

## شناسایی پیشایندها و پیامدهای بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی

زهرا آقازاده<sup>۱</sup>، سید مهدی الوانی<sup>۲\*</sup>، حسن اسماعیل پور<sup>۳</sup>، سیدرسول حسینی<sup>۴</sup>

<sup>۱</sup>دانشجوی دکتری، گروه کارآفرینی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران

<sup>۲</sup>استاد، گروه مدیریت دولتی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، قزوین، ایران (عهده‌دار مکاتبات)

<sup>۳</sup>استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

<sup>۴</sup>استادیار، گروه مدیریت آموزشی، دانشگاه فرهنگیان، تهران، ایران

تاریخ دریافت: ۱۴۰۲/۰۸/۲۵ تاریخ پذیرش نهایی: ۱۴۰۳/۰۲/۲۵

### چکیده

در این مطالعه با هدف شناسایی پیشایندها و پیامدهای بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی مبتنی بر مرور نظام‌مند مقالات و تحلیل آنها با استفاده از روش تحلیل کیفی فراترکیب صورت گرفته است. بر همین اساس بعد از جستجو در پایگاه‌های اطلاعاتی در محدوده زمانی ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۰، در نهایت ۴۵ مقاله انتخاب و مفاهیم و کدهای مربوطه از طریق تحلیل محتوای متون شناسایی و استخراج شدند. اهمیت و اولویت هر یک با استفاده از آنتروپی شانون تعیین گردید. بر اساس یافته‌های تحقیق، فرهنگ کسب‌وکارخانوادگی، محیط، استراتژی، سرمایه انسانی، شبکه‌ها، منابع و قابلیت‌ها، فرایند جانشینی، ثروت اجتماعی-احساسی، ساختار کسب‌وکارخانوادگی بیشترین ضریب اهمیت را در بین ابعاد شناسایی شده اثرگذار بر بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی به دست آوردند. همچنین نتایج نشان داد پیامدهای بین‌المللی‌سازی این نوع کسب‌وکارها در دو دسته پیامدهای مثبت همانند مزایای مالی، افزایش اعتبار خانواده و موقعیت اجتماعی، افزایش فرصت‌های شغلی برای اعضای خانواده، افزایش امنیت برای نسل‌های بعدی، مدیریت عدم قطعیت و نیازهای پردازش اطلاعات اضافی، مقابله با مقاومت در برابر تغییر و درگیری‌های خانوادگی، واگذاری مالکیت به شرکای خارجی، انتصاب مدیرانی خارج از خانواده، یادگیری استقرار دارایی در مکان‌های خارجی، سازگار شدن با محیط‌های جدید، مزایای مالی، رشد و مزیت رقابتی، یادگیری سازمانی، اعتبار برای کسب و کار، زمان مدیریتی و هزینه‌های سازمانی برای تولید منابع ضروری و پیامدهای منفی همانند ترس از دست دادن کنترل بر کسب‌وکار و از بین رفتن شهرت و درآمد در صورت شکست در بین‌المللی‌سازی دسته‌بندی شدند.

**واژه‌های اصلی:** کارآفرینی، کارآفرینی بین‌المللی، کسب‌وکارهای خانوادگی، رویکرد فراترکیب

### ۱- مقدمه

عنوان کارآفرینی بین‌المللی شناخته می‌شود. تحقیقات کارآفرینی بین‌المللی توانسته است به سرعت رشد کند و مورد توجه بسیاری از محققان مشهور قرار گرفته است [۴]. از سویی دیگر، توسعه و پیشرفت فناوری‌های دیجیتال، سیستم حمل و نقل سریع و کارآمد میان کشورهای مختلف و کاهش هزینه‌های تجارت خارجی و ارتباط با تامین‌کنندگان و توسعه مشتریان خارجی از مجاری شبکه‌های فرامرزی ارکان اصلی بین‌المللی شدن کسب‌وکارها را مهیا نموده است و سازمان‌های کنونی در پیشی گرفتن از یکدیگر تنها به بازارهای محلی اکتفا نکرده و اشباع این بازارها، آنها را ناگزیر به ورود به بازارهای خارجی نموده است. در این میان کسب‌وکارهای خانوادگی نیز از این قاعده مستثنی نبوده و برای ادامه حیات راهی جز همسویی با این موج قدرتمند را ندارند.

شرکت‌های کوچک و متوسط تحت مالکیت و مدیریت خانواده در اقتصاد محلی در سراسر جهان نقش اساسی دارند [۱۰]. دو عامل مهم، کسب‌وکارهای خانوادگی را از هم‌تایان غیرخانواده‌شان متمایز می‌کند.

کارآفرینی بین‌المللی (IE) (به عنوان زمینه تحقیقاتی شناخته شده از مطالعه فعالیت بین‌المللی شرکت‌های جدید پدید آمده است. این پدیده برای دهه‌ها در نتیجه جهانی شدن و پیشرفت‌های تکنولوژیکی مورد مطالعه قرار گرفته است، که باعث گسترش سریع جغرافیایی شرکت‌های جدید در نتیجه تعداد زیادی از رقبای بین‌المللی در یک بازار به طور فزاینده جهانی شده است [۱۱]. نقطه شروع مطالعات کارآفرینی بین‌المللی را می‌توان در مطالعه‌ای که توسط [۲۱]، دانست که بر روی بین‌المللی‌سازی سرمایه‌گذاری‌های جدید که با پیشرفت در فن‌آوری‌های ارتباطی و حمل و نقل و عمدتاً با تغییر نقش کارآفرین تسهیل شده است، متمرکز بود. این رویکرد جدید جهت کاملاً جدیدی را در تحقیقات کسب‌وکاربین‌المللی گشود، که در نهایت منجر به آن شد که امروزه به

<sup>1</sup> International Entrepreneurship  
\*sralvani@gmail.com

تحقیقاتی قابل توجهی در حال توسعه است [۲۸]. بنابراین با توجه به آنچه گفته شد می‌توان گفت اقدامات بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی یکی از مهم‌ترین مسائل ضروری پیشروی همه کشورها است که بایستی به آن توجه ویژه‌ای داشت. ما در این مطالعه به دنبال دستیابی به عوامل اثرگذار بر بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی و همچنین پیامدهای این اقدام هستیم.

