

## چکیده

تشخیص و بهره برداری فرصتهای فناورانه بین المللی فرایند محوری در کارآفرینی فناوری بین الملل میباشد. بخاطر تغییرات رادیکال در فناوری های پیشرفته مانند فناوری اطلاعات، ایجاد و توسعه قابلیت های پویا یکی از عوامل مهم و ضروری برای استارت آپ های فناوری پیشرفته برای خلق ارزش بین المللی موفق از طریق بهره برداری از فرصتهای فناورانه در بازارهای بین المللی است. ایجاد و توسعه قابلیت های پویا در کارآفرینی فناورانه مخصوصا در حوزه بین الملل یکی از حوزه های تحقیقاتی مهم و در حال رشد میباشد و سوالات بسیاری در مورد چگونگی اثر گذاری و ایجاد و توسعه این قابلیت ها در پیشینه تحقیقات کارآفرینی بین الملل و فناورانه برای تحقیقات آتی مطرح شده است. با استفاده از روش مطالعه موردی چندگانه و تحلیل داده های کیفی برگرفته از ۱۲ مصاحبه نیمه ساختار یافته با استارت آپ های حوزه فناوری اطلاعات که در بازارهای بین الملل وارد شده اند این تحقیق نشان داد که قابلیت شناختی مدیریتی و ذهنیت بین المللی مدیریتی، سرمایه اجتماعی و قابلیت شبکه سازی مدیریتی و قابلیت یادگیری و سرمایه انسانی مدیریتی که شکل دهنده قابلیت پویای مدیریتی میباشد دارای اثر مهمی در تشخیص و بهره برداری از فرصتهای فناورانه بین الملل توسط استارت آپ های حوزه فناوری اطلاعات دارد و استارت آپ های این حوزه باید به این قابلیت ها توجه ویژه نمایند. نتیجه گیری و پیشنهاداتی برای مدیران و سیاست گذاران حوزه استارت آپ های فناوری اطلاعات در جهت حضور در بازارهای بین الملل و پیشنهاداتی برای تحقیقات آتی در انتهای مقاله نیز ارائه شده است.

کلید واژه:

قابلیت های پویای مدیریتی، فرصتهای کارآفرینی فناورانه بین الملل، استارت آپ های فناوری اطلاعات

## قابلیت های پویای مدیریتی و کارآفرینی فناورانه بین الملل: تشخیص و بهره برداری فرصتهای فناورانه بین الملل در استارت آپ های حوزه فناوری اطلاعات

محمد امین کشمیری حق

دانشجوی دکتری کارآفرینی

تکنولوژی یک، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران

Amin.keshmiri@ut.ac.ir

محمد حسن مبارکی (نویسنده مسئول)

دانشیار دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران

mhmobaraki@ut.ac.ir

جهانگیر یدالهی فارسی

دانشیار دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران

jfarsi@ut.ac.ir

علی مبینی دهکردی

دانشیار دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران

mobini@ut.ac.ir

تاریخ ارسال: ۹۸/۱۱/۱۶

تاریخ پذیرش: ۹۹/۰۴/۰۱

## مقدمه

تشخیص و بهره برداری از فرصتهای فناورانه بین الملل فرایند محوری در فرایند کارآفرینانه محسوب میشود.

(Shane and Venkataraman ۲۰۰۰). در پیشینه تحقیقات کارآفرینی دیدگاه های متفاوتی وجود دارد. یک دیدگاه بیان میکند که تشخیص فرصت تحت تاثیر هوشیاری کارآفرینانه قرار دارد و نیازهای بازار که بطور ناقصی برآورد شده است در قالب فرصت در نظر گرفته میشود و کارآفرین از این فرصتها آگاه است و کشف مینماید. (Kirzner ۱۹۹۷) براساس این دیدگاه فرصتها براساس هوشیاری کارآفرینانه که غیرکارآفرینان از آن برخوردار نیستند کشف میشود (Kirzner ۱۹۷۳; Shane ۲۰۰۰).

در کارآفرینی بین الملل این دیدگاه دارای جایگاه مهمی میباشد و تحقیقات متعددی این رویکرد را برای تشخیص فرصت های بین المللی استفاده نموده اند. (Jones et al, ۲۰۱۱) از طرفی در این حوزه رویکرد متفاوت دیگری نیز وجود دارد که بیان میکند فرصتها نه تنها کشف میشوند بلکه میتوانند خلق شوند.

(Ardichvili et al. ۲۰۰۳; Schumpeter ۱۹۳۴).

این دیدگاه بررسی میکند که چگونه بازارهای جدید توسط نوآوری های جدید از قبیل نوآوری های فناورانه ایجاد میشوند. (Lumpkin and Lichtenstein ۲۰۰۵) بسیاری از استارت آپ های حوزه فناوری اطلاعات میتوانند در سطح ملی و بین المللی بازارهای جدید از طریق نوآوری های فناورانه ایجاد نمایند و یا فرصتهای موجود در بازارهای جاری را شناسایی و بهره برداری کنند. با در نظر گرفتن هر دو رویکرد و اینکه چه فرصتها کشف شوند و چه فرصتها خلق شوند میتوان این سوال را مطرح نمود که چرا مدیران و کارآفرینان استارت آپ های بین المللی فناوری اطلاعات میتوانند فرصتهای فناورانه بین الملل را تشخیص و بهره برداری نمایند؟ (Shane and Kirzner ۱۹۹۷; Shane ۲۰۰۰; Venkataraman ۱۹۹۷; Venkataraman ۲۰۰۰).



تحقیقات قبلی نشان داده اند که تشخیص فرصت‌های کارآفرینی تحت تاثیر بسیاری از عوامل مانند دانش قبلی کارآفرین، (Shane ۲۰۰۰; Kirzner ۱۹۹۷) Venkataraman ۱۹۹۷ شبکه های اجتماعی کارآفرین

(Ellis ۲۰۰۰; Ozgen and Baron ۲۰۰۷) و هوشیاری کارآفرینانه میباشد. برای استارت‌آپ‌های حوزه فناوری اطلاعات، فرصت‌های کارآفرینانه هم در بازارهای بین المللی و هم در بازارهای ملی و محلی وجود دارند. (Zahret, al. ۲۰۰۵). پیشینه نظری مرتبط با کارآفرینی فناورانه بین الملل به نیاز برای تحقیقات بیشتر در مورد اینکه چگونه فرصت‌های کارآفرینی فناورانه بین الملل شناسایی و بهره برداری میشوند تاکید مینماید.

(Dimitratos and Jones ۲۰۰۵; Ellis ۲۰۰۰; Zahra et al. ۲۰۰۵, Baruah, et al., ۲۰۱۸). براساس تعریف کارآفرینی، کارآفرینی فناورانه بین الملل به عنوان فرایند خلاقانه تشخیص و بهره برداری از فرصت‌های کارآفرینی فناورانه بین الملل در بازارهای بین المللی برای بدست آوردن مزیت رقابتی توسط استارت‌آپ‌های فناورانه تعریف میگردد. (Zahra and George ۲۰۰۲, p. ۱۱, Demirel, et al., ۲۰۱۷)

یا به عنوان فرایند کشف، تصویب، ارزیابی و بهره برداری از فرصت‌ها ماورای مرزهای ملی برای ایجاد کالاها و خدمات فناورانه تعریف شود. (Oviatt and McDougall ۲۰۰۵, p. ۵۴۰). تحقیقات محدودی در کارآفرینی بین الملل و کارآفرینی فناورانه وجود دارند که تمرکز بر فرایند تشخیص و بهره برداری از فرصت‌های کارآفرینی فناورانه بین الملل نموده اند. (Jones et al., ۲۰۱۱)

تعداد محدود تحقیقات در این حوزه نشانگر نیاز برای تحقیقات بیشتر است چونکه فرصت‌های کارآفرینی بخش اساسی تحقیقات کارآفرینی محسوب میشوند. (Venkataraman ۱۹۹۷) بنابراین فرایندی که فرصت‌های بین الملل توسط استارت‌آپ‌های فناورانه شناسایی و بهره برداری میشوند و عوامل موثر در این فرایند موضوعات تحقیقاتی مهمی محسوب میشوند. مطالعات قبلی مرتبط با استارت‌آپ‌های فناورانه بین المللی نشان میدهد که آنها میتوانند فرصت‌های کارآفرینانه را در سرتاسر جهان تشخیص و بهره برداری نمایند و تفاوت‌هایی بین کارآفرینان بین المللی و سایر افراد وجود دارد. (Oviatt and McDougall ۱۹۹۴, Nummela et al. ۲۰۰۴). قابلیت‌های پویای کارآفرینان فناور بین الملل برای کشف و خلق فرصت‌ها دارای نقش محوری در درک فرایند تشخیص و بهره برداری از فرصت‌های بین المللی ایفا مینماید. (Mainela et al. ۲۰۱۴)

