



فصلنامه مدیریت کسب و کار نوآورانه

دوره پانزدهم، شماره پنجاه و نهم، پائیز ۱۴۰۲

نوع مقاله: علمی پژوهشی

صفحات: ۱۷۲-۱۵۴

بررسی نقش شرکت‌های دانش‌بنیان در توسعه کارآفرینی بین‌المللی با تأکید بر ویژگی‌های (خلاقیت، تجاری‌سازی، مقاومت در برابر تغییر و رقابت‌پذیر بودن) این شرکت‌ها

محمد زارعی^۱

حامد عباسی نامی^۲

علی داوری^۳

ماندان مومنی^۴

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۱/۰۶/۱۴ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۱/۱۰/۲۷

چکیده

مقاله حاضر به بررسی نقش شرکت‌های دانش‌بنیان بر توسعه کارآفرینی بین‌المللی با تأکید بر خلاقیت و نوآوری؛ تجاری‌سازی، رقابت‌پذیری و مقاومت در برابر تغییر که از ویژگی‌های این شرکت‌ها می‌باشد، می‌پردازد. بر این اساس، پژوهش فوق از نظر هدف توسعه‌ای- کاربردی و روش آن نیز توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش را شرکت‌های دانش‌بنیان استان تهران که شامل ۲۸۰۰ می‌باشد، تشکیل می‌دهد که بر اساس فرمول مورگان و به صورت تصادفی ۳۴۰ شرکت به عنوان نمونه انتخاب شدند و از مدیران و خبرگان این شرکت‌ها اطلاعات لازم جمع‌آوری شد. روش گردآوری داده‌ها در بخش کیفی از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و در قسمت کمی از پرسشنامه جهت جمع‌آوری اطلاعات کمک گرفته شده است. برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آزمون‌های آماری مناسب استفاده شده است. بر اساس نظر افراد مورد بررسی این یافته‌ها به دست آمد: که شرکت‌های دانش‌بنیان با داشتن ویژگی‌هایی مانند نوآوری و خلاقیت؛ رقابت‌پذیری؛ تجاری‌سازی و تاب‌آوری در برابر تغییر، نقش مؤثری در رشد و توسعه کارآفرینی بین‌المللی دارند.

کلمات کلیدی

شرکت دانش‌بنیان، کارآفرین، کارآفرینی، کارآفرینی بین‌المللی

۱- گروه مدیریت، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. M.zarei.mng@iauctb.ac.ir

۲- گروه مدیریت، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) Hamed.nami@iauctb.ac.ir

۳- گروه مدیریت، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. Ali-davari@ut.ac.ir

۴- گروه مدیریت، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. man.momeni@iauctb.ac.ir

در اقتصاد کنونی، شرکت‌های دانش‌بنیان از جایگاه ممتازی برخوردار می‌باشند و نقش کلیدی در رشد اقتصادی مبتنی بر فناوری، در جوامع پیشرو دارند. همچنین با توجه به موضوع کسب‌وکارهای کوچک و متوسط می‌توان گفت که این شرکت‌ها منبع اصلی توسعه نوآوری و کارآفرینی در سطح ملی و بین‌المللی به شمار می‌آیند و در همگام‌سازی با تغییرات ناشی از جهانی‌شدن و لزوم بین‌المللی شدن برای عبور از بازارهای اشیاع داخلی و بهره‌برداری از فرصت‌های بین‌المللی، نقش مؤثری دارند (منصوری و همکاران، ۱۳۹۶ ص ۳۶). بر این اساس، در قانون کشور ما، جهت حمایت از توسعه تولیدات دانش‌بنیان، در اجرای برنامه توسعه صادرات و حمایت از بین‌المللی سازی شرکت‌های دانش‌بنیان تأکید شده است و در این راستا در سیاست‌های ابلاغی اقتصاد مقاومتی وبسایت مقام معظم رهبری در سال ۱۳۹۲ تصریح شده است که ایران باید سهم تولید و صادرات محصولات و خدمات دانش‌بنیان را به‌منظور دستیابی به رتبه اول اقتصادی در منطقه، افزایش و ارتقاء دهد (شقایق شهری، ۱۳۹۶ ص ۲۴)؛ بنابراین، این شرکت‌ها در کشورهای گوناگون، برنامه‌های خاصی برای گسترش فرهنگ کارآفرینی تدارک می‌بینند تا بتوانند به رشد و پویایی لازم دست یابند که تشخیص و ایجاد فرصت‌های کارآفرینانه و آموزش و رشد کارآفرینی در ابعاد مختلف اقتصادی، فرهنگی، اجتماعی و سیاسی یکی از برنامه‌های شرکت‌های دانش‌بنیان محسوب می‌شود. عنصر کارآفرینی از یک‌طرف به‌عنوان موتور محرک تولید و توسعه اقتصادی و از طرف دیگر پرورش‌دهنده روحیه سرمایه‌گذاری و بهره‌وری از نیروی انسانی مبتکر در شرکت‌های دانش‌بنیان می‌باشد. (مقیمی و همکاران، ۱۳۹۵ ص ۳۶).

بیان مسئله

شرکت‌های دانش‌بنیان باعث ایجاد و شکل‌گیری اقتصاد دانش‌محور می‌شوند که عامل مهمی در نوآوری و بهره‌برداری از فناوری در اقتصاد ملی محسوب می‌شوند. از ویژگی‌های مشترک این نوع شرکت‌ها می‌توان به برخوردار بودن از پتانسیل نسبتاً زیاد برای تأمین مالی به دلیل طولانی شدن افزایش محصول، تمرکز بر بازارهای ویژه که نیاز جهانی در آن به چشم می‌خورد، گرایش به راه‌اندازی پارک علمی، تشکیل تیم‌ها و راه‌اندازی آن‌ها از طریق کارآفرینی با تحصیلات بالا اشاره کرد. به‌طور کلی حیطه عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان انجام تحقیقات علمی و کاربردی، ارائه خدمات تخصصی و مشاوره‌ای در حوزه‌های فنی و تخصصی، تولید محصولات با فناوری نوین و سطح بالا (توسعه فناوری)، ایفای نقش نظارتی بر تحقیقات پژوهشی، اجرایی و مشاوره‌ای می‌باشد (یوسفی و قاضی‌زاده، ۱۳۹۸ ص ۱۲۷). بنابراین، در شرکت‌های دانش‌بنیان نتایج تحقیق و توسعه به‌صورت مداوم از طریق سرمایه‌گذاری محصول، به فرایند

و یا سیستم‌های نوین تبدیل می‌گردد و دسترسی به گنجایش سرمایه‌گذاری برای کارآفرینان و پژوهشگران افزایش پیدا می‌کند که عامل اساسی در ایجاد نوآوری و بهره‌برداری از توان فناوری در اقتصاد ملی به شمار می‌آید (احمدی جشوقانی و اسماعیلیان، ۱۳۹۵ ص ۳۷).

