

A Functional-Structural Analysis of Policies for the Internationalization of Knowledge-based Companies

Ahmadreza Alaei Tababae¹, Mehdi Elyasi^{2*}, Hesam Zandhesami³, Taghi Torabi⁴

1- PhD in Technology Management, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran.

2- Associate Professor, Management and Accounting Faculty, Allameh Tabatabaei University, Tehran, Iran

3- Assistant Professor, Management and Economy Faculty, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

4- Associate Professor, Management and Economy Faculty, Science and Research Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran

Abstract

International trade studies, given the limitations of small and medium-sized enterprises to enter international processes, emphasize the need for government support for the internationalization of these firms. The purpose of this article is the pathology of policies adopted to support the internationalization of knowledge-based companies in Iran; To this end, the structural shortcomings of the existing programs and their limitations in addressing the functions of internationalization policy have been examined. The functions of internationalization policy are the processes that must be implemented by policies to support the internationalization of business. The functions used in the analytical framework of this research are identified by reviewing the internationalization experience of business in different countries. The identified functions of internationalization policy are “Providing information, Coordination of initiatives, Human resource

development, International networking, Trade facilitation, Funding & reducing business risks, Development of international trade infrastructures, and Special business support”. Thereupon, the internationalization support measures in Iran high-tech sector were analyzed based on function, implementation time, and the executive body of each measure. The results of this study show that internationalization policies over time have been designed and implemented more specifically and with higher participation of the private sector. However, obstacles such as poor cross-sectoral coordination, limited access to international trade infrastructure, and inefficient structures in design and implementation have limited the effectiveness of these policies.

Keywords: Internationalization policy, Small and medium-sized enterprise, Policy analysis.

* Corresponding author: elyasi.atu@gmail.com



یک تحلیل کارکردی-ساختاری از سیاست‌های بین‌المللی‌سازی شرکت‌های دانش‌بنیان

سیداحمدرضا علائی طباطبائی^۱، مهدی الیاسی^{۲*}، حسام زندحسامی^۳، تقی ترابی^۴

۱- دکترای مدیریت فناوری، واحد علوم و تحقیقات دانشگاه آزاد اسلامی، تهران.

۲- دانشیار گروه مدیریت فناوری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران.

۳- استادیار گروه مدیریت صنعتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران.

۴- دانشیار گروه مدیریت صنعتی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات، تهران.

چکیده

در مطالعات تجارت بین‌الملل با در نظر داشتن محدودیت‌های شرکت‌های کوچک و متوسط برای ورود به فرآیندهای بین‌المللی، بر ضرورت حمایت دولت از بین‌المللی‌سازی این شرکت‌ها تأکید می‌شود. هدف این مقاله، آسیب‌شناسی سیاست‌های اتخاذشده برای حمایت از بین‌المللی‌سازی شرکت‌های دانش‌بنیان در ایران است؛ به این منظور، کاستی‌های ساختاری برنامه‌های موجود و محدودیت‌های برنامه‌ها در تحقق کارکردهای سیاست بین‌المللی‌سازی مورد بررسی قرار گرفته است. منظور از کارکردهای سیاست بین‌المللی‌سازی، فرآیندهایی است که باید برای حمایت از بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار توسط سیاست‌ها پشتیبانی و اجرا شوند. کارکردهای مورد استفاده در چارچوب تحلیلی این پژوهش با بررسی تجربه بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار در کشورهای مختلف شناسایی شده که عبارت‌اند از: تأمین اطلاعات؛ هماهنگ‌سازی اقدامات؛ ارتقای نیروی انسانی؛ شبکه‌سازی بین‌المللی؛ تسهیل تجارت؛ تأمین مالی و کاهش ریسک تجارت؛ توسعه زیرساخت تجارت بین‌الملل؛ و حمایت‌های اختصاصی از کسب‌وکارها. در گام بعد، برنامه‌های حمایت از بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار دانش‌بنیان در ایران از یک طرف به تفکیک کارکردها و از طرف دیگر مبتنی بر مؤلفه‌های ساختاری مورد تحلیل قرار گرفت. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که سیاست‌های بین‌المللی‌سازی مورد مطالعه، به مرور اختصاصی‌تر و با مشارکت بالاتر بخش خصوصی طراحی و اجرا شده‌اند. اما موانعی مثل ضعف در هماهنگی بین‌بخشی، محدودیت در دسترسی به زیرساخت‌های بین‌المللی تجارت و ساختارهای ناکارآمد در طراحی و اجرا، اثربخشی این سیاست‌ها را با محدودیت روبرو کرده‌است.

