶).

تحقیقات نشان می‌دهد که یک گرایش کارآفرینانه بین‌المللی می‌تواند توانایی شرکت‌ها را برای شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های بین‌المللی افزایش دهد (گلاوس و متیوس، ۲۰۱۴). محققانی که در زمینه کارآفرینی بین‌المللی فعالیت می‌کنند، گرایش کارآفرینانه بین‌المللی را به‌عنوان

یک رقیب بالقوه در توسعه بین‌المللی مورد توجه قرار داده‌اند (دای و همکاران، ۲۰۱۴؛ کوین و میلر، ۲۰۱۴). در ادبیات کارآفرینی بین‌المللی، تعداد کمی از محققان، ساختار گرایش کارآفرینانه را به بازار بین‌المللی گسترش داده و اثرات گرایش کارآفرینانه بین‌المللی را بر عملکرد بین‌المللی بررسی کرده‌اند (کوین و میلر، ۲۰۱۴). به‌خصوص در ایران تاکنون تحقیقی در این خصوص انجام نگرفته و یکی از انگیزه‌های انجام این پژوهش پر کردن این شکاف است. از طرفی با توجه به عدم اطمینان در بازارهای بین‌المللی، گرایش کارآفرینانه اهمیت ویژه‌ای پیدا می‌کند و این شرکت‌ها را ملزم می‌کند تا گرایش کارآفرینانه بیشتری اتخاذ کنند (لی و همکاران، ۲۰۲۰). همچنین یکی از قابلیت‌های مهمی که در بهبود عملکرد شرکت‌های کوچک و متوسط در بازارهای بین‌المللی نقش به‌سزایی دارد، شبکه‌های بین‌المللی است که مورد تأکید محققان قرار گرفته است (سریوستا و تیل، ۲۰۲۰؛ کوویلو و کاکس، ۲۰۰۷). شبکه‌ها به‌ویژه در مراحل اولیه بین‌المللی شدن، می‌توانند با کسب دانش و افزایش مهارت‌ها کمبود منابع شرکت‌ها را جبران کنند. این امر به‌خصوص در سازمان‌های دانش‌محور کشور که با کمبود منابع مواجه‌اند و هم تجربه کمی در بازارهای بین‌المللی دارند دارای اهمیت فراوانی است. با این حال هنوز رابطه بین شبکه‌ها و عملکرد بین‌المللی در طول پژوهش‌های گذشته ناسازگار باقی مانده است (جیونگ و همکاران، ۲۰۱۹) و همچنین تحقیقات موجود در مورد نقش شبکه‌ها در روند بین‌المللی شدن بیشتر در اقتصادهای توسعه‌یافته متمرکز است (سریوستا و تیل، ۲۰۲۰). از این رو نیاز است مطالعات بیشتری در این حوزه انجام شود و این مقاله می‌تواند با توجه به انجام آن در بازار ایران به غنی‌سازی ادبیات کمک شایانی کند. علاوه بر این برای نخستین بار است که شبکه‌های بین‌المللی در نقش میانجی و در رابطه بین گرایش کارآفرینانه بین‌المللی و عملکرد بین‌المللی بررسی می‌شود و از این نظر پژوهش دارای نوآوری است. بر

این اساس این پژوهش قصد دارد تا این خلأها را پر کند. بر اساس جدیدترین گزارش سازمان دیده بان جهانی کارآفرینی در سال ۲۰۲۰-۲۰۱۹، ایران تقریباً در تمام شاخص‌های اکوسیستم کارآفرینی و نسبت به میانگین کشورهای با درآمد متوسط در سطح پایین‌تری قرار دارد (بوسما و همکاران، ۲۰۲۰). از طرفی کارآفرینی بین‌المللی یکی از نقاط ضعف کارآفرینی در کشور است که این امر توجه به بین‌المللی شدن شرکت‌ها را بیش از پیش نمایان می‌سازد. امروزه خیلی از شرکت‌های کوچک و متوسط در کشورهای توسعه یافته و در حال توسعه در بازارهای بین‌المللی فعالیت می‌کنند و بخشی زیادی از صادرات را بر عهده دارند. با این حال هنوز این نوع شرکت‌ها در ایران آن طور که شایسته است نقش زیادی در صادرات ندارند. به طوری که در گزارش دیده بان جهانی کارآفرینی شاخص بین‌المللی شدن ایران نسبت به سایر شاخص‌ها و همچنین کشورهای همسایه بسیار پایین است (بوسما و همکاران، ۲۰۲۰). برای توسعه صادرات غیرنفتی و کاهش وابستگی اقتصاد کشور به درآمدهای ارزی حاصل از صادرات نفت که همواره از مهم‌ترین برنامه‌های مسئولان و دولت‌ها بوده است، توجه به صنایع دانش بنیان و صادرات این محصولات می‌تواند نقش به‌سزایی در توسعه اقتصاد دانش بنیان و دستیابی به رشد و توسعه پایدار داشته باشد. در این میان با توجه به اهمیت و پتانسیل سازمان‌های دانش محور و تأکیدی که بر بین‌المللی شدن این سازمان‌ها در سیاست‌های اقتصادی کشور شده است، حضور آنان در بازارهای بین‌المللی نسبت به سایر سازمان‌ها اهمیت مضاعفی دارد و می‌تواند سبب توسعه و دستیابی به مزیت‌های رقابتی در سطح بین‌المللی شوند. با این حال یکی از مهم‌ترین چالش‌های آنان دستیابی به عملکرد بین‌المللی مطلوب است. از این رو لازم است تا مهم‌ترین عواملی که می‌تواند بر عملکرد بین‌المللی این سازمان‌ها موثر باشد شناسایی شوند. بنابراین این پژوهش می‌خواهد تا میزان اثرگذاری گرایش کارآفرینانه بین‌المللی و

شبکه‌های بین‌المللی را در عملکرد بین‌المللی سازمان‌های دانش محور مورد ارزیابی قرار دهد. ساختار مقاله به این صورت است که ابتدا مفاهیم مرتبط با ادبیات موضوع و تحقیقات تجربی انجام شده در این حوزه مورد مطالعه قرار می‌گیرد. قسمت بعدی روش‌شناسی مقاله را توضیح می‌دهد و در ادامه نتایج به دست آمده از پژوهش گزارش می‌شوند. در نهایت قسمت آخر مقاله به بحث در مورد نتایج پژوهش و ارائه پیشنهادها می‌پردازد.