شرکت‌های دانش‌بنیان در ایران مؤسسه خصوصی یا تعاونی است که به‌منظور هم‌افزایی علم و ثروت، اقتصاد بر پایه دانش، تحقق اهداف علمی و اقتصادی، توسعه و استفاده از نوآوری و تجاری‌سازی تحقیق و توسعه آن در حوزه فناوری‌های برتر با ارزش افزوده بیشتر، بر اساس معیارهای قانونی تأیید می‌شود که این شرکت‌ها بیشتر در زمینه الکترونیک، مهندسی مکانیک، فناوری دارویی، بیوفناوری، فناوری نانو، زیست‌محیطی فعالیت می‌نمایند. در سال‌های اخیر مفهوم اقتصاد دانش‌بنیان به شکلی جدی در کشور ما مطرح شده است، به طوری که بند ۲ سیاست‌های اقتصاد مقاومتی به اقتصاد دانش‌بنیان پرداخته است و هم‌چنین یکی از بخش‌های اصلی برنامه ششم توسعه کشور نیز در خصوص توسعه دانش‌بنیان اقتصاد کشور می‌باشد. بنابراین اگر بیشترین درآمد کشور را از راه دانش به دست بیاوریم و خرید و فروش دانش در کشور از رسمیت برخوردار باشد، در این صورت اقتصاد بر پایه دانش‌بنیان خواهد بود که موازی با مفهوم دانش و ثروت می‌باشد (آرمان و شفیعی، ۱۳۹۶ ص ۳۴).

از آنجایی که یکی از مسائل مهم در حوزه توسعه کشورها، میزان تولید ناخالص ملی و توجه به "کارآفرینی بین‌المللی" است، که مورد توجه بسیاری از برنامه‌ریزان اقتصادی می‌باشد و فرآیندی است که شخص خارج از مرزهای کشور به صادرات، تولید تحت لیسانس، فرانسیز، ایجاد دفاتر فروش در کشوری دیگر فعالیت می‌کند (تاری و همکاران، ۱۳۹۴ ص ۲۷)؛ که در این راستا، یکی از رویکردهای نوین جهانی شدن شرکت‌های دانش‌بنیان، توجه به کارآفرینی بین‌المللی است که از روبرو شدن مطالعاتی کارآفرینی و کسب‌وکار بین‌المللی شکل گرفته است (حسین پور و همکاران، ۱۳۹۸ ص ۳۸)؛ که در این رویکرد، به ویژگی‌های کارآفرینان و جهانی بودن این شرکت‌ها تأکید می‌شود و بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارها نقش مهمی در ایجاد کارآفرینی بین‌المللی دارد که عبارت است از گسترش شبکه کسب‌وکار از طریق توسعه در بازارهای خارجی که برای شرکت‌های دانش‌بنیان مزایایی از جمله: ارتقاء فناوری، فرصت دسترسی به بازار هدف بزرگ‌تر، مزیت صرفه‌جویی ناشی از مقیاس، کاهش ریسک بازار، منبع یابی جدید، فرصت‌های تأمین مالی را به دنبال دارد. بنابراین استراتژی‌های مورد توجه در شرکت‌های دانش‌بنیان، فعالیت در بازارهای بین‌المللی و ایجاد کسب‌وکار کارآفرینانه بین‌المللی می‌باشد. (آی تو، ۲۰۱۷ ص ۱۳۶).

بررسی نقش شرکت‌های دانش‌بنیان در توسعه کارآفرینی.../ زارعی، عباسی‌نامی، داوری و مومنی

با توجه به اینکه پژوهش صورت گرفته در این زمینه خیلی کم می‌باشد. پژوهش حاضر به نقش شرکت‌های دانش‌بنیان بر توسعه کارآفرینی بین‌المللی می‌پردازد و سؤال اصلی پژوهش را می‌توان بدین صورت مطرح نمود که شرکت‌های دانش‌بنیان چگونه می‌توانند در توسعه کارآفرینی بین‌المللی مؤثر باشد؟

با توجه نقش و جایگاه شرکت‌های دانش‌بنیان در جامعه، تحقیقات متعددی در این مورد صورت گرفته که در این قسمت به برخی از آن‌ها پرداخته شده است: کاباران زاده قدیم (۱۳۹۹) "به بررسی مدل‌سازی عوامل مؤثر بر تشخیص فرصت‌های کارآفرینی بین‌المللی در شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی با استفاده از روش ساختاری تفسیری" پرداخته است که بر اساس یافته‌های تحقیق مقوله‌های کلیدی تأثیرگذار بر فرصت‌های کارآفرینی بین‌المللی در شرکت‌های دانش‌بنیان عبارت‌اند از: ویژگی‌های شخصیتی و قابلیت‌های فردی کارآفرین، عوامل محیط کشور مبدأ و مقصد، و قابلیت‌های بنگاه کارآفرینی می‌باشد؛ اسماعیل‌پور و همکاران (۱۳۹۸) "طراحی الگوی راهبردی بین‌المللی‌سازی شرکت‌های دانش‌بنیان ایرانی را مورد بررسی قرار دادند که نتایج تحقیق بیانگر این مطلب است که ترکیب سه دسته مؤلفه‌های منبع محور، شبکه محور و کارآفرین محور می‌تواند به پدیده محوری حضور بین‌المللی پایدار شرکت‌های دانش‌بنیان منجر شود. هم‌چنین مؤلفه‌های بافت سازمانی، محیط ملی و فراملی بسترساز می‌باشند و مؤلفه‌های انسانی و نهادی جزء عوامل مداخله‌گر محسوب می‌شوند؛" سروری و همکاران (۱۳۹۷) "بین‌المللی شدن شرکت‌های دانش‌بنیان: نقش دانش بازار خارجی و تشخیص فرصت کارآفرینانه بین‌المللی را مورد بررسی قرار داده‌اند یافته‌های پژوهش حاکی این مطلب است که دانش بازار خارجی و تشخیص فرصت کارآفرینانه بین‌المللی، بر بین‌المللی شدن شرکت‌های دانش‌بنیان تأثیر مثبت دارد. متغیر تشخیص فرصت کارآفرینانه بین‌المللی نیز نقش میانجی در رابطه دانش بازار خارجی و بین‌المللی شدن دارد". امینی و فتاحی (۱۳۹۶) "به طراحی الگوی بین‌المللی سازی بنگاه‌های کوچک و متوسط در شرکت‌های دانش‌بنیان مبتنی بر نانو پرداختند و به این نتیجه رسیدند که قابلیت آغاز فرایند بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، وجود مزیت رقابتی پایدار در کلاس جهانی با پیشران‌های موجود در نهاد فرد کارآفرین و هم‌چنین در بطن کسب‌وکار است و بسته به وضعیت بازار، میزان رقابت داخلی و هم‌چنین اندازه بنگاه و سوابق تجربی موجود شرکت تشدید خواهد شد؛" حسنی راد و رحیم نیا (۱۳۹۵) "به بررسی رویکرد فرصت محور و منبع محور بر کارآفرینی بین‌المللی پرداختند که یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که رویکرد منبع محور و برخی عوامل مربوط به آن از جمله مهارت‌ها، خلاقیت و نوآوری و شبکه‌ها، هم‌چنین رویکرد فرصت‌محور و برخی عوامل مربوط به آن از جمله فرهنگ