## ۲- مروری بر ادبیات و مبانی نظری

### ۲-۱- کارآفرینی بین‌المللی

رخدادهای چند دهه قبل باعث شده است که نه تنها اقتصاد جهانی بلکه تئوری کسب‌وکار بین‌المللی نیز دچار تغییر چشمگیری شده بگونه‌ای که چشم‌انداز اقتصادی جدید نیازمند ترکیبی از کارآفرینی، نوآوری و بین‌المللی‌سازی است [۱۴]. مفهوم کارآفرینی بین‌المللی در اواخر سال‌های ۱۹۸۰ بوجود آمد و تئوری کارآفرینی بین‌المللی در اواسط دهه ۹۰ میلادی توسط مک دوگل<sup>۳</sup> مطرح شد [۳۳]. اکنون کارآفرینی بین‌المللی بطور گسترده در حال توسعه است. کارآفرینی بین‌المللی، که دو حوزه تحقیقاتی - تئوری کارآفرینی و تئوری کسب‌وکار بین‌المللی را بهم پیوند می‌دهد، به تدریج به عنوان رویکرد غالب در تئوری بین‌المللی‌سازی (رویکرد اصلی نسبت به روند بین‌المللی‌سازی کسب و کار) ظهور نموده است. [۳۴]. از جمله محققان کسب‌وکار بین‌المللی، کارآفرینی بین‌المللی را به عنوان عرصه تحقیقاتی تازه ظهور برجسته نمودند. از نظر ایشان این عرصه شامل موارد زیر است: (۱) مقایسه رفتار کارآفرینانه در کشور و فرهنگ‌های مختلف و همچنین (۲) رفتار سازمانی که آن سوی مرزهای ملی گسترش می‌یابد و سازمانی کارآفرینانه به شمار می‌رود [۳۴]. محققان کارآفرینی معتقدند که کارآفرینی بین‌المللی ترکیبی از رفتار نوآورانه، پیشگام و جستجوگر ریسک است که از مرزهای ملی عبور می‌کند و برای ایجاد ارزش در سازمان‌ها در نظر گرفته شده است [۲۱]. سطوح شخصی، گروهی و سازمانی رفتار در مطالعات این حوزه مورد توجه قرار گرفته‌اند. لذا، کارآفرینی بین‌المللی با تمرکز بر سرمایه‌گذاری های خطرپذیر جدید از جمله کارآفرینی شرکتی تکامل یافته است [۶]، [۳۵].

کارآفرینی بین‌المللی بر اساس دیدگاه شین و ونکاترمن<sup>۴</sup> شامل موارد زیر می‌باشد:

- بر فرصت‌ها تمرکز دارد؛
- جایز است اما نیازی به تشکیل سازمان‌های جدید نیست؛
- امکان کارآفرینی شرکتی را فراهم می‌کند و
- بر فعالیت‌های کارآفرینانه در بین مرزهای ملی تاکید می‌نماید [۲۱].

با توجه به موارد مطرح شده، کارآفرینی بین‌المللی به عنوان کشف، تصویب، ارزیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها - در آن سوی مرزهای

اولاً، به دلیل آشنایی، شرکت‌های کوچک و متوسط خانوادگی، در مقایسه با هم‌تایان غیرخانواده، تمایلات، اهداف سازمانی و ترجیحات سرمایه‌گذاری و گرایش‌های ریسک‌پذیری متفاوتی دارند. مدیران کسب‌وکارهای خانوادگی تمایل به محافظه‌کاری و ریسک‌پذیری دارند زیرا، تصور می‌کنند که بین‌المللی شدن ممکن است منجر به از دست دادن کنترل تجار، ثروت خانواده، اعتبار خانوادگی، موقعیت اجتماعی و افزایش احتمال درگیری‌های خانوادگی شود [۸]. دوم، به دلیل کوچک بودن، این شرکت‌ها منابع محدودتری دارند. چنین محدودیت‌هایی منجر به فقدان قابلیت‌های مدیریتی مرتبط می‌شود [۱۲] که برای مدیریت پیچیدگی‌های خارج از کشور بسیار مهم است. در عین حال، شرکت‌های کوچک و متوسط خانوادگی انعطاف‌پذیرتر از بنگاه‌های بزرگتر هستند و اینرسی سازمانی<sup>۲</sup> کمتری دارند، ویژگی‌هایی که ممکن است در بهره‌گیری از فرصت‌های بین‌المللی مفید باشد [۲۹]. بین‌المللی‌سازی می‌تواند منافع قابل توجهی را برای شرکت‌ها از جمله استفاده از دارایی‌های موجود، دستیابی به صرفه‌جویی‌های اقتصادی، مدیریت نوسانات تولید درآمد و تقویت در داخل کشور مبدا به همراه داشته باشد.

انتخاب کسب‌وکارهای کوچک و متوسطی که به صورت خانوادگی اداره می‌شوند و برجسته کردن اهمیت کارآفرینی خانوادگی و بین‌المللی سازی آنها و اهمیت ورود آنها به فضای کسب‌وکارهای بین‌المللی به این دلیل است که کسب‌وکارهای خانوادگی بر اقتصاد جهانی تسلط دارند و ستون فقرات توسعه اقتصادی اجتماعی هستند [۲۴]. این کسب‌وکارها مهم هستند زیرا اکثر کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در ابتدا به عنوان کسب‌وکارهای خانوادگی شروع می‌شوند و سپس بر اساس عملکرد خود به کسب‌وکارهای بزرگتر تبدیل می‌شوند. سیاستمداران بخش عمومی هر کشور به دلیل ایجاد ثروت و استخدام نیروی کار توسط کسب‌وکارهای خانوادگی، توجه ویژه‌ای به بهبود، موفقیت و افزایش طول عمر این نوع کسب‌وکارها دارند [۱۹]. با وجود اینکه کسب‌وکارهای خانوادگی سهم بسیار زیادی در توسعه اقتصادی کشورها و از جمله ایران دارند ولی در ادبیات گسترده مدیریت، خصوصاً در تئوری‌های توسعه شرکتها توجه چندانی به این نوع شرکت‌ها معطوف نشده است. این کم توجهی جای تاسف دارد چرا که از نظر سهم و خصوصاً تعداد، کسب‌وکارهای خانوادگی به عنوان یک سازمان اقتصادی نقش برجسته‌ای در سراسر جهان و ایران دارند. از سوی دیگر با توجه به فضای اقتصادی حاکم بر کشور، مبنی بر اقتصاد مقاومتی که یکی از راهبردهای آن توسعه صادراتی است، بهبود فضای کسب‌وکارها و گسترش توسعه فعالیت‌های کارآفرینانه به فراتر از مرزهای ملی و افزایش درآمدهای ارزی کشور بیش از پیش حائز اهمیت است. درک هوشمندانه تغییرات محیط بین‌المللی و انطباق به هنگام با آنها نیازمند برخورداری از تفسیری نوین و چیدمان بخردانه و هم‌افزایی عناصر موثر در کسب‌وکار بین‌المللی است [۲]. از این جهت کارآفرینی بین‌المللی و بین‌المللی شدن کسب‌وکارهای خانوادگی در زمینه‌های