کلیدواژه‌ها: سیاست بین‌المللی‌سازی، شرکت کوچک و متوسط، تحلیل سیاست.

برای استنادات بعدی به این مقاله، قالب زیر به نویسندگان محترم مقالات پیشنهاد می‌شود:

Alaei Tabatabaee, A., Elyasi, M., Zandhessami, H., & Torabi, T. (2021). **A Functional-Structural Analysis of Policies for the Internationalization of Knowledge-based Companies.** *Journal of Science & Technology Policy*, 14(3), 55-69. {In Persian}.

DOI: 10.22034/jstp.2021.14.3.1382

۱- مقدمه

متحد و برخی از کشورهای اروپای غربی به طور کلی به دنبال این بوده‌اند تا سیاست‌های تجارت بین‌المللی را بر اساس این دیدگاه دنبال کنند که اگر به نیروهای بازار اجازه داده شود مسیر خود را طی کنند، اقتصادهای محلی در همکاری با شرکای تجاری خارجی به نتایج مفیدی دست خواهند یافت. این کشورها سیاست‌های تجارت آزاد و آزادسازی بازار را دنبال کرده‌اند. در مقابل سیاست بازار آزاد اما کشورهایی همچون ژاپن، کره جنوبی و تایوان از دهه

روندهای جهانی شدن در دهه‌های اخیر اقتصادهای محلی را با سرعت بالایی به سمت آزادسازی سیاست‌های تجاری بین‌المللی سوق داده و به صورت توأمان به افزایش رقابت و فرصت‌های بیشتر برای شرکت‌های محلی کمک کرده است. از دهه ۱۹۶۰ اکثر کشورهای پیشرو اقتصادی مانند ایالات

DOI: 10.22034/jstp.2021.14.3.1382

* نویسنده عهده‌دار مکاتبات: elyasi.atu@gmail.com

جدید و رقابت بین‌المللی قرار گرفته‌اند؛ در این شرایط، شرکت‌های کوچک و متوسطی که توجه کمی به بین‌المللی شدن دارند، ناآگاهانه محدودیت‌هایی را در زمینه رشد و بقا در درآمدت بر خود اعمال می‌کنند. به واقع، با وجود مزایای پیوستن به اقتصاد جهانی و ریسک‌های عدم پیوستن به آن، بسیاری از کسب‌وکارهای کوچک و متوسط همچنان بر بازارهای ملی خود متمرکز هستند؛ به نحوی که اگر فشار و حمایت دولتی وجود نداشته باشد اغلب این کسب‌وکارها تمایل کمی برای بین‌المللی شدن از خود نشان می‌دهند [۷]. مطالعات درباره چگونگی مداخله دولت برای حمایت از بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط عمدتاً متوجه محدودیت‌هایی است که این کسب‌وکارها در مقابل رقبای بزرگ خود در محیط رقابتی بین‌الملل دارند؛ زیرا شرکت‌های کوچک و متوسط در مقایسه با شرکت‌های بزرگ چندملیتی مجموعه‌ی منابع و توانمندی‌های رقابتی بسیار کمتری را در اختیار دارند. لذا، به واسطه تفاوت‌هایی که در الگوی فعالیت‌های اقتصادی شرکت‌های کوچک و متوسط با شرکت‌های چندملیتی وجود مشاهده می‌شد، نیاز به تبیین تازه از فرآیند بین‌المللی‌سازی این شرکت‌ها و چگونگی حمایت دولت در این زمینه مورد توجه قرار گرفت [۸]. بر این اساس، مطالعات زیادی تلاش داشته‌اند تا سیاست‌هایی را متناسب با نیاز شرکت‌های کوچک و متوسط در فرآیند بین‌المللی‌سازی معرفی نمایند. با این حال، دلالت‌های سیاستی پیشنهاد شده در بسیاری مطالعات موجود در این زمینه یا فاقد یک چارچوب پشتیبان برای تحلیل سیاست است و یا صرفاً سیاست‌ها را از نظر ساختاری (ساختار طراحی سیاست و ساختار اجرای سیاست) مورد تحلیل قرار می‌دهد. این در حالی است که بنا به مطالعات موجود در تحلیل نظام‌های نوآوری، می‌توان سیاست‌ها را علاوه بر جنبه ساختاری [۹]، از نظر کارکردی (فرآیندهایی که باید برای محقق کردن اهداف نظام اجرا شوند [۱۰]) و نیز تأثیرات متقابلی که بر سیاست‌ها بر هم دارند (مانند تأثیرات تقویت‌کننده و تضعیف‌کننده سیاست‌ها بر یکدیگر که در مطالعات آمیزه سیاست بحث می‌شود) مورد تحلیل قرار داد [۱۱-۱۲]. از این رو، در مقاله حاضر برای پاسخ به این پرسش که «سیاست‌های بین‌المللی‌سازی شرکت‌های دانش‌بنیان کوچک و متوسط در