با این وجود تحقیقات محدودی وجود دارد که توسعه قابلیت‌های پویای مدیریتی کارآفرینان فناور را که آنها را توانمند برای تشخیص و بهره برداری از فرصت‌های فناورانه بین الملل مینماید نموده اند. تاثیر شبکه ها و سرمایه اجتماعی کارآفرین فناور، ذهنیت بین الملل و شایستگی های او برای تشخیص و بهره برداری از فرصت‌های بین الملل در پیشینه تحقیقات کارآفرینی بین الملل به صورت محدودی بحث شده است. (Mainela et al. ۲۰۱۴)

با تمرکز بر دیدگاه قابلیت‌های پویا (Eisenhardt and Martin ۲۰۰۰; Teece et al. ۱۹۹۷; Weerawardena et al. ۲۰۰۷) و کاربرد مفهوم قابلیت‌های پویای مدیریتی این مقاله به دنبال بررسی این مورد است که چه قابلیت‌های پویای مدیریتی کارآفرینان فناور بین المللی بر تشخیص و بهره برداری از فرصت‌های فناورانه بین الملل توسط استارت‌آپ‌های حوزه فناوری اطلاعات اثر گذار است. قابلیت‌های پویای مدیریتی اشاره به قابلیت مدیران برای ایجاد، توسعه یا تغییر روشی است که سازمانها از طریق تغییرات در منابع و قابلیت‌های سازمانی برای خود ارزش اقتصادی ایجاد مینمایند و به اهداف خود میرسند. (Harris and Helfat ۲۰۱۴, pg. ۱)

بطور نسبی تحقیقات محدودی بر مدیر و چگونه دانش و قابلیت‌ها در سطح فردی در زمینه کسب و کار بین الملل توسعه می یابد، تمرکز نموده اند. (Jones et al. ۲۰۱۱)

بطور معادل تحقیقات محدودی از مفهوم قابلیت‌های پویا برای شرح چگونگی تاثیر مدیریت ارشد و کارآفرینان بر عملکرد بین الملل استارت‌آپ‌های حوزه فناوری اطلاعات استفاده نموده اند. (Evers ۲۰۱۱; Autio et al. ۲۰۱۱)

و همچنین تحقیقات محدودی از مفهوم قابلیت‌های پویای مدیریتی برای تشریح فرایند تشخیص و بهره برداری از فرصت‌های کارآفرینی بین الملل استفاده نموده اند. در راستای این حوزه های تحقیقاتی در حال توسعه، این تحقیق به دنبال بررسی اهمیت قابلیت های پویای مدیریتی در تشخیص و بهره برداری از فرصت‌های کارآفرینی فناورانه بین الملل حوزه فناوری اطلاعات ایران به عنوان یک اقتصاد نوظهور میباشد. در ادامه مقاله بخش‌های زیر ارائه میگردد: مروری بر پیشینه تحقیقات و پیشینه نظری این تحقیق ارائه خواهد شد و در ادامه روش تحقیق مورد استفاده در این مطالعه و یافته های تحلیل داده ها و در نهایت بحث و نتیجه گیری ارائه خواهند شد. با تمرکز بر دیدگاه قابلیت‌های پویا و استفاده از قابلیت‌های پویای مدیریتی این تحقیق به دنبال غنی نمودن تحقیقات حوزه کارآفرینی فناورانه بین الملل و قابلیت‌های پویا میباشد.



## ۱. پیشینه تحقیقات:

### ۱.۱. کارآفرینی فناورانه بین الملل

با توسعه فناوری های پیشرفته مخصوصا در حوزه فناوری اطلاعات و ارتقا سطح استانداردهای زندگی، اهمیت و وابستگی به فناوری های پیشرفته در جهان افزایش یافته است و استارتآپهای فناورانه نقش کلیدی در ایجاد ثروت و اشتغالزایی و توسعه اقتصاد ها ایفا مینمایند. کارآفرینی فناورانه فرایند ایجاد و توسعه کسب وکارها و استارتآپهای فناورانه و تجاری سازی محصولات و خدمات مبتنی بر فناوری میباشد. کارآفرینانه فناورانه بین الملل اشاره به تشخیص و بهره برداری از فرصتهای کارآفرینی مبتنی بر فناوری در ماورای مرزها اشاره دارد. (Carayannise, et.al., ۲۰۱۵). با تمرکز بر اقتصاد دیجیتال و اقتصاد شبکه ای استارتآپهای فناوری اطلاعات نقش مهمی را در بین المللی شدن اقتصادها و تجارت بین الملل ایفا مینمایند و بسیاری از شرکتهای بین المللی کنونی در حوزه فناوری اطلاعات میباشند و از استارتآپهای حوزه فناوری اطلاعات در سطح بین المللی ایجاد شده اند. محققان بحث نموده اند که بسیاری از مدلهای کسب وکار مبتنی بر فناوری اطلاعات موجب ایجاد ارزش اقتصادی بالا در بسیاری از کشورهای توسعه یافته شده است. استارتآپهای حوزه فناوری اطلاعات میتوانند با ورود به بازارهای بین المللی به رشد بالایی برسند و برای انجام این کار آنها باید فرصتهای بین المللی را تشخیص و بهره برداری نمایند و دارای قابلیتهای ویژه ای برای انجام این فرایند باشند. بخاطر نرخ بالای تغییرات در فناوریهای پیشرفته مانند فناوری اطلاعات و بازارهای بین المللی، استارتآپهای حوزه فناوری اطلاعات باید دارای قابلیتهای پویا برای هماهنگی و تغییر مرتب منابع و روتینهای سازمانی براساس تغییرات در بازارهای بین المللی و فناوری های اطلاعات باشند. (Santisteban, & Mauricio, ۲۰۱۷)

### ۲.۱. دیدگاه قابلیتهای پویا

نظریه قابلیتهای پویا بر اهمیت فرایندهای پویا و ایجاد قابلیت برای بدست آوردن مزیت رقابتی تاکید مینمایند. (Weerawardena et al. ۲۰۰۷). برخلاف دیدگاه منبع محور، نظریه و دیدگاه قابلیتهای پویا برای موضوع تاکید میکند که چگونه بنگاهها میتوانند مزیتهای مبتنی بر منبع را در محیطهای پویا حفظ کنند. (e.g., Eisenhardt and Martin ۲۰۰۰; Griffith and Harvey ۲۰۰۱) قابلیتهای پویا نیازمندی های بنگاه برای توسعه قابلیتهای جدید برای تشخیص و بهره برداری از فرصتها را شرح میدهد. (Teece ۲۰۱۴) بنگاهها دارای قابلیتهای پویا ایجاد کننده فعال منابع رقابتی هستند که با آنها مدیران میتوانند منابع بیرونی، مهارتها و شایستگی های اجرایی را تجمیع، ایجاد و ترکیب بندی مجدد نمایند تا بتوانند در محیطهای در حال تغییر سریع فعالیت نمایند و واکنش مناسب نسبت به تغییرات نشان دهند. (Teece et al. ۱۹۹۷, p. ۵۱۶) قابلیتهای پویا به استارتآپها کمک میکنند تا استراتژی های جدید در واکنش به شرایط در حال تغییر بازار را با ترکیب و تغییر منابع موجود به روشهای جدید و متفاوت پیاده سازی نمایند. (Ambrosini et al. ۲۰۰۹; Teece et al. ۱۹۹۷; Zahra et al. ۲۰۰۶) علی رغم اینکه تحقیقات قبلی قابلیتهای پویا را بررسی نموده اند (Eisenhardt and Martin ۲۰۰۰; Teece ۲۰۱۲, ۲۰۱۴; Teece et al. ۱۹۹۷; Weerawardena et al. ۲۰۰۷) تحقیقات مرتبط با توسعه قابلیتهای پویا محدود میباشد (Ambrosini et al. ۲۰۰۹; Newbert ۲۰۰۷) و مخصوصا این سوال که چگونه استارتآپها با استفاده از این قابلیتها فرصتهای بین المللی را تشخیص و بهره برداری مینمایند از سوالات کلیدی این حوزه محسوب میشود. (Evers ۲۰۱۱; Evers et al. ۲۰۱۲) علی رغم اینکه تحقیقات متعددی در مورد استارتآپهای فناوری پیشرفته بین الملل وجود دارد تحقیقات محدودی نقش قابلیتهای مدیریتی پویا را در این فرایند بررسی نموده اند. قابلیتهای مدیریتی در استارتآپهای فناوری پیشرفته باعث میشوند که مدیران فرصتهای رشد داخلی و بین المللی را به صورت فعالانه تری پیگیری کنند. (Frishammar and Andersson ۲۰۰۹) و آنها همچنین بنگاهها را برای بهره برداری از چنین فرصتهایی تجهیز نمایند. (Autio ۲۰۰۵)

### ۳.۱. دیدگاه قابلیتهای پویا و استارتآپهای حوزه فناوری اطلاعات

عملکرد بین المللی یکی از کارکردهای قابلیت و شایستگی مدیریتی کارآفرین است. (Evers ۲۰۱۱; Teece ۲۰۱۴) تحقیقات قبلی نشان داده اند که عملکرد بین المللی موفق استارتآپهای فناورانه مخصوصا در حوزه فناوری اطلاعات تا حد زیادی وابسته به قابلیتهای داخلی بنگاه دارد. (Autio et al. ۲۰۰۰; McDougall et al. ۱۹۹۴; Zahra et al. ۲۰۰۰).