کارآفرینانه، جهت‌گیری استراتژیک، گرایش به منابع، ساختار مدیریت، گرایش به رشد و فلسفه پاداش عواملی تأثیرگذار و بنیادی بر کارآفرینی بین‌المللی هستند که منجر به کسب مزیت رقابتی بین‌المللی می‌شوند.^۱؛ دهکردی و همکاران (۱۳۹۵) "تأثیر گرایش کارآفرینانه بر بین‌المللی سازی شرکت‌های موجود در صنعت شیشه و بلور ایران با نقش میانجی‌گری فرهنگ‌سازمانی را بررسی نموده که بر اساس یافته‌های پژوهش تأثیر مثبت گرایش کارآفرینانه بر بین‌المللی سازی شرکت تأیید شد و این نتیجه به دست آمد که ۶۹ درصد از اثر کل گرایش کارآفرینانه بر بین‌المللی سازی از طریق غیرمستقیم متغیر میانجی فرهنگ‌سازمانی تبیین می‌گردد؛ سزاربندرا^۲ و همکاران (۲۰۱۷) "مدیریت دانش و کارآفرین: بینش از ایکویرو نوناکا مدل ایجاد دانش پویا (SECI) را بررسی نموده‌اند که نتایج پژوهش نشان می‌دهد که با استفاده از LIWC"، عمیق‌تر به این عدم تعادل نگاه می‌کند، نه فقط تفاوت را تشخیص می‌دهد. بین دارایی‌های دانش ضمنی و صریح، بلکه هم‌چنین بین چهار مرحله SECI که شامل ایجاد دانش ضمنی و صریح انتقال‌های تکراری است شایع‌ترین علت شکست در راه‌اندازی، فقدان پیشنهاد ارزش است. پادولا^۳ و همکاران (۲۰۱۵) "سودآوری و عملکرد نوآورانه شرکت‌های کوچک و متوسط (SME) در بازارهایی با فناوری بین‌المللی‌سازی این شرکت‌ها" را مورد بررسی قرار داده‌اند که یافته‌های پژوهش بیانگر این مطلب است که متخصصین فناوری شرکت‌هایی هستند که در تولید نوآوری‌ها و دادوستد نوآوری‌های که به شکل‌های دیگر با سایر شرکت‌ها، متخصص و پیشرو هستند، که این کار نیز معمولاً از طریق لایسنس کردن توافقنامه‌ها انجام می‌شود. بر اساس یافته‌های به‌دست‌آمده در تحقیقات فوق می‌توان به اهمیت و ضرورت شرکت‌های دانش‌بنیان در جامعه پی برد. میرزانتی^۴ و همکاران (2014) "چارچوب مفهومی سیاست‌گذاری کارآفرینی را براساس تجزیه و تحلیل در سطح میکرو، مزو و کلان^۵ مورد بررسی قرار دادند که نتایج این پژوهش حاکی این مطلب است که در سطح کلان، سیاست کارآفرینی، بر ایجاد انگیزه، مهارت‌های کارآفرینی و مهارت‌های کسب‌وکار تمرکز می‌کند، درحالی‌که سطح مزو شامل کاهش بار دولت در تسهیل ورود کسب‌وکار و مقررات زدایی واردات و صادرات و هم‌چنین تمرکز بر کسب‌وکار و مشوق کسب‌وکار می‌باشد. در سطح کلان، سیاست‌های کارآفرینی باید بر ایجاد فرهنگ کارآفرینی، زیرساخت‌های کارآفرینی و مقررات، تمرکز نماید که بر اساس یافته‌های به‌دست‌آمده در تحقیقات فوق می‌توان به اهمیت و ضرورت شرکت‌های دانش‌بنیان در جامعه پی برد.

با توجه به اهمیت و نقش این شرکت‌ها در اقتصاد ملی و توجه ویژه به توسعه برون‌مرزی این شرکت‌ها، اما بر اساس آمار صندوق حمایت از سرمایه‌گذاری صنایع کوچک در سال ۲۰۱۸ سهم شرکت‌های کوچک و متوسط از کل صادرات ایران فقط 10 درصد بوده و طبق گزارش صندوق توسعه ملل متحد رقم صادرات

بررسی نقش شرکت‌های دانش‌بنیان در توسعه کارآفرینی.../ زارعی، عباسی‌نامی، داوری و مومنی

شرکت‌های دانش‌بنیان با فناوری پیشرفته ایران از صادرات غیرنفتی کمتر از ۱/۵ درصد بود و رتبه ایران در این حوزه از کشورهای منطقه همچون عربستان و ترکیه پایین‌تر می‌باشد، مطابق آمار و اطلاعات موجود، جایگاه فعلی کشور ما نشان از شکاف عملکردی بالا و وضعیت نامطلوب پیشران‌های اقتصادی کشور می‌باشد (آنکتاده، ۲۰۱۷ ص ۲۳).

اهداف پژوهش

- بررسی نقش ابعاد خلاقیت و نوآوری در شرکت‌های دانش‌بنیان بر کارآفرینی بین‌المللی
- بررسی نقش ابعاد تجاری‌سازی در شرکت‌های دانش‌بنیان بر کارآفرینی بین‌المللی
- بررسی نقش ابعاد مقاومت در برابر تغییر در شرکت‌های دانش‌بنیان بر کارآفرینی بین‌المللی
- بررسی نقش ابعاد رقابت‌پذیری شرکت‌های دانش‌بنیان بر کارآفرینی بین‌المللی

سؤالات پژوهش

- آیا ابعاد خلاقیت و نوآوری در شرکت‌های دانش‌بنیان بر کارآفرینی بین‌المللی مؤثر است
- آیا ابعاد تجاری‌سازی در شرکت‌های دانش‌بنیان بر کارآفرینی بین‌المللی تأثیرگذار است؟
- آیا ابعاد مقاومت در برابر تغییر در شرکت‌های دانش‌بنیان بر کارآفرینی بین‌المللی مؤثر است؟
- آیا ابعاد رقابت‌پذیری شرکت‌های دانش‌بنیان بر کارآفرینی بین‌المللی مؤثر است؟

چارچوب پژوهش

با توجه اینکه مقاله موردنظر به بررسی نقش شرکت‌های دانش‌بنیان بر کارآفرینی بین‌المللی می‌پردازد، در این راستا سؤالات و فرضیاتی مطرح شد که سؤال اصلی بدین‌صورت است که شرکت‌های دانش‌بنیان چگونه می‌توانند در توسعه کارآفرینی بین‌المللی مؤثر باشند؟ که با توجه به مشخصات شرکت‌های دانش‌بنیان فرضیاتی بدین مطرح شد: به نظر می‌رسد که بین ۱- خلاقیت و نوآوری؛ ۲- تجاری‌سازی؛ ۳- رقابت‌پذیر بودن؛ ۴- مقاومت در برابر تغییر در شرکت‌های دانش‌بنیان با توسعه کارآفرینی بین‌المللی رابطه وجود دارد. پس از طرح سؤالات و فرضیات پژوهش اقدام به جمع‌آوری اطلاعات در این زمینه گردید که در ابتدا از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و همچنین تحقیقات صورت گرفته اطلاعاتی به دست آمد و در مرحله دوم پرسشنامه‌ای بر اساس مدل مفهومی طراحی و در اختیار تعدادی از مدیران شرکت‌های دانش‌بنیان قرار داده شد و اطلاعات لازم در زمینه موضوع پژوهش جمع‌آوری و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت که در ادامه به بیان متغیرهای پژوهش و چگونه تأثیر شرکت‌های دانش‌بنیان بر توسعه کارآفرینی بین‌المللی پرداخته شده است.