۱۹۸۰ طرفدار حمایت از تولید داخلی بوده و راهبردهای متمرکز درونی را اتخاذ کرده‌اند. با این حال، روند کلی جهانی نشان می‌دهد که در چهار دهه گذشته اغلب کشورها رفته رفته پذیرای بازار آزاد در مقیاس بین‌المللی شده‌اند [۱]. رازیر^۱ و همکاران از سه جریان مهم به عنوان عوامل محرک جهانی شدن کسب‌وکارها پس از جنگ جهانی دوم یاد می‌کنند: (۱) رشد انفجاری فناوری‌های ارزان قیمت (عمدتاً فناوری‌های ارتباطی) که فاصله بین افراد و جغرافیایها را کاهش دادند؛ (۲) کاهش چشم‌گیر موانع تجارت بین‌الملل و مقررات زدایی مالی؛ (۳) آزادسازی و اصلاحات گسترده در ساختارهای اقتصادی پس از فروپاشی سوسیالیسم در جماهیر شوروی و شرق آسیا و گستردگی جغرافیایی بازارها در شرق آسیا به خصوص در چین [۲].

باکلی^۲ نشان می‌دهد که دیدگاه‌های پژوهشگران اولیه در موضوع فعالیت‌های بین‌المللی شرکت‌ها، تحت تأثیر افزایش تعداد شرکت‌های چندملیتی پس از جنگ دوم جهانی شکل گرفته است؛ در آن مقطع ماهیت فعالیت‌های شرکت‌های بین‌المللی، نظریه بین‌المللی‌سازی بازار را مورد توجه پژوهشگران قرار داد. اما بعدها کشورهای مختلف به خصوص آن‌ها که با کسری تراز تجاری روبرو بودند، به دلایلی مثل رونق اشتغال و رشد اقتصادی به حمایت از بین‌المللی‌سازی شرکت‌های داخلی علاقمند شدند [۳]. اولین مطالعات در خصوص بین‌المللی شدن کسب‌وکار از ابتدای دهه ۱۹۷۰ انتشار یافته است. غالباً از هایمر^۳ به عنوان پژوهشگر کلاسیک در مطالعه شرکت‌های بین‌المللی از دیدگاه اقتصادی یاد می‌شود [۴]. مطابق یک دیدگاه رایج، بین‌المللی‌سازی به عنوان فرآیند افزایش اشتغال شرکت در بازارهای بین‌المللی شناخته شده است [۵]. در رویکردی دقیق‌تر، جانسون و والنی^۴ بین‌المللی‌سازی را فرآیند توسعه شبکه‌های روابط کسب‌وکار در کشورهای دیگر از طریق عملیات توسعه، نفوذ و یکپارچه‌سازی تعریف می‌کنند [۶].