مفهوم نوظهور و جدید قابلیت‌های پویای مدیریتی در پیشینه تحقیقات استارت‌آپ‌های فناورانه بین المللی جایگاه مهمی کسب نموده است و آن دارای تاثیر زیادی بر تصمیم‌گیری کارآفرینانه برای بهره‌برداری از فرصت‌های کارآفرینانه دارد. (Weerawardena et al. ۲۰۰۷). تحقیقات قبلی نشان داده‌اند که قابلیت‌های مرتبط با کارآفرین‌داری تاثیرات مهمی برای عملکرد بین المللی استارت‌آپ‌های فناورانه دارد. (Knight and Cavusgil ۲۰۰۴; McDougall and Oviatt ۱۹۹۶; Teece ۲۰۱۴; Zucchella et al. ۲۰۰۷) ورود به بازارهای بین المللی و بهره‌برداری از فرصت‌های فناورانه بین المللی توسط استارت‌آپ‌های حوزه فناوری اطلاعات موجب شرایط پویا و عدم اطمینان بالا برای آنها می‌شود.

(Andersson ۲۰۰۰) نشان می‌دهد که برای تحمل عدم قطعیت و کار در محیط‌های پویا، تعدادی از کارآفرینان از شهود و منطق اکتشافی استفاده مینمایند که باعث می‌شود آنها فرصت‌های بین المللی را تشخیص و بهره‌برداری نمایند. (Perlmutter ۱۹۶۹) بیان میکند که هر چقدر واقعیت‌نگاه‌های بین المللی بررسی می‌شود اهمیت تفکر مدیران اجرایی در مورد فعالیت بین المللی بنگاه آشکار می‌گردد. در محیط‌های پویای بین المللی مدیران ارشد در استارت‌آپ‌های فناورانه از قابلیت‌های مدیریتی پویا برای شناسایی فرصت‌ها و ترکیب و تحول منابع استفاده میکنند. (Eisenhardt and Martin ۲۰۰۰; Evers ۲۰۱۱) (Weerawardena et al. ۲۰۰۷) به محوریت و نقش کلیدی مدیر-مالک در توسعه قابلیت‌های پویا برای بنگاه‌های دانش بنیان تاکید مینماید و یافته‌های (Evers ۲۰۱۱a, b) این دیدگاه برای استارت‌آپ‌های فناورانه با رشد سریع بین المللی را تایید میکند. پیشینه تحقیقات استارت‌آپ‌های فناورانه بین المللی بر دیدگاه رفتارهای کارآفرینانه مانند داشتن چشم انداز بین المللی، آینده‌نگر و فعال بودن، ریسک‌پذیری و مشتری‌گرایی از ابتدا در اینگونه استارت‌آپ‌ها تاکید مینمایند. (Moen ۲۰۰۲; Rialp et al. ۲۰۰۵)

یکی دیگر از ویژگی‌های ذهنی در این بخش ذهنیت و باورهای ذهنی بین المللی کارآفرین و مالک میباشد. ذهنیت و باورهای ذهنی بین المللی و جهانی اشاره به آینده‌نگر بودن و چشم انداز بین المللی برای هدایت و مدیریت استارت‌آپ و بنگاه جدید در بازارهای بین المللی میباشد. (Harveston et al. ۲۰۰۰) استارت‌آپ‌های کارآفرینانه نوآوری از خود بروز میدهند و بطور فعالانه ای به دنبال جستجوی فرصت‌ها هستند. (Lumpkin and Dess ۱۹۹۶) برای مثال تحقیقات نشان داده است که تعدادی از مدیران از ابتدا استراتژی بین المللی را پیگیری نموده‌اند در حالی که برخی دیگر بازارهای داخلی را در نظر گرفته‌اند. (Andersson and Wictor ۲۰۰۳; McDougall et al. ۲۰۰۳)

بسیاری از تحقیقات نشان داده‌اند استارت‌آپ‌های فناورانه بین المللی بر منابع بدست آمده از شبکه همکاران خود اتکا میکنند تا بتوانند بر کمبود منابع، جدید بودن و شرایط ویژه بازار بین المللی غلبه کنند و بتوانند فرصت‌ها در بازارهای بین المللی را شناسایی و بهره‌برداری نمایند. (e.g., Evers and O'Gorman ۲۰۱۱; Vasilchenko and Morrish ۲۰۱۱).

#### ۴.۱. قابلیت‌های مدیریتی پویا

در تحقیقاتی که فعالیت‌های کارآفرینانه استارت‌آپ‌های فناوری پیشرفته را بررسی مینمایند رویکرد فرایندی بطور گسترده ای استفاده شده است. Teece (۲۰۰۷) از دیدگاه قابلیت پویا برای تشخیص و بهره‌برداری از فرصت در سطح کارآفرین استفاده نمود و بیان نمود که این قابلیت‌ها به عنوان قابلیت‌های هستند که مدیر برای ایجاد، تجمیع و ترکیب بندی مجدد منابع و شایستگی‌های سازمانی استفاده مینماید. (Teece ۲۰۰۷: ۱۰۱۲, Andersson, & Evers, ۲۰۱۵).

(Teece ۲۰۰۷: ۱۳۲۲) بیان نمود که قابلیت‌های پویای مدیریتی میتواند فرصت‌ها را شکل دهد و بنگاه‌ها باید مستمرا فناوری‌ها و بازارها را هم در سطح ملی و هم در سطح بین المللی جستجو و پیمایش نمایند. او سه نوع قابلیت مدیریتی را شناسایی نمود: (۱) حس کردن (که به معنی شناسایی و ارزیابی فرصت‌ها خارج از شرکت است) (۲) بهره‌برداری نمودن و تصرف کردن (بسیج نمودن منابع بنگاه برای ایجاد ارزش از فرصت‌ها) و (۳) تبدیل و ایجاد تحول (مستمرا نو نمودن). او تاکید کرد که بنگاه نیاز به قابلیت‌های حس نمودن، بهره‌برداری و ترکیب و تحول دارد تا بتواند مزیت رقابتی را ایجاد و حفظ کند. (Evers, ۲۰۱۵, & Andersson, ۱۳۸۱, Teece ۲۰۰۷: ۲۰۰۷)

(Adner and Helfat ۲۰۰۳) نقش مهم و برتری را برای مدیر در دیدگاه قابلیت‌های پویا در نظر گرفت. (Eisenhardt and Martin ۲۰۰۰; Teece et al. ۱۹۹۷) مدیران با استفاده از قابلیت‌های پویا مدیریتی خود هم بر محیط داخلی و هم بر محیط خارجی بنگاه اثرگذار هستند و کاربرد و توسعه قابلیت‌های پویای سازمانی را شکل میدهند و منابع و قابلیت‌های موجود سازمانی را تغییر میدهند. (Harris and Helfat ۲۰۱۴, pg ۲۵).



Adner and Helfat (۲۰۰۳) قابلیت مدیریتی پویا را به عنوان قابلیت و ظرفیت مدیران برای ایجاد، توسعه یا تغییر روشی است که سازمان رشد یا بقا پیدا میکند را تعریف میکنند. (pg. ۱۰۱۲)

آنها پیشنهاد میکنند که قابلیتهای مدیریتی پویا ریشه در سه عامل مهم دارد: سرمایه انسانی مدیریتی (Castanias and Helfat, ۲۰۰۱)، سرمایه اجتماعی مدیریتی (Gelatkanycz et al. ۲۰۰۱) و شناخت مدیریتی (Hambrick and Mason ۱۹۸۴; Huff ۱۹۹۰; Johnson and Hoopes ۲۰۰۳).

## ۰۲. روش تحقیق و متدولوژی:

برای درک چگونگی نقش قابلیتهای مدیریتی پویا در شناسایی و بهره برداری از فرصتهای فناورانه بین المللی در استارتآپهای حوزه فناوری اطلاعات روش تحقیق مطالعه موردی چندگانه مورد استفاده قرار گرفت. (Ghauri & Gronhaug, ۲۰۱۰; Yin, ۲۰۰۹). روش تحقیق کیفی محققان را قادر میسازد تا بطور عمیق پدیده مدنظر را بررسی نمایند. (Bamberger, ۲۰۰۰). روش تحقیق مطالعه موردی چندگانه به این دلیل استفاده شده است که این روش به محققان اجازه میدهد که الگوهای رایج بین موردهای مورد مطالعه را بررسی نمایند و نظریه پردازی کنند. (Eisenhardt & Graebner, ۲۰۰۷).