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

گرایش کارآفرینانه بین‌المللی

گرایش کارآفرینانه به یک هدف استراتژیک شرکت در جذب جنبه‌های کارآفرینانه، سبک‌ها و شیوه‌های تصمیم‌گیری اشاره دارد (ویکلند و سفرد، ۲۰۰۵). گرایش کارآفرینانه یک مولفه مهم برای بین‌المللی شدن کسب‌وکارهای کوچک و متوسط است (ویلیامز و همکاران، ۲۰۲۰). این مفهوم یکی از مهم‌ترین متغیرها در ادبیات کارآفرینی سازمانی است. با افزایش رقابت و تمایل به بین‌المللی شدن کسب‌وکارهای کوچک و متوسط محققان از یک دید بین‌المللی به گرایش کارآفرینانه نگاه می‌کنند. مفهوم گرایش کارآفرینانه توسط نایت (۲۰۰۱) پیشرفت کرده است که نشان می‌دهد گرایش کارآفرینانه می‌تواند به محیط‌های بازار بین‌المللی گسترش یابد. به طوری که اخیراً کشورهای در حال توسعه تمرکزشان بیشتر بر روی گرایش کارآفرینانه بین‌المللی بوده است (گلاوس و همکاران، ۲۰۱۷). گرایش کارآفرینانه بین‌المللی شامل استفاده از پیشنهادها و مزایای بازار بین‌المللی با در نظر گرفتن ریسک‌پذیری بیشتر نسبت به رقبا است که برای دستیابی به فرصت‌های جدید بازار بین‌المللی انجام می‌شود (وانگ، ۲۰۰۸).

نایت در سال ۲۰۰۱ با مطالعه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط بین‌المللی به این نتیجه رسید که عوامل موفقیت بین‌المللی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، مانند گرایش

کارآفرینانه بین‌المللی، به شدت به عملکرد بین‌المللی شرکت کمک می‌کند. این اعتقاد وجود دارد که شرکت‌های کوچک و متوسط بین‌المللی که دارای سطح بالایی از گرایش کارآفرینانه بین‌المللی هستند، به سه دلیل عملکرد بین‌المللی را افزایش می‌دهند (تانوس و همکاران، ۲۰۱۷). اولاً شرکت‌های کوچک و متوسط بین‌المللی که از ایده‌های نوآورانه استفاده می‌کنند، می‌توانند عملکرد بین‌المللی خود را در بازار بین‌المللی، پیش از رقابت، با معرفی محصولات جدید و توسعه قابلیت‌های کلیدی افزایش دهند (زهره و گارویس، ۲۰۰۰). دوم شرکت‌های کوچک و متوسط بین‌المللی فعال و ریسک‌پذیر احتمالاً در موقعیت مطلوب قرار دارند تا فرصت‌های امیدوارکننده‌ای را دنبال کنند و از مزایای اولویت‌ها در بازار بین‌المللی لذت ببرند که این مزایا عبارت‌اند از: توانایی پرداخت هزینه‌های بالا، کنترل کانال‌های توزیع، استفاده از قدرت چانه‌زنی با توجه به دانش و بهره‌برداری از حفره بازارها (تانوس و همکاران، ۲۰۱۷). در نهایت دلیل سوم اینکه، شرکت‌های پیشرو در یک موقعیت مطلوب هستند تا به سرعت به تغییر شرایط بین‌المللی پاسخ دهند و در این راستا مطالعات متعدد برای حمایت از این استدلال ارائه شده است (نایت، ۲۰۰۱؛ زهره و گارویس، ۲۰۰۰).

گرایش کارآفرینانه بین‌المللی و عملکرد بین‌المللی

رابطه بین گرایش کارآفرینانه و عملکرد شرکت یکی از حوزه‌هایی است که در سال‌های اخیر به دفعات مختلف توسط محققان کارآفرینی بررسی شده است. گرایش کارآفرینانه به عنوان یک قابلیت پویا از اهمیت ویژه‌ای برای عملکرد بین‌المللی کسب و کارهای کوچک و متوسط برخوردار است (آکوستا و همکاران، ۲۰۱۸). با توجه به ابعاد فردی گرایش کارآفرینانه و تحقیقات انجام شده می‌توان نتیجه گرفت که هر بعد گرایش کارآفرینانه می‌تواند تأثیر مثبتی بر عملکرد شرکت داشته باشد (ویکلند و شفرد ۲۰۰۵؛ وانگ، ۲۰۰۸). به‌طور مشابه، گرایش کارآفرینانه بین‌المللی

تأثیر مثبتی بر عملکرد بین‌المللی شرکت داشته است (گلاوس و همکاران، ۲۰۱۷). بررسی ادبیات در کارآفرینی بین‌المللی نشان می‌دهد که شرکت‌های درحال توسعه مانند سازمان‌های دانشی که دارای گرایش کارآفرینانه بین‌المللی هستند، فرصت‌های جدید بازار بین‌المللی را سریع‌تر و بهتر از رقبای درک می‌کنند و می‌توانند عملکرد بین‌المللی شرکت را در بازارهای جهانی بهبود بخشند (اسلوین و ترجسن، ۲۰۱۱).

در پژوهشی دیلگینی و همکاران (۲۰۱۶)، به بررسی اینکه چگونه گرایش کارآفرینانه بر عملکرد بین‌المللی شرکت تأثیر می‌گذارد پرداختند. این مطالعه بر روی ۲۱۶ شرکت در ایالات متحده و بریتانیا انجام شد که شواهد نشان می‌دهد گرایش کارآفرینانه تأثیر مثبتی بر عملکرد بین‌المللی دارد. همچنین در پژوهش مشابهی که توسط تانوس و همکاران (۲۰۱۷) انجام شد، به نتایج مشابهی دست یافتند و تأثیر مثبت گرایش کارآفرینانه بین‌المللی بر عملکرد بین‌المللی تایید شد. مبینی دهکردی و همکاران (۱۳۹۵)، نیز نشان دادند که گرایش کارآفرینانه تأثیر مثبتی بر بین‌المللی شدن شرکت‌ها دارد و باعث تسهیل روند بین‌المللی شدن شرکت‌ها و ورود آن‌ها به بازارهای بین‌المللی می‌شوند. وجود رابطه مثبت میان گرایش کارآفرینانه بین‌المللی و عملکرد بین‌المللی که مورد قبول اکثر محققان است، نشان می‌دهد که اتخاذ یک گرایش کارآفرینانه بین‌المللی می‌تواند تأثیر مثبتی بر عملکرد بین‌المللی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط داشته باشد (اسلوین و ترجسن، ۲۰۱۱؛ مورنو و کاسیاس، ۲۰۰۸). با بررسی مطالعات انجام شده در داخل کشور، مشاهده می‌شود که محققان گرایش کارآفرینانه را در محیط داخلی مورد بررسی قرار داده‌اند و تاکنون رابطه بین گرایش کارآفرینانه بین‌المللی و عملکرد بین‌المللی کسب‌وکارها در تحقیقات داخلی ناشناخته باقی مانده است. در نتیجه می‌توان فرضیه‌ای را به صورت زیر مطرح کرد:

فرضیه اول: گرایش کارآفرینانه بین‌المللی بر عملکرد بین‌المللی سازمان‌های دانش‌محور تأثیر مثبت و معناداری دارد.

فرضیه دوم: گرایش کارآفرینانه بین‌المللی بر شبکه‌های بین‌المللی تأثیر مثبت و معناداری دارد.