شرکت‌های دانش‌بنیان

شرکت دانش‌بنیان^۷ یا شرکت متمرکز بردانش شرکت‌هایی هستند که دانش و فناوری از دارایی این شرکت‌ها محسوب می‌شوند. اولین بار لایتل^۸ در سال ۱۹۷۹ با به‌کار بردن عبارت شرکت‌های فناوری محور، این شرکت‌ها را مؤسساتی معرفی نمود که متکی بر نوآوری و اختراعات علمی بوده و هدف از تأسیس این شرکت‌ها، تجاری‌سازی اختراعات و نوآوری‌ها تولیدشده می‌باشد. بنابراین به‌طور کلی می‌توان گفت که نقطه اشتراک در تمام شرکت‌های دانش‌بنیان استفاده از دارایی‌های نامشهود می‌باشد و این شرکت‌ها به نوآوری به‌عنوان اصلی‌ترین منبع رقابتی تأکید می‌کنند (کلمبوئث و همکاران^۹، ۲۰۱۸ ص ۲۶۴). شرکت‌های دانش‌بنیان به‌طور کلی به دو نوع تقسیم می‌شوند که الف) بر اساس مزایای تعلق گرفته به این شرکت‌ها، به چهار دسته تقسیم می‌شوند که عبارت‌اند از: شرکت‌های دانش‌بنیان نوپا نوع یک؛ شرکت‌های دانش‌بنیان نوپا نوع دو؛ شرکت‌های تولیدی نوع یک و شرکت‌های تولیدی نوع دو (صنعتی) ب) نوع دوم انواع شرکت‌های دانش‌بنیان بر مبنای نوع فعالیت آن‌ها است، که بر این اساس هم به چهار دسته کلی تقسیم می‌شوند: دانش‌بنیان تجاری‌سازی؛ دانش‌بنیان فرآیندی و خدماتی؛ دانش‌بنیان نرم و هویت‌ساز؛ دانش‌بنیان حوزه EPC (پاک‌نیت و همکاران، ۱۳۹۵ ص ۶۴). همچنین شرکت‌های دانش‌بنیان دارای ویژگی‌هایی هستند که باعث ورود این شرکت‌ها به بازارهای بین‌المللی شده که می‌تواند در کارآفرینی بین‌المللی مؤثر باشد که برخی از این ویژگی‌ها عبارت‌اند از:

۱- ظهور و خلق ایده‌های جدید و خلاق

۲- تجاری‌سازی ایده‌های خلاقانه

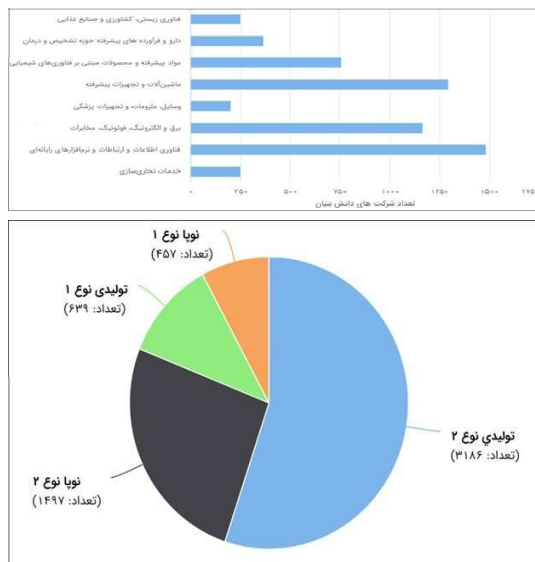
۳- پایداری در مقابل تحولات جهانی

۴- رقابت‌پذیری (سروری و همکاران، ۱۳۹۷ ص ۲۱).

در کشور ما مطابق ماده یک قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان مصوب ۱۳۸۹؛ شرکت‌های دانش‌بنیان عبارت از: «شرکت‌های خصوصی یا تعاونی هستند که جهت هم‌افزایی علم و ثروت، ایجاد اقتصاد دانش‌محور، تحقق اهداف علمی و اقتصادی (شامل گسترش و کاربرد اختراع و نوآوری) و تجاری‌سازی نتایج تحقیق و توسعه (طراحی و تولید کالا و خدمات) در حوزه فناوری‌های برتر و با ارزش‌افزوده فراوان به‌ویژه در تولید نرم‌افزارهای مربوطه تشکیل می‌شود» (جلالت، ۱۳۹۶ ص ۷۳). بر اساس اطلاعات موجود، تعداد رسمی شرکت‌های دانش‌بنیان در کشور ما در سال ۱۳۹۹ از ۵۰۰۰ شرکت

بررسی نقش شرکت‌های دانش‌بنیان در توسعه کارآفرینی.../ زارعی، عباسی‌نامی، داوری و مومنی

فراثر رفت و نزدیک به ۶۰۰۰ هزار شرکت رسید. بیشتر فعالیت این شرکت‌ها در زمینه ماشین‌آلات و تجهیزات پیشرفته، فناوری اطلاعات و ارتباطات و نرم‌افزارها و برق و الکترونیک می‌باشد^{۱۰}:



شکل ۱- فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه‌های مختلف فناوری

مفهوم کارآفرینی و کارآفرینی بین‌المللی

کارآفرینی فرآیندی است که کارآفرین با خلق ایده‌های نو، شناسایی فرصت‌های جدید و با بسیج منابع، مبادرت به ایجاد کسب‌وکار در سازمان‌های جدید و نوآور می‌کند که با پذیرش ریسک و مخاطره همراه است، ولی اغلب منجر به معرفی محصول یا ارائه خدمات جدید به جامعه می‌گردد. انگیزه‌های مختلفی در کارآفرین شدن مؤثر هستند که از جمله آن‌ها می‌توان به نیاز به موفقیت، نیاز به کسب درآمد و ثروت، نیاز به داشتن شهرت، و مهم‌تر از همه احساس مفید بودن و استقلال‌طلبی اشاره نمود. در فرهنگ آریان پور واژه "Entrepreneur" همسو با مفاهیمی نظیر: متهور، جسور، اقدام به فعالیت‌های مهم، بی‌باک، دل به دریا زدن و پیش‌قدم در تأسیس شرکت آمده است (احمدپور داریانی و کریمی ۱۳۹۵ ص ۴۳). کارآفرینی انواع مختلفی دارد که مهم‌ترین آن‌ها عبارت‌اند از: کارآفرینی فردی (مستقل)؛ سازمانی؛ اجتماعی؛ شرکتی؛ دولتی؛ کارآفرینی از راه دور و بین‌المللی است (مایکل گربر^{۱۱}، ۱۳۹۷ ص ۴۶). کارآفرینی بین‌المللی ترکیبی از فعالیت‌های نوآورانه، کنشگرا و ریسک‌پذیر است که جهت خلق ارزش در

سازمان، از مرزهای ملی عبور می‌کند و ریشه در ادبیات مدیریت استراتژیک دارد. عرصه کارآفرینی بین‌المللی در دو بخش می‌باشد: یکی فعالیت‌های کارآفرینی که عبور از مرزهای ملی و مقایسه داخلی را در برمی‌گیرد و دیگری فعالیت‌های کارآفرینی است که در کشورهای مختلف انجام می‌شود. کارآفرینی در محیط بین‌المللی را می‌توان با رویکرد استراتژیک در دهکده پویایی جهانی مشاهده نمود که مقوله امنیت را نیز شامل می‌شود که در این زمین‌بازی، رقبای حرفه‌ای، قوی و نخبه به چشم می‌خورد (مبینی دهکردی و همکاران، ۱۳۹۵ ص ۶۴). بنابراین، کارآفرینی بین‌المللی، کشف، ارزیابی و بهره‌برداری از تمام فرصت‌های ملی و فراملی به‌منظور تولید کالا و خدمات در آینده است که دارای فواید فراوانی نظیر: سود و فروش بیشتر؛ هزینه تولید پایین‌تر؛ نیروی کار ارزان؛ دستیابی به مزیت‌های کارآفرینانه و افزایش اعتبار؛ جهانی و بین‌المللی شدن از طریق تولید محصولات با کیفیت در سطح جهانی؛ استخدام نیروهای چند زبانه برای ورود به بازارهای جهانی برای فروش محصولات و تولید بیشتر؛ به‌کارگیری استعداد و قابلیت مدیریتی؛ فرصت رشد؛ گسترش نیروی کار داخلی؛ جهانی‌سازی مشتریان و رقبا (رمضانی و همکاران، ۱۳۹۸ ص ۶۳). این نوع کارآفرینی پدیده‌ی نوظهوری است که به رفتارها و نیز فرهنگ کارآفرینانه بین چند کشور را مورد مقایسه قرار می‌دهد. برخی از محققین، کارآفرینی بین‌المللی را فرآیند خلاقانه کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های خارج از بازارهای داخلی و جست‌وجوی مزیت رقابتی در نظر می‌گیرند که منجر به خلق ارزش مدیریتی می‌شود که افراد به‌واسطه آن رفتارهای نوآورانه، بیش فعالانه توأم با ریسک‌پذیری حساب‌شده را در پیش می‌گیرند تا با موفقیت فرصت‌های کسب‌وکار خارجی که ناشی از ناکارآمدی در بازار چندملیتی است را با هدف دستیابی به پاداش‌های مالی و غیرمالی پیگیری نمایند (بهرامی و همکاران، ۱۳۹۹ ص ۶۴).