استارتآپهای فناوری اطلاعات در ایران به عنوان اقتصاد در حال توسعه و نوظهور مورد مطالعه قرار گرفتند و براساس انتخاب از روی هدف و قصد انتخاب شده اند. استارتآپهای حوزه فناوری اطلاعات انتخاب شده استارتآپهایی بوده اند که توانسته اند محصولات و خدمات مبتنی بر فناوری اطلاعات را در بازارهای بین المللی بطور موفق ارائه نمایند و به فروش برسانند. انتخاب استارتآپها به عنوان جامعه آماری به علت اهمیت و نقش مهم آنها در توسعه اقتصادی و اشتغالزایی مخصوصا در حوزه فناوری اطلاعات و ضروری بودن بررسی رفتار آنها بوده است. (OECD, ۱۹۹۷). بسیاری از تحقیقات تاکنون بین المللی شدن کسب و کارهای بزرگ را بررسی نموده اند و بسیاری از نظریه ها برای سازمانهای بزرگ طراحی شده اند و در این گونه سازمانها تست شده اند که دارای دسترسی به منابع متعدد برای بین المللی شدن دارند. با این وجود تحقیقات نشان میدهد که تفاوتی در رفتار سازمانهای بزرگ با بنگاههای کوچک وجود دارد. (Hulbert, Gilmore, & Carson, ۲۰۱۳). و نظریه های موجود قابل کاربرد در استارتآپها میباشد چونکه آنها دارای محدودیت در دسترسی به منابع، تخصص و تجربه بین المللی شدن و بهره برداری از فرصتهای بین الملل هستند. (Hulbert et al., ۲۰۱۳) برای جمع آوری داده از مصاحبه های نیمه ساختار یافته استفاده گردید. مصاحبه های نیمه ساختار یافته اجازه پرسیدن سوالات اصلی و در کنار سوالات در مورد جزئیات را میدهد و دارای انعطاف پذیری بالا میباشد. (Yin, ۲۰۰۹) از مصاحبه شوندهگان در ابتدا پرسیده شد که چگونگی تشخیص و بهره برداری از فرصت بین الملل در استارتآپ خود را شرح دهند. توجه ویژه به نقش قابلیت های پویا مدیریت در این پدیده داده شد. ۱۲ مصاحبه نیمه ساختار یافته با موسسان، مدیران و کارکنان متخصص درگیر در بهره برداری از فرصت فناورانه بین الملل انجام گردید. براساس تحلیل داده با استفاده از روش Ghauri (۲۰۰۴) انجام شد و سپس براساس پیشینه تحقیقات و طراحی تحقیق کدگذاری داده ها برای هر استارتآپ انجام پذیرفت و سپس با استارتآپها مورد بحث و بررسی مجدد قرار گرفت.

## ۰۳. یافته های تحقیق:

براساس تحلیل داده های جمع آوری شده با مصاحبه ها، این مقاله بحث میکند که استارتآپهای حوزه فناوری اطلاعات که فرصتهای بین المللی را بهره برداری نموده اند دارای کارآفرینان و مدیرانی هستند که قابلیتهای مدیریتی پویا را براساس تعریف Adner and Helfat's (۲۰۰۳) دارا میباشدند. براساس این تعریف قابلیت مدیریتی پویا شامل شناخت مدیریتی، سرمایه اجتماعی مدیریتی و سرمایه انسانی مدیریتی است. این عوامل بطور جداگانه و در تعامل با یکدیگر تاثیرگذار بر تشخیص و بهره برداری از فرصتهای بین الملل میباشد. در راستای تحقیقات قبلی، این تحقیق این عوامل را با جزئیات بیشتری به صورت میدانی بررسی کرد و تمرکز بر سطح فردی نمود.

## ۰۱.۳. شناخت مدیریتی و مجموعه ذهنیت و باورهای جهانی و بین المللی:

شناخت براساس Gavetti and Levinthal (۲۰۰۰) به عنوان "شکلی از هوش آینه نگر تعریف میشود که براساس پیش فرضهای ذهنی فرد است و در مورد پیوند بین انتخاب کنش ها و تاثیر بعدی این کنش ها بر نتایج است." ظرفیت و قابلیت مدیران برای پردازش اطلاعات جدید محدود است (Baron ۱۹۹۸)..

در تمام کیس های مورد مطالعه شناخت مدیریتی و مجموعه باورهای مدیریتی به عنوان فاکتورهای مهم در بهره برداری موفقیت آمیز فرصتهای بین الملل در نظر گرفته شده اند برای مثال تعدادی از گزاره ها در این مورد عبارتند از:



### نمونه اول :

"مدیر ما چندین سال در کشورهای خارجی زندگی نموده است و همیشه در مورد بازارهای بین المللی صحبت میکند. در اولین فروش خارجی شرکت ما، او خودش تصمیم گرفت که به بازار بین الملل وارد شود. علی رغم اینکه ما حس خوبی در مورد فروش محصولات خودمان در بازارهای بین المللی به علت فشار رقابتی بالا نداشتیم مدیر شرکت ما را مجبور کرد که به فروش بین الملل اقدام کنیم و اتفاقا برخلاف نظر ما موفقیت آمیز بود."

### نمونه دوم :

"اولین باری که به کشور همسایه رفتم من پتانسیل بازار آنجا را دیدم تصمیم گرفتم که صادرات داشته باشم با شیم علی رغم اینکه من آن بازار را دقیقا نمی شناختم اما من شباهتهایی با بازار داخلی در آن بازار مشاهده نمودم و اقدام به ورود به آن بازار نمودم."

### نمونه سوم :

"موسس استارتاپ ما شرکت ما را با شرکتهای بزرگ بین المللی در حوزه خودمان همیشه مقایسه میکند و از همان ابتدا به دنبال پول درآوردن از بازارهای بین المللی بود"

Hambrick and Mason (۱۹۸۴) بحث میکنند که اساس شناختی و سیستم های ارزشی اساس و پایه برای فرایندهای تصمیم گیری مدیریت هستند. همچنین Prahalad and Bettis (۱۹۸۶) مفهوم منطبق برتر را معرفی نمود که انعکاس دهنده چارچوب ارجاع مدیریت در تصمیم گیری است و آن ادراکات انتخابی مدیریت، چشم انداز محدود و ادراکات فیلتر شده توسط اساس شناختی و سیستم ارزشی است که ایجاد کننده ادراکات مدیریت از یک موقعیت است. (Huff ۱۹۹۰) که به نوبه خود شکل دهنده اساسی برای تصمیم گیری مدیریت است. (Schwenk ۱۹۸۴) Oviatt and McDougall (۱۹۹۴) پیشنهاد میکنند که داشتن چشم انداز بین المللی و جهانی مهمترین ویژگی مرتبط با مدیران استارتآپهای بین المللی است. (Gupta and Govindarajan ۲۰۰۲, p. ۱۱۷) مجموعه ذهنی و ذهنیت جهانی را به عنوان ذهنیت آگاه از تنوع بین فرهنگ ها و بازارها و توانایی ایجاد هماهنگی بین آنها است.

Nummela et al. (۲۰۰۴) اهمیت ذهنیت جهانی و بین المللی مدیر برای عملکرد بین الملل را نشان داد. آنها یافتند که تجربه مدیر و ویژگی های بازار پیشرفتهای مهم ذهنیت بین المللی است.

Evers (۲۰۱۱) بیان میکنند که مدیران / کارآفرینانی که بطور موفقیت آمیز فرصتهای بین الملل را بهره برداری نموده اند دارای ویژگی ها و قابلیت های پویا هستند که فرایند های ایجاد قابلیت برای توسعه محصولات و خدمات فناورانه برای بدست آوردن مزیت رقابتی پیش میرانند. با ورود استارتآپهای بین المللی به بازارهای جدید و ناآشنای بین المللی کارآفرین شروع به توجیه و تصمیم گیری براساس مقایسه فعالیتهای بین المللی جدید با تجربیات داخلی قبلی یا موقعیتهای بین المللی و تجربه زندگی خودشان مینمایند. (Jones and Casulli ۲۰۱۴) تحقیقات در مورد شناخت مدیریتی تمرکز بر این مورد مینماید که چگونه مدیران اطلاعات را مفهوم سازی مینمایند و براساس یافته های تحقیق ما و پیشینه تحقیقات میتوان بیان نمود که "شناخت مدیریتی و مجموعه ذهنی بین المللی مدیر و کارآفرین عامل مهم در تشخیص و بهره برداری از فرصتهای فناورانه بین الملل در استارتآپهای حوزه فناوری اطلاعات است."