شبکه‌های بین‌المللی و عملکرد بین‌المللی

رویکرد شبکه به‌عنوان یکی از نظریه‌های مهم توضیح بین‌المللی شدن کسب‌وکارهای کوچک و متوسط پدید آمده است (جنگ، ۲۰۱۶). محققان متعددی پیشنهاد کرده‌اند که شبکه‌ها و روابط نقش مهمی در بین‌المللی شدن دارند، به‌ویژه اجازه می‌دهد تا شرکت‌های کوچک و متوسط بر محدودیت منابع غلبه کنند (کوویلو و کاکس، ۲۰۰۷؛ مازیلو و ایزو، ۲۰۱۹). این امر باعث گسترش فعالیت‌های بین‌المللی آنان می‌شود و در نتیجه می‌توانند سریع‌تر بین‌المللی شوند (تولستوی، ۲۰۱۹). قابلیت شبکه به‌عنوان یک قابلیت پویا در نظر گرفته می‌شود، زیرا به شرکت اجازه می‌دهد فرصت‌ها را شناسایی کند و به سرعت به آن‌ها پاسخ دهد (نایت و لیش، ۲۰۱۶). اهمیت‌سبای و همکاران (۲۰۲۰)، نقش شبکه‌های بین‌المللی را در بین‌المللی شدن کسب و کارهای کوچک و متوسط مورد بررسی قرار دادند. نتایج آنان نشان داد که گسترش شبکه و ادغام شبکه نقش موثری در بین‌المللی شدن کسب و کارها دارند و کسب و کارهای کوچک و متوسط در کشورهای در حال توسعه برای بین‌المللی شدن موفقیت‌آمیز در عملیات خود باید بر روی گسترش شبکه و سطح ادغام شبکه تمرکز کنند.

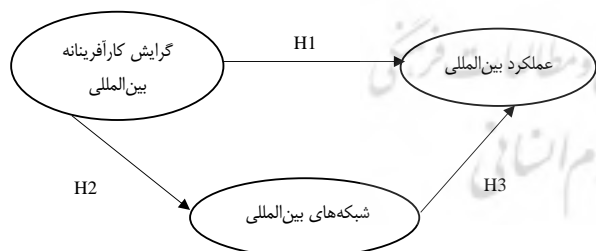
استوین و همکاران (۲۰۱۷)، به بررسی ارتباط عملکرد بین‌المللی و شبکه‌های سازمانی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط بریتانیا با اهمیت ورود به بازار خارجی پرداختند که نتایج نشان داد شبکه‌های سازمانی بین‌المللی تأثیر مثبتی بر عملکرد بین‌المللی دارد. یوسفی و قاضی‌زاده (۱۳۹۸)، به بررسی نقش شبکه‌های تجاری و اجتماعی در عملکرد شرکت در بازارهای بین‌المللی پرداختند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که ایجاد و تعامل با شبکه‌های تجاری و اجتماعی می‌تواند از طریق فراهم آوردن دانش باعث بهبود

گرایش کارآفرینانه بین‌المللی و شبکه‌های بین‌المللی

ایجاد شبکه یکی از راهبردهای اصلی است که توسط شرکت‌های کارآفرینانه به منظور دستیابی به منابع و محافظت از خود در برابر عدم اطمینان و موانع در حوزه فعالیت‌های خود دنبال می‌شود (استینسما و همکاران، ۲۰۰۰). تحقیقات نشان می‌دهد که شبکه‌های بین‌المللی به‌عنوان یک قابلیت مهم و منحصربه‌فرد شرکت‌ها به‌شمار می‌روند (ریبر و فیشر، ۲۰۱۱). محققان ثابت کرده‌اند گرایش کارآفرینانه به تقویت قابلیت‌های شبکه و دانش کسب و کارها کمک می‌کند که این باعث افزایش عملکرد شرکت‌ها می‌شود (نیو و همکاران، ۲۰۲۰).

آکوستا و همکاران (۲۰۱۸)، نشان دادند در صورت داشتن گرایش کارآفرینانه، توانایی ایجاد و مدیریت شبکه در بازارهای بین‌المللی افزایش می‌یابد. ورواردا و همکاران (۲۰۰۷)، نشان دادند که گرایش کارآفرینانه بین‌المللی تأثیر مثبتی بر قابلیت شبکه دارد. از این رو داشتن یک گرایش کارآفرینانه بین‌المللی نقش مهمی را در ایجاد و استفاده از شبکه‌های بین‌المللی در شرکت‌های کوچک و متوسط ایفا می‌کند؛ زیرا این نوع شرکت‌ها به لحاظ ماهیت علاقه بیشتری به همکاری‌های بین‌المللی با سایر شرکت‌ها دارند. ارزش قابلیت‌های شبکه‌ای بین‌المللی به‌عنوان بخشی جدایی‌ناپذیر از توضیح موفقیت کارآفرینانه بین‌المللی نیز به‌طور گسترده‌ای در ادبیات به رسمیت شناخته شده است (دیمیتراوس و پلاکویاناکی، ۲۰۰۳؛ لون و بل، ۲۰۰۶). با توجه به اینکه پژوهش‌های متعددی در حوزه گرایش کارآفرینانه بین‌المللی انجام شده ولی تاکنون پژوهشی در رابطه با سهم گرایش کارآفرینانه بین‌المللی در توسعه و بهبود شبکه‌های بین‌المللی بررسی نشده است. براین اساس می‌توان فرضیه دوم را به صورت زیر مطرح کرد:

می‌داند (گرت، ۱۹۹۶). بارنی (۱۹۹۱) معتقد است که مزیت رقابتی پایدار و عملکرد بین‌المللی برتر می‌تواند از چنین منابع و قابلیت‌هایی به دست آید که آن منابع، ارزشمند، کمیاب، غیرقابل تقلید و غیرقابل تعویض است. در این پژوهش بعد از بررسی ادبیات و پژوهش‌های انجام شده، دو قابلیت مهم گرایش کارآفرینانه بین‌المللی و شبکه‌های بین‌المللی انتخاب شد که ممکن است بتوانند عملکرد بین‌المللی شرکت را افزایش دهند. پژوهش‌های مختلفی تاثیر گرایش کارآفرینانه بر عملکرد بین‌المللی را بررسی کرده است ولی هنوز مطالعات در حوزه شرکت‌های کوچک و متوسط محدود است. علاوه بر این، تحقیقات اخیر بر ضرورت به دست آوردن شواهد اضافی در مورد تأثیر هم‌زمان قابلیت شبکه بر عملکرد بین‌المللی شرکت‌های کوچک و متوسط همراه با گرایش‌های استراتژیک تأکید کرده است (نایت و لیش، ۲۰۱۶). همچنین این پژوهش به دنبال این است که آیا شبکه‌های بین‌المللی می‌تواند نقش میانجی در این بین داشته باشد و گرایش کارآفرینانه بین‌المللی را به عملکرد بین‌المللی متصل کند یا خیر. براین اساس مدل مفهومی پژوهش در نمودار (۱) آمده است.