نقش شرکت‌های دانش‌بنیان بر توسعه کارآفرینی بین‌المللی

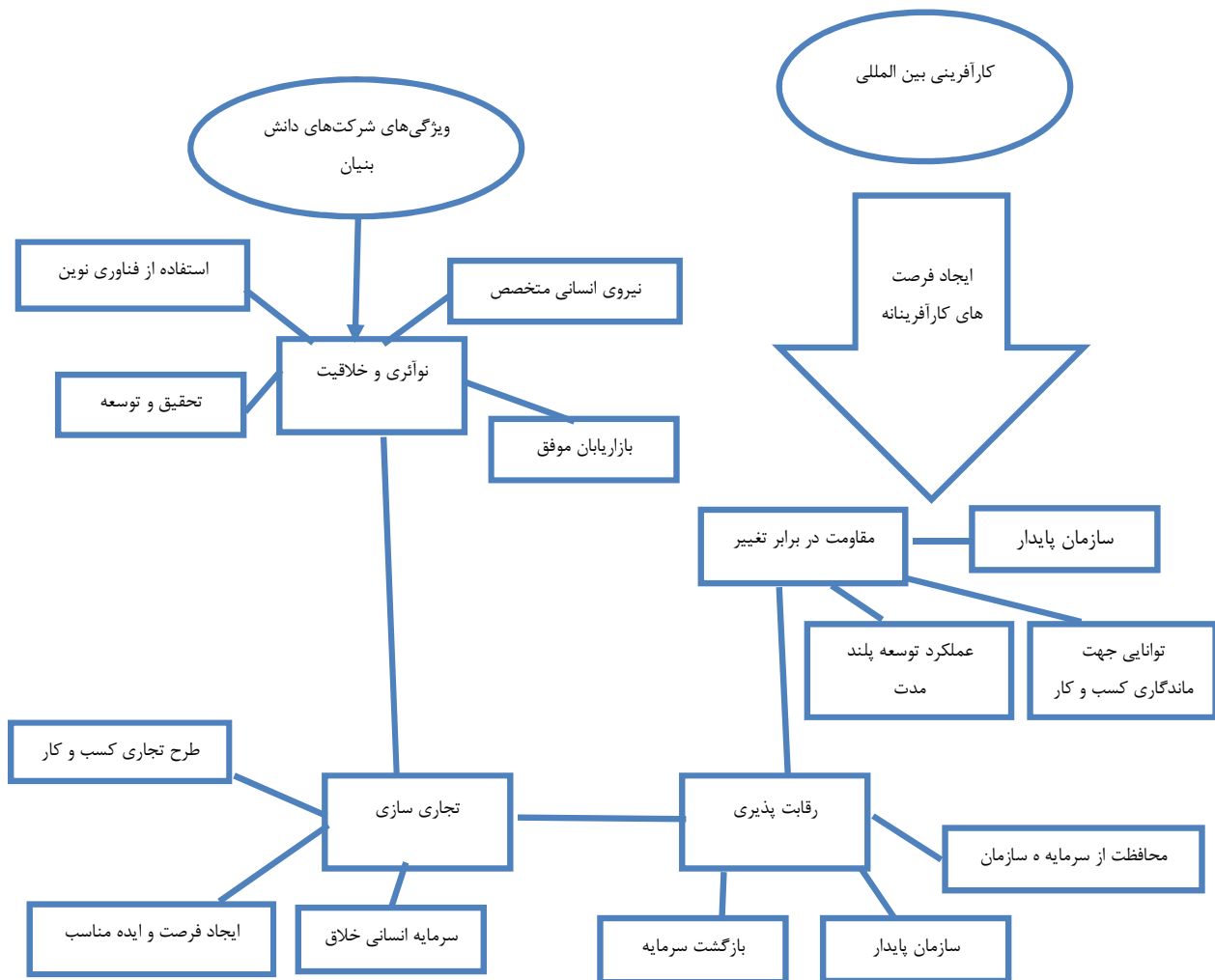
با توجه به اینکه بنگاه‌های اقتصادی متوسط، به‌ویژه شرکت‌های نوپا با استفاده از مدل SECI می‌توانند وارد حوزه کارآفرینی شوند و از طریق استارت‌آپ‌ها منجر به پایداری و رشد شرکت‌ها شوند. همچنین با بهره‌گیری از این مدل می‌توان دانش جدید را اختراع و به بازارهای جهانی صادر نمود. کارآفرینان توسط مدیریت دانش می‌توانند موجب بقای استارت‌آپ‌ها شوند. به‌طور کلی مدل SECI رابطه بین کارآفرینی و مدیریت دانش و به توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان تأکید می‌کند (خالد و بهاتی^{۱۲}، ۲۰۱۵ ص ۳۶). شرکت‌های نوپای کارآفرین و فعال در محیط‌های پیچیده رقابتی از فرصت‌های بازارهای جهانی و فرامرزی و ترکیب آن‌ها به شیوه خاصی بهره‌مند می‌شوند و از یک استراتژیک و مدل کسب‌وکار خاصی پشتیبانی می‌کنند. همچنین شرکت‌های مبتنی بر فناوری جدید، بخصوص شرکت‌های که سعی دارند

بررسی نقش شرکت‌های دانش‌بنیان در توسعه کارآفرینی.../ زارعی، عباسی‌نامی، داوری و مومنی

کسب‌وکار خود را جهانی توسعه دهند، از نظر سرعت نوآوری، تحت فشار رقابت قرار می‌گیرند که در این راستا فرآیندهای بین‌المللی سازی، نوآوری و کارآفرینی به‌طور مجزا مورد توجه قرار می‌گیرد و از مدل‌های نوین کسب‌وکار که توان رقابت‌پذیری در سطح بین‌المللی را داشته باشند استفاده می‌نمایند (جیرادو و همکاران^{۱۳}، ۲۰۱۹، ص ۱۴).

بنابراین، کسب‌وکارهای دانش‌بنیان نسبت به سایر بنگاه‌های اقتصادی با تغییر و تحولات نوین در محیط کسب‌وکار همگام بوده و برای پایداری در محیط رقابتی تلاش می‌نمایند و از طریق افزایش درآمد، بازگشت سرمایه، اشتغال، عملکردبازار (افزایش مشتریان)، رقابت‌پذیری، ارتباط بلندمدت با مشتریان، نوآوری، افزایش رضایتمندی، تحقق اهداف و موفقیت شخصی نظیر برخورداری از کارچالشی و استقلال کاری و ابعاد تأثیرگذار باعث توسعه کارآفرینی در سطح ملی و بین‌المللی می‌شوند. هم‌چنین قیمت‌گذاری محصولات با کمترین قیمت با توجه به سطح نیاز مشتریان و نیز شرایط هزینه‌های تولید، موفقیت کارآفرینی بین‌المللی شرکت‌های دانش‌بنیان را دو چندان می‌کند (رضوانی و موسی‌نژاد، ۱۳۹۵، ص ۴۷).