### ۲.۳. سرمایه اجتماعی مدیریتی و قابلیت های شبکه سازی:

Alvarez and Busenitz (۲۰۰۱) به اهمیت زمینه اجتماعی کارآفرین اشاره میکند. تعاملات اجتماعی موثر و مفید به کارآفرینان اجازه میدهد که منابع را تجمع و گردآوری کنند. این توانایی برای گردآوری منابع به روش اقتصادی و مقرون به صرفه خودش یک منبع محسوب میشود. (Alvarez and Busenitz ۲۰۰۱).

در کیسهای مورد مطالعه سرمایه اجتماعی مدیریتی و قابلیت های شبکه سازی مدیر به عنوان عوامل مهم در بهره برداری از فرصتهای کارآفرینی فناورانه بین الملل اشاره شده اند. برای نمونه تعدادی از این گزاره ها در ادامه اشاره میگردد:

### نمونه اول:

"ما میتوانیم محصولات خود را بطور موفقیت آمیزی صادر نماییم چونکه مدیر ما دارای تعدادی دوست خوب و قابل اتکا در بازار خارجی هدف دارد و به ما خیلی کمک نموده اند"



### نمونه دوم:

" من به راحتی میتوانم برای خود دوست پیدا کنم و در حوزه های مختلف شبکه سازی نمایم. در فعالیت خارجی ما من توانستم یک شبکه از شرکای خارجی برای خود در زمان کوتاه ایجاد نمایم و به ما در فعالیت بین المللی و اولین فروش خارجی ما بسیار کمک کننده بود."

### نمونه سوم:

" تنها دلیل برای ورود به بازار بین المللی اعتماد تجار آنجا به ما به علت دوستی قبلی با یکی از آنها بود. این اعتماد باعث شد که به منابع و روابط آنها اتکا نمایم و بتوانیم با استفاده از شبکه و اعتبار آنها محصولات خود را بفروشیم."

بطور مشابه بحث شده است که " اعتبار کارآفرین، قابلیت، تعهد و سایر اجزای سرمایه اجتماعی و انسانی اغلب به عنوان تعیین کننده توانایی او برای جذب شریک و فراهم کننده منابع است." (Brush et al. ۲۰۰۱, p. ۷۵)

سرمایه اجتماعی بطور نزدیکی به مفاهیم شبکه و روابط متصل است و متناوباً در پیشینه تحقیقات در بین المللی شدن استفاده میگردد. اغلب پیشینه تحقیقات در کارآفرینی بین الملل بر شبکه های سطح بنگاه تاکید میکنند.

(Andersson and Vahlne ۱۹۹۰; Johanson and Wiedersheim-Paul ۱۹۸۲) اما در این تحقیق نقطه تمرکز بر شبکه های سطح فردی و مدیریتی است. (Coviello and Cox ۲۰۰۶; Wictor ۲۰۰۳; Autio ۲۰۰۵) بهره برداری موفقیت آمیز فرصتهای بین الملل توسط استارتآپهای حوزه فناوری اطلاعات نیازمند منابع است.

(Cox and Cox ۲۰۰۶) برای غلبه بر چالشهای مرتبط با نو بودن و کوچک بودن استارتآپها روشهای جدید برای فراهم نمودن منابع از شریکان و شبکه های همکاری استفاده مینمایند. (Chetty & Agndal ۲۰۰۷; Coviello & Cox ۲۰۰۶)

منطبق با Nahapiet and Ghoshal (۱۹۹۸) سرمایه اجتماعی مجموع منافع واقعی و بالقوه ای است که از روابط فرد حاصل میگردد. تحقیقات در مورد ایجاد بنگاههای جدید نشان داده است که روابط برای کشف فرصتها، تست ایده ها و جمع آوری منابع برای ایجاد ساختارهای سازمانی و بهره برداری از فرصتها ضروری است. (Aldrich and Zimmer ۱۹۸۶)

منفعت اصلی روابط مدیریت ارشد دسترسی است که آنها به اطلاعات و منابع فراهم مینمایند. بوسیله تعامل با ذینفعان خارجی مدیریت ارشد میتواند یافته های مهمی از محیط بنگاه را استخراج نماید. یکی از خروجی های سرمایه اجتماعی اعتماد است. اعتماد اشاره به حس خوب و اطمینان بین دو طرف مبادله است. (Nahapiet and Ghoshal ۱۹۹۸)

اعتماد عدم اطمینان در روابط را کاهش میدهد و منجر به قصد مشارکت و اطمینان موجه میشود که در نهایت نتایج و اهداف مطلوب دست یافتنی با استفاده از روابط میگردد. (Payan et al. ۲۰۱۰)

تحقیق ما در راستای تحقیقات قبلی نشان داد که استارتآپهای حوزه فناوری اطلاعات که بطور موفقیت آمیزی فرصتهای فناورانه بین الملل را بهره برداری نموده اند دارای مدیر- کارآفرینان با قابلیت شبکه سازی برای کسب دانش و منابع هستند. قابلیت های شبکه سازی شامل قابلیت برای ایجاد روابط مبتنی بر اعتماد، تعامل و متناوباً با ذینفعان برای کسب دانش و منابع است. بنابراین کارآفرینان استارتآپهای فناوری اطلاعات بین المللی دارای سرمایه اجتماعی هستند که فرایند موفقیت آمیز تشخیص و بهره برداری از فرصتهای بین الملل را فراهم مینمایند.

### ۳.۳ سرمایه انسانی و قابلیت های یادگیری مدیریتی:

سرمایه انسانی اشاره به مهارتهای یادگرفته شده (Adner and Helfat ۲۰۰۳) و نیازمند سرمایه گذاری در آموزش، مهارت آموزی و سایر انواع یادگیری است. (Becker ۱۹۶۴)

در موردهای مطالعه یکی از عوامل مهم در بهره برداری موفقیت آمیز فرصتهای فناوری بین الملل سرمایه انسانی مدیریتی و قابلیت های یادگیری میباشد. تعدادی از گزاره های اشاره کننده به سرمایه انسانی مدیریتی و قابلیت های یادگیری در این حوزه عبارتند از:

### نمونه اول:

" تیم مدیریتی استارتآپ ما واقعا بین المللی است. همه انگلیسی صحبت میکنند و در قراردادهای بین المللی و تجارت بین الملل خبره و متخصص است."

### نمونه دوم:

" من به بازار هدف رفتم و در زمان کوتاهی یادگرفتم چگونه محصولات خودمان را در ان بازار بین الملل منتقل و بفروشیم."

**نمونه سوم:**

"مدیر و موسس ما تحصیلات مرتبط با تجارت بین الملل دارد و در بسیاری از موارد مخصوصاً در تحقیقات بازار بین الملل و مذاکرات تجاری دانش او به ما کمک نموده است و موجب موفقیت در بازار بین المللی شده است."

**نمونه چهارم:**

"وقتی که استارت‌آپ نیاز به طراحی محصول یا خدمت جدید برای بازار بین المللی دارد مدیر ما با سرعت نیازمندی‌ها را تحلیل مینماید و ویژگی‌های سیستم جدید را استخراج میکند. او واقعا در یادگیری خوب هست و پیش زمینه مهندسی او برای فعالیت بین المللی ما خیلی کمک کننده بوده است." یادگیری و ایجاد دانش دارای نقش محوری در درک بنگاههای کارآفرینانه است. (Politis, ۲۰۰۵) تجربه کاری قبلی مدیران برای کسب دانش مهم است بنابراین سرمایه انسانی شامل یادگیری از طریق انجام دادن و نیازمند تمرین کردن است. (Mintzberg, ۱۹۷۳).

Leonidou et al. (۲۰۰۲) ویژگی‌های مدیریتی را به عنوان عوامل مهم برای صادرات موفقیت آمیز در نظر میگیرد. (Bloodgood et al., ۱۹۹۶) بیان نمود که تجربه کار بین المللی مدیران ارشد به قوت مرتبط با عملکرد کسب وکارهای جدید بین المللی در آمریکا است. (Westhead et al., ۲۰۰۱) همچنین یافت که موسسان مسن دارای منابع بیشتر، اطلاعات عمیقتر و شبکه ارتباطی قویتر و دانش عمیق مدیریتی هستند که در فعالیتهای صادراتی آنها اثربخش بودند. همچنین (McDougall et al., ۲۰۰۳) و (Servais, ۱۹۹۷) نتیجه گیری نمودند که پیش زمینه کارآفرین و تجربه او دارای تاثیر زیادی بر ایجاد استارت‌آپهای بین المللی است. محققان دیگر عوامل دیگری را برای توسعه بین المللی بنگاه در نظر گرفته اند. برای مثال (Evers and O'Gorman, ۲۰۱۱) بحث میکنند که تجربه گذشته شاید اثرگذار و شکل دهنده اطلاعات مدیر استارت‌آپ بین المللی فناوری است بر اساس بحث بالا و بر اساس یافته های تحقیق ما میتوان اشاره نمود که قابلیت یادگیری از تجربیات و منابع گوناگون تاثیرگذار بر توانایی برای تشخیص و بهره برداری از فرصتهای بین المللی است. بنابراین ما میتوانیم بیان کنیم که تجربه کارآفرینان و استارت‌آپهای حوزه فناوری اطلاعات و سرمایه انسانی مدیر و کارآفرین اینگونه استارت‌آپها بر تشخیص و بهره برداری موفقیت آمیز فرصتهای کارآفرینی فناورانه بین الملل اثرگذار است.