نمودار ۱- مدل مفهومی پژوهش

۳. روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی، از نوع تحقیقات توصیفی و با روش پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش سازمان‌های دانش‌محور کشور با اندازه کوچک و متوسط (بر اساس تعریف سازمان صنایع کوچک و شهرک‌های

عملکرد شرکت در بازارهای بین‌المللی شود. در پژوهشی دیگر مصلح و سعیدی (۱۳۹۴) تاثیر قابلیت‌های شبکه‌ای بر عملکرد بین‌المللی شرکت‌های صادراتی و وارداتی را مورد بررسی قرار دادند. نتایج پژوهش آنان نشان داد که ویژگی‌های شبکه، عملیات شبکه و منابع شبکه تاثیر مثبتی بر عملکرد بین‌المللی شرکت‌ها دارد. در نتیجه توسعه قابلیت‌های شبکه‌ای بین‌المللی می‌تواند پیشرفت شرکت‌ها و پیگیری موفقیت‌آمیز فرصت‌ها برای دستیابی به نتایج عملکرد بین‌المللی را افزایش دهد (گلاوس و متیوس، ۲۰۱۴). سازمان‌های دانش‌محور برای ورود به بازارهای بین‌المللی می‌توانند با ایجاد شبکه‌های بین‌المللی ضمن کسب دانش، با تشخیص فرصت‌های بین‌المللی و بهره‌برداری از آنان عملکرد خود را در بازارهای بین‌المللی افزایش دهند. بنابراین بررسی این مهم در سازمان‌های دانش‌محور به عنوان سازمان‌هایی که نقش کلیدی در اقتصاد دانش‌بنیان ایفا می‌کنند دارای ارزش فراوانی است. براین اساس برای سنجش این رابطه می‌توان فرضیه زیر را مطرح کرد:

فرضیه سوم: شبکه‌های بین‌المللی بر عملکرد بین‌المللی سازمان‌های دانش‌محور تأثیر مثبت و معناداری دارد.

همچنین بر اساس مبانی نظری و پیشینه پژوهش

می‌توان فرضیه چهارم را به شرح زیر تدوین کرد:

فرضیه چهارم: شبکه‌های بین‌المللی نقش میانجی در رابطه بین گرایش کارآفرینانه بین‌المللی و عملکرد بین‌المللی سازمان‌های دانش‌محور دارد.

چارچوب مفهومی

در حالی که تعدادی از چارچوب‌های نظری در طی دهه گذشته گسترش یافته و پیشرفت کرده‌اند تا عملکرد بین‌المللی شرکت را توضیح دهند، یکی از چشم‌اندازهای عمده‌ای که به آن اشاره شده، دیدگاه مبتنی بر منابع است (بارنی، ۱۹۹۱). دیدگاه مبتنی بر منابع، شرکت‌ها را مجموعه‌ای منحصربه‌فرد از منابع و قابلیت‌های اختصاصی

پایایی و روایی پژوهش

به منظور ارزیابی پایایی گویه‌های پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ و شاخص پایایی ترکیبی استفاده شد و برای ارزیابی روایی پرسشنامه نیز دو معیار روایی همگرا (AVE) و روایی واگرا به کار گرفته شد (جدول ۱). با توجه به جدول (۱) مقدار ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی هر سه سازه بیشتر از حداقل قابل قبول یعنی ۰/۷ است و در نتیجه سازه‌های پژوهش از پایایی مطلوبی برخوردارند. همچنین معیار AVE که نشان‌دهنده میانگین واریانس استخراج شده است، نشان می‌دهد تمامی سازه‌ها مقدار بالاتر از حداقل قابل قبول یعنی ۰/۵ دارند، بنابراین متغیرهای مورد مطالعه دارای روایی همگرا مطلوب هستند.

جدول ۱- پایایی و روایی متغیرهای پژوهش

متغیرها	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی	AVE
گرایش کارآفرینانه بین‌المللی	۰/۸۹۴	۰/۹۲۱	۰/۷۰۱
شبکه‌های بین‌المللی	۰/۹۱۵	۰/۹۴۰	۰/۷۹۷
عملکرد بین‌المللی	۰/۸۹۰	۰/۹۲۵	۰/۷۵۶

به منظور بررسی روایی واگرا پژوهش و بر اساس نظریه فورنل و لارکر (۱۹۸۱) جذر میانگین واریانس استخراج شده برای هر سازه با ضرایب همبستگی بین سازه‌ها مقایسه می‌شود. همان‌طور که در جدول (۲) نیز مشاهده می‌شود جذر AVE هر سازه که در قطر اصلی قرار گرفته است از ضرایب همبستگی آن سازه با سازه‌های دیگر بیشتر است که این مطلب نشان‌دهنده مناسب بودن روایی واگرا پژوهش است (جدول ۲).

به منظور تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم‌افزار SPSS 24 در بخش تحلیل توصیفی داده‌ها و از نرم‌افزار Smart PLS 3 برای بررسی روابط علت و معلولی و آزمون فرضیه‌ها بهره گرفته شد.

صنعتی ایران، بنگاه‌هایی که بین ۵ تا ۵۰ نفر کارکن دارند به عنوان بنگاه‌های کوچک و متوسط تعریف می‌شوند) که در سال‌های گذشته فعالیت صادراتی داشته‌اند انتخاب شده است. طبق اعلام معاونت علمی فناوری حدود ۴۰۰ شرکت دارای آمار رسمی صادرات هستند. روش نمونه‌گیری استفاده شده در این پژوهش، نمونه‌گیری در دسترس است. روش حداقل مربعات جزئی نیاز به حجم نمونه بالا برای تحلیل داده‌ها ندارد و با تعداد کم نمونه نیز می‌توان به تجزیه و تحلیل داده‌ها پرداخت. حجم نمونه لازم برای این پژوهش بر طبق فرمول کوکران برابر با ۱۹۶ و بر طبق روش بارکلای و همکاران (۱۹۹۵) تعداد ۵۰ نمونه است. برای اطمینان بیشتر و اینکه سازمان‌های بیشتری در فرایند پژوهش دخیل باشند تعداد ۲۰۰ پرسشنامه به صورت الکترونیکی و از طریق ایمیل و شبکه‌های اجتماعی توزیع شد و از آنان خواسته شد تا به سوالات پرسشنامه پاسخ دهند. پیام یادآوری نیز برای شرکت‌کنندگان ارسال شد. در نهایت تعداد ۱۴۶ پرسشنامه بازگشت داده شد و تجزیه و تحلیل داده‌ها بر روی این تعداد انجام گرفت. با توجه به اینکه تعداد پرسشنامه‌های تکمیل شده بیشتر از حداقل حجم نمونه لازم است. لذا پژوهش از شرایط تعمیم‌پذیری مناسب برخوردار است. برای جمع‌آوری اطلاعات مربوط به ادبیات و پیشینه پژوهش از منابع کتابخانه‌ای و برای گردآوری داده‌ها به روش میدانی و از طریق پرسشنامه استاندارد صورت گرفت و میان مدیران و کارشناسان سازمان‌های دانش‌محور توزیع شد. بخش اول پرسشنامه مربوط به سوالات جمعیت شناختی و بخش دوم نیز مربوط به متغیرهای پژوهش است. برای ارزیابی روایی پرسشنامه از روایی صوری و روایی سازه و برای ارزیابی پایایی پرسشنامه از ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی استفاده شده است. روایی صوری پرسشنامه نیز توسط متخصصان در این حوزه مورد بررسی و تایید قرار گرفت. نتایج سنجش پایایی در بخش بعدی آورده شده است.