<sup>3</sup> McDougall

<sup>4</sup> Shane and Venkataraman

<sup>2</sup> organizational inertia

از الگوهای اثر انگشت بین‌المللی و مجموعه‌ای از جریان حوادث پویا (بین‌المللی سازی) در نظر می‌گیرند [۹]. بعضی از کسب‌وکارهای خانوادگی به دلیل عدم ریسک‌پذیری، کمتر علاقه‌مند ورود به بازارهای جهانی هستند، به این معنی که تعدادی از شرکت‌های خانوادگی به دلیل وجود دشواری‌های بازارهای جهانی در برابر فرصت‌های بین‌المللی مقاومت می‌کنند. علاوه بر این، به دلیل اهداف و ارزش‌های مختلف حاکم بر خانواده تمرکز بر روی تلاش‌های بین‌المللی سازی برای برخی از این کسب‌وکارها دشوار می‌گردد. برخی دیگر از کسب‌وکارهای خانوادگی با تمرکز سریع بر روی فرصت‌های بین‌المللی، رشد خود را تسهیل می‌کنند. این امر برای برخی از کسب‌وکارهای خانوادگی دشوار است زیرا، بازار بین‌المللی می‌تواند فرآیند سختی باشد که انجام آن نیازمند منابع زیادی است که برای موفقیت لازم است [۲۶]. علی‌رغم اینکه واقعیت چیز دیگری را نشان می‌دهد اما پیش از این به طور گسترده‌ای در ادبیات شرکت‌های خانوادگی اینگونه در نظر گرفته می‌شدند: داشتن روابط قوی در بازارهای داخلی، ریسک‌گریز بودن و عدم استفاده از همه فرصت‌هایی که در بازارهای بین‌المللی وجود دارد. در حقیقت حضور بین‌المللی گسترده و موفقیت‌آمیز بسیاری از شرکت‌های خانوادگی در بسیاری از نقاط مختلف جهان رایج شده است، حتی در نگاهی به بازارهای نوظهوری مثل چین و هند که فرهنگ بسیار متفاوتی نسبت به کشورهای غربی دارند در می‌یابیم این بازارها به طور کلی محیط‌های چالش‌برانگیز خاصی برای کسب‌وکارهای خارجی به حساب می‌آیند [۱۶]. هرچند مطالعات متعددی در مورد استراتژی‌های بین‌المللی سازی در شرکت‌های خانوادگی وجود دارد، اما در این مطالعات شواهد متفاوتی از نتایج ارائه داده شده است [۳۰]. مطالعات موجود عمدتاً دو دیدگاه مخالف را برجسته می‌کنند: یک دیدگاه بر محدودیت‌های دخیل در خانواده تاکید می‌کند (مثل فقدان سرمایه و منابع، مقاومت در برابر تغییر، تضادهای خانوادگی، ترس از دست دادن کنترل)، در حالی که دیدگاه دیگر ویژگی‌های مثبت شرکت‌های خانوادگی (مثل انعطاف‌پذیری، سرعت تصمیم‌گیری، جهت‌گیری بلندمدت، نظارت) را نسبت به سایر شرکت‌ها برجسته می‌کند. در مورد دیدگاه اول انتظار می‌رود شرکت‌های خانوادگی کمتر از سایر بنگاه‌ها بین‌المللی شوند، در حالی‌که بر اساس دیدگاه دوم انتظار می‌رود شرکت‌های خانوادگی بین‌المللی‌سازی بیشتری داشته باشند. بنابراین تحقیقات مفهومی و تجربی موجود درباره بین‌المللی‌سازی نشان می‌دهد مشارکت خانواده برای بین‌المللی‌سازی اهمیت دارد، با این حال پیامدهای دقیق این دخالت هنوز معلوم نیست و مشکلات مهمی برای پیشرفت نظری تحقیقات در مورد بین‌المللی شدن و شرکت‌های خانوادگی ایجاد می‌کند [۳]. کسب‌وکارهای خانوادگی به عنوان یکی از انواع کسب‌وکارهای کارآفرینانه با سه مولفه خانواده، مالکیت و مدیریت شکل می‌گیرند. در این نوع کسب‌وکارها اصلی‌ترین تصمیمات و سیاست‌ها تحت تأثیر و نفوذ اعضای خانواده است. به عبارتی خانواده می‌تواند سرمایه مهمی برای تداوم و پایداری کسب‌وکار باشد. آماده سازی

ملی - جهت ایجاد کالاها و خدمات در آینده تعریف می‌شود. عبارت «فراتر از مرزهای ملی» در تعریف مطرح شده مورد تاکید می‌باشد چرا که در این زمینه معنای خاصی دارد. بازیگرانی (سازمان‌ها، گروه‌ها یا اشخاصی) که فرصت‌های ایجاد کالاها یا خدمات آینده را کشف، تصویب، ارزیابی یا بهره‌برداری می‌نمایند و برای این کار از مرزهای ملی عبور می‌کنند، بازیگران کارآفرینی بین‌المللی هستند. علاوه بر این، محققانی نیز به مقایسه بین سیستم‌ها، فرهنگ‌ها و رفتارهای کارآفرینانه داخلی در بین مرزهای ملی می‌پردازند.

## ۲-۲- کسب‌وکارهای خانوادگی و بین‌المللی‌سازی

کسب‌وکارهای خانوادگی برای پیشرفت اقتصادی بسیار مهم هستند [۲۲]. زمینه‌های فرهنگی و جغرافیایی برای تعیین پایداری طولانی مدت یک کسب‌وکار خانوادگی مهم است. تقریباً ۳۰٪ مشاغل خانوادگی فراتر از نسل اول است و بین ۱۰٪ تا ۱۵٪ به نسل سوم می‌رسند. شرکت‌های تحت کنترل خانواده در قلب صنعتی شدن هستند و امروزه حدود ۸۰٪ از کل شرکت‌های سراسر جهان را تشکیل می‌دهند. گرچه بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی از دهه ۱۹۹۰ مورد مطالعه قرار گرفته است، تحقیق در این زمینه به طور پیوسته افزایش یافته است [۹]. جهانی شدن اقتصاد جهانی و سهم قابل توجه شرکت‌های خانوادگی در بسیاری از کشورها، بین‌المللی‌سازی این شرکت‌ها را تبدیل به موضوع جالب تحقیقات در بسیاری از کشورها نموده است. مهمترین دلیل دیگر آن مربوط به نقش مهم کسب‌وکارهای کوچک و متوسط و شرکت‌های خانوادگی است که غالباً SME هستند [۲۳] و به عنوان زیرمجموعه SME ها بین‌المللی شدن آنها در اقتصاد جهانی حائز اهمیت است. در سالهای اخیر بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی کوچک و متوسط بیش از گذشته مورد بحث بوده است و در هزاره جدید مطالعات در مورد این موضوع رشد سریعی را تجربه کرده است و اوج این رشد در چند سال اخیر قابل مشاهده است. نظریه‌هایی که اغلب در مقالات مورد بررسی استفاده شده است عبارتند از کارآفرینی بین‌المللی؛ تئوری مرحله بین‌المللی‌سازی؛ تئوری مبتنی بر منابع و قابلیت‌ها، تئوری مباشرت و تئوری نمایندگی بوده است [۱۷]. دلیل عمده افزایش علاقه به پژوهش در ابعاد بین‌المللی کسب‌وکار خانوادگی (IFB) این است که الگوهای بین‌المللی‌سازی و جهانی شدن در دهه‌های اخیر تغییر کرده‌اند و بازیگران جدیدی مانند شرکت‌های جهانی زاد، SME های چند ملیتی و شرکت‌های چند ملیتی در کشورهای در حال ظهور بوجود آمده‌اند و این سناریو در حال تغییر فرصت‌های جدیدی برای شرکت‌های خانوادگی که اکثر کوچکتر از شرکت‌های غیر خانوادگی هستند فراهم می‌کند [۹]. روبر (۲۰۱۶)، در مطالعه خود مطرح نموده است که توجه بین‌المللی دانشمندان به بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی بیشتر شده است [۲۸]. همچنین محققان زیادی معتقدند که تحقیقات در مورد بین‌المللی شدن در شرکت‌های خانوادگی هنوز راه طولانی در پیش دارد [۱۸]. [۲۲].