مطالعاتی که به بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط علاقمند بوده‌اند، نشان می‌دهند که با کمرنگ شدن موانع تجارت بین‌الملل، همه شرکت‌ها در مواجهه با بازارهای

¹ Ruzzier

² Buckley

³ Hymer

⁴ Johanson & Vahlne

برخوردار باشد می‌تواند مراحل کلاسیک تجاری‌سازی را به سرعت پشت سر گذاشته و بدون توقف از آن‌ها عبور کند. رویکردهای تدریجی به بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار از ابتدای دهه ۱۹۹۰ مورد انتقاد قرار گرفتند. برخی پژوهشگران با ارائه شواهدی از بین‌المللی شدن سریع شرکت‌های کوچک و متوسط این ادعا را مطرح کردند که پیش‌بینی مدل‌های رایج برای بین‌المللی شدن تدریجی شرکت‌ها الزاماً صحیح نیست. این دیدگاه جدید، از این ایده دفاع می‌کرد که برخی شرکت‌ها، به‌طور مخصوص شرکت‌های فناوری‌محور کوچک و متوسط، با جهش از گام‌های متداول توسعه، یک فرآیند بین‌المللی‌سازی یک‌باره را تجربه می‌کنند. لذا مفاهیم تأسیس شرکت بین‌المللی^۳ و شرکت‌های جهانی ز^۴ که یا از ابتدا در محیط بین‌المللی ایجاد می‌شوند و یا فرآیند بین‌المللی شدن را در مدت کوتاهی طی می‌کنند، در مطالعات مورد توجه قرار گرفت. همچنین برخی مشاهدات تجربی گواهی می‌داد که برخی شرکت‌ها پس از سال‌ها فعالیت در محیط محلی، توانسته‌اند با تغییر راهبرد خود، یک فرآیند بین‌المللی‌سازی سریع را تجربه کنند [۱۶]. دو عامل کلیدی در سرعت بین‌المللی شدن شرکت‌ها در این مطالعات، ذخیره دانش داخلی و شبکه‌سازی بین‌المللی است؛ به واقع، شرکت‌های با دانش بازار بالاتر، شانس یا قابلیت یادگیری بیشتری را برای جذب دانش خارجی دارند. از طرف دیگر، با افزایش شدت دانش، مهارت‌های یادگیری ارتقا یافته و امکان سازگاری شرکت با محیط جدید تسهیل می‌شود. همچنین، شبکه بین‌المللی این امکان را برای کارآفرینان فراهم می‌کند تا با شناسایی موقعیت‌ها و درک روابط بین‌المللی، به اطلاعات حیاتی دست پیدا کنند [۱۶].

۲-۲ مدل‌های بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار

رویکرد تدریجی: یکی از مهم‌ترین جریان‌های تحقیقات در مورد بین‌المللی‌سازی در اوایل دهه ۱۹۷۰ در کشورهای شمال اروپا آغاز شد که از آن به عنوان مکتب آپسالا یاد می‌شود. جانسون و والنی، متأثر از نظریه رفتاری شرکت و نظریه دانش و تغییر در سازمان‌ها، مدل مزبور را معرفی کردند. در این مدل، بین‌المللی‌سازی به عنوان فرآیندی برای افزایش

ایران با چه کاستی‌هایی روبرو است؟» از یک رویکردی کارکردی-ساختاری استفاده شده است.

به این منظور در بخش‌های بعدی مقاله، پس از مطالعه مبانی نظری بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار، چارچوب مفهومی پژوهش که در واقع کارکردهای سیاست بین‌المللی‌سازی است، ارائه شده است. سپس روش‌شناسی پژوهش برای تأیید این چارچوب کارکردی و نحوه استفاده از آن در تحلیل سیاست‌های بین‌المللی‌سازی تبیین شده است. در بخش بعدی، به کمک چارچوب تحلیلی پیشنهاد شده، برنامه‌های حمایت از بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار در بخش دانش‌بنیان ایران مورد تحلیل قرار گرفته است. در نهایت مهم‌ترین کاستی‌های موجود در سیاست‌های بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار دانش‌بنیان در ایران و پیشنهادات اصلاح‌کننده متناسب با آنها معرفی شده است.