جدول ۲- ماتریس سنجش روایی واکرا

عملکرد بین‌المللی	شبکه‌های بین‌المللی	گرایش کارآفرینانه بین‌المللی	سازه‌ها
		.۸۳۷	گرایش کارآفرینانه بین‌المللی
	.۸۹۳	.۶۹۹	شبکه‌های بین‌المللی
.۸۶۹	.۵۳۹	.۵۸۱	عملکرد بین‌المللی

جدول ۳- بارهای عاملی گویه‌ها

سازه	گویه‌ها	بارهای عاملی
گرایش کارآفرینانه بین‌المللی	IEO1	۰/۸۳۳
	IEO2	۰/۸۴۴
	IEO3	۰/۸۷۰
	IEO4	۰/۸۶۶
	IEO5	۰/۷۶۹
عملکرد بین‌المللی	IP1	۰/۸۶۹
	IP2	۰/۹۴۲
	IP3	۰/۹۱۰
	IP4	۰/۷۴۲
شبکه‌های بین‌المللی	IN1	۰/۸۴۶
	IN2	۰/۹۳۱
	IN3	۰/۸۹۶
	IN4	۰/۸۹۷

۴. یافته‌ها

توصیف متغیرهای جمعیت شناختی

در نمونه این پژوهش حدود ۷۴ درصد پاسخگویان مرد و ۲۶ درصد از پاسخگویان زن هستند. ۱۸٫۴ درصد از پاسخگویان کمتر از ۳۰ سال، ۲۹٫۶ درصد از آنان بین ۳۰ تا ۳۵ سال، ۱۶ درصد بین ۳۶ تا ۴۰ سال، ۱۹ درصد بین ۴۱ تا ۴۵ سال و ۱۷ درصد نیز بالای ۴۵ سال سن دارند. ۳۵٫۸ درصد از تحصیلات پاسخگویان کارشناسی، ۴۶٫۲ درصد کارشناسی ارشد و ۱۸ درصد دکتری است. ۱۰٫۳ درصد از پاسخگویان را کارشناسان، ۲۵٫۲ درصد مدیران میانی و ۶۴٫۵ درصد را مدیران عامل شرکت‌ها تشکیل داده‌اند. افزون بر این ۷۸٫۱ درصد از شرکت‌ها تعداد کارکنان کمتر از ۲۰ نفر، ۸٫۲ درصد بین ۲۰ تا ۳۰ نفر، ۵٫۵ درصد بین ۳۱ تا ۴۰ نفر و ۸٫۲ درصد نیز بین ۴۱ تا ۵۰ نفر کارمند دارند.

آزمون فرضیه‌ها

به منظور آزمون فرضیات پژوهش از مدل‌سازی معادلات ساختاری و از روش حداقل مربعات جزئی و نرم افزار Smart PLS استفاده شد. ابتدا بر اساس مبانی نظری مدل اولیه با تمامی جزئیات رسم گردید. سپس ضرایب بارهای عاملی تمامی گویه‌ها بررسی شد. با توجه به خروجی مدل بارهای عاملی تمامی گویه‌ها بالاتر از حداقل قابل قبول یعنی ۰/۴ به دست آمدند و در نتیجه بیانگر مناسب بودن معیارها است. جدول (۳) بارهای عاملی تمامی گویه‌ها را نشان می‌دهد.

در نمودار (۲) ضرایب استاندارد و اعداد معناداری سازه‌های پژوهش آورده شده است. ضریب استاندارد شده مسیر میان متغیر گرایش کارآفرینانه بین‌المللی و عملکرد بین‌المللی بیانگر این مطلب است که گرایش کارآفرینانه بین‌المللی حدود ۴۰ درصد از تغییرات متغیر عملکرد بین‌المللی سازمان‌های دانش‌محور را به طور مستقیم تبیین می‌کند. از سوی دیگر دو ضریب مسیر میان گرایش کارآفرینانه بین‌المللی و شبکه‌های بین‌المللی و ضریب مسیر میان شبکه‌های بین‌المللی و عملکرد بین‌المللی نشان می‌دهند که متغیر گرایش کارآفرینانه بین‌المللی به طور غیرمستقیم و از طریق متغیر میانجی شبکه‌های بین‌المللی به میزان ۱۸ درصد بر متغیر عملکرد بین‌المللی تأثیر دارد. برای بررسی قبول یا رد فرضیات پژوهش از اعداد معناداری مسیرهای مربوط به فرضیات استفاده شد (نمودار ۲). همان‌طور که در نمودار (۲) نیز مشاهده می‌شود اعداد

بین‌المللی از آماره واریانس محاسبه شده (VAF) استفاده می‌شود که مقداری بین ۰ و ۱ را اختیار می‌کند و هر چه قدر این مقدار به ۱ نزدیک‌تر باشد، نشان از قوی‌تر بودن تأثیر متغیر میانجی دارد. در واقع این مقدار نسبت اثر غیرمستقیم بر اثر کل را می‌سنجد.

مقدار واریانس محاسبه شده از طریق فرمول زیر محاسبه می‌شود:

$$VAF = \frac{(H2 \times H3)}{(H2 \times H3) + H1}$$

بنابراین این آماره برای متغیر میانجی شبکه‌های بین‌المللی مرتبط با تکنولوژی به شرح زیر است:

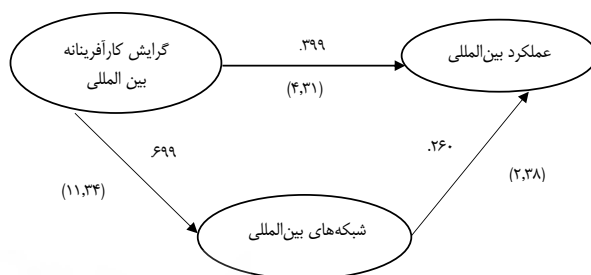
$$VAF = \frac{(.69 \times .26)}{(.69 \times .26) + .39} = 0.31$$

این مقدار نشان‌دهنده آن است که یعنی ۳۱ درصد از اثر کل گرایش کارآفرینانه بین‌المللی بر عملکرد بین‌المللی به‌طور غیرمستقیم و از طریق متغیر میانجی شبکه‌های بین‌المللی تبیین می‌شود.

۵. نتیجه‌گیری و توصیه‌های سیاستی

در دهه‌های اخیر تغییرات بنیادینی در محیط کسب و کارها به وجود آمده و بازارهای نوظهور بیشتر به اقتصاد جهانی سوق داده شده‌اند و در این میان کسب و کارهای کوچک و متوسط به یک بازیگر مهم در بازار جهانی تبدیل شده است. به‌طور کلی وجود محیطی پویا و رقابت شدید میان کسب و کارهای کوچک و متوسط باعث شده که دیگر بازارهای داخلی برای توسعه شرکت کافی نباشد. شرکت‌ها برای دستیابی به رشد پایدار لازم است تا به سمت بین‌المللی شدن حرکت کنند و حضور در بازارهای بین‌المللی را از اولویت‌های اصلی سازمان قرار دهند. در اقتصادهای در حال توسعه مانند ایران ورود به بازارهای بین‌المللی اهمیت فراوانی دارد و بین‌المللی شدن شرکت‌ها در این بافت به عنوان یک راهبرد اساسی برای توسعه اقتصادی کشور مورد توجه قرار گرفته است.