شرکت‌های دانش‌بنیان با برخورداری از کارآفرینی بین‌المللی می‌توانند از طریق استفاده از نیروی کار خلاق از اقتصاد سنتی به سمت اقتصاد مدرن و پیشرفته گام بردارند. بر این اساس، در کارآفرینی بین‌المللی کارآفرین فعالیت کسب‌وکارش را از مرزهای ملی انتقال می‌دهد که شامل صادرات، اعطای گواهینامه و گشایش دفاتر فروش در کشور دیگر می‌باشد. هم‌چنین بنا به دلایلی، اگر فروش محصولات تولیدشده در بازار داخلی با کاهش مواجه شود، این شرکت‌ها با برخورداری از کارآفرینی بین‌المللی می‌توانند محصولاتشان را در بازارهای بین‌المللی با توجه به تقاضای مشتریان خارجی به فروش برسانند و سود حاصل نمایند. هم‌چنین شرکت‌هایی که هزینه تولید بالایی جهت تولید محصول متقبل و از این هزینه‌های ثابت متضرر شوند، می‌توانند از طریق گسترش چند واحد فروش، محصولاتشان را در بازار جهانی به فروش برسانند. ورود به صحنه بین‌الملل و رقابت با رقبای شرکت‌های دانش‌بنیان در کشورهای درحال توسعه را کارآزموده‌تر، رقابتی‌تر و خلاق‌تر خواهد نمود که منجر به افزایش فناوری و دانش روز می‌شود. بدون تردید این شرکت‌ها با کسب فناوری و دانش مدرن، هم کار را برای خود آسان‌تر می‌کنند و هم باعث ایجاد رفاه در کشور می‌شوند؛ بنابراین، شرکت‌های دانش‌بنیان در کشورهای درحال توسعه جهت استفاده از فناوری روز و تولید ثروت، ایجاد رفاه، مجبور به ورود در صحنه رقابت کارآفرینی بین‌المللی هستند و اگر وارد این صحنه رقابتی نشوند، دچار سکون و از خلاقیت آن‌ها نیز کاسته می‌شود که این امر فرسودگی و افزایش زیان و کاهش فروش را به دنبال دارد که نتیجه آن اقتصاد ضعیف و ورشکسته و پایین آمدن رفاه و کیفیت زندگی آحاد جامعه می‌باشد (حاج علی، ۱۳۹۸، ص ۴۳).



شکل ۲- مدل مفهومی پژوهش

با توجه به مدل مفهومی پژوهش می توان گفت که شرکت های دانش بنیان با ویژگی هایی نظیر خلاقیت؛ تجاری سازی؛ رقابت پذیری و مقاومت در برابر تغییر نقش مؤثری در ایجاد و توسعه کارآفرینی در سطح ملی و بین المللی دارند که منجر به رشد اقتصادی کشور می شوند که در این راستا همواره باید مورد توجه و تأکید نهادهای مربوطه قرار گیرند.

بررسی نقش شرکت‌های دانش‌بنیان در توسعه کارآفرینی... / زارعی، عباسی‌نامی، دآوری و مومنی

روش‌شناسی پژوهش

با توجه به این‌که پژوهش موردنظر بررسی نقش شرکت‌های دانش‌بنیان بر توسعه کارآفرینی بین‌المللی با تأکید بر ویژگی‌های (خلاقیت، تجاری‌سازی، مقاومت در برابر تغییر و رقابت‌پذیر بودن) می‌پردازد، این پژوهش از نظر هدف توسعه‌ای-کاربردی و از نظر روش، توصیفی-پیمایشی است. روش جمع‌آوری اطلاعات در دو مرحله انجام شده است که در مرحله اول اطلاعات لازم از طریق روش کتابخانه‌ای جمع‌آوری شده است و در مرحله دوم نیز اطلاعات لازم در مورد نقش شرکت‌های دانش‌بنیان بر توسعه کارآفرینی بین‌المللی از طریق پرسشنامه به دست آمد است. جامعه آماری پژوهش مدیران و کارشناسان شرکت‌های دانش‌بنیان استان تهران که بیش از ۲۸۰۰ می‌باشد تشکیل می‌دهند که بر اساس فرمول کوکران و به صورت تصادفی ۳۴۰ شرکت دانش‌بنیان انتخاب و از مدیران و کارشناسان فعال این شرکت‌ها انتخاب شدند و پرسشنامه محقق ساخته در اختیار این افراد قرار گرفت و اطلاعات لازم در مورد موضوع پژوهش جمع‌آوری گردیده است. برای به دست آوردن روایی، پرسشنامه در اختیار تعدادی از اساتید مربوطه قرار داده شد و برای تعیین پایایی ابزار اندازه‌گیری ضریب پایایی از طریق آلفای کرونباخ برای شاخص‌ها و کل پرسشنامه به دست آمد. بعد از به دست آوردن اطلاعات، از طریق نرم‌افزار معادلات ساختاری SmartPLS اقدام به توصیف و تحلیل داده‌های به دست آمده شده است.

برای آزمون سؤالات پژوهش در ابتدا به بررسی نرمال بودن داده‌ها پرداخته می‌شود که در این قسمت آمده است:

جدول ۱- آزمون کولموگروف-اسمیرنوف جهت نرمال بودن متغیرهای تحقیق

شاخص‌ها	Z کولموگروف-اسمیرنوف	P-value
خلاقیت و نوآوری	۳,۸۲۲	۰,۰۰۱
رقابت‌پذیری	۳,۷۸۷	۰,۰۰۲
تجاری‌سازی	۳,۰۳۴	۰,۰۰۱
پایداری در برابر مقاومت	۳,۵۹۹	۰,۰۰۱

با توجه به سطح معنی‌داری آزمون کولموگروف-اسمیرنوف در جدول فوق برای متغیرهای پژوهش، که کمتر از ۰ / ۰۵ است، بر این اساس می‌توان گفت که توزیع فراوانی متغیرهای تحقیق نرمال نبوده و از نرم‌افزار معادلات ساختاری SmartPLS استفاده شده است.

تجزیه و تحلیل مدل مفهومی از طریق نرم افزار PLS

بررسی روابط بین متغیرهای پژوهش

جدول ۲: آیا مؤلفه خلاقیت و نوآوری بر توسعه کارآفرینی بین‌المللی مؤثر است؟

نتیجه	سطح معنی‌داری	مقدار T	شدت تأثیر	متغیر
تائید	۰,۰۰۱	۴,۹۰۴	۰,۲۶	خلاقیت و نوآوری و توسعه کارآفرینی بین‌المللی

اطلاعات نتایج تجزیه و تحلیل‌های PLS در جدول فوق نشان می‌دهد که با بیش از ۹۵ درصد اطمینان مؤلفه خلاقیت و نوآوری بر توسعه کارآفرینی بین‌المللی به صورت مستقیم تأثیر مثبت وجود دارد.
($PC^4 = 0 / 26, P < 0.01, T = 4.904$)

جدول ۳: آیا مؤلفه رقابت‌پذیری بر توسعه کارآفرینی بین‌المللی مؤثر است؟

نتیجه	سطح معنی‌داری	مقدار T	شدت تأثیر	متغیر
تائید	۰,۰۰۲	۳,۸۰۴	۰,۳۴	رقابت‌پذیری و توسعه کارآفرینی بین‌المللی

