

تبیین مدل نقش شرکت‌های دانش‌بنیان بر کارآفرینی بین‌المللی

محمد زارعی^۱، حامد عباسی‌نامی^{۲*}، علی داوری^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۲/۲۵

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۱/۰۳/۱۶

چکیده

پژوهش حاضر به تبیین الگوی شرکت‌های دانش‌بنیان در زمینه کارآفرینی بین‌المللی می‌پردازد که از نظر هدف توسعه‌ای کاربردی و از نظر روش کیفی و کمی است. جامعه آماری پژوهش را شرکت‌های دانش‌بنیان استان تهران که ۲۸۰۰ نفر می‌باشد، تشکیل می‌دهد که بر اساس فرمول مورگان و به صورت تصادفی ۳۴۰ شرکت به عنوان نمونه انتخاب شدند. اطلاعات لازم در زمینه موضوع پژوهش از مدیران این شرکت‌ها جمع‌آوری گردید. روش گردآوری داده‌ها در بخش کیفی از طریق مطالعات کتابخانه‌ای و در بخش کمی نیز برای جمع‌آوری اطلاعات از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. داده‌های به دست آمده از طریق آزمون‌های آماری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت که بر اساس نظر افراد مورد بررسی این یافته‌ها بدست آمد که شرکت‌های دانش‌بنیان با ویژگی‌هایی مانند نوآوری و خلاقیت، اشاعه دانش، داشتن فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی مناسب، ریسک‌پذیر بودن، رقابت‌پذیری، تجاری‌سازی محصولات، مدیران موفق و کارآمد، تاب‌آوری در برابر تغییر و بین‌المللی‌شدن و جهانی‌شدن نقش مؤثری در رشد و توسعه کارآفرینی بین‌المللی دارند.

واژه‌های کلیدی: شرکت دانش‌بنیان، کارآفرین، کارآفرینی، کارآفرینی بین‌المللی.

طبقه‌بندی: JEL: E22, L25, M31, M31, M31, L26

^۱ دانشجوی دکتری کارآفرینی-بین‌الملل، گروه مدیریت، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

^۲ استادیار گروه مدیریت، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول):

(Hamed.nami@iauctb.ac.ir)

^۳ استادیار گروه مدیریت، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران.

مقدمه

از آنجائیکه مهم‌ترین ویژگی جوامع امروز، تغییرات گسترده، پیچیدگی و رقابت برای توسعه در بخش‌های مختلف است که بیشتر کشورها برای توسعه و رشد تلاش می‌کنند که این مهم از طریق شرکت‌های دانش‌بنیان با تولید محصولات جدید و با فن‌آوری نوین و رقابت در سطح بین‌المللی و عرضه آن به جهانیان امکان‌پذیر می‌باشد که موجب رشد و توسعه کارآفرینی بین‌المللی و ورود به بازارهای جهانی را فراهم می‌نماید. براین اساس، شرکت‌های دانش‌بنیان بعنوان شرکت‌های کوچک و متوسط با استفاده از دانش و محصولات نوین که وارد بازار می‌شوند، مورد توجه و تأکید قرار گرفته و از اهمیت خاصی برخوردار هست (انصاری و حق‌شناس گرگانی، ۱۳۹۶: ۳۶). یکی از رویکردهای نوین نسبت به جهانی‌سازی شرکت‌ها، رویکرد کارآفرینی بین‌المللی است که از تقابل دو حوزه مطالعاتی کارآفرینی و کسب و کار بین‌المللی به وجود می‌آید که در این رویکرد، به ویژگی‌های کارآفرینان و جهانی بودن این شرکت‌ها تأکید می‌شود که در این راستا بین‌المللی‌سازی کسب و کارها نقش مهمی در ایجاد کارآفرینی بین‌المللی دارد.

بیان مسئله

با توجه به اینکه کسب و کارهای کوچک و متوسط (شرکت‌های دانش‌بنیان) این پتانسیل را دارند که با دستاوردهایی نظیر نوآوری در فناوری، پویایی صنعت و ایجاد درآمد، بر اقتصاد جوامع مؤثر باشند و این شرکت‌ها با تولید دانش و ارائه محصولات فناورانه به‌منظور توسعه اقتصادی و حل مسائل بشری فعالیت می‌کنند که می‌تواند فراتر از مرزهای ملی قابل استفاده باشد که این امر منجر به توسعه کارآفرینی در فراسوی مرزها و حضور در بازارهای بین‌المللی می‌شود که همان کارآفرینی بین‌المللی است. بنابراین استراتژی‌های مورد توجه در شرکت‌های دانش‌بنیان، فعالیت در بازارهای بین‌المللی و ایجاد کسب و کار کارآفرینانه بین‌المللی هست. اگر شرکت‌های دانش‌بنیان موفق به بین‌المللی‌سازی کسب و کار خود شوند، گام مهمی در توسعه پایدار و به‌تبع آن با غلبه بر برخی از موانع رشد در بازارهای اشباع داخلی خواهد بود. در واقع این شرکت‌ها موتور رشد و توسعه اقتصاد دانش مبتنی بر نوآوری و فناوری‌های جدید محسوب می‌شوند و بر این اساس، رشد و رونق شرکت‌های دانش‌بنیان، باعث توسعه کشورها به سمت اقتصاد پایدار می‌گردد (آی تو^۱، ۲۰۱۷: ص ۱۳۶). همچنین باید به تجربیات افراد، شرکت‌ها و سازمان‌های بین‌المللی نگاهی استراتژیک و جسورانه داشته باشیم و به تحولاتی که این‌گونه کارآفرینی در سطح بین‌الملل در بنگاه‌های داخلی ایجاد کرده‌اند را مورد توجه قرار دهیم (تاری و همکاران، ۱۳۹۴: ص ۴۲).

با توجه به اینکه در اقتصاد کنونی، شرکت‌های دانش‌بنیان از جایگاه ممتازی برخوردار می‌باشند و نقش کلیدی در رشد اقتصادی مبتنی بر فناوری، در جوامع پیشرو محسوب می‌شوند. بر این اساس، در قانون کشور ما بر حمایت از توسعه تولیدات دانش‌بنیان، اجرای برنامه توسعه صادرات و حمایت از بین‌المللی‌سازی شرکت‌های دانش‌بنیان تأکید شده است، اما در کشور ما این شرکت‌ها با موانع و چالش‌های متعددی روبرو می‌باشند که مانع رشد این شرکت‌ها و عدم موفقیت آنها را در ایجاد و گسترش کارآفرینی بین‌المللی می‌شود بعنوان مثال در کشور ما اقتصاد وابسته به نفت موجب شده تا بنگاه‌های کلان، خرد و متوسط در زمینه