۲- مرور پیشینه نظری

۲-۱ جریان‌های رقیب در بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار

دیدگاه اولیه درباره بین‌المللی‌سازی آن بوده که شرکت‌ها در ابتدا شایستگی‌های خود را در بازارهای محلی ارتقا داده و در ادامه برای توسعه بیشتر وارد بازارهای بین‌المللی می‌شوند [۶]. در مقابل این دیدگاه رویکرد دیگری وجود دارد که با ارائه شواهد متعدد بر اهمیت بین‌المللی بودن شرکت‌ها از ابتدای تأسیس تأکید می‌کند [۱۳]. کالینیک و فورزا^۱ در دسته‌بندی نظری خود، دیدگاه اول را بین‌المللی‌سازی تدریجی و دیدگاه دوم را بین‌المللی‌سازی سریع می‌نامند. مهم‌ترین مدل توسعه‌یافته در رویکرد تدریجی، مدل آپسالا^۲ است که در مطالعه جانسون و والنی توسعه‌یافته است [۱۴]. مدل آپسالا، بین‌المللی‌سازی را به عنوان فرآیندی برای اکتساب، یکپارچه‌سازی و استفاده تدریجی از دانش درباره بازار و عملیات خارجی می‌داند. در این مدل، بین‌المللی‌سازی به معنای اشتغال تدریجی شرکت در فعالیت‌های بین‌المللی قلمداد می‌شود [۶]. با این وجود جانسون و والنی [۶] استدلال می‌کنند که شرکت وقتی از منابع و امکانات کافی

³ International New Venture
⁴ Born global

¹ Kalinic & Forza
² Uppsala

جدول ۱) دیدگاه‌های تدریجی و سریع در بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار - اقتباس با تلخیص از [۱۵]

عوامل مهم در بین‌المللی‌سازی	دیدگاه تدریجی	دیدگاه سریع
بازار محلی	مشکل و بالغ	ناموجود یا غیرمشکل
تجربه بین‌المللی	محدود	تجربه وسیع بین‌المللی‌سازی در بازارهای مرتبط
اهمیت فاصله جغرافیایی از بازار هدف	بر عملیات کسب‌وکار مؤثر است	ارتباط کمی با عملیات کسب‌وکار دارد
راهبرد شرکت	ایجاد انگیزه کم به بین‌المللی‌سازی	حفظ مزیت رقابتی منوط به بین‌المللی‌سازی سریع است
استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات	ارتباط کم این فناوری با توسعه بین‌المللی کسب‌وکار	عامل کلیدی در توانمندسازی شرکت برای ورود به بازار جهانی
شبکه‌سازی با شرکای کسب‌وکار	در اولین مراحل بین‌المللی‌سازی مورد نیاز است و نقش آن به تدریج افزوده می‌شود	دسترسی سریع به بازارهای بین‌المللی نیاز به دسترسی جامع و سریع به شرکای جدید دارد

مشارکت بین‌المللی شرکت در نتیجه‌ی یادگیری تدریجی تلقی می‌شود. در این مدل، مراحل بین‌المللی شدن در چهار گام توضیح داده شده است: (۱) صادرات مقطعی، (۲) پذیرش نمایندگی در بازار هدف، (۳) ایجاد شعبه کسب‌وکار در بازار هدف و (۴) ایجاد واحد تولیدی در بازار هدف [۶].

یک جریان مهم دیگر از مدل‌های بین‌المللی‌سازی تدریجی، مدل‌های مبتنی بر نوآوری هستند. این مدل‌ها که براساس مدل پذیرش نوآوری راجرز^۱ توسعه یافته‌اند، بین‌المللی شدن را به صورت یک فرآیند یادگیری در مواجهه با نوآوری‌های تازه می‌بیند. مدل کاوسگیل^۲، شناخته‌شده‌ترین مدلی است که از رویکرد مبتنی بر نوآوری برای توضیح گام‌های بین‌المللی‌سازی استفاده کرده است. در این مدل ورود به بازار صادراتی در ۵ گام توضیح داده شده است [۲]: (۱) فعالیت در بازار محلی؛ (۲) ارزیابی و امکان‌سنجی حضور در بازار خارجی؛ (۳) آغاز فعالیت‌های بازاریابی بین‌المللی محدود؛ (۴) بررسی نظام‌مند برای توسعه فعالیت‌های بازاریابی؛ (۵) تخصیص منابع به فرصت‌های بین‌المللی.