معناداری میان گرایش کارآفرینانه بین‌المللی و عملکرد بین‌المللی ۴,۳۱، میان متغیر گرایش کارآفرینانه بین‌المللی و شبکه‌های بین‌المللی ۱۱,۳۴ و در نهایت میان متغیر شبکه‌های بین‌المللی و عملکرد بین‌المللی ۲,۳۸ است که همگی از ۱,۹۶ بیشترند که این مطلب حاکی از معنادار بودن روابط میان سازه‌ها است. جدول (۴) نتایج به دست آمده را به‌طور خلاصه نشان می‌دهد.



نمودار ۲- ضرایب مسیر و اعداد معناداری مدل پژوهش

جدول ۴- نتایج فرضیات پژوهش

فرضیات پژوهش	ضریب مسیر	آماره T	نتیجه فرضیه
گرایش کارآفرینانه بین‌المللی - عملکرد بین‌المللی (H1)	۰/۳۹۹	۴/۳۱	قبول
گرایش کارآفرینانه بین‌المللی - شبکه‌های بین‌المللی (H2)	۰/۶۹۹	۱۱/۳۴	قبول
شبکه‌های بین‌المللی - عملکرد بین‌المللی (H3)	۰/۲۶۰	۲/۳۸	قبول

برای آزمون نقش متغیر میانجی شبکه‌های بین‌المللی از آزمون بوت استرپ استفاده شده است. ضریب مسیر این فرضیه ۰/۱۸۲ و مقدار معناداری ۲/۳۳ به دست آمد. بر این اساس در سطح اطمینان ۹۵ درصد تأثیر متغیر میانجی شبکه‌های بین‌المللی در مدل پژوهش معنادار است. بنابراین فرضیه چهارم پژوهش پذیرفته می‌شود. برای تعیین شدت اثر غیرمستقیم گرایش کارآفرینانه بین‌المللی بر عملکرد بین‌المللی از طریق متغیر شبکه‌های

به خصوص سازمان‌های دانش‌محور که با تجاری‌سازی دستاوردهای علمی خود نقش اساسی در رشد و توسعه اقتصادی پایدار دارند. با توجه به سیاست‌های اقتصادی کشور و تأکیدی که بر توسعه صادرات غیرنفتی دارند لازم است تا بیش از پیش به بین‌المللی شدن این سازمان‌ها توجه شود. بین‌المللی شدن سازمان‌های دانش‌محور و بهبود عملکرد آنان در بازارهای بین‌المللی می‌تواند ضمن افزایش توان رقابت‌پذیری در بازارهای داخلی و جهانی باعث رشد و توسعه آنان شود. با این حال این سازمان‌ها هنوز مشکلات زیادی برای حضور فعال در بازارهای بین‌المللی دارند و یکی از مهم‌ترین مشکلات آنان ضعف در دارایی‌های سازمان است. عدم توجه و توسعه منابع داخلی شرکت باعث شده است تا عملکرد آنان در بازارهای جهانی در سطح قابل قبول نباشد. طبق نظریه منبع‌محور منابع داخلی شرکت‌ها از مهم‌ترین منابع برای کسب مزیت رقابتی است. بنابراین پژوهش حاضر باهدف تأثیر‌گرایی کارآفرینانه بین‌المللی بر عملکرد بین‌المللی سازمان‌های دانش‌محور با نقش میانجی شبکه‌های بین‌المللی انجام شده است. برای آزمون مدل و بررسی فرضیات از مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی استفاده شد. با توجه به نتایج فرضیه اول مشخص شد که گرایش کارآفرینانه بین‌المللی تأثیر مثبتی بر عملکرد بین‌المللی سازمان‌های دانش‌محور دارد. این نشان می‌دهد که کسب‌وکارها در گام اول باید یک نگرش کارآفرینی بین‌المللی داشته باشند و با توسعه ابعاد گرایش کارآفرینانه بین‌المللی موجب تسریع در فرایند ورود به بازارهای بین‌المللی شوند. نتایج تحقیق دیلگانی و همکاران (۲۰۱۶) و تانوس و همکاران (۲۰۱۷) نیز مؤید تأثیر مثبت گرایش کارآفرینانه بین‌المللی بر عملکرد بین‌المللی است و از این رو نتایج پژوهش حاضر با پژوهش‌های پیشین مطابقت دارد.

با بررسی فرضیه دوم مشخص شد که گرایش کارآفرینانه بین‌المللی تأثیر مثبتی بر شبکه‌های بین‌المللی سازمان‌های

دانش‌محور دارد. بر این اساس کسب‌وکارهایی که یک‌گرایش کارآفرینانه بین‌المللی را اتخاذ کنند، می‌توانند بهتر و مفیدتر از قابلیت‌های سازمانی از جمله شبکه‌های بین‌المللی بهره ببرند. از طرفی شرکت‌هایی که دارای یک‌گرایش کارآفرینانه بین‌المللی در بازارهای بین‌المللی باشند، به سمت استفاده از شبکه‌های بین‌المللی روی آورده و در نتیجه همکاری‌های بهتری با شرکای تجاری خود انجام می‌دهند. آکوستا و همکاران (۲۰۱۸) نیز نشان دادند در صورت داشتن گرایش کارآفرینانه، توانایی ایجاد و مدیریت شبکه در بازارهای بین‌المللی افزایش می‌یابد. همچنین ورواردا و همکاران (۲۰۰۷)، نشان دادند که گرایش کارآفرینانه بین‌المللی تأثیر مثبتی بر قابلیت شبکه دارد. نتایج این پژوهش‌ها با نتایج به دست آمده در این پژوهش همسو است. بر اساس فرضیه سوم اثبات شد که شبکه‌های بین‌المللی تأثیر مثبتی بر عملکرد بین‌المللی سازمان‌های دانش‌محور دارد. کسب‌وکارها از شبکه‌های بین‌المللی برای جذب و ایجاد ارتباط با شرکا و مشتریان خارجی استفاده می‌کنند. نتایج این پژوهش نشان داد که شرکت‌هایی که از شبکه‌های بین‌المللی استفاده می‌کنند، با ایجاد ارتباطات بین‌المللی به بازارهای بیشتری دسترسی پیدا می‌کنند و موجب بهبود و توسعه عملکرد شرکت در بازارهای بین‌المللی می‌شوند. شرکت‌ها با استفاده از شبکه‌های بین‌المللی علاوه بر کسب دانش، می‌توانند با گسترش همکاری‌ها بین شرکای خود توانمندی‌های شرکت را افزایش داده و مزیت رقابتی کسب کنند. استوین و همکاران (۲۰۱۷)، نیز بر تأثیر مثبت شبکه‌های بین‌المللی بر عملکرد بین‌المللی کسب‌وکارها تأکید داشتند که با نتایج پژوهش حاضر همسو است. همچنین این پژوهش با پژوهش‌های مازیلو و ایزو (۲۰۱۹) و یوسفی و قاضی‌زاده (۱۳۹۸) مطابقت دارد. با انجام آزمون بوت استرپ برای فرضیه چهارم مشخص شد که نقش میانجی شبکه‌های بین‌المللی در رابطه بین گرایش کارآفرینانه بین‌المللی و عملکرد بین‌المللی سازمان‌های

دانش محور معنادار است که با پژوهش نیو و همکاران (۲۰۲۰) مشابه است. بنابراین اتخاذ و برخورداری از گرایش کارآفرینانه بین‌المللی در سازمان‌های دانش محور باعث توسعه شبکه‌های بین‌المللی می‌شوند و نتایج حاصل از آن بهبود عملکرد شرکت در بازارهای بین‌المللی را در پی دارد. همچنین مقدار واریانس محاسبه شده برای متغیر میانجی نشان داد که ۳۰ درصد از اثر کل گرایش کارآفرینانه بین‌المللی بر عملکرد بین‌المللی به صورت غیرمستقیم و از طریق متغیر میانجی شبکه‌های بین‌المللی تبیین می‌شود. نتایج این پژوهش پیامدهای مهمی برای کارآفرینان، مشاوران و مدیران سازمان‌ها دارد. این یافته‌ها می‌تواند به کارآفرینان و مدیران سازمان‌ها برای شناسایی قابلیت‌های کلیدی سازمان کمک کند.