¹ Autio

مدیریت استراتژیک در محیط فعال بین‌الملل با مشکلاتی مواجه باشند که مستلزم وجود دو نوع خلأ که یکی مربوط به موانع جهت رشد این شرکت‌ها و دیگری نیز عدم موفقیت آنها در ایجاد فرصت‌های کارآفرینی در سطح بین‌المللی و عدم توجه به ابعاد و شاخصه‌هایی است که می‌تواند بر ایجاد و توسعه کارآفرینی بین‌المللی در این شرکت‌ها مؤثر باشد و همچنین به نظر می‌رسد که حمایت‌ها و اقدامات لازم از این شرکت‌ها برای تجاری‌سازی محصول در سطح فرامرزی به صورت مطلوب صورت نمی‌گیرد و این شرکت‌ها از نظر کارآفرینی در سطح بین‌المللی از رتبه مناسبی برخوردار نمی‌باشند که جهت رشد این شرکت‌ها و توان رقابت در سطح بین‌المللی باید فرصت‌های کارآفرینی ایجاد و با استفاده مناسب از این فرصت‌ها، کارآفرینی بین‌المللی را توسعه و گسترش داد. از آنجائیکه در این راستا پژوهش صورت نگرفته است. پژوهش حاضر به تبیین مدل‌هایی شرکت‌های دانش‌بنیان بر کارآفرینی بین‌المللی می‌پردازد و سؤال اصلی پژوهش را می‌توان مطرح نمود که شرکت‌های دانش‌بنیان چگونه می‌تواند در توسعه کارآفرینی بین‌المللی مؤثر باشد؟ که در این راستا با معرفی شرکت‌های دانش‌بنیان و ویژگی‌هایی این شرکت‌ها عواملی که باعث گسترش کارآفرینی در سطح ملی و بین‌المللی و توسعه و رشد اقتصاد کشور می‌شود، مورد بررسی قرار گرفته است.

با توجه جایگاه و ارزش روزافزون شرکت‌های دانش‌بنیان در جامعه، تحقیقاتی در این زمینه صورت گرفته که به برخی از آنها اشاره می‌شود: کاباران زاده‌قدیم (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 عبارتند از: ویژگی‌های شخصیتی و قابلیت‌های فردی کارآفرین، عوامل محیط کشور مبدأ و مقصد، و قابلیت‌های بنگاه کارآفرینی هست؛ اسماعیل‌پور و دیگران (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؛ حسین‌پور و دیگران (۱۳۹۴) "به بررسی طراحی مدل ایجاد و توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در رشته‌های علوم انسانی" پرداخته‌اند که بر اساس الگوی مستخرج از تجزیه و تحلیل یافته‌های پژوهش در بخش کدگذاری انتخابی در قالب شش مقوله اصلی و یازده مقوله فرعی طراحی شد. این مقوله‌ها عبارتند از: مدیریت و سیاست‌گذاری، فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی، بسترها و زیرساخت‌ها، ارتباطات و شبکه‌های علمی، نوآوری، نشر و اشاعه دانش هست. سروری و دیگران (۱۳۹۷) "بین‌المللی‌شدن 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 بین‌المللی‌شدن شرکت‌های دانش‌بنیان تأثیر مثبت دارد. متغیر تشخیص فرصت کارآفرینانه بین‌المللی نیز نقش میانجی در رابطه دانش بازار خارجی و بین‌المللی‌شدن دارد؛" دهکردی و همکاران (۱۳۹۵) "تأثیر گرایش کارآفرینانه بر بین‌المللی‌سازی شرکت‌های موجود در صنعت شیشه و بلور ایران با نقش میانجی‌گری فرهنگ سازمانی را بررسی نموده که بر اساس یافته‌های پژوهش

تأثیر مثبت گرایش کارآفرینانه بر بین‌المللی‌سازی شرکت تأیید شد و این نتیجه به دست آمد که ۶۹ درصد از اثر کل گرایش کارآفرینانه بر بین‌المللی‌سازی از طریق غیرمستقیم متغیر میانجی فرهنگ سازمانی تبیین می‌گردد.^۱ امینی و فتاحی (۱۳۹۶) "به طراحی الگوی بین‌المللی‌سازی بنگاه‌های کوچک و متوسط در شرکت‌های دانش‌بنیان مبتنی بر نانو پرداختند و به این نتیجه رسیدند که قابلیت آغاز فرایند بین‌المللی‌سازی کسب و کارهای کوچک و متوسط، وجود مزیت رقابتی پایدار در کلاس جهانی با پیشران‌های موجود در نهاد فرد کارآفرین و همچنین در بطن کسب و کار است و بسته به وضعیت بازار، میزان رقابت داخلی و همچنین اندازه بنگاه و سوابق تجربی موجود شرکت تشدید خواهد شد؛^۲ 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 فرصت محور 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." محمدیان آسیاب‌ر و دیگران (۱۳۹۱) "نقش شرکت‌های دانش‌بنیان در توسعه کارآفرینی را مورد بررسی قرار دادند که نتایج پژوهش بیانگر این مطلب است که توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان در توسعه اقتصادی و اشتغال‌زایی کشور شناسایی راهبردها و عوامل مؤثر در توسعه کارآفرینی و حمایت از تجاری‌سازی محصولات شرکت‌های دانش‌بنیان اهمیت بسزایی دارد؛ سزار بندرا^۳ و دیگران (۲۰۱۷) "مدیریت دانش و کارآفرین: بینش از ایکوپرو نوناکا مدل ایجاد دانش پویا (SECI) را مورد بررسی قرار دادند که یافته‌های این 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^۴ و همکاران (۲۰۱۵) "به بررسی سودآوری و عملکرد نوآورانه شرکت‌های کوچک و متوسط (SME) در بازارهایی با فناوری بین‌المللی‌سازی این شرکت‌ها" پرداختند که یافته‌های پژوهش بیانگر این مطلب است که متخصصین فناوری "شرکت‌هایی هستند که در تولید نوآوری‌ها و داد و ستد آن دسته از نوآوری‌های موجود به شکل‌های دیگر با سایر شرکت‌ها، متخصص و پیشرو هستند، که این کار نیز معمولاً از طریق لایسنس کردن توافقنامه‌ها انجام می‌شود؛ میرزانتی^۳ و همکارانش (۲۰۱۴) "چارچوب مفهومی سیاست‌گذاری کارآفرینی را بر اساس تجزیه و تحلیل در سطح میکرو، مزو و کلان^۴ 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 کسب و کار تمرکز می‌کند، در حالی که سطح مزو شامل کاهش بار دولت در تسهیل ورود کسب و کار و مقررات‌زدایی واردات و صادرات و همچنین تمرکز بر کسب و کار و مشوق کسب و کار می‌باشد. در سطح کلان، سیاست‌های کارآفرینی باید بر ایجاد فرهنگ کارآفرینی، زیرساخت‌های کارآفرینی و مقررات، تمرکز نماید. که بر اساس یافته‌های بدست آمده در تحقیقات فوق می‌توان به اهمیت و ضرورت شرکت‌های دانش‌بنیان در جامعه پی برد.