جونز و کوویلو (۲۰۰۵)، فرایند بین‌المللی‌سازی را به عنوان زنجیره‌ای

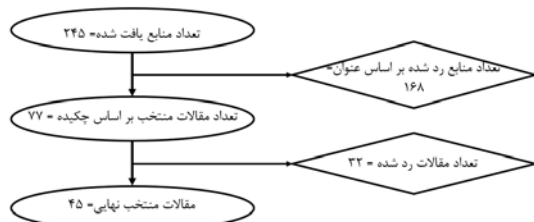
باروسو (۲۰۰۷)

▪ **مرحله اول: تنظیم پرسش‌های پژوهش**

جدول (۱): پارامترهای پژوهش

سوال	شاخص‌ها
چه عواملی بر بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی تاثیر گذارند؟	چه چیزی (what)
جامعه مورد مطالعه برای دستیابی به این عوامل کدام است؟	جامعه مطالعه (who)
موارد فوق در چه دوره زمانی بررسی و جست و جو شدند؟	محدوده زمانی (when)
چه روشی برای فراهم کردن مطالعات استفاده شده است؟	چگونه (how)

- **مرحله دوم: بررسی نظام‌مند متون:** در این پژوهش پایگاه‌های اطلاعاتی خارجی و داخلی با تمرکز بر مطالعات مربوط به بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی بین سالهای ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۱ بررسی شده است. نتیجه جستجوی پایگاه‌های اطلاعاتی شامل Sage, ScienceDirect, Emerald, ProQuest, Springer, Scopus منجر به دستیابی به تعداد ۲۴۵ مقاله شد.
- **مرحله سوم: جستجو و انتخاب مقالات مرتبط:** جهت انتخاب مطالعات مناسب بر اساس فرایند ذکر شده در نمودار ۲، معیارهایی همچون عنوان، چکیده، محتوا و روش پژوهش در نظر گرفته شد.



نمودار (۱): فرایند انتخاب مقالات

- **مرحله چهارم: استخراج نتایج:** مقالات بر مبنای نویسنده، سال انتشار و محتوای مورد اشاره طبقه‌بندی شدند.
- **مرحله پنجم: تحلیل و ترکیب داده‌ها:** بر اساس نتایج حاصله در این مرحله، در مجموع تعداد ۲ مقوله، ۱۱ مفهوم جهت بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی کشف و برچسب‌گذاری شدند. در جدول ۱، نتایج مربوط به مقوله بندی یافته‌ها آورده شده است.

نسل‌های جدید برای ورود به کسب‌وکارهای خانوادگی دغدغه‌ای است که عموم صاحبان این نوع کسب‌وکارها در مورد فرزندان خود دارند. جانشین پروری موثر و ارزش مدار منجر به تداوم کسب‌وکارخانوادگی به عنوان میراثی ماندگار است. با وجود اینکه کسب‌وکارهای خانوادگی به طور سنتی در بازارهای داخلی راه اندازی می‌شوند و به فعالیت می‌پردازند اما به منظور بقاء در بازاری‌هایی که رقابت در آنها بیش از پیش در سطح جهانی در حال وقوع است، بطور فزاینده‌ای خود را موظف به بین‌المللی‌شدن کرده‌اند. از آنجایی که بین‌المللی‌شدن کسب‌وکارهای خانوادگی ممکن است از بین‌المللی‌شدن سایر شرکت‌ها به جهت ساختار متفاوت مالکیت حاکم بر آنها فرق داشته باشد، بررسی کسب‌وکارهای خانوادگی به عنوان یک نهاد مجزا، و تلاش برای شناسایی ویژگی‌های خاص آنها در زمینه بین‌المللی‌شدن بسیار مهم است. همانطور که پژوهش‌های بالا نشان داد محققان در پرداختن به این سوال مهم، پیشایندها، فرایندها و نتایج بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی را بررسی نموده‌اند [۳]، اما نتایج مطالعات یافته‌های مبهمی را ایجاد نموده است. بر اساس مطالعات نویسندگانی همچون [۳]، زمینه کشورهای مختلف از عوامل اثرگذار بر کسب‌وکارهای خانوادگی و بین‌المللی‌سازی آنها هستند با این وجود با توجه به شرایط همه‌گیری کووید ۱۹ در سراسر جهان و مشکلات کمابیش مشترک بین کشورهای مختلف و همچنین با هدف دستیابی به عواملی کلی که خاص کسب‌وکارهای خانوادگی در هر جای دنیا هستند، ما در مطالعه حاضر با اتخاذ رویکرد فراترکیب به دنبال استخراج و شناسایی عوامل اثرگذار بر بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی و پیامدهای بین‌المللی‌سازی در این کسب‌وکارها بوده ایم.

۳- روش‌شناسی

پژوهش حاضر به دنبال شناسایی عوامل اثرگذار بر بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی و پیامدهای بین‌المللی‌سازی در این کسب‌وکارها با استفاده از روش فراترکیب بوده است. بر همین اساس، داده‌ها و منابع در این پژوهش از نوع داده‌های ثانویه به شمار می‌آیند. از نظر هدف، پژوهش کیفی (توصیفی-تبیینی) است که از طریق مرور نظام‌مند مطالعات موجود با منطق استقرایی صورت گرفته است (کمالی، ۱۳۹۴). روش فراترکیب مورد استفاده روش هفت مرحله‌ای سندولوسکی و باروسو<sup>۵</sup> (۲۰۰۷) بود.



نمودار (۱): هفت مرحله فراترکیب بر اساس رویکرد سندولوسکی و

<sup>5</sup> Sandelowski & Barroso

جدول (۲): مقوله‌بندی یافته‌های مربوط به پیشایندهای بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی

مقوله	مفاهیم	کدها	نویسندگان
پیشایندهای بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی	محیط	محیط عمومی (فرهنگی، صنعتی، ملی، فنی) محیط خصوصی (خانواده، رقابتی، اجتماعی)	کاسیلاس آسدو، ۲۰۰۷، ۲۰۱۰، ۲۰۱۲
	استراتژی	استراتژی شرکت استراتژی رقابتی	کاسیلاس، آسدو؛ ۲۰۰۷؛ مورنو و همکاران، ۲۰۱۶، رکسپی و همکاران، ۲۰۱۷؛ راتن و همکاران، ۲۰۱۷؛ لود و کالابرو، ۲۰۱۹
	سرمایه انسانی	افراد خانواده فعال (فعلی)، افراد خانواده (گذشته)، افراد خانواده منفعل (فعلی)، دانش، تعهد و شایستگی	کاسیلاس آسدو، ۲۰۰۷، کاسیلاس، آسدو و مورنو، ۲۰۱۲
	شبکه‌ها	شبکه کسب و کار: رقبا، تامین‌کنندگان، همکاران استراتژیک، مشتریان، سهامداران شبکه اجتماعی: افراد، فامیل، دوستان، همکاران، کارکنان، آشنایان شبکه نهادی: دولت، سازمان‌های غیردولتی، انکوباتورهای کسب و کار، مؤسسات تحقیقاتی، آژانس‌های توسعه بین‌المللی، دفاتر مشاوره و پشتیبانی	گریوس و توماس، ۲۰۰۴؛ فرناندز و نیتو، ۲۰۰۵؛ کاسیلاس و آسشرو، ۲۰۰۷؛ اسکولز و همکاران، ۲۰۱۵؛ رکسپی و همکاران، ۲۰۱۷؛ کامپوری و همکاران، ۲۰۱۷؛ پوکال و کالابرو، ۲۰۱۴؛
	منابع و قابلیت‌ها	دانش و تعهد، منابع و قدرت مالی، منابع و قابلیت‌های تکنولوژیکی، اعتبار و تصویر شرکت	کاسیلاس، ۲۰۰۷، کاسیلاس و آسدو، ۲۰۱۲؛ اسکولز و همکاران، ۲۰۱۵
	فرهنگ کسب‌وکار خانوادگی	فرهنگ و ساختار خانواده، فرهنگ کارآفرینانه در کسب و کار	شارما و همکاران، ۱۹۹۷، کاسیلاس و آسدو، ۲۰۰۷، دنز، ۲۰۰۸، کالابرو، و موسولینو، ۲۰۱۱؛ پوکال و کالابرو، ۲۰۱۴، اسکولز و همکاران، ۲۰۱۵، گومز و مجیا، ۲۰۰۷؛ سگارو، لاریمو و چونز، ۲۰۱۴؛
	ساختار کسب‌وکار خانوادگی	مدیریت بزرگتر، پذیرش تصمیمات راحت‌تر، جداسازی مدیریت و مالکیت در ادامه فعالیت کسب و کار؛ اهمیت استقلال نظام و ساختار مدیریتی	کاسیلاس و آسدو، ۲۰۰۷، میتز و همکاران، ۲۰۱۴؛ پوکال و کالابرو، ۲۰۱۴؛ کالابرو و همکاران، ۲۰۱۷؛ آنجلو و همکاران، ۲۰۱۷؛ پاچکو، ۲۰۱۷؛ واج (۲۰۱۷)
	فرایند جانشینی	انتقال مدیریت از یک نفر به نفر بعدی در خانواده	کاسیلاس و آسدو، ۲۰۰۷، ۲۰۱۰، ۲۰۱۲، اتیگ و همکاران، ۲۰۱۷؛ فنگ و همکاران، ۲۰۱۸، ۲۰۱۷؛ پورفیریو، فلیشیو و کارلیو، ۲۰۲۰؛ ژنو، گارنی، ژانگ و ژنو، ۲۰۱۸
	ثروت اجتماعی - احساسی	قدرت روابط عاطفی بین اعضای خانواده، فرهنگ تشریک مساعی در بین اعضای خانواده، روابط سالم بین اعضای خانواده تأثیرگذاری و کنترل کسب‌وکار توسط خانواده، هویت گرفتن اعضای خانواده با اسم و رسم کسب و کار، ایجاد پیوندها و شبکه‌های اجتماعی برای خانواده، دل‌بستگی احساسی اعضای خانواده، تجدید مجدد اوراق قرضه خانوادگی شرکت از طریق جانشینی سلسله مراتبی و نگرانی‌های مربوط به انتقال شرکت به نسل بعدی	کمپرز و همکاران، ۲۰۱۹؛ پوکال و کالابرو، ۲۰۱۴؛ اسکولز و همکاران، ۲۰۱۵؛ کالابرو و همکاران، ۲۰۱۶؛ کسینجر و همکاران، ۲۰۱۶؛ مزید و دیگران، ۲۰۱۹ برون، کروز و گومز مجیا، ۲۰۱۲؛ پراگل، ۲۰۱۸

جدول (۲): مقوله‌بندی یافته‌های مربوط به پیامدهای بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی

مقوله	مفاهیم	نویسندگان
پیامدهای بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی مثبت	مزایای مالی	دی ماسیس و دیگران، ۲۰۱۸
	افزایش اعتبار خانواده و موقعیت اجتماعی	اسچولز و دیگران، ۲۰۱۶
	افزایش فرصت‌های شغلی برای اعضای خانواده	آلابو و دیگران، ۲۰۱۹
	افزایش امنیت برای نسل‌های بعدی	شی و دیگران، ۲۰۱۹
	مدیریت عدم قطعیت و نیازهای پردازش اطلاعات اضافی	سیگارو و دیگران،

نویسندگان	مفاهیم	مقوله
۲۰۱۴		
ماجوچی و دیگران، ۲۰۱۸	مقابله با مقاومت در برابر تغییر و درگیری های خانوادگی	
چن و دیگران، ۲۰۱۴	واگذاری مالکیت به شرکای خارجی	
دی، آنجلو و دیگران، ۲۰۱۶	انتصاب مدیرانی خارج از خانواده	
دی، آنجلو و دیگران، ۲۰۱۶	یادگیری استقرار دارایی در مکان های خارجی	
هنارت و دیگران، ۲۰۱۹	سازگار شدن با محیط های جدید	
میلر و دیگران، ۲۰۱۳	مزایای مالی	
شی و دیگران، ۲۰۱۹	رشد و مزیت رقابتی	
کونتین و اوجالا، ۲۰۱۱	یادگیری سازمانی	
بائورارتز و دیگران، ۲۰۱۹	اعتبار برای کسب و کار	
ماجوچی و دیگران، ۲۰۱۸	زمان مدیریتی و هزینه های سازمانی برای تولید منابع	
فرناندز و نینو، ۲۰۰۵	ترس از دست دادن کنترل بر کسب و کار	پیامدهای منفی
مربینو و دیگران، ۲۰۱۵ بولیز و دیگران، ۲۰۱۶	از بین رفتن شهرت و درآمد در صورت شکست در بین‌المللی سازی	

#### ۴- یافته ها

جدول (۳): رتبه‌بندی و ضریب اهمیت پیشایندهای بین‌المللی‌سازی

##### کسب‌وکارهای خانوادگی

رتبه	ضریب اهمیت Wj	عدم اطمینان Ej	فراوانی	مفاهیم
۱	۰/۰۸۲	۰/۷۱۷	۸	فرهنگ کسب‌وکارخانوادگی
۲	۰/۰۷۹	۰/۷۰۱	۳	محیط
۳	۰/۰۷۷	۰/۶۹۳	۱۱	استراتژی
۴	۰/۰۷۴	۰/۶۵۸	۱۳	سرمایه انسانی
۵	۰/۰۶۸	۰/۶۰۹	۱۰	شبکه‌ها
۶	۰/۰۶۶	۰/۵۸۸	۱۱	منابع و قابلیت‌ها
۷	۰/۰۶۵	۰/۵۶۶	۸	فرایند جانشینی
۸	۰/۰۶۴	۰/۵۶۵	۸	ثروت اجتماعی-حساسی
۹	۰/۰۵۹	۰/۴۹۹	۷	ساختار کسب‌وکارخانوادگی

بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی شامل ۱۱ مفهوم به دست آمده در بخش پیشین می‌باشد که در دو مقوله عوامل اثرگذار بر بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی (پیشایندها) و پیامدهای بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی دسته‌بندی شدند.