پیشنهادها

بر اساس نتایج پژوهش و به منظور تقویت و توسعه عملکرد بین‌المللی سازمان‌های دانش محور می‌توان پیشنهادهایی به شرح زیر ارائه کرد:

پیشنهادهایی برای کارآفرینان و سازمان‌های دانش محور

گرایش کارآفرینانه بین‌المللی شامل نگرش و رفتارهایی است که باعث ورود به بازارهای بین‌المللی می‌شود، از این رو، به‌کارگیری نیروی انسانی دارای روحیه‌ای ریسک‌پذیر و نوآور در سازمان‌های دانش محور برای بهبود عملکرد بین‌المللی امری لازم و ضروری است. این امر کارآفرینان و مدیران شرکت را تشویق می‌کند تا به صورت فعال و با در نظر گرفتن ریسک‌های معقولانه به دنبال فرصت‌های جدید بین‌المللی باشند. همچنین پیشنهاد می‌شود فرهنگ پذیرش ریسک و شکست احتمالی در میان کارآفرینان و مدیران کسب‌وکارها رواج یابد. با توجه به ماهیت سازمان‌های دانش محور که به‌طورکلی با محدودیت‌های مالی و تکنولوژیکی مواجه‌اند، پیشنهاد می‌شود شرکت‌ها توانمندی‌های خود را برای ایجاد

شبکه با سایر شرکت‌ها توسعه دهند و با ایجاد اتحادها و همکاری‌های بین‌المللی با شرکای تجاری با دانش و دارای قابلیت‌های تکنولوژیکی جدید موجب تقویت و توسعه شبکه‌های بین‌المللی سازمان خود شوند. همچنین به کارآفرینان و مدیران توصیه می‌شود با کسب‌وکارهایی که تجربه بیشتری در عرصه بین‌المللی دارند، تبادل و ارتباط بیشتری داشته باشند تا به این ترتیب هم از نحوه ورود و دسترسی به بازارهای بین‌المللی آگاه شوند و هم از میزان ریسک و عدم اطمینان کاسته شود.

پیشنهادهایی برای سیاست‌گذاران و دولت مردان

دولت مردان و سیاست‌گذاران مربوطه در این زمینه می‌توانند با تدوین و تهیه دستورالعمل‌هایی یک چارچوب حمایتی برای سازمان‌های دانش محور ایجاد کنند و با وضع سیاست‌های حمایتی و تشویقی، تسهیل‌گر ورد آنان به بازارهای بین‌المللی شوند. لازم است با هدف بین‌المللی شدن شرکت‌ها و افزایش عملکرد بین‌المللی آنان اقداماتی در راستای ارتقاء کارآفرینی بین‌المللی، ایجاد و توسعه شبکه‌ها با شرکت‌های خارجی صورت گیرد. تخصیص یارانه دولتی جهت شرکت در نمایشگاه‌های بین‌المللی، معافیت‌های مالیاتی، گمرکی و ساده‌سازی قوانین مربوط به صادرات می‌تواند از اقدامات مفید برای سازمان‌های دانش محور باشد. همچنین برگزاری کارگاه‌های آموزشی و ارائه خدمات مشاوره‌ای به آنان برای ورود موفق به بازارهای بین‌المللی توصیه می‌شود.

در پژوهش حاضر تمرکز بر منابع داخلی شرکت بود و پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی عوامل بیرونی نیز مورد بررسی قرار گیرد. در این پژوهش از روش‌های کمی برای تحلیل استفاده شد و برای پژوهش‌های آتی پیشنهاد می‌شود از روش‌های کیفی مانند تحلیل محتوا، داده‌بنیاد و سایر روش‌ها نیز استفاده گردد. این پژوهش در بین سازمان‌های دانش محور با اندازه کوچک و متوسط انجام شده است

Entrepreneurship Monitor 2019/2020 Global Report. Global Entrepreneurship Research Association.

Coviello, N. E., & Cox, M. P. (2006). "The resource dynamics of international new venture networks". *Journal of international entrepreneurship*, 4(2-3), 113-132.

Covin, J. G., & Miller, D. (2014). International entrepreneurial orientation: Conceptual considerations, research themes, measurement issues, and future research directions. *Entrepreneurship theory and practice*, 38(1), 11-44.

Dai, L., Maksimov, V., Gilbert, B. A., & Fernhaber, S. A. (2014). "Entrepreneurial orientation and international scope: The differential roles of innovativeness, proactiveness, and risk-taking". *Journal of Business Venturing*, 29(4), 511-524.

Deligianni, I., Dimitratos, P., Petrou, A., & Aharoni, Y. (2016). "Entrepreneurial orientation and international performance: The moderating effect of decision-making rationality". *Journal of Small Business Management*, 54(2), 462-480.

Dimitratos, P., & Plakoyiannaki, E. (2003). "Theoretical foundations of an international entrepreneurial culture". *Journal of International entrepreneurship*, 1(2), 187-215.

Filatotchev, I., Liu, X., Buck, T., & Wright, M. (2009). "The export orientation and export performance of high-technology SMEs in emerging markets: The effects of knowledge transfer by returnee entrepreneurs". *Journal of international business studies*, 40(6), 1005-1021.

Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). "Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error". *Journal of marketing research*, 18(1), 39-50.

Glavas, C., Mathews, S., & Bianchi, C. (2017). "International opportunity recognition as a critical component for leveraging Internet capabilities and international market performance". *Journal of International Entrepreneurship*, 15(1), 1-35.

Glavas, C., & Mathews, S. (2014). How international entrepreneurship characteristics influence Internet capabilities for the international business processes of the firm. *International Business Review*, 23(1), 228-245.

Grant, R. M. (1996). Toward a knowledge-based theory of the firm. *Strategic management journal*, 17(S2),

بنابراین در تعمیم‌پذیری آن به سایر سازمان‌ها باید احتیاط نمود. در دسترس نبودن اطلاعات تمامی سازمان‌ها و پراکندگی جغرافیایی آنان یکی دیگر از محدودیت‌ها در این پژوهش بود.