با استفاده از قابلیت‌های مدیریتی پویا کارآفرینان میتوانند فرصتهای کارآفرینی فناورانه بین الملل را تشخیص و بهره برداری نمایند و برای بنگاه خودشان خلق ارزش نمایند. (Hennart, ۲۰۱۴)

با بهره برداری از فرصتهای کارآفرینی بین الملل توسط استارت‌آپهای حوزه فناوری اطلاعات رشد بین المللی برای اینگونه استارت‌آپها رخ میدهد و این رشد اثرگذار بر قابلیت مدیریتی پویا است. زمانی که بنگاه به صورت بین المللی رشد میکند بسیاری از ارتباطات جدید با بسیاری از ذینفعان متفاوت ایجاد میشود. چنین ارتباطاتی میتواند به سرعت توسعه یابد و تغییر کند. حتی روابط ضعیف (برای مثال با مشتریان بین المللی جدید) میتواند بر توسعه بین المللی بنگاه اثرگذار باشد. با این وجود روابط قوی با اعتماد بالا برای تغییر سرمایه انسانی مدیریتی و شناخت مدیریتی مورد نیاز است. (Andersson, ۲۰۱۵) Evers & Evers, ۲۰۱۵) برای مثال دربرخی گزاره ها از کیسهای مورد بررسی به این موارد اشاره شده است برای مثال :

" هنگامیکه ما به بازارهای بین المللی وارد شدیم ما شبکه ای با شرکای خارجی ایجاد کرده ایم و حالا به راحتی میتوانیم صادرات را انجام دهیم" "با تجربه قبلی ما در بازارهای بین المللی حالا ما دارای دانش خوب و مناسب در مورد بازار بین الملل داریم و میدانیم چگونه مذاکره با طرف های بین المللی انجام دهیم و در سطح بین الملل قرارداد ببندیم و همچنین چگونه بر اساس تغییرات بازارهای بین المللی در فرایندها و رویه های خود تغییرات ایجاد نماییم"

بنابراین میتوان بحث نمود که کارآفرینان استارت‌آپهای حوزه فناوری اطلاعات دارای قابلیت‌های مدیریتی پویا هستند که بر اساس تعامل بین شناخت مدیریتی، سرمایه اجتماعی و انسانی، استارت‌آپهای حوزه فناوری اطلاعات قابلیت برای تشخیص و بهره برداری از فرصتهای کارآفرینی فناورانه بین الملل را بدست می‌آورند.

پایه و اساس قابلیت‌های کارآفرینهای استارت‌آپهای فناورانه بین الملل باعث میشود که این استارت‌آپها فرصتهای بین الملل را تشخیص دهند و از طریق بهره برداری از چنین فرصتهایی برای خود ارزش ایجاد کنند. (Teece, ۲۰۰۷)

منطبق بر دیدگاه (Schumpeter, ۱۹۳۴) کنشهای کارآفرینانه در اینجا اشاره به فعالیتهای نوآورانه مدیر دارد. این کنش‌ها برای ترکیب منابع به روش جدید برای ارائه ارزش جدید به ذینفعان بنگاه است. چنین ارزشی شامل ارائه محصول قدیمی در بازار جدید و یا ارائه محصول جدید و تجاری سازی شده از فناوری های جدید در بازارهای بین المللی است. تحقیق ما نشان داد که قابلیت مدیریتی پویا کارآفرین / مدیر استارت‌آپهای حوزه فناوری اطلاعات

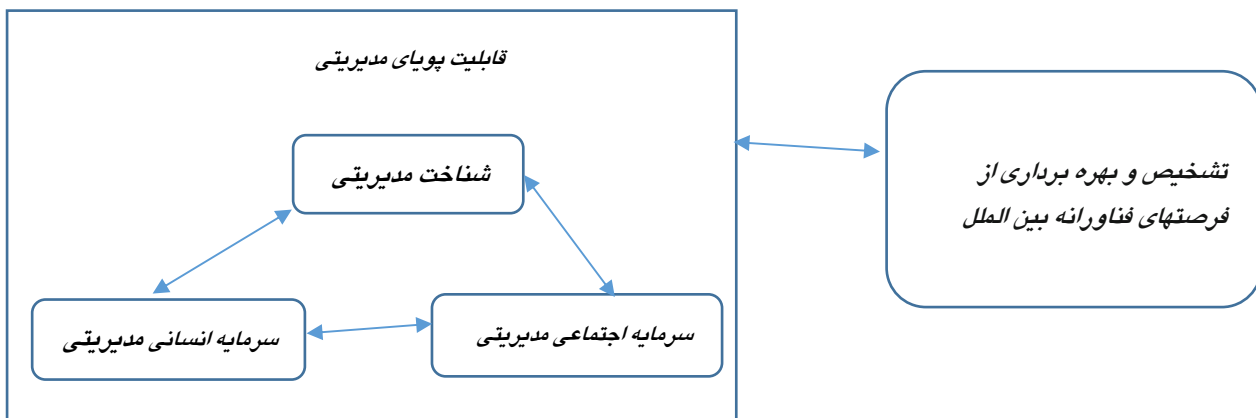




که فرصتهایی را در بازار های بین المللی بهره برداری نموده اند. میتوانند به ذینفعان بین المللی خود خلق ارزش کنند. این با ترتیب بندی جدید دارایی های و طراحی مدل های کسب و کار جدید و پیاده سازی و هدایت سازمان با مدیر امکان پذیر است. (Augier and Teece, 2008).

#### ۴. جمع بندی

چارچوب مفهومی زیر یافته های این تحقیق را براساس موارد بحث شده نشان میدهد.



شکل (۱) جمع بندی یافته های تحقیق

همانطوریکه چارچوب مفهومی بالا نشان میدهد قابلیت شناختی مدیریتی، سرمایه اجتماعی مدیر و سرمایه انسانی مدیر که تشکیل دهنده قابلیت های پویای مدیریتی است بر تشخیص و بهره برداری از فرصتهای فناورانه بین الملل اثر گذار است و از طرفی بهره برداری از فرصتهای فناورانه بین الملل بر توسعه قابلیت های مدیریتی اثر گذار است و تعامل بین این دو باعث بهبود عملکرد استارتاپ های حوزه فناوری اطلاعات در بازارهای بین المللی میگردد.

#### نتیجه گیری

با بررسی قابلیت مدیریتی پویا در تشخیص و بهره برداری از فرصتهای کارآفرینی فناورانه بین الملل توسط استارتآپ های حوزه فناوری اطلاعات این تحقیق به دنبال غنی تر نمودن پیشینه تحقیقات کارآفرینی فناورانه و کارآفرینی بین الملل میباشد. همچنین این تحقیق به بررسی پدیده نوظهور توسعه قابلیت های پویا میپردازد و به غنی تر شدن پیشینه تحقیقات در این حوزه می پردازد. کارآفرین / مدیر در استارتآپ های بین المللی حوزه فناوری اطلاعات نقش مهمی را در تشخیص و بهره برداری از فرصتهای کارآفرینی بین الملل ایفا مینماید. استارتآپ های حوزه فناوری اطلاعات نقش مهمی را در ایجاد ثروت و اشتغالزایی در دنیا ایفا مینمایند و استارتآپ های این حوزه میتوانند با حضور در بازارهای بین المللی به رشد و خلق ارزش اقتصادی بالایی دست یابند. این تحقیق به بررسی قابلیت های مدیریتی پویا کارآفرین / مدیر استارتآپ های حوزه فناوری اطلاعات در ایران به عنوان اقتصاد نوظهور پرداخت که این استارتآپها توانسته اند فرصتهای کارآفرینی فناورانه بین الملل را در بازارهای بین الملل تشخیص و بهره برداری نمایند. این تحقیق همچنین حوزه تحقیقاتی قابلیت های مدیریتی پویا با بررسی نقش مدیران در فرایند کارآفرینانه در سطح فردی غنی تر میسازد. این تمرکز منجر به درک عمیقتری از تعامل بین سرمایه اجتماعی مدیریتی، سرمایه انسانی مدیریتی، شناخت مدیریتی و بهره برداری از فرصتهای بین المللی در بخش استارتآپ های فناورانه میگردد. همچنین این تحقیق یافته هایی را برای توسعه کارآفرینی فناورانه بین الملل فراهم مینماید. برای انجام فعالیتهای بین المللی توسط استارتآپها سیاست گذاران و مدیران باید به توسعه قابلیت های مدیریتی پویا در اینگونه استارتآپها توجه نمایند و تلاش کنند با سیاستها و برنامه های خاص آنها را توسعه دهند. برای بهبود چشم انداز و ذهنیت بین المللی فعالیتهای بین المللی مانند شرکت در سمینارها و نمایشگاه های بین المللی یا دوره های آموزشی بین المللی و... پیشنهاد میگردد. برای تحقیقات آتی انجام این تحقیق با داده های کمی و تست نمودن یافته ها در این حوزه یا سایر حوزه های فناوری پیشنهاد میگردد.