¹ Caesar Bandara

² Padula

³ Mirzanti

⁴ Khaksar

بنابراین، با توجه به اهمیت این شرکت‌ها در اقتصاد ملی و ضرورت توجه ویژه به توسعه و برونگرایی آنها، بر اساس آمار صندوق حمایت از سرمایه‌گذاری صنایع کوچک در سال ۲۰۱۸ سهم شرکت‌های کوچک و متوسط از صادرات کل ایران فقط ۱۰ درصد می‌باشد و طبق گزارش صندوق توسعه ملل متحد رقم صادرات 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، تطابق آمار و جایگاه فعلی کشور با اهداف متعالی تعیین شده مذکور نشان از شکاف عملکردی بالا و وضعیت نامطلوب پیشران‌های اقتصادی کشور می‌باشد. آنکتاد^۱، ۲۰۱۷ ص ۲۳).

چارچوب مفهومی پژوهش

با توجه اینکه مقاله موردنظر به تبیین مدل نقش شرکت‌های دانش‌بنیان بر کارآفرینی بین‌المللی می‌پردازد، در این راستا سؤالات و فرضیاتی مطرح شد که سؤال اصلی بدین صورت است که شرکت‌های دانش‌بنیان چگونه می‌توانند در 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-جهانی‌شدن؛ ۳-نشر و اشاعه دانش؛ ۴-ریسک‌پذیر بودن؛ ۵-فعالیت‌های آموزشی و پرورشی؛ ۶-تجاری‌سازی؛ ۷-رقابت‌پذیر بودن؛ ۸-مدیریت کارآمد و سیاست‌گذاری مناسب؛ ۹-مقاومت در برابر تغییر؛ در شرکت‌های دانش‌بنیان با توسعه کارآفرینی بین‌المللی رابطه وجود دارد. همچنین مدل مفهومی پژوهش نیز بر اساس فرضیات طراحی گردید که 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 حاصل شد و در مرحله دوم پرسشنامه‌ای بر اساس فرضیات و مدل مفهومی ساخته شد 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 چگونگی تأثیر شرکت‌های دانش‌بنیان بر توسعه کارآفرینی بین‌المللی و مدل مفهومی پژوهش پرداخته است:

^۱ Unctad

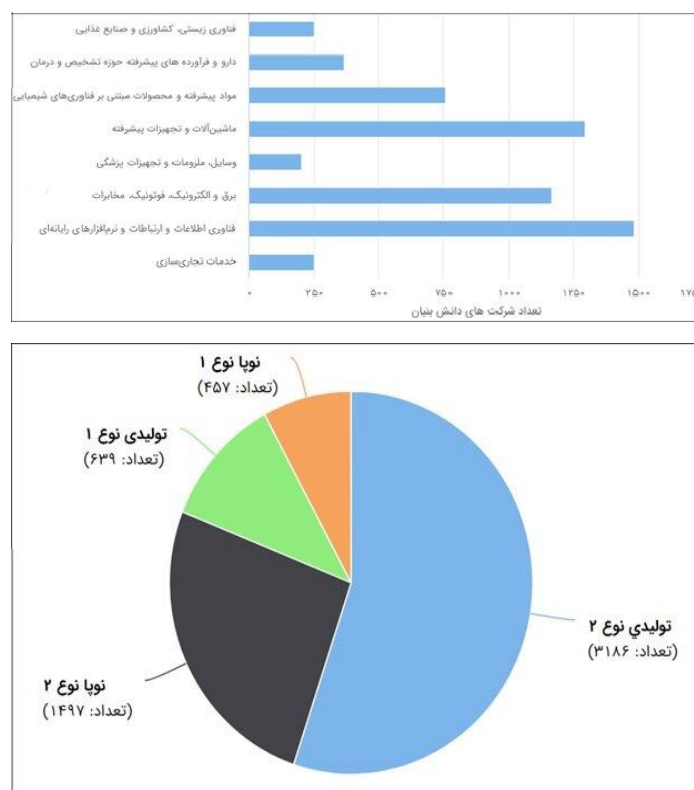
شرکت‌های دانش‌بنیان

عبارت «شرکت دانش‌بنیان»، از لحاظ نظری، اشاره به شرکت‌هایی دارد که یادگیرنده و خالق دانش هستند و از دانش به صورت ضمنی و آشکار برای توسعه محصولات و فناوری‌های خود استفاده می‌نمایند. واژه «شرکت‌های دانش‌بنیان» یا واژه‌های مشابهی، عبارت جدیدی در ادبیات مدیریتی و اقتصادی جهان می‌باشد که مصداق با مفاهیمی نظیر: «سازمان‌ها یا کسب و کارهای دانش‌محور»، «شرکت‌های کوچک دانش‌مبنا»، «شرکت‌های فناوری محور»، «شرکت‌های کوچک نوآور»، «شرکت‌های مبتنی بر فناوری‌های پیشرفته» یا «شرکت‌های مبتنی بر فناوری‌های نوین» می‌باشد. اولین پژوهش در خصوص این شرکت‌ها توسط لایتل^۱ در سال ۱۹۷۹ انجام شده است که وی با به کار بردن عبارت شرکت‌های فناوری محور، این شرکت‌ها را مؤسسه‌ای معرفی نمود که متکی بر نوآوری و اختراعات علمی بوده و با هدف تجاری‌سازی این اختراعات و نوآوری‌ها تأسیس می‌شوند. بنابراین بطور کلی می‌توان گفت که نقطه اشتراک در تمام شرکت‌های دانش‌بنیان استفاده از دارایی‌های نامشهود می‌باشد و این شرکت‌ها به نوآوری به‌عنوان اصلی‌ترین منبع رقابتی متکی می‌باشند (کلمبوئت و دیگران^۲، ۲۰۱۸ ص ۲۶۴). در کشور ما بر اساس ماده یک قانون حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان مصوب ۱۳۸۹؛ شرکت‌های دانش‌بنیان عبارت از: «شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان، شرکت یا موسسه خصوصی یا تعاونی است که به‌منظور هم‌افزایی علم و ثروت، توسعه اقتصاد دانش‌محور، تحقق اهداف علمی و اقتصادی (شامل گسترش و کاربرد اختراع و نوآوری) و تجاری‌سازی نتایج تحقیق و توسعه (شامل طراحی و تولید کالا و خدمات) در حوزه فناوری‌های برتر و با ارزش افزوده 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 فراتر رفت و نزدیک به ۶۰۰۰ هزار شرکت رسید. همچنین درآمد شرکت‌های دانش‌بنیان از سال ۱۳۹۲ تاکنون روند رو به رشدی داشته، به‌نحوی که بر اساس پیش‌بینی‌ها درآمد این شرکت‌ها در سال ۱۳۹۹ به بیش از ۱۵۰ هزار میلیارد تومان بوده و این روند در سال ۱۳۹۸ حدود ۱۲۰ هزار میلیارد تومان برآورد شده بود. میزان فروش شرکت‌ها در مرحله جمع‌آوری اطلاعات است. بیشترین تعداد شرکت‌ها در حوزه ماشین‌آلات و تجهیزات پیشرفته، فناوری اطلاعات و ارتباطات و نرم‌افزارها و برق و الکترونیک فعال هستند^۳.