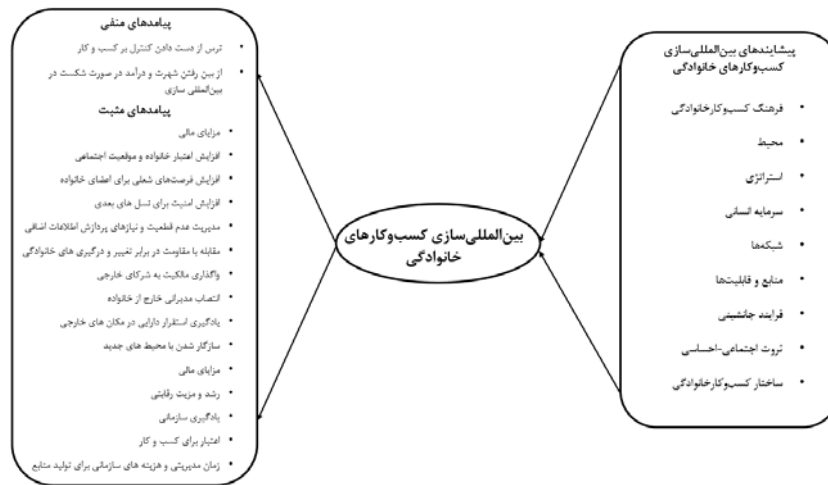
##### مرحله ششم: کنترل کیفیت کدهای استخراجی

برای سنجش پایایی و کیفیت مفاهیم استخراج شده از مقایسه نظر دو خبره متخصص استفاده و میزان توافق بر حسب ضریب کاپای کوهن<sup>۶</sup> سنجیده شد. در پژوهش حاضر، ضریب کاپای کوهن برابر با ۰/۸۳۷۹ در سطح معناداری ۰/۰۰۰ حاصل شد که گویای تایید آن است. در ادامه پژوهش، جهت تحلیل محتوا از روش آنتروپی شانون استفاده شد. در جدول ۳، میزان اهمیت هر مفهوم از منظر مجموع مطالعات پیشین نشان داده شده است.

<sup>6</sup> Cohen's Kappa Coefficient

### مرحله هفتم: ارائه یافته‌های نهایی

بر اساس یافته‌های بدست آمده در مراحل پیشین، بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی تحت تاثیر ۹ مفهوم تحت عنوان پیشایندها قرار دارد و این عوامل با کمک به اقدامات بین‌المللی کسب‌وکارهای خانوادگی منجر به پیامدهایی می‌گردد. در شکل زیر خلاصه یافته‌های مطالعه حاضر آورده شده است:



شکل (۱): پیشایندها و پیامدهای بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی

کسب‌وکارهای خانوادگی در ادبیات مطرح شده است [۳۱]. در رابطه با رویکرد تسهیل‌کننده می‌توان گفت که این مطالعات عمدتاً مبتنی بر تئوری خادمت<sup>۹</sup> هستند و از ویژگی‌های خانواده‌محور همانند همسویی منافع با اهداف شرکت، تعهد، نوع دوستی و اعتماد به عنوان عوامل پیونددهنده متداول بین‌المللی‌سازی استفاده می‌کند، در عین حال به نگرانی‌های مربوط به ریسک مربوط به بین‌المللی‌سازی نیز اشاره دارد. در این مطالعه این دسته از پیامدها تحت عنوان پیامدهای مثبت شامل مفاهیم مزایای مالی، افزایش اعتبار خانواده و موقعیت اجتماعی، افزایش فرصت‌های شغلی برای اعضای خانواده، افزایش امنیت برای نسل‌های بعدی، مدیریت عدم قطعیت و نیازهای پردازش اطلاعات اضافی، مقابله با مقاومت در برابر تغییر و درگیری‌های خانوادگی، واگذاری مالکیت به شرکای خارجی، انتصاب مدیرانی خارج از خانواده، یادگیری استقرار دارایی در مکان‌های خارجی، سازگار شدن با محیط‌های جدید، مزایای مالی، رشد و مزیت رقابتی، یادگیری سازمانی، اعتبار برای کسب و کار، زمان مدیریتی و هزینه‌های سازمانی برای تولید منافع ضروری شناسایی و نامگذاری شدند. مطالعات صورت گرفته در زمینه رویکرد محدودکننده، عمدتاً مبتنی بر مدل عاملیت رفتاری<sup>۱۰</sup>، تئوری هزینه مبادله<sup>۱۱</sup>، چشم

بر اساس ضرایب محاسبه شده در جدول ۲، مشخص گردید که به ترتیب مفاهیم فرهنگ کسب‌وکارخانوادگی، محیط، استراتژی، سرمایه انسانی، شبکه‌ها، منابع و قابلیت‌ها، فرایند جانشینی، ثروت اجتماعی-احساسی، ساختار کسب‌وکارخانوادگی دارای بیشترین ضریب اهمیت می‌باشند و بالاترین رتبه را در مجموع مفهوم فرهنگ کسب‌وکارخانوادگی کسب نموده‌اند؛ بدین معنا که جهت بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی این عوامل بیشتر مورد توجه و بررسی قرار گرفته‌اند.

### ۵- نتیجه‌گیری

بین‌المللی‌شدن شرکت‌ها یکی از مهمترین موضوعات سناریوی اقتصادی کنونی است، زیرا پویایی و استراتژی‌های اتخاذ شده توسط شرکت‌ها را به شدت تغییر داده و به معنای گسترده، بر رفتار مصرف‌کنندگان و سبک زندگی میلیون‌ها نفر نیز تأثیرگذار است و به آنها امکان دسترسی به فرصت‌های بی‌نهایت جدید را می‌دهد. رویدادی با چنین وسعتی تنها شرکت‌های بزرگتر را درگیر نمی‌کند، برعکس این امر برای شرکت‌هایی همانند شرکت‌های کوچک و متوسط به یک اولویت تبدیل شده است [۱]. [۲۰]. بین‌المللی‌سازی در مورد کسب‌وکارهای خانوادگی از نظر نقش اساسی آنها در اقتصاد ملی، و از نظر تمایل آنها نسبت به واقعیت‌ها و فرصت‌های خارجی به دلیل ریسک‌پذیری بالاتر، از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است [۲۷]. پژوهش حاضر با هدف شناسایی پیشایندها و پیامدهای بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی با استفاده از رویکرد فراترکیب صورت گرفت. مهم‌ترین نتیجه‌گیری در این پژوهش آن است که بین‌المللی‌سازی برای کسب‌وکارهای خانوادگی بیش از پیامدهای منفی، پیامدها و نتایج مثبتی را به همراه می‌آورد. این موضوع تحت عنوان رویکرد تسهیل‌کننده<sup>۷</sup> و رویکرد محدودکننده<sup>۸</sup> بین‌المللی‌سازی