منابع

مبینی دهکردی، علی؛ علی‌رضا نانکلی و محمدجواد جامه‌بزرگی. (۱۳۹۵). «بررسی تاثیر گرایش کارآفرینانه بر بین‌المللی سازی شرکت‌های موجود در صنعت شیشه و بلور با نقش میانجی‌گری فرهنگ سازمانی»، توسعه کارآفرینی، دوره ۹، شماره ۴، ۷۱۱-۷۲۹.

مصلح، عبدالمجید و محمودرضا سعیدی. (۱۳۹۴). «بررسی تاثیر قابلیت‌های شبکه‌ای بر عملکرد بین‌المللی شرکت‌های صادراتی و وارداتی»، تحقیقات بازاریابی نوین، دوره ۵، شماره ۳، ۱-۲۰.

یوسفی، محمد و مصطفی قاضی‌زاده. (۱۳۹۸). «بررسی تاثیر شبکه‌های تجاری و اجتماعی بر عملکرد شرکت‌های کوچک تا متوسط در بازارهای بین‌المللی با نقش میانجی دانش بازار»، مدیریت بازرگانی، دوره ۱۱، شماره ۴، ۸۶۹-۸۹۴.

Acosta, A. S., Crespo, Á. H., & Agudo, J. C. (2018). Effect of market orientation, network capability and entrepreneurial orientation on international performance of small and medium enterprises (SMEs). *International Business Review*, 27(6), 1128-1140.

Ahimbisibwe, G. M., Ntayi, J. M., Ngoma, M., Bakunda, G., & Kabagambe, L. B. (2020). "The internationalization of small to medium-sized enterprises: do all levels in international networking matter?". *Journal of Small Business and Enterprise Development*.

Barclay, D., Higgins, C., & Thompson, R. (1995). The Partial Least Squares (PLS) Approach to Causal Modeling: Personal Computer Adoption and Use an Illustration. *Technology Studies*, 2(2), 285-309.

Barney, J., B. (1991). "Firm resources and sustained competitive advantage". *Journal of Management*, 17(1), 99- 120.

Bianchi, C., & Wickramasekera, R. (2016). "Antecedents of SME export intensity in a Latin American Market". *Journal of Business Research*, 69(10), 4368-4376.

Bosma, N. S. A. D. J., Hill, S., Ionescu, A., Kelley, D., Levie, J., & Tarnawa, A. (2020). Global

- Niu, Y., Deng, F., & Hao, A. W. (2020). Effect of entrepreneurial orientation, collectivistic orientation and swift Guanxi with suppliers on market performance: A study of e-commerce enterprises. *Industrial Marketing Management*, 88, 35-46.
- Reuber, A. R., & Fischer, E. (2011). International entrepreneurship in internet-enabled markets. *Journal of Business Venturing*, 26(6), 660-679.
- Styles, C., Spence, M., & Crick, D. (2006). A comparative investigation into the internationalisation of Canadian and UK high-tech SMEs. *International Marketing Review*.
- Slevin, D. P. & Terjesen, S. A. (2011). Entrepreneurial orientation: Reviewing three papers and implications for further theoretical and methodological development. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 35(5), 973-987.
- Stoian, M.C., Rialp, J., & Dimitratos, P. (2017). "SME Networks and International Performance: Unveiling the Significance of Foreign Market Entry Mode". *Journal of Small Business Management*, 55(1), 128-148.
- Srivastava, M., & Tyll, L. (2020). The effect of industry-specific networking behaviour on the internationalization performance of Czech SMEs. *European Business Review*.
- Steensma, H. K., Marino, L., & Weaver, K. M. (2000). "Attitudes toward cooperative strategies: A cross-cultural analysis of entrepreneurs". *Journal of International Business Studies*, 31(4), 591-609.
- Thanos, I. C., Dimitratos, P., & Sapouna, P. (2017). The implications of international entrepreneurial orientation, politicization, and hostility upon SME international performance. *International small business journal*, 35(4), 495-514.
- Tolstoy, D. (2019). The proactive initiation of SMEs' foreign business relationships. *European Management Review*, 16(4), 1159-1173.
- Wang, C.L. (2008). Entrepreneurial orientation, learning orientation, and firm performance. *Entrepreneurship theory and practice*, 32(4), 635-657.
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2005). "Entrepreneurial orientation and small business performance: a configurational approach". *Journal of business venturing*, 20(1), 71-91.
- Williams, C., Du, J., & Zhang, H. (2020). "International 109-122.
- Jeong, S.W. (2016). Types of foreign networks and internationalization performance of Korean SMEs. *Multinational Business Review*, 24(1), 47-61.
- Jeong, S. W., Jin, B. E., & Jung, S. (2019). The temporal effects of social and business networks on international performance of South Korean SMEs. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*.
- Knight, G.A. (2001). "Entrepreneurship and strategy in the international SME". *Journal of International Management*, 7(3), 155-171.
- Knight, G. A., & Liesch, P. W. (2016). "Internationalization: From incremental to born global". *Journal of World Business*, 51(1), 93-102.
- Kuivalainen, O., Sundqvist, S., Saarenketo, S., McNaughton, R., Olejnik, E., & Swoboda, B. (2012). SMEs' internationalisation patterns: descriptives, dynamics and determinants. *International Marketing Review*.
- Loane, S., & Bell, J. (2006). Rapid internationalization among entrepreneurial firms in Australia, Canada, Ireland and New Zealand: An extension to the network approach. *International marketing review*.
- Masiello, B., & Izzo, F. (2019). "Interpersonal social networks and internationalization of traditional SMEs". *Journal of Small Business Management*, 57, 658-691.
- Li, K., Wang, X., & Du, T. C. (2020). "Entrepreneurial orientation, online credibility, and online performance: Evidence from SMEs in a B2B electronic market in China". *Journal of Small Business Management*, 1-26.
- Moreno, A. M., & Casillas, J. C. (2008). Entrepreneurial orientation and growth of SMEs: A causal model. *Entrepreneurship theory and practice*, 32(3), 507-528.
- Mobini dehkordi, A., nankali, A., jame bozorgi, M. (2017). "Investigating the impact of entrepreneurial orientation on internationalization of companies in Glass and Crystal Industry by mediating role of organizational culture". *Journal of Entrepreneurship Development*, 9(4), 711-729. (In Persian)
- Mosleh, A., Saeidi, M. (2015). The Effect of Capabilities of Network on the International Performance of Import and Export Companies. *New Marketing Research Journal*, 5(3), 1-20. (In Persian)

- Yousefi, M., Ghazizadeh, M. (2019). "Investigating the Effectiveness of Social and Business Networks on the Performance of Small to Medium Firms in International Markets Considering the Mediating Role of Market Knowledge". *Journal of Business Management*, 11(4), 869-894. (In Persian).
- Zahra, S. A., & Garvis, D. M. (2000). "International corporate entrepreneurship and firm performance: The moderating effect of international environmental hostility". *Journal of business venturing*, 15(5-6), 469-492.
- orientation of Chinese internet SMEs: Direct and indirect effects of foreign and indigenous social networking site use". *Journal of World Business*, 55(3), 101051.
- Weerawardena, J., Mort, G. S., Liesch, P. W., & Knight, G. (2007). "Conceptualizing accelerated internationalization in the born global firm: A dynamic capabilities perspective". *Journal of world business*, 42(3), 294-306.