^۱ Laitel

^۲ Colomboet al

^۳. خبرگزاری ایرنا، ۱۳۹۹



شکل ۱) فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان در حوزه‌های مختلف فناوری

مفهوم کارآفرینی و کارآفرینی بین‌المللی

کارآفرینی به فرایند خلق ارزش جدید (مادی یا معنوی) از طریق تلاش متعهدانه با در نظر گرفتن ریسک‌های ناشی از آن اطلاق می‌شود. کارآفرینی فرآیند ایجاد ارزش از راه تشکیل مجموعه منحصر به فردی از منابع به‌منظور بهره‌گیری از فرصت‌ها می‌باشد. در زبان فارسی برای این واژه به‌طور دقیق معادلی وجود ندارد و در فرهنگ آریان پور واژه "Entreprenant" معادل متهور، جسور، اقدام‌کننده به فعالیت‌های مهم، بی‌باک، دل به دریا زدن و پیش‌قدم در تأسیس شرکت آمده است. (احمدپورداریانی و کریمی ۱۳۹۵ ص ۴۳). کارآفرینی شامل انواع مختلفی است که مهم‌ترین آنها عبارتند از: کارآفرینی فردی (مستقل)؛ کارآفرینی سازمانی؛ کارآفرینی اجتماعی؛ کارآفرینی شرکتی؛ کارآفرینی دولتی؛ کارآفرینی از راه دور و کارآفرینی بین‌المللی (مایکل گربر^۲، ۱۳۹۷ ص ۴۶). کارآفرینی بین‌المللی فرآیندی است که در آن کارآفرین فراتر از مرزهای ملی به فعالیت‌های تجاری می‌پردازد که شامل صادرات، تولید تحت لیسانس، فرانشیز، ایجاد دفاتر فروش در کشور دیگر می‌باشد. این نوع کارآفرینی پدیده‌ی نوظهور است که مقایسه رفتارها و همچنین فرهنگ کارآفرینانه بین چند کشور را دربر می‌گیرد. برخی محققان، کارآفرینی بین‌المللی را فرآیند خلاقانه کشف و بهره‌برداری از فرصت‌های

¹ Entrepreneurship

² Michael Gerber

خارج از بازارهای داخلی و در جست‌وجوی مزیت رقابتی در نظر می‌گیرند که ارزش مدیریتی را ایجاد می‌کند که افراد به‌واسطه آن رفتارهای نوآورانه، بیش‌فعاله 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). بنابراین، کارآفرینی بین‌المللی، کشف، تصویب، ارزیابی و بهره‌برداری از تمام فرصت‌های ملی و فراملی بمنظور تولید کالا و خدمات در آینده است که دارای فوایدی فراوانی است که مهم‌ترین آنها عبارتند از: سود و فروش بیشتر؛ هزینه تولید پایین‌تر؛ مزیت نیروی کار ارزان؛ دستیابی به مزیت‌های کارآفرینانه و افزایش اعتبار؛ جهانی و بین‌المللی شدن از طریق تولید محصولات باکیفیت در سطح جهانی؛ استخدام نیروهای چندزبانه برای ورود به بازارهای جهانی برای فروش محصولات و تولید بیشتر؛ بکارگیری استعداد و قابلیت مدیریتی؛ فرصت رشد؛ گسترش نیروی کار داخلی؛ جهانی‌سازی مشتریان و جهانی‌سازی رقبا (رضانی و دیگران، ۱۳۹۸ ص ۶۳).

نقش شرکت‌های دانش‌بنیان بر توسعه کارآفرینی بین‌المللی

بنگاه‌های اقتصادی متوسط، به‌ویژه شرکت‌های نوپا با استفاده از مدل SECI می‌توانند وارد حوزه کارآفرینی شوند و از طریق استارت‌آپ‌ها به پایداری و رشد شرکت‌ها مؤثر واقع شوند. همچنین با بهره‌گیری از این مدل می‌توان دانش جدید را اختراع و به بازارهای جهانی صادر نمایند. همچنین کارآفرینان توسط مدیریت دانش می‌توانند موجب بقای استارت‌آپ‌ها شوند. بطور کلی مدل SECI رابطه بین کارآفرینی و مدیریت دانش و به توسعه شرکت‌های دانش‌بنیان تأکید می‌کند (خالد و بهاتی^۱، ۲۰۱۵ ص ۳۶).

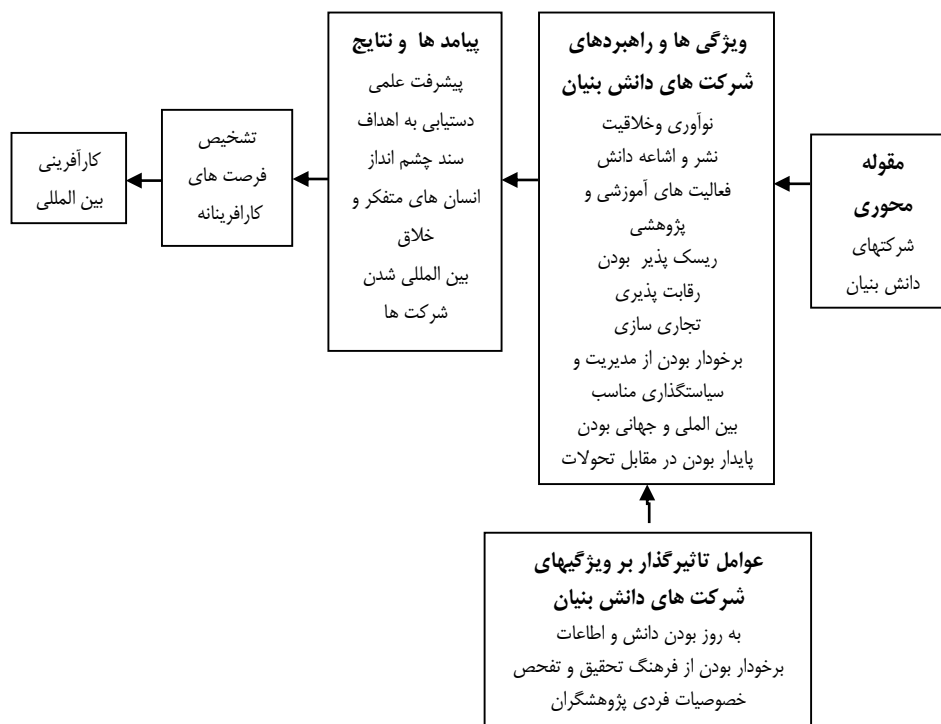
به‌طور کلی شرکت‌های مبتنی بر فناوری صنایع، بر کارآفرینی، نوآوری و بین‌المللی‌سازی مرتبط می‌باشند که در بیشتر شرکت‌های دانش‌بنیان صنایع کاملاً مشهود است. فرآیندهای کارآفرینی باعث می‌شود که سرمایه‌گذاری جدید مسیر رشد پایدار را دنبال کند. همچنین بقا و موفقیت یک سرمایه‌گذاری نوین بستگی به طراحی مؤثر مدل کسب‌وکار دارد. شرکت‌های نوپای کارآفرین، 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 شرکت‌هایی که تلاش می‌کنند کسب‌وکار خود را توسعه دهند، تحت تأثیر جهانی‌شدن، از نظر سرعت نوآوری و فشار رقابت قرار می‌گیرند که در این راستا فرآیندهای بین‌المللی‌سازی، نوآوری و کارآفرینی به‌طور مجزا مورد توجه قرار می‌گیرند و از مدل‌های نوین کسب‌وکار که توان رقابت‌پذیری در سطح بین‌المللی را داشته باشند استفاده می‌نمایند (جیرادو و همکاران^۲، ۲۰۱۹ ص ۱۴). بر این اساس، کسب‌وکارهای دانش‌بنیان در کشور نقش مهمی در اثربخشی تولید، تبلور دانش در محصولات و خدمات جدید، ارتقاء سطح اقتصاد و رفاه، تولید ثروت و ارزش افزوده در یک جامعه ایفا می‌کنند. این کسب‌وکارها بیشتر از سایر بنگاه‌های اقتصادی خود را با تغییر و تحولات نوظهور در محیط کسب‌وکار همگام نموده و برای بقا در محیط‌های رقابتی تلاش می‌کنند و از طریق درآمدزایی و سودآوری، بازگشت سرمایه، اشتغال، عملکرد