<sup>9</sup> stewardship theory

<sup>10</sup> behavioral agency model

<sup>11</sup> transaction cost theory

<sup>7</sup> facilitative approach

<sup>8</sup> restrictive approach

بلند مدت نسل بعدی یکی از مهمترین عوامل مدل دوباره جهانی زاد در کسب‌وکارهای خانوادگی است. فرایند جانشینی و استفاده از نیروی جوان در خانواده میتواند در موفقیت نسل‌های بعدی کسب‌وکارخانوادگی تعیین‌کننده باشد [۳۲]. عامل دیگر مربوط به مفهوم ثروت اجتماعی - احساسی است که یک ابزار مهم و محوری برای تشخیص شرکت‌های خانوادگی از سایر کسب‌وکارها است. مفهوم ثروت اجتماعی - احساسی به جنبه‌های غیر اقتصادی مدیریت که در فرآیند تصمیم‌گیری مدیریت در شرکت‌های خانوادگی وارد می‌شوند اشاره می‌کند. محققان معتقدند که این مفهوم مهم‌ترین تمایز شرکت خانوادگی به عنوان یک موجودیت منحصر به فرد است [۵]، ادبیات موجود نشان داده است که کسب‌وکارهای خانوادگی به علت اینکه تمام ثروت و دارایی یک خانواده هستند، کمتر میل به ریسک دارند و محافظه‌کارانه عمل می‌کنند [۱۳]. گول و همکاران (۲۰۱۳) به نقش همدلانه مدیران اجرایی خانواده در روند ایجاد ثروت اجتماعی - احساسی اشاره نموده‌اند. در نهایت اینکه این مفهوم منعکس‌کننده ویژگی‌های شرکت خانوادگی مثل منحصر به فرد بودن [۱۳]، نوآوری [۱۵]، بین‌المللی‌سازی [۲۵]، و حاکمیت در این شرکت‌هاست. در رابطه با مفهوم ساختار کسب‌وکارخانوادگی، محققان زیادی به مفاهیمی همچون جداسازی مدیریت و مالکیت در ادامه فعالیت کسب‌وکار؛ اهمیت استقلال نظام و ساختار مدیریتی اشاره نموده‌اند

#### ۶- پیشنهادات

در این بخش پیشنهادات کاربردی آورده شده است:

- با توجه به نقشی که خوشه‌های محلی (شبکه‌ها) در فعالیت بین‌المللی کسب‌وکار و از جمله کسب کارهای خانوادگی دارد و تاثیری که این خوشه‌ها در تجمیع توانمندی‌های این نوع کسب و کارها به جا می‌گذارد؛ پیشنهاد می‌شود دولت در ایجاد و راه اندازی این خوشه‌های محلی نسبت به ظرفیت‌ها و توانمندی‌های هر منطقه و حمایت از آنها برنامه‌ریزی و سرمایه‌گذاری‌های لازم را انجام دهد.
- با عنایت به اینکه حمایت‌های دولتی می‌تواند به کارآمدی محیط کسب و کارهای خانوادگی بینجامد و نظر به اینکه ارائه تسهیلات دولتی به شرکت‌های خانوادگی جهت حضور در نمایشگاه‌های خارجی در اتخاذ راهبردهای متنوع بازار و در نهایت نحوه ورود به بازارهای بین‌المللی تاثیر می‌گذارد؛ پیشنهاد می‌گردد دولت با در نظر گرفتن تمهیدات خاص و ارائه امکانات و تسهیلات ویژه ورود کسب و کارهای خانوادگی به بازارهای خارجی را تسهیل و ترویج نماید.
- پیشنهاد می‌شود جهت تشویق کسب و کارهای خانوادگی برای ورود به عرصه بین‌المللی، دولت ارائه مشوق‌های مالیاتی و ارزی را به شکل ویژه‌تری به این نوع کسب‌وکارها اعمال نماید.

انداز ثروت اجتماعی-عاطفی<sup>۱۲</sup> (SEW) و ثنوری وابسته به منابع است. در این رابطه مطالعاتی نیز به مسائلی از جمله اهداف متناقض کسب‌وکارهای خانوادگی، ریسک‌گریزی و عدم تمایل این نوع کسب‌وکارها به بازارهای بین‌المللی اشاره نموده‌اند. در این مطالعه پیامدهای منفی در دو مفهوم ترس از دست دادن کنترل بر کسب‌وکار و از بین رفتن شهرت و درآمد در صورت شکست در بین‌المللی‌سازی نامگذاری شدند.

در رابطه با عوامل اثرگذار بر بین‌المللی‌سازی کسب و کارهای خانوادگی، همانطور که نتایج مرور متون نشان داد، فرهنگ کسب‌وکارهای خانوادگی بیشترین ضریب اهمیت را در بین‌المللی‌سازی این کسب و کارها داشته است. مطالعات پیشین همانند وربک و دیگران<sup>۱۳</sup> (۲۰۱۸) نشان داده‌اند که شرکت‌های خانوادگی با ارزش‌های محافظه‌کاری قوی، تمایل کمتری به بین‌المللی‌سازی دارند چرا که بعید است به دنبال منابع بیرون از خانواده باشند که بتواند بین‌المللی‌سازی را حمایت نماید. همچنین موضوع فاصله فرهنگی بین بازارهای داخلی و خارجی الگوهای رفتاری شرکت‌های خانوادگی را در جهت شناسایی فرصت‌های بین‌المللی تحت تاثیر قرار می‌دهد [۷]. عامل دوم اثرگذار بر بین‌المللی‌سازی شرکت‌های خانوادگی، محیط بود. محققانی همانند کاسیلاس، مورنو، آسدو (۲۰۱۲) به تاثیر محیط خصوصی (خانواده، رقابتی، اجتماعی) و محیط عمومی (فرهنگی، صنعتی، ملی، فنی) در وسعت و سرعت استراتژی‌های بین‌المللی اتخاذ شده توسط شرکت‌های خانوادگی اشاره داشته‌اند. عامل دیگر مربوط به استراتژی‌های اتخاذ شده توسط کسب‌وکارهای خانوادگی است. نویسندگانی همانند زوکلا و اسکابینی (۲۰۱۶)، مطرح نموده‌اند که استراتژی‌های شرکت‌های بین‌المللی بر منابع و قابلیت‌های آنها در این بازار تاثیرگذارند. ما در این مطالعه استراتژی‌های شرکت‌های خانوادگی را در دو مفهوم استراتژی شرکت و استراتژی رقابتی دسته‌بندی نمودیم. عامل اثرگذار دیگر بر بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی مفهوم سرمایه انسانی است. مطالعاتی همانند سراتو و پیوا<sup>۱۴</sup> (۲۰۱۲) و دنز (۲۰۰۸)، به سطح سرمایه انسانی شرکت‌های خانوادگی بر بین‌المللی‌سازی آنها اشاره نموده‌اند و معتقدند سرمایه انسانی (تعداد فارغ التحصیلان بر تعداد کل کارکنان) با تمایل به بین‌المللی شدن و میزان بین‌المللی‌سازی رابطه مثبت دارد. مطالعات بسیاری به شبکه‌ها به عنوان عامل اثرگذار بر بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی در ادبیات اشاره داشته‌اند. شبکه‌های در دسترس شرکت‌های خانوادگی از مهم‌ترین منابع و توانمندی‌های بین‌المللی‌سازی آنها می‌باشند [۷]. عامل دیگر، فرایند جانشینی در کسب‌وکارهای خانوادگی است. [۳۲]، به نقش تغییرات نسلی یا جانشینی در بین‌المللی شدن کسب‌وکارهای خانوادگی به شکل شرکت‌های دوباره جهانی زاد اشاره نموده‌اند و معتقدند که جهت‌گیری