## منابع

- Adler PS, Kwon S (2002) Social capital: prospects for a new concept. *Acad Manag Rev* 27(1):17–40
- Adner R, Helfat CE (2003) Corporate effects and dynamic managerial capabilities. *Strateg Manag J* 24:1011–1020
- Aldrich H, Zimmer C (1986) Entrepreneurship through social networks. In: Sexton D, Similor R (eds) *The art and science of entrepreneurship*. Ballinger, Cambridge, pp 2–23
- Alvarez SA, Busentitz LW (2001) The entrepreneurship of resource-based theory. *J Manag* 27(6):755–775
- Ambrosini V, Bowman C, Collier N (2009) Dynamic capabilities: an exploration of how firms renew their resource base. *Br J Manag* 20(1):9–24
- Andersson S (2000) The internationalization of the firm from an entrepreneurial perspective. *Int Stud Manag Organ* 30(1):63–92
- Andersson S, Florén H (2011) Differences in managerial behavior between small international and noninternational firms. *J Int Entrep* 9(3):233–258
- Andersson S, Gabrielsson J, Wictor I (2004) International activities in small firms. Examining factors influencing the internationalization and export growth of small firms. *Can J Adm Sci* 21(1):22–34
- Andersson S, Wictor I (2003) Innovative internationalisation in new firms: born globals—the Swedish case. *J Int Entrep* 1(3):249–275
- Andersson, S., & Evers, N. (2015). International opportunity recognition in international new ventures—a dynamic managerial capabilities perspective. *Journal of International Entrepreneurship*, 13(3), 260-276.
- Ardichvili A, Cardozo R, Ray S (2003) A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *J Bus Ventur* 18:105–123
- Atuahene-Gima K, Murray JY (2007) Exploratory and exploitative learning in new product development: a social capital perspective on new technology ventures in China. *J Int Mark* 15(2):1–29
- Augier M, Teece D (2008) Strategy as evolution with design: the foundations of dynamic capabilities and the role of managers in the economic system. *Organ Stud* 29:1187–1208
- Autio E (2005) Creative tension: the significance of Ben Oviatt's and Patricia McDougall's article "toward a theory of international new ventures". *J Int Bus Stud* 36(1):105–123
- Bateman TS, Crant JM (1993) The proactive component of organizational behavior: a measure and correlates. *J Organ Behav* 14(2):103–118
- Becker G (1964) *Human capital*. Columbia University Press, New York
- Bloodgood JM, Sapienza HJ, Almeida JG (1996) The internationalization of new high-potential US ventures: antecedents and outcomes. *Enterp Theory Pract* 20:61–76
- Brush CG, Greene PG, Hart MM (2001) From initial idea to unique advantage: The entrepreneurial challenge of constructing a resource base. *Acad Manag Exec* 15(1):64–80
- Burt RS (1992) *Structural holes: the social structure of competition*. Harvard University Press, Cambridge
- Bamberger, M. (2000). *Integrating quantitative and qualitative research in development projects*. Washington, DC: World Bank.
- Eisenhardt, K. M., & Graebner, M. E. (2007). Theory building from cases: Opportunities and challenges. *Academy of Management Journal*, 50, 25–32



- Castanias RP, Helfat CE (1991) Managerial resources and rents. *J Manag* 17:155–171
- Castanias RP, Helfat CE (2001) the managerial rents model: theory and empirical analysis. *J Manag* 27:661–678
- Carayannis, E. G., Samara, E. T., & Bakouros, Y. L. (2015). Introduction to Technological Entrepreneurship. In *Innovation and Entrepreneurship* (pp. 137-157). Springer, Cham.
- Chandra Y, Styles C, Wilkinson IF (2012) An opportunity-based view of rapid internationalization. *J Int Mark* 20(1):74–102
- Chetty S, Agndal H (2007) Social Capital and Its Influence on Changes in Internationalization Mode Among Small and Medium-Sized Enterprises. *J Int Mark* 15(1):1.29
- Coviello N, Cox M (2006) “The Resource Dynamics of International New Venture Networks.” *J Int Entrep* 4: 113–132
- Dimitratos P, Jones MV (2005) Future directions for international entrepreneurship research. Sexton DL, Smilor RW eds. *Int Bus Rev* 14(2):119–128
- Diamantopoulos A, Schlegelmilch BB, Tse KY (1993) Understanding the role of export marketing assistance: empirical evidence and research needs. *Eur J Mark* 27(4):5–18
- Ellis PD (2000) Social ties and foreign market entry. *J Int Bus Stud* 31(3):443–469
- Eisenhardt K, Martin J (2000) Dynamic capabilities: what are they? *Strateg Manag J* 21:1105–1121
- Evers N (2011) International new ventures in low-tech sectors: a dynamic capabilities perspective. *J Small Bus Enterp Dev* 18(3):502–528
- Evers N, Knight J (2008) Trade shows and small firm internationalisation: a network perspective. *Int Mark Rev* 25(5):544–562
- Evers N, O’Gorman C (2011) Improvised internationalization in new ventures: the role of prior knowledge and networks. *Entrep Reg Dev* 23(7–8):549–574
- Evers N, Andersson S, Hannibal M (2012) Stakeholders and marketing capabilities in international new ventures: evidence from Ireland, Sweden, and Denmark. *J Int Mark* 20(4):46–71
- Gabriel, C. A., Kirkwood, J., Walton, S., & Rose, E. L. (2016). How do developing country constraints affect renewable energy entrepreneurs?. *Energy for Sustainable Development*, 35, 52-66.
- Gartner WB (1985) “Framework for describing the phenomenon of new venture creation”. *Acad Manag Rev* 10: 797–707
- Gavetti G (2005) Cognition and hierarchy: rethinking the microfoundations of capabilities’ development. *Organ Sci* 16(6):599–617
- Gavetti G, Levinthal DA (2000) Looking forward and looking backward: cognitive and experiential search’. *Adm Sci Q* 45:113–137
- Gelatkanycz MA, Boyd BK, Finkelstein S (2001) The strategic value of CEO external directorate networks: implications for CEO compensation. *Strateg Manag J* 22(9):889–898
- Ghannad N, Andersson S (2012) The influence of the entrepreneur’s background on the behaviour and development of born globals’ internationalisation processes. *Int J Entrep Small Bus* 15(2):136–153
- Granovetter MS (1973) The strength of weak ties. *Am J Sociol* 78:1360–1380
- Granovetter MS (1982) The strength of weak ties: a network theory revisited. In: Marsden PV, Lin N (eds) *Social structure and network analysis*. Sage, Beverly Hills, pp 105–130
- Grant RM (1991) The resource-based theory of competitive advantage: Implications for strategy formulation. *Calif Manag Rev* 33(3):114–135
- Griffith DA, Harvey MG (2001) A resource perspective of global dynamic capabilities. *J Int Bus Stud* 32(3):597–607



Ghauri, P. N., & Gronhaug, K. (2010). *Research methods in business studies: A practical guide* (4th ed.). Harlow, England: Financial Times/Prentice Hall.

Gupta AK, Govindarajan V (2002) *Cultivating a global mindset. Acad Manag Exec* 16(1):116–126  
 Håkansson H (ed) (1982) *International marketing and purchasing of industrial goods*. Wiley, Chichester  
 Hambrick DC, Mason PA (1984) *Upper echelons: the organization as a reflection of its top managers. Acad Manag Rev* 9:193–206

Harveston PD, Kedia BL, Davis PS (2000) *Internationalization of born global and gradual globalizing firms: the impact of the manager. Adv Compet Res* 8(1):92–99  
 Hennart J (2014) *The accidental internationalists: a theory of born globals. Enterp Theory Pract* 38(1):117–135  
 Helfat CE, Martin JA (2014) 'Dynamic Managerial Capabilities: Review and Assessment of Managerial Impact on Strategic Change'. *J Manag.* doi:10.1177/0149206314561301

Holyoak KJ, Morrison RG (2012) *Thinking and reasoning: a reader's guide. In: Holyoak KJ, Morrison RG (eds) The Oxford handbook of thinking and reasoning. Oxford University Press, New York, pp 1–10*  
 Huff AS (1990) *Mapping strategic thought. In: Huff AS (ed) Mapping strategic thought. Wiley, Chichester, pp 11–49*

Hulbert, B., Gilmore, A., & Carson, D. (2013). *Sources of opportunities used by growth minded owner managers of small and medium sized enterprises. International Business Review*, 22, 293–303.