¹ Khalid & Bhatti

² Girardo et al

بازار شامل افزایش اعداد مشتریان، رقابتی بودن شرکت و ایجاد ارتباط بلندمدت با مشتریان، نوآوری، رضایت، تحقق اهداف و موفقیت شخصی نظیر برخورداری از کار چالشی و استقلال کاری ابعاد شاخص و تأثیرگذار باعث توسعه کارآفرینی در سطح ملی و بین‌المللی در کسب‌وکارهای کوچک و متوسط می‌شود. همچنین آمیخته بازاریابی با کارآفرینی باعث موفقیت کارآفرینانه شرکت‌های دانش‌بنیان می‌گردد و نیز عین قیمت‌گذاری کارآفرینانه مبتنی بر ارائه محصولات با کمترین قیمت با توجه به سطح نیاز مشتریان، داشتن راهبرد قیمت‌گذاری با توجه به شرایط و پایین آوردن هزینه‌های تولید بر موفقیت کارآفرینی بین‌المللی شرکت‌های دانش‌بنیان است (رضوانی و موسی‌نژاد، ۱۳۹۵ ص ۴۷). بطور کلی می‌توان گفت که از طریق کارآفرینی بین‌المللی در شرکت‌های دانش‌بنیان می‌توان با نیروی کار خلاق در کسب‌وکارهای جدید از یک اقتصاد سنتی به سمت یک اقتصاد مدرن و پیشرفته گام برداشت داد و همچنین رقابت در بازارهای جهانی باعث فروش محصول و سود کافی دست یابند که در نهایت این شرکت‌ها نقش مؤثری در افزایش تولید و اشتغال در کشورهای درحال توسعه دارند. بر این اساس، کارآفرینی بین‌المللی فرایندی است که یک کارآفرین فعالیت کسب‌وکارش را از میان مرزهای ملی انتقال می‌دهد. این کار شامل صادرات، اعطای گواهینامه و گشایش دفاتر فروش در یک کشور دیگر می‌باشد. همچنین کارآفرینی بین‌المللی توسعه کسب‌وکارهای بین‌المللی جدید یا استارت‌آپ‌هایی است که فعالیتشان از کسب‌وکار بین‌المللی آغاز می‌شود و این نوع کارآفرینی سودآور است. اگر فروش در بازار داخلی کاهش پیدا کند، آنها می‌توانند محصولشان را در بازار بین‌المللی با توجه به تقاضای محصول در بین مشتریان خارجی به فروش برسانند و از این فروش سود نمایند (سروری و دیگران، ۱۳۹۷ ص ۲۷). همچنین شرکت‌هایی که هزینه‌های تولید بالایی داشته و از این هزینه‌های ثابت متضرر شده‌اند می‌توانند از طریق گسترش چند واحد فروش محصولاتشان در بازار جهانی فروش بالایی داشته باشند. ورود به صحنه بین‌الملل و رقابت با رقبای دارای پیچیدگی بیشتر، شرکت‌های کشورهای درحال توسعه را کارآزموده‌تر، رقابتی‌تر و خلاق‌تر خواهد کرد و این امر خود زمینه‌ساز به دست آوردن فناوری و دانش روز خواهد بود و بدون تردید با کسب فناوری و دانش مدرن، این شرکت‌ها هم کار را برای خود آسان‌تر می‌کنند و هم باعث ایجاد رفاه در کشورهای خود می‌شوند؛ بنابراین، کشورهای درحال توسعه و شرکت‌های آنان برای استفاده از فناوری روز و ایجاد ثروت، تولید و رفاه، ناگزیر به ورود به صحنه رقابت کارآفرینی بین‌الملل هستند و اگر وارد صحنه کارآفرینی بین‌الملل نشوند دچار سکون و عدم خلاقیت شده که این امر منجر به فرسودگی و افزایش زیان و کاهش سود و فروش می‌شود و رفاه در این کشورها کاهش می‌یابد. بر این اساس کارآفرینی بین‌المللی از طریق فرایند شناسایی، تصویب، ارزشیابی و بهره‌برداری از فرصت‌ها به موفقیت در محیط‌های بین‌المللی کمک خواهد کرد (حاج علی، ۱۳۹۸ ص ۴۳). بنابراین، با استفاده از منابع انسانی باتجربه و ایجاد ایده‌های ناب و کارآفرین و فرصت‌های کارآفرینی، شرکت‌های دانش‌بنیان به سمت تجاری‌سازی گام برداشته و به توسعه و رشد فناوری، نوآوری در فرآیندهای سازمان و پویایی در بازارهای رقابتی نائل خواهند شد. اما در کشور ما شرکت‌های دانش‌بنیان بر موانع و چالش‌های در حوزه‌های مختلفی از جمله حوزه کارآفرینی مواجه می‌باشند که موجب شده تا این شرکت‌ها با داشتن ویژگی‌های منحصر بفردشان نقش مؤثری در توسعه کارآفرینی بین‌المللی نداشته باشند.

مدل مفهومی پژوهش (ابعاد مدل دانش بنیان؛ مؤلفه‌ها و شاخص‌های مدل دانش بنیان)



بر اساس مدل مفهومی پژوهش می‌توان گفت که شرکت‌های دانش بنیان با برخوردار بودن از ویژگی‌ها و مشخصاتی نظیر: نوآوری و خلاقیت، نشر و اشاعه دانش، انجام فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی، ریسک‌پذیری، رقابت‌پذیر بودن در سطح ملی و بین‌المللی، جهانی بودن، تجاری‌سازی محصولات فکری، برخوردار بودن از مدیریت و سیاست‌گذاری مناسب، مقاومت در برابر تغییر، به‌روز بودن دانش، داشتن روحیه تحقیق و تفحص و همچنین خصوصیات فردی افراد و پژوهشگران جمله داشتن روحیه همکاری و باور به انتقال دانش در این حوزه نقش اصلی در توسعه نوآوری و کارآفرینی در سطح ملی و بین‌المللی قلمداد می‌شوند، اما در این زمینه با چالش‌ها و بحران‌های زیادی هستند، که شناسایی و معرفی عوامل تأثیرگذار و همچنین موانع آن می‌تواند به توسعه و موفقیت جهانی و بین‌المللی شدن این شرکت‌ها و بهره‌برداری از فرصت‌های بین‌المللی، تشخیص فرصت‌های کارآفرینی بین‌المللی نقش مؤثری ایفا نماید.