نتایج تجزیه و تحلیل‌های PLS در جدول ۳ نشان می‌دهد که با بیش از ۹۵ درصد اطمینان مؤلفه رقابت‌پذیری بر توسعه کارآفرینی بین‌المللی به صورت مستقیم تأثیر وجود دارد.
($PC = 0 / 0,34, P > 0.05, T = 3,804$)

جدول ۴- آیا مؤلفه تجاری‌سازی بر توسعه کارآفرینی بین‌المللی مؤثر است؟

نتیجه	سطح معنی‌داری	مقدار T	شدت تأثیر	متغیر
تائید	۰,۰۰۱	۳,۸۴۹	۰,۲۱۲	تجاری‌سازی و توسعه کارآفرینی بین‌المللی

نتایج تجزیه و تحلیل‌های PLS نشان می‌دهد که با بیش از ۹۵ درصد اطمینان مؤلفه تجاری‌سازی بر توسعه کارآفرینی بین‌المللی به صورت مستقیم تأثیر مثبت وجود دارد
($PC = 0 / 212, P < 0.01, T = 3.849$)

جدول ۵- آیا مؤلفه پایداری در برابر مقاومت بر توسعه کارآفرینی بین‌المللی مؤثر است؟

نتیجه	سطح معنی‌داری	مقدار T	شدت تأثیر	متغیر
تائید	۰,۰۰۱	۴,۹۰۴	۰,۲۶	نقش پایداری در برابر مقاومت بر توسعه کارآفرینی بین‌المللی

نتایج تجزیه و تحلیل‌های PLS بیانگر این مطلب است که با بیش از ۹۵ درصد اطمینان مؤلفه پایداری در برابر مقاومت بر توسعه کارآفرینی بین‌المللی به صورت مستقیم تأثیر مثبت وجود دارد.
($PC = 0 / 268, P < 0.01, T = 3.43$)

نتیجه‌گیری

بر اساس اطلاعات به‌دست‌آمده از فرضیات پژوهش می‌توان نتیجه گرفت که شرکت‌های دانش‌بنیان از جایگاه ویژه‌ای در جامعه برخوردار می‌باشند و به‌عنوان موتور رشد اقتصادی مبتنی بر فناوری، نقش مؤثری در توسعه جوامع دارند. همچنین کسب‌وکارها و تولیدات شرکت‌های دانش‌بنیان به دلیل داشتن خصوصیتی از جمله نوآوری و خلاقیت (یکی از مهم‌ترین زیرساخت‌های اقتصاد دانش‌بنیان، سرمایه انسانی خلاق و نوآور است که با توانمند کردن، تشویق آنان به فعالیت در این شرکت‌ها که توان روبرویی با تهدیدها و تحریم اقتصادی را دارند، می‌باشد. هم‌چنین نوآوری باعث می‌شود که این شرکت‌ها در اقتصاد جهانی از کارآیی بهتری برخوردار شوند که باعث ماندگاری و دوام آن‌ها شده و منجر به رشد و توسعه کارآفرینی بین‌المللی می‌شود؛ تجاری‌سازی (تجاری‌سازی به‌عنوان یک عامل حیاتی مهم در شرکت‌های دانش‌بنیان است که فرایند تبدیل فناوری به محصولات موفق برای فروش در بازارهای جهانی را عهده‌دار می‌باشد، که این شرکت‌ها با برخوردار بودن از ویژگی‌هایی نظیر: فرصت‌ها، ایده، خلاقیت و نوآوری، طرح تجاری کسب‌وکار، سرمایه انسانی، شرکت، کالاها و خدمات، موجب تجاری‌سازی محصولات در سطح ملی و بین‌المللی می‌شوند که می‌تواند نقش اساسی در رشد و گسترش کارآفرینی بین‌المللی داشته باشد، هم‌چنین یکی از شرایط لازم و ضروری برای تجاری‌سازی، برخوردار بودن از کارآفرینی در سطح ملی و بین‌المللی است. مقاومت در برابر تغییر(با توجه به اینکه اقتصاد شرکت‌های دانش‌بنیان، بر تولید، توزیع، به‌کارگیری دانش نوین و ایجاد ثروت متکی است که به‌منظور، تحقق اهداف علمی و اقتصادی در گرو پایداری و مقاومت در برابر تحولات جهانی تلاش می‌کنند، که یکی از شرایط رسیدن به کارآفرینی بین‌المللی محسوب می‌شود. به‌طورکلی می‌توان گفت که شرکت‌های دانش‌بنیان با ویژگی‌های منحصربه‌فرد و حضور در بازارهای فرامرزی، موجب رشد اقتصادی و توسعه کارآفرینی بین‌المللی می‌شوند که زمینه حضور این شرکت‌ها در صحنه‌های کسب‌وکار بین‌المللی باید تقویت گردد که قانون کشور نیز بر حمایت از توسعه تولیدات دانش‌بنیان، اجرای برنامه توسعه صادرات و حمایت از بین‌المللی‌سازی شرکت‌های دانش‌بنیان تأکید دارد.

پیشنهادها

- براساس نتایج به‌دست‌آمده از فرضیات پژوهش پیشنهاد می‌شود که:
- پیشنهاد در مورد خلاقیت و نوآوری؛ بهره‌گیری از نیروی انسانی خلاق و مبتکر، اعتمادبه‌نفس به بالا و ریسک‌پذیر که منجر به توسعه کارآفرینی بین‌المللی می‌شود.

فصلنامه مدیریت کسب و کار نوآورانه / دوره ۱۵ / شماره ۵۹ / پائیز ۱۴۰۲

- پیشنهاد در مورد رقابت‌پذیری؛ ایجاد و توسعه روحیه رقابت‌پذیری در شرکت‌های دانش‌بنیان که منجر به کیفیت محصولات و فروش آن‌ها در سطح بین‌المللی و توسعه کارآفرینی بین‌المللی می‌شود.
- پیشنهاد در مورد تجاری‌سازی؛ توجه شرکت‌های دانش‌بنیان از به تجاری‌سازی محصول و تبدیل آن به فناوری در بازارهای جهانی که منجر به توسعه کارآفرینی در سطح ملی و کارآفرینی بین‌المللی می‌شود.
- پیشنهاد در مورد پایداری در برابر تغییر؛ توجه و تأکید شرکت‌های دانش‌بنیان به ویژگی پایداری در مقابل تغییرات جهانی که اقتصاد دانش‌محور و توسعه کارآفرینی بین‌المللی را به دنبال دارد.

بررسی نقش شرکت‌های دانش‌بنیان در توسعه کارآفرینی.../ زارعی، عباسی‌نامی، داوری و مومنی