Jack SL (2010) *Approaches to studying networks: Implications and outcomes. J Bus Ventur* 25(2010):120–137  
 Johanson J, Vahlne JE (1990) *The mechanism of internationalisation. Int Mark Rev* 7(4)  
 Johanson J, Vahlne JE (2009) *The Uppsala internationalization process model revisited: from liability of foreignness to liability of outsidership. J Int Bus Stud* 40(9):1411–1431  
 Johnson DR, Hoopes DG (2003) *Managerial cognition, sunk costs, and the evolution of industry structure. Strateg Manag J* 24(10):1057–1068  
 Jones MV, Casulli L (2014) *International entrepreneurship: exploring the logic and utility of individual experience through comparative reasoning approaches. Enterp Theory Pract* 38(1):45–69  
 Jones MV, Coviello N, Tang YK (2011) *International entrepreneurship research (1989–2009): a domain ontology and thematic analysis. J Bus Ventur* 26(6):632–659

Karakaya, E., Nuur, C., & Hidalgo, A. (2016). *Business model challenge: Lessons from a local solar company. Renewable energy*, 85, 1026-1035.

Kemper J, Engelen A, Brettel M (2011) *How top management's social capital fosters the development of specialized marketing capabilities: a cross-cultural comparison. J Int Mark* 19(3):87–112

Kirkwood, J., & Walton, S. (2010). *How ecopreneurs' green values affect their international engagement in supply chain management. Journal of International Entrepreneurship*, 8(2), 200-217.

Kirzner IM (1973) *Competition and entrepreneurship*. University of Chicago Press, Chicago

Kirzner I (1997) *Entrepreneurial discovery and the competitive market process: an Austrian approach. J Econ Lit* 35:60–85

Knight GA, Cavusgil ST (2004) *Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm. J Int Bus Stud* 35:124–141

Landström H, Harirchi G, Åström F (2012) *Entrepreneurship: Exploring the knowledge base. Res Policy* 41:1104–1111



- Leonidou LC, Katsikeas CS, Samiee S (2002) Marketing strategy determinants of export performance: a metaanalysis. *J Bus Res* 55(1):51–67
- Levin DZ, Cross R (2004) The strength of weak ties you can trust: the mediating role of trust in effective knowledge transfer. *Manag Sci* 50:1477–1490
- Loane S, Bell J (2006) Rapid internationalisation among entrepreneurial firms in Australia, Canada, Ireland and New Zealand. *Int Mark Rev* 23(5):467–485
- Lumpkin GT, Dess GG (1996) Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Acad Manage Rev* 21(1):135–172
- Lumpkin GT, Lichtenstein BB (2005) The role of organizational learning in the opportunity recognition process. *Entrepreneurship Theory and Practice* 29(4):451–472
- Madsen TK, Servais P (1997) The internationalization of born globals: an evolutionary process? *Int Bus Rev* 7(7):511–513
- McDougall PP, Oviatt BM (1996) New venture internationalization, strategic change and performance: a follow-up study. *J Bus Ventur* 11(1):23–40
- McDougall PP, Shane S, Oviatt BM (1994) Explaining the formation of international new ventures: the limits of studies from international business research. *J Bus Ventur* 9(6):469–487
- McDougall PP, Oviatt BM, Shrader RC (2003) A comparison of international and domestic new ventures. *J Int Entrep* 1(1):59–82
- McGaughey SL (2007) Hidden ties in international new venturing: the case of portfolio entrepreneurship. *J World Bus* 42(3):307–321
- Mintzberg H (1973) *The nature of managerial work*. Harper & Row, New York
- Moen Ø (2002) The born globals: a new generation of small European exporters. *Int Mark Rev* 19(2):156–175
- Montealegre R (2002) A process model of capability development: lessons from the electronic commerce strategy at Blosa de Valores de Guayaguil. *Organ Sci* 13(5):514–531
- Nanda, R., Younge, K., & Fleming, L. (2014). Innovation and entrepreneurship in renewable energy. In *The changing frontier: Rethinking science and innovation policy* (pp. 199-232). University of Chicago Press.
- Nahapiet J, Ghoshal S (1998) Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Acad Manag Rev* 23(2):242–266
- Newbert S (2007) Empirical research on the resource-based view of the firm: An assessment and suggestions for future research. *Strateg Manag J* 28(2):121–146
- Nummela N, Saarenketo S, Puumalainen K (2004) Global mindset—a prerequisite for successful internationalisation? *Can J Adm Sci* 21(1):51–64
- OECD (1997) *Globalization and small and medium enterprises (SMEs)*. Organization for Economic Cooperation and Development, Paris
- Oviatt BM, McDougall PP (1994) Toward a theory of international new ventures. *J Int Bus Stud* 25(1):45–64
- Oviatt BM, McDougall P (2005) Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization. *Entrep Theory Pract* 29(5):537–553
- Ozgen E, Baron RA (2007) Social sources of information in opportunity recognition: Effects of mentors, industry networks, and professional forums. *J Bus Ventur* 22(2):174–192
- Payan J, Svensson G, Awuah G, Andersson S, Hair J (2010) A “cross-cultural RELQUAL-scale” in supplier-distributor relationships of Sweden and USA. *Int Mark Rev* 27(5):541–561
- Perlmutter HV (1969) The tortuous evolution of the multinational corporation. *Columbia J World Bus* :9–18
- Politis D (2005) The process of entrepreneurial learning: a conceptual framework. *Enterp Theory Pract* 29(4):399–424
- Polonsky MJ (1996) Stakeholder management and the stakeholder matrix: potential strategic marketing tools. *J Mark-Focus Manag* 1(3):209–229
- Prahalad CK, Bettis AB (1986) The dominant logic – a new linkage between diversity and performance. *Strateg Manag J* 7:485–501



Rialp A, Rialp J, Knight GA (2005) *The phenomenon of early internationalizing firms: what do we know after a decade (1993–2003) of scientific inquiry?* *Int Bus Rev* 14(2):147–166

Santisteban, J., & Mauricio, D. (2017). *Systematic Literature Review of Critical Success Factors of Information Technology Startups*. *Academy of Entrepreneurship Journal*.

Schumpeter JA (1934) *The theory of economic development*. Harvard University Press, Cambridge

Schwenk CR (1984) *Competitive simplification processes in strategic decision-making*. *Strateg Manag J* 5(2): 111–128

Shane S (2000) *Prior knowledge and the discovery of entrepreneurial opportunities*. *Organ Sci* 11:448–469

Shane S, Venkataraman S (2000) *The promise of entrepreneurship as a field of research*. *Acad Manag Rev* 25(1):217–226

Söderqvist A (2011) *Opportunity exploration and exploitation in INVs: a study of relationships' involvement in early entrepreneurial and internationalisation events*. Doctoral dissertation, Hanken school of Economics, Vasa, Finland

Teece DJ (2007) *Explicating dynamic capabilities: the nature and microfoundations of (sustainable) enterprise performance*. *Strateg Manag J* 28:1319–1350

Teece DJ (2012) *Dynamic capabilities: routines versus entrepreneurial action*. *J Manag Stud* 49:1395–1401

Teece DJ (2014) *A dynamic capabilities-based entrepreneurial theory of the multinational enterprise*. *J Int Bus Stud* 45(1):8–37

Teece DJ, Pisano G, Shuen A (1997) *Dynamic capabilities and strategic management*. *Strateg Manag J* 18(7):509–533

Vasilchenko E, Morrish S (2011) *The role of entrepreneurial networks in the exploration and exploitation of information and communication technology firms*. *J Int Mark* 19(4):88–105

Weerawardena J, Mort GS, Liesch PW, Knight G (2007) *Conceptualizing accelerated internationalization in the born global firm: a dynamic capabilities perspective*. *J World Bus* 42(3):294–306

Westhead P, Wright M, Ucbasaran D (2001) *The internationalization of new and small firms: a resource-based view*. *J Bus Ventur* 16(4):333–358

Yin, R. K. (2009). *Case study research: Design and methods (4th ed.)*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications

Zahra S, Korri JS, Yu J (2005) *Cognition and international entrepreneurship: implications for research on international opportunity recognition and exploitation*. *Int Bus Rev* 14:129–146

Zahra SA, Ireland RD, Hitt MA (2000) *International expansion of new venture firms: international diversity, mode of market entry, technological learning, and performance*. *Acad Manag J* 43(5):925–950

Zahra S, Sapienza H, Davidsson P (2006) *Entrepreneurship and dynamic capabilities: a review, model and research agenda*. *J Manag Stud* 43:917–955