روش‌شناسی پژوهش

با توجه به اینکه پژوهش موردنظر به تبیین مدل نقش شرکت‌های دانش بنیان بر کارآفرینی بین‌المللی می‌پردازد، این پژوهش از نظر هدف توسعه‌ای-کاربردی و از نظر ماهیت پیمایشی است. روش تحقیق در پژوهش حاضر به دو قسمت الف) کیفی و ب) کمی تقسیم می‌شود که بخش کیفی به اطلاعات در زمینه شناسایی ابعاد الگوی مفهومی پژوهش جمع‌آوری شده است و در بخش کمی نیز اطلاعات لازم در مورد

نقش شرکت‌های دانش‌بنیان بر توسعه کارآفرینی بین‌المللی از طریق پرسشنامه بدست آمد است و بعد از بدست آوردن اطلاعات، با استفاده از آزمون‌های آماری اقدام به توصیف و تحلیل داده‌های بدست آمده شده است. جامعه آماری پژوهش حاضر را کلیه مدیران و کارشناسان شرکت‌های دانش‌بنیان استان تهران که بیش از ۲۸۰۰ می‌باشد تشکیل می‌دهند که بر اساس فرمول کوکران و به‌صورت 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. بطور کلی روش گردآوری داده‌ها در پژوهش موردنظر به‌صورت کیفی - کمی بوده که در بخش کیفی از طریق مطالعات کتابخانه‌ای (کتب و نشریات خارجی و داخلی، پایگاه‌های داده، سایت‌های اینترنتی و غیره) اطلاعات لازم حاصل شد و در بخش کمی نیز، برای اجرای طرح و گردآوری اطلاعات از پرسشنامه محقق ساخته استفاده شده است. برای تعیین روایی ابزار اندازه‌گیری که از پرسشنامه محقق استفاده شده است در اختیار تعدادی از اساتید قرار داده شد و برای تعیین پایایی ابزار اندازه‌گیری ضریب پایایی از طریق آلفای کرونباخ برای شاخص‌ها و کل پرسشنامه بدست آمد که برابر با ۰,۸۰ می‌باشد. تجزیه و تحلیل داده‌ها در بخش کیفی بر اساس پژوهش‌های صورت گرفته (داخلی و خارجی) و مدل مفهومی صورت گرفت و در بخش کمی نیز داده‌های بدست آمده از طریق پرسشنامه توسط نرم‌افزار آماری SPSS مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است.

بررسی فرضیه های پژوهش

جدول شماره ۱) آزمون ضریب همبستگی پیرسون رابطه بین خلاقیت و نوآوری در شرکت‌های

دانش‌بنیان با توسعه کارآفرینی بین‌المللی

مؤلفه ها	تعداد	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
کارآفرینی بین‌المللی	۳۴۰	.۴۷۳**	.۰۰۰
خلاقیت و نوآوری			

سطح معنی‌داری بدست آمده که برابر با ۰,۰۰۰ می‌باشد که $\text{Sig} \leq 0,05$ می‌باشد. بنابراین فرض H_0 رد می‌شود H_1 پذیرفته می‌شود و بر اساس نظر پاسخگویان با ضریب اطمینان ۹۹ درصد بین خلاقیت و نوآوری در شرکت‌های دانش‌بنیان با توسعه کارآفرینی بین‌المللی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

جدول شماره ۲) آزمون ضریب همبستگی پیرسون رابطه جهانی شدن در شرکت‌های دانش‌بنیان با

توسعه کارآفرینی بین‌المللی

مؤلفه ها	تعداد	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
کارآفرینی بین‌المللی	۳۴۰	.۴۸۳**	.۰۰۰
جهانی شدن			

با توجه به سطح معنی‌داری بدست آمده که برابر با ۰,۰۰۰ می‌باشد که $\text{Sig} \leq 0,05$ باشد بنابراین فرض H_0 رد می‌شود H_1 پذیرفته می‌شود. بنابراین، بر اساس نظر افراد مورد بررسی جهانی شدن می‌تواند در ایجاد و توسعه کارآفرینی بین‌المللی تأثیرگذار باشد.

جدول شماره ۳) آزمون ضریب همبستگی پیرسون رابطه نشر و اشاعه دانش در شرکت‌های دانش‌بنیان با توسعه کارآفرینی بین‌المللی

مؤلفه ها	تعداد	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
کارآفرینی بین‌المللی	۳۴۰	.۱۱۵*	.۰۳
نشر و اشاعه دانش			

سطح معنی داری بدست آمده که برابر با ۰.۰۳ می‌باشد که $\text{Sig} \leq ۰,۰۵$ باشد بنابراین فرض H_0 رد می‌شود H_1 پذیرفته می‌شود که از نظر پاسخگویان بین نشر و اشاعه دانش در شرکت‌های دانش‌بنیان با توسعه کارآفرینی بین‌المللی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

جدول شماره ۴) آزمون ضریب همبستگی پیرسون رابطه ریسک‌پذیر بودن شرکت‌های دانش‌بنیان با توسعه کارآفرینی بین‌المللی

مؤلفه ها	تعداد	ضریب همبستگی اسپرمن	سطح معناداری
کارآفرینی بین‌المللی	۳۴۰	.۵۷۷**	.۰۰۰
ریسک‌پذیر بودن			

با توجه به سطح معنی‌داری بدست آمده که برابر با ۰.۰۰۰ می‌باشد که $\text{Sig} \leq ۰,۰۵$ باشد بنابراین فرض H_0 رد می‌شود H_1 پذیرفته می‌شود. بنابراین، از نظر افراد مورد بررسی با ضریب اطمینان ۹۹ درصد بین ریسک‌پذیر بودن شرکت‌های دانش‌بنیان با توسعه کارآفرینی بین‌المللی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

جدول شماره ۵) آزمون ضریب همبستگی پیرسون رابطه فعالیت‌های آموزشی و پرورشی در شرکت‌های دانش‌بنیان با توسعه کارآفرینی بین‌المللی

مؤلفه ها	تعداد	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
کارآفرینی بین‌المللی	۳۴۰	.۱۲۲*	.۰۲
فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی			

سطح معنی داری در جدول فوق که برابر با ۰.۰۲ می‌باشد که $\text{Sig} \leq ۰,۰۵$ باشد بنابراین فرض H_0 رد می‌شود H_1 پذیرفته می‌شود که بر اساس نظر افراد مورد بررسی فعالیت در زمینه آموزش و پژوهش یکی از مهم‌ترین پیش‌زمینه برای رشد این شرکت‌ها و توسعه کارآفرینی بین‌المللی می‌باشد.