منابع

- ۱) احمدپور داریانی، محمود و کریمی آصف (۱۳۹۵). کارآفرینی، تهران: مرکز نشر دانشگاهی
- ۲) احمدی جشوقانی، عبدالله و اسماعیلیان، غلامرضا (۱۳۹۵). ارزیابی اولویت‌بندی عوامل مؤثر بر بهبود تدوین استراتژی شرکت‌های کوچک و متوسط دانش‌بنیان با استفاده از مدل ANP مورد مطالعه شرکت‌های مستقر در شهرک علمی و تحقیقاتی اصفهان، نشریه علمی پژوهشی مدیریت فردا، ۱۳(۴۳)، ص ۳۷
- ۳) آرمان، مانی و شفیع، محبوبه (۱۳۹۶). قابلیت‌های رقابتی در شرکت‌های دانش‌بنیان مدلی برای تبیین نقش چابکی استراتژیک و یادگیری استراتژیک، مطالعات مدیریت (بهبود و تحول)، ۲۵ (۸۳)، ص ۳۴
- ۴) بهرامی، حسین؛ میرزاپور و صیادی (۱۳۹۹). کارآفرینی، نشر ادیبان روز
- ۵) پاک‌نیت، مریم؛ انصاری و شاهین (۱۳۹۵). تحلیل تأثیر توانمندی‌های نوآوری فناورانه بر تجاری‌سازی فناوری و عملکرد شرکت‌های دانش‌بنیان استان اصفهان. نشریه علمی پژوهشی مدیریت نوآوری، شماره ۳ ص ۶۴
- ۶) تاری، مهدیه؛ مرادی و ابراهیم پور (۱۳۹۴). بررسی عوامل مؤثر بر رشد و موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان، فصلنامه رشد فناوری، ۲۱(۱۲)، ص ۲۷
- ۷) جلال، مرادی و اکبری (۱۳۹۶). بررسی نقش متغیرهای مبتنی بر بازار در بهبود عملکرد صادرکنندگان دانش‌بنیان"، فصلنامه رشد فناوری، 99 (۲۶)، ص ۷۳
- ۸) حاج علی، محمد (۱۳۹۸). بررسی تأثیر رویکرد کارآفرینی بین‌المللی و رقابت بازار داخلی بر عملکرد صادرات شرکت‌های دانش‌بنیان شهر تهران با تأکید بر نقش میانجی قابلیت‌های سازمانی"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد دانشگاه شاهد
- ۹) حسین پور، گنجی زاده، ه و خاقانی زاده، (۱۳۹۸). چارچوبی برای نظریات کسب‌وکار بین‌المللی ارائه می‌شو. د مقاله ارائه‌شده در همایش ملی کارآفرینی و رقابت‌پذیری دانش‌محور شدن شرکت‌های تولیدی ایران بر اساس روش نظریه زمینه‌ای، فصلنامه مدیریت توسعه کارآفرینی، ۳(۱۱)، ص ۳۸
- ۱۰) رضوانی، مهران؛ موسوی نژاد، سید مهدی (۱۳۹۵). کارآفرینی بین‌المللی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران
- ۱۱) رمضانی، محمد؛ رجب‌زاده قطری، عادل و خدیور، (۱۳۹۸). بین‌المللی شدن صنایع کوچک و متوسط: ابعاد و استراتژی‌های جامع. مدیریت کسب‌وکارهای بین‌المللی، ۲(۱)، ص ۶۳

فصلنامه مدیریت کسب و کار نوآوران/ دوره ۱۵/ شماره ۵۹/ پائیز ۱۴۰۲

- ۱۲) سروری، رحیم؛ صنوبر و جبارزاده (۱۳۹۷). " بین‌المللی شدن شرکت‌های دانش‌بنیان: نقش دانش بازارهای خارجی و تشخیص فرصت کارآفرینی بین‌المللی"، فصلنامه توسعه کارآفرینی، ۱۱(۳)، ص ۲۱
- ۱۳) شقاقی شهری، وحید (۱۳۹۶). نقش اقتصاد دانش‌بنیان در همگرایی تجاری کشورهای اسلامی رویکرد برئگرایی اقتصاد مقاومتی، جستارهای اقتصادی ایران شماره ۱۴، ص ۲۴
- ۱۴) مایکل گربر (۱۳۹۷). افسانه کارآفرینی، ترجمه «کاوش حسین تبار و مجید فیاض فر»، تهران: انتشارات نخبه سازان
- ۱۵) مبینی دهکردی، علی؛ نانکلی؛ و جامه بزرگی (۱۳۹۵). بررسی تأثیر گرایش کارآفرینانه بین‌المللی سازی شرکت‌های موجود در صنعت شیشه و بلور ایران با نقش میانجی‌گری فرهنگ‌سازمانی، فصلنامه توسعه کارآفرینی، شماره ۹، ص ۶۴
- ۱۶) مقیمی، سید محمد؛ وکیلی، یوسف؛ اکبری، مرتضی، (۱۳۹۵) نظریه‌های کارآفرینی، تهران: انتشارات سمت
- ۱۷) منصور، سمیه، وظیفه، و یوسفی طبس (۱۳۹۶). اولویت‌بندی پیشران‌های عوامل اثرگذار در راستای توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در استان کرمان، فصلنامه توسعه کارآفرینی ۱۰(۲)، ص ۳۶
- ۱۸) یوسفی، محمد و قاضی‌زاده، مصطفی (۱۳۹۸). تأثیر شبکه‌های تجاری و اجتماعی بر بین‌المللی سازی شرکت‌ها، نشریه علمی پژوهشی مدیریت کسب‌وکار بین‌المللی شماره ۱، ص ۱۲۷
- 19) Autio, E. (2017), "Strategic entrepreneurial internationalization: A normative framework", Strategic Entrepreneurship Journal, 11(3), p۱۳۶
- 20) Colombo, Vătămănescu, Alexandru, Patrizia. G. (2018). The influence of internationalization process-based factors on international performance in the case of SMFEs. Business. Management Sciences International Quarterly Review. 9 (3), p۲۶۴
- 21) Giraud, Giudici, Grilli, (2019). Entrepreneurship policy and the financing of young innovative companies: Evidence from the Italian Startup Act. Research Policy, 48(9), p14
- 22) Khalid, S & Bhatti, K (2015). Entrepreneurial competence in managing partnerships and partnership knowledge exchange: Impact on performance differences in export expansion stages. Journal of World Business, 10(2), p ۳۶
- 23) Unctad (2017). "Science, Technology & Innovation Policy Review, Islamic Republic of Iran". United Nation. USA

بررسی نقش شرکت‌های دانش‌بنیان در توسعه کارآفرینی.../ زارعی، عباسی‌نامی، داوری و مومنی

یادداشت‌ها:

-
- 1 Auto
 - 2 Caesar Bandera
 - 3 Padula
 - 4 Mirzanti
 - 5 Khaksar
 - 6 Unctad
 - 7 Knowledge enterprise
 - 8 Laitel
 - 9 Colombo

۱۰خبرگزاری ایرنا، ۱۳۹۹

- 11 Michael Gerber
12. Khalid & Bhatti
- 13 Giraudo
- 14 Path Coefficient

Examining the role of knowledge-based companies in the development of international entrepreneurship with emphasis on the characteristics (creativity, commercialization, resistance to change and competitiveness) of these companies

Receipt: 05/09/2022

Acceptance: 17/01/2023

Mohammad Zarei¹

Hamed Abbasi Nami²

Ali Davari³

Mandan Momeni⁴

Abstract

This article examines the role of knowledge base firms on international entrepreneurship development by emphasizing on creativity and innovation, commercialization and resilience in changes with are features of such a company. Based on this objective, this study is applied developmental in its purpose and descriptive-survey under its methodology. Statistical population of study includes 2800 firms of knowledge base companies of Tehran province where 340 companies are selected randomly based on Morgan formula and required information are collected from their managers and experts. Methodology of data collection in qualitative part of study was conducted through library research and in quantitative part through a researcher made questionnaire. Acquired data were analyzed via statistical tests where based on views of assessed participants, the following finding were obtained: knowledge base firms by holding some features such as innovation and creativity, competitiveness, commercialization and resilience in changes have effective role in international development and growth of entrepreneurship.

Keywords

Knowledge-Based Company, Entrepreneur, Entrepreneurship, International Entrepreneurship

1-Department of Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.
M.zarei.mng@iauctb.ac.ir

2-Department of Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.
(Corresponding Author) Hamed.nami@iauctb.ac.ir

3-Department of Management, Faculty of Entrepreneurship, Tehran University, Tehran, Iran.
Ali-davari@ut.ac.ir

4-Department of Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.
man.momeni@iauctb.ac.ir