<sup>12</sup> socio-emotional wealth

<sup>13</sup> Verbeke et al

<sup>14</sup> Cerrato and Piva



منابع و مأخذ

- [18] Kontinen, Tanja, and Arto Ojala. 2010. 'The internationalization of family businesses: A review of extant research', *Journal of Family Business Strategy*, 1: 97-107.
- [19] Le Breton-Miller, Isabelle, and Danny Miller. 2015. 'Article commentary: the arts and family business: linking family business resources and performance to industry characteristics', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39: 1349-70.
- [20] Marletta, Davide, and Tiziano Vescovi. 2020. 'Internationalization of Family Business: The Prosecco Family Firms Case', *Journal of Applied Business and Economics*, ۲۲: ۲۲.
- [21] McDougall, Patricia Phillips, and Benjamin M Oviatt. 2000. 'International entrepreneurship: the intersection of two research paths', *Academy of Management journal*, 43: 902-06.
- [22] Melin, Leif, Mattias Nordqvist, and Pramodita Sharma. 2013. *The SAGE handbook of family business* (Sage).
- [23] Pacheco, Luis Miguel. 2017. 'Internationalization vs family ownership and management: The case of Portuguese wine firms', *International Journal of Wine Business Research*.
- [24] Poutziouris, Panikkos Zata. 2006. '30 The structure and performance of the UK family business PLC economy', *Handbook of research on family business*: 552.
- [25] Pukall, Thilo J, and Andrea Calabro. 2014. 'The internationalization of family firms: A critical review and integrative model', *Family Business Review*, 27: 103-25.
- [26] Ratten, Vanessa, Veland Ramadani, Leo-Paul Dana, Frank Hoy, and Joao Ferreira. 2017. 'Family entrepreneurship and internationalization strategies', *Review of International Business and Strategy*.
- [27] Ray, Sougata, Arindam Mondal, and Kavil Ramachandran. 2018. 'How does family involvement affect a firm's internationalization? An investigation of Indian family firms', *Global strategy journal*, 8: 73-105.
- [28] Reuber, A Rebecca. 2016. 'An assemblage-theoretic perspective on the internationalization processes of family firms', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 40: 1269-86.
- [29] Schwens, Christian, Julia Eiche, and Ruediger Kabst. 2011. 'The moderating impact of informal institutional distance and formal institutional risk on SME entry mode choice', *Journal of Management Studies*, 48: 330-51.
- [30] Sciascia, Salvatore, Pietro Mazzola, Joseph H Astrachan, and Torsten M Pieper. 2012. 'The role of family ownership in international entrepreneurship: Exploring nonlinear effects', *Small Business Economics*, 38: 15-31.
- [31] Sestu, Maria Cristina, and Antonio Majocchi. 2020. 'Family firms and the choice between wholly owned subsidiaries and joint ventures: A transaction costs perspective', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 44: 211-32.
- [32] Stieg, Philipp, Martin RW Hiebl, Sascha Kraus, Felix Schüssler, and Sven Sattler. 2017. 'Born-again globals: generational change and family business internationalisation', *European Journal of International Management*, 11: 581-605.
- [33] Wach, Krzysztof. 2017. 'Exploring the role of ownership in international entrepreneurship: how does ownership affect internationalisation of polish firms?', *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 5: 205-24.
- [34] Wright, Richard W, and David A Ricks. 1994. 'Trends in international business research: Twenty-five years later', *Journal of international business studies*, 25: 687-701.
- [35] Zaheer, Srilata. 1995. 'Overcoming the liability of foreignness', *Academy of Management journal*, 38: 341-63.
- [1] عزتی‌راد، هاله، اکبری، مرتضی، موسی‌خانی، مرتضی، بدیع‌زاده، علی. (۱۳۹۹). بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط روستایی: با رویکرد فراترکیب. پژوهشهای روستایی. ۱۱(۴)، ۶۱۲-۶۲۹
- [۲] جانسون، هانس (۱۳۹۳)، استراتژی کسب و کار بین‌الملل در کشور بازارهای نو ظهور رویکرد شبکه‌نهادی. ترجمه: رضوانی، مهران صفی پور رشوانلو، مجتبی. تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- [3] Arregle, Jean-Luc, Patricio Duran, Michael A Hitt, and Marc Van Essen. 2017. 'Why is family firms' internationalization unique? A meta-analysis', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41: 801-31.
- [4] Baier-Fuentes, Hugo, José M Merigó, José Ernesto Amorós, and Magaly Gaviria-Marín. 2019. 'International entrepreneurship: a bibliometric overview', *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15: 385-429.
- [5] Berrone, Pascual, Cristina Cruz, and Luis R Gomez-Mejia. 2012. 'Socioemotional wealth in family firms: Theoretical dimensions, assessment approaches, and agenda for future research', *Family Business Review*, 25: 258-79.
- [6] Birkinshaw, Julian. 1997. 'Entrepreneurship in multinational corporations: The characteristics of subsidiary initiatives', *Strategic Management Journal*, 18: 207-29.
- [7] Calabrò, Andrea, Giovanna Campopiano, Rodrigo Basco, and Thilo Pukall. 2017. 'Governance structure and internationalization of family-controlled firms: The mediating role of international entrepreneurial orientation', *European Management Journal*, 35: 238-48.
- [8] Carney, Michael, Marc Van Essen, Eric R Gedajlovic, and Pursey PMAR Heugens. 2015. 'What do we know about private family firms? A meta-analytical review', *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39: 513-44.
- [9] Casillas, José C, and Ana M Moreno-Menéndez. 2017. 'International business & family business: Potential dialogue between disciplines', *European Journal of Family Business*, 7: 25-40.
- [10] D'Angelo, Alfredo, Antonio Majocchi, and Trevor Buck. 2016. 'External managers, family ownership and the scope of SME internationalization', *Journal of world Business*, 51: 534-47.
- [11] Felzensztein, Christian. 2016. 'International entrepreneurship in and from emerging economies', *Journal of International Entrepreneurship*, 14: 5-7.
- [12] Fernández, Zulima, and María Jesús Nieto. 2006. 'Impact of ownership on the international involvement of SMEs', *Journal of international business studies*, 37: 340-51.
- [13] Gomez-Mejia, Luis R, Cristina Cruz, Pascual Berrone, and Julio De Castro. 2011. 'The bond that ties: Socioemotional wealth preservation in family firms', *Academy of Management Annals*, 5: 653-707.
- [14] Hagen, Birgit, Stefano Denicolai, and Antonella Zucchella. 2014. 'International entrepreneurship at the crossroads between innovation and internationalization', *Journal of International Entrepreneurship*, 12: 111-14.
- [15] Hauck, Jana, and Reinhard Prügl. 2015. 'Innovation activities during intra-family leadership succession in family firms: An empirical study from a socioemotional wealth perspective', *Journal of Family Business Strategy*. ۶: ۱۰۴-۱۱۸
- [16] Hoskisson, Robert E, Lorraine Eden, Chung Ming Lau, and Mike Wright. 2000. 'Strategy in emerging economies', *Academy of Management journal*, 43: 249-67.
- [17] Ivanova, Yordanka V, Nikolay A Dentchev, and Kiril A Todorov. 2015. 'Family business internationalization in the new millennium: achievements and avenues for future research?', *International Review of Entrepreneurship*, 13: 299-332.