جدول شماره ۶) آزمون ضریب همبستگی پیرسون در مورد رابطه تجاری‌سازی در شرکت‌های دانش‌بنیان با توسعه کارآفرینی بین‌المللی

مؤلفه ها	تعداد	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
کارآفرینی بین‌المللی	۳۴۰	.۵۹۱**	.۰۰۰
تجاری‌سازی			

با توجه به سطح معنی‌داری بدست آمده که برابر با ۰.۰۰۰ می‌باشد که $\text{Sig} \leq ۰,۰۵$ باشد بنابراین فرض H_0 رد می‌شود H_1 پذیرفته می‌شود. بنابراین بر اساس نظر پاسخ‌دهندگان بین تجاری‌سازی محصولات در شرکت‌های دانش‌بنیان و توسعه کارآفرینی بین‌المللی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

جدول شماره ۷) آزمون ضریب همبستگی پیرسون در مورد رابطه رقابت‌پذیر بودن شرکت‌های دانش‌بنیان با توسعه کارآفرینی بین‌المللی

مؤلفه ها	تعداد	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
کارآفرینی بین‌المللی	۳۴۰	.۵۲۹**	.۰۰۰
رقابت‌پذیری			

با توجه سطح معنی‌داری بدست آمده که برابر با ۰.۰۰۰ می‌باشد که $\text{Sig} \leq ۰,۰۵$ باشد بنابراین فرض H_0 رد می‌شود H_1 پذیرفته می‌شود. بنابراین، از نظر افراد مورد بررسی با ضریب اطمینان ۹۹ درصد بین رقابت‌پذیری و توسعه کارآفرینی بین‌المللی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

جدول شماره ۸) آزمون ضریب همبستگی پیرسون در مورد رابطه مقاومت در برابر تغییر شرکت‌های دانش‌بنیان با توسعه کارآفرینی بین‌المللی

مؤلفه ها	تعداد	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
کارآفرینی بین‌المللی	۳۴۰	.۱۶۳**	.۰۰۱
مقاومت در برابر تغییر			

سطح معنی‌داری بدست آمده در جدول فوق که برابر با ۰.۰۰۱ می‌باشد که $\text{Sig} \leq ۰,۰۵$ باشد. بنابراین فرض H_0 رد می‌شود H_1 پذیرفته می‌شود که بر این اساس از نظر پاسخگویان بین پایداری در برابر تغییر با توسعه کارآفرینی بین‌المللی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

جدول شماره ۹) آزمون ضریب همبستگی پیرسون در مورد رابطه مدیریت و سیاست‌گذاری کارآمد در شرکت‌های دانش‌بنیان با توسعه کارآفرینی بین‌المللی

مؤلفه ها	تعداد	ضریب همبستگی پیرسون	سطح معناداری
کارآفرینی بین‌المللی	۳۴۰	.۱۲۴*	.۰۰۲
مدیریت و سیاست کارآمد			

با توجه به سطح معنی‌داری بدست آمده که برابر با ۰.۰۰۲ می‌باشد که $\text{Sig} \leq ۰,۰۵$ باشد بنابراین فرض H_0 رد می‌شود H_1 پذیرفته می‌شود. بنابراین، از نظر افراد مورد بررسی با ضریب ۹۹ درصد بین برخورداری شرکت‌های دانش‌بنیان از مدیریت و سیاست‌گذاری مناسب با توسعه کارآفرینی بین‌المللی رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

بنابراین بر اساس اطلاعات بدست آمده از افراد مورد بررسی در شرکت‌های دانش‌بنیان که مدیران این شرکت‌ها در استان تهران می‌باشند، در مورد نقش شرکت‌های دانش‌بنیان در توسعه کارآفرینی بین‌المللی می‌توان گفت که این شرکت با داشتن ویژگی‌های منحصر بفرد شان نقش مؤثر و تعیین کننده‌ای در ایجاد و توسعه کارآفرینی بین‌المللی دارند، عبارت دیگر لازمه بقا و دوام شرکت‌های دانش‌بنیان، برخورداری از

از کارآفرینی در سطح ملی و بین‌المللی می‌باشد که منجر به رشد و توسعه کشور در عرصه‌های مختلف بخصوص در بخش اقتصادی می‌شود.

نتیجه‌گیری

بر اساس اطلاعات بدست آمده از فرضیات پژوهش می‌توان نتیجه گرفت که امروزه شرکت‌های دانش‌بنیان از جایگاه ممتازی برخوردار می‌باشند و به‌عنوان موتور رشد اقتصادی مبتنی بر فناوری، نقش مؤثری در پیشرفت جوامع دارند و کسب و کارها 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 توانمندی‌ها، تشویق فعالیت آنان در شرکت‌های دانش‌بنیان، توان رویارویی با تهدیدها و تحریم اقتصادی را دارند، همچنین نوآوری به شرکتها اجازه می‌دهد در اقتصاد جهانی از کارآیی بهتری برخوردار شوند که باعث ماندگاری و دوام آنها می‌شود که منجر به رشد و توسعه کارآفرینی بین‌المللی می‌شود)؛ اشاعه و نشر دانش (شرکت‌های دانش‌بنیان، با ایجاد سازوکارهایی به منظور خلق و اشاعه دانش، در جهت توسعه قابلیت‌ها و توانمندی‌های خود تلاش می‌کنند که تولید دانش و تبدیل آن به یک مزیت رقابتی پایدار در شرکت‌های دانش‌بنیان در رشد و گسترش کارآفرینی بین‌المللی مؤثر است؛ فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی (شرکت‌های دانش‌بنیان از طریق فعالیتهای آموزشی و پژوهشی، به استفاده بهینه از امکانات، اولویت‌بندی امور، اجرای سیاست‌های وزارت علوم، برنامه‌ریزی و مدیریت علم و فناوری دست پیدا می‌کنند که می‌تواند در تشخیص فرصت‌های کارآفرینانه و ایجاد کارآفرینی بین‌المللی تأثیرگذار باشد)؛ ریسک‌پذیری (شرکت‌های دانش‌بنیان از طریق سرمایه‌گذاری خطر پذیر جهت اجرای چرخه نوآوری و به ثمر رساندن ایده خلاقانه تا مرحله تجاری‌سازی موجب توسعه کارآفرینی بین‌المللی می‌شوند)؛ رقابتی بودن (شرکت‌های دانش‌بنیان با تولید نوآوری، بازارهای جدید را جهت فروش فناوری تولیدشده تسخیر می‌کنند که منجر به رقابت می‌شود و از این طریق می‌توانند وارد بازارهای جدید با ارائه فناوری‌های نوین شوند که در این راستا توسعه و گسترش کارآفرینی بین‌المللی رخ می‌دهد)؛ جهانی بودن (بین‌المللی و جهانی‌شدن یکی از روش‌هایی است که از طریق آن شرکت‌ها می‌توانند با فعالیت در بازار بین‌المللی، از مزایای انتقال فناوری نوین بین مرزی است، برخوردار شوند که باعث رشد کارآفرینی بین‌المللی می‌شود که اشتیاق تصمیم کارآفرینان برای فعالیت بر مبنای فرصت‌های موجود در بازارهای خارجی است به دنبال دارد)؛ تجاری‌سازی (تجاری‌سازی به‌عنوان یک عامل حیاتی مهم در شرکت‌های دانش‌بنیان است که فرایند تبدیل فناوری به محصولات موفق برای فروش در بازارهای جهانی را عهده دار می‌باشد، که این شرکت‌ها با برخوردار بودن از ویژگی‌هایی نظیر: فرصت‌ها، ایده، خلاقیت و نوآوری، طرح تجاری کسب و کار، 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)؛ مدیریت موفق و سیاست‌گذاری (شرکت‌های دانش‌بنیان با برخوردار بودن از مدیریت کارآمد و سیاست‌گذاری مناسب، گام‌های اساسی جهت مدیریت منابع، مدیریت جذب و بکارگیری نیروی خلاق و مبتکر، مدیریت استفاده مناسب از فرصت‌های کارآفرینانه بر می‌دارند که بر این اساس مدیران موفق با عملکرد مفید در سازمان موجب توسعه کارآفرینی

بین‌المللی می‌شوند؛ مقاومت در برابر تغییر (با توجه به اینکه اقتصاد شرکت‌های دانش‌بنیان، اقتصاد نوینی است که در آن تولید، توزیع و استفاده از دانش، منبع اصلی رشد و ایجاد ثروت می‌باشد که به‌منظور هم‌افزایی علم و ثروت، توسعه اقتصاد دانش‌محور، تحقق اهداف علمی و اقتصادی در گرو پایداری و مقاومت در برابر تحولات جهانی می‌باشد که یکی از شرایط رسیدن به کارآفرینی بین‌المللی محسوب می‌شود).

بطور کلی بر اساس اطلاعات بدست آمده می‌توان گفت که امروزه شرکت‌های دانش‌بنیان از جایگاه ممتازی برخوردار می‌باشند و موتور رشد اقتصادی مبتنی بر فناوری، نقش مؤثری در پیشرفت جوامع دارند و با ویژگی‌های منحصر بفرد 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.

پیشنهادات

براساس نتایج بدست آمده از فرضیات پژوهش پیشنهاد می‌شود که:

- نشر و اشاعه دانش از طریق تبادل اطلاعات الکترونیکی به‌صورت گسترده و وسیع؛
- انجام فعالیت‌های آموزشی و پژوهشی، تحقیقاتی مفید در زمینه‌های مختلف نظیر دارویی، کشاورزی، مهندسی و ... در شرکت‌های دانش‌بنیان؛
- پذیرش ریسک و ابهام شرکت‌های دانش‌بنیان در انجام فعالیت‌های گوناگون اقتصادی، اجتماعی، فرهنگی جهت توسعه کارآفرینی بین‌المللی؛
- ایجاد روحیه رقابت‌پذیری در شرکت‌های دانش‌بنیان که منجر به فروش محصولات و گسترش این شرکت‌ها و توسعه کارآفرینی بین‌المللی می‌شود.
- توجه شرکت‌های دانش‌بنیان به ویژگی جهانی‌شدن و داشتن شعبه برون مرزی که منجر به ورود به بازارهای جهانی و کارآفرینی بین‌المللی می‌شود.
- بهره‌مند بودن شرکت‌های دانش‌بنیان از خصوصیت تجاری‌سازی جهت تبدیل فناوری به محصولات و فروش بیشتر در بازارهای جهانی که توسعه کارآفرینی در سطح ملی و بین‌المللی می‌شود.
- برخوردار بودن شرکت‌های دانش‌بنیان از مدیران کارآمد و سیاست‌گذاری مفید که منجر به عملکرد سازمانی مطلوب در زمینه‌های مختلف و توسعه کارآفرینی بین‌المللی می‌شود.
- توجه به ویژگی پایداری در مقابل تغییرات جهانی در شرکت‌های دانش‌بنیان که منجر به اقتصاد دانش‌محور و توسعه کارآفرینی بین‌المللی می‌شود.

منابع

- احمدپور داریانی، محمود و آصف کریمی (۱۳۹۵). کارآفرینی، تهران: مرکز نشر دانشگاهی.
- انصاری، منوچهر و حق‌شناس گرگابی، محمد (۱۳۹۶). شناسایی و تبیین عوامل کلیدی موفقیت دانش‌محورشدن شرکت‌های تولیدی ایران براساس روش نظریه زمینه‌ای. *فصلنامه مدیریت توسعه کارآفرینی*، ۳(۵)، ۳۶.
- بهرامی، حسین و سمیرا میرزاپور و محمود صیادی (۱۳۹۹). کارآفرینی، نشر ادبیان روز.
- تاری، مهدیه؛ مرادی، محمود و ابراهیم پور مصطفی (۱۳۹۴). بررسی عوامل مؤثر بر رشد و موفقیت شرکت‌های دانش‌بنیان، *فصلنامه رشد فناوری*، ۱۲(۱)، ۴۲.
- جلالت، شایان، مرادی، محمود، اکبری، محسن (۱۳۹۶). "بررسی نقش متغیرهای مبتنی بر بازار در بهبود عملکرد صادرکنندگان دانش‌بنیان"، *فصلنامه رشد فناوری*، ۹۹(۲۶)، ۷۳.
- رضوانی، مهران؛ موسوی نژاد، سید مهدی (۱۳۹۵). کارآفرینی بین‌المللی، تهران: انتشارات دانشگاه تهران.
- رمضانی، محمد؛ رجب‌زاده قطری، علی، آذر، عدل و خدیور، آمنه (۱۳۹۸). بین‌المللی شدن صنایع کوچک و متوسط: ابعاد و استراتژیهای جامع. *مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی*، ۲(۱)، ۶۳.
- سروری، رحیم؛ صنوبر، ناصر؛ جبارزاده، یونس، (۱۳۹۷). "بین‌المللی شدن شرکت‌های دانش‌بنیان: نقش دانش بازارهای خارجی و تشخیص فرصت کارآفرینی بین‌المللی"، *فصلنامه توسعه کارآفرینی*، ۱۱(۳)، ۲۷.
- مایکل گربر (۱۳۹۷). *افسانه کارآفرینی*، ترجمه‌ی «کاوش حسین تبار و مجید فیاض‌فر»، تهران: انتشارات نخبه‌سازان.

Autio, E. (2017), "Strategic entrepreneurial internationalization: A normative framework", *Strategic Entrepreneurship Journal*, 11(3), 136.

Bai, W., Johanson, M., and Martín, O. M. (۲۰۱۸). Knowledge and internationalization of returnee entrepreneurial firms. *International Business Review*, 26(4), 283.

Colombo, G. Vătămănescu, E. M. Alexandru, V. A. & 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), 264.

Giraud, E., Giudici, G., & Grilli, L. (2019). Entrepreneurship policy and the financing of young innovative companies: Evidence from the Italian Startup Act. *Research Policy*, 48(9), 14.

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), 36

Unctad (2017). "Science, Technology & Innovation Policy Review, Islamic Republic of Iran". United Nation. USA.