رویکرد شبکه‌ای: راه دیگر برای تجزیه و تحلیل بین‌المللی شدن یک شرکت در یک رویکرد فرآیندی، استفاده از دیدگاه شبکه است؛ زیرا این رویکرد چارچوب مناسبی را برای درک رفتار شرکت‌ها به عنوان بازیگران مستقر در شبکه‌های تجاری فراهم می‌کند. منطق دیدگاه شبکه‌ای آن است که فعالیت کسب‌وکارها در محیط بین‌المللی به شدت وابسته به دریافت منابع مختلف از دیگر بازیگران است و هر کسب‌وکار بسته به میزان توسعه روابط بین‌المللی خود امکان بهره‌مندی از منابع را خواهند داشت. از نظری دیگر، حضور و فعالیت در

شبکه‌های بین‌المللی موجب ارتقای ظرفیت یادگیری کسب‌وکار می‌شود [۸]. در دیدگاه شبکه‌ای، مهارت‌ها و توانمندی‌های شرکت برای بین‌المللی شدن از طریق اتحادها و همکاری‌های راهبردی، در طی زمان بهبود می‌یابد؛ شرکت در این سازوکار به منابعی دست پیدا می‌کند که دسترسی به آن‌ها به طرق دیگر بسیار پرهزینه‌تر و یا غیرممکن است؛ این دیدگاهی است که در مدل بین‌المللی‌سازی هاکانسون و جانسون^۳ به خوبی توضیح داده شده است [۱۹]. در این مدل، به سه مؤلفه اصلی اشاره شده است: بازیگران، فعالیت‌ها و منابع. بازیگران افراد یا شرکت‌هایی هستند که منابع را کنترل می‌کنند و از طریق یک رشته فعالیت‌ها از منابع برای خلق ارزش استفاده می‌کنند. وابستگی بالای بازیگران به منابع و فعالیت‌های یکدیگر، آن‌ها را ناگزیر از ایجاد پیوندهایی می‌نماید که منجر به تبادل منابع می‌شود. آنچه در بیشتر تحقیقات فرآیندمحور و به ویژه رویکرد شبکه‌محور مغفول مانده است، موقعیت راهبردی و تأثیر افراد، به‌ویژه کارآفرینان در بین‌المللی‌سازی شرکت‌های کوچک و متوسط است [۲۰].

رویکرد منبع‌محور: بر اساس منابع موجود، در حال حاضر دیدگاه منبع‌محور درباره بین‌المللی‌سازی یک جریان نظری رو به گسترش است [۱۷]. دیدگاه منبع‌محور یک چارچوب نظری در مطالعات مدیریت راهبردی است که برای توضیح مزیت رقابتی شرکت‌ها و پایداری آن در طول زمان مورد بحث قرار می‌گیرد [۲۱]. مطابق این دیدگاه چنانچه منابع شرکت ارزشمند، کمیاب و تقلیدناپذیر باشند، شرکت امکان بهره‌مندی از مزیت رقابتی را دارا خواهد بود. در دیدگاه منبع‌محور، تصمیم بین‌المللی‌سازی عمیقاً به منابع و

³ Hakansson & Johanson

¹ Rogers
² Cavusgil

[۲۱]. این منابع به دلیل وابسته بودن به افراد برجسته در سازمان، موجب حفظ موقعیت رقابتی در شرایط پیچیده محیطی همچون بازارهای بین‌المللی می‌شوند [۲۳]. در هر یک از رویکردهای بین‌المللی سازی که در این بخش معرفی شد، مجموعه‌ای از متغیرهای برآمده از یک زاویه دیدگاه نظری، برای تبیین سازوکار بین‌المللی شدن کسب‌وکار استفاده شده است؛ به همین سبب، دلالت‌های پیشنهادی هریک از رویکردها، مزایا و کاستی‌هایی برای تبیین پیچیدگی‌های توسعه بین‌المللی کسب‌وکار دارد. به واقع، آنچه در عمل در تجربه‌های بین‌المللی شدن کسب‌وکارها و سیاست‌های دولت‌ها برای حمایت از بین‌المللی‌سازی مشاهده می‌شود، مشتمل بر ترکیبی از رویکردهای نظری مطرح شده در این بخش است.

۲-۳ سیاست بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط

در مطالعاتی که برای ارزیابی اثربخشی برنامه‌های دولتی برای حمایت از بین‌المللی‌سازی شرکت‌های کوچک و متوسط انجام شده است، از حمایت دولت به عنوان عامل تغییر خارجی در مسیر بین‌المللی‌شدن یاد می‌شود [۱۷]. در واقع سیاست حمایتی دولت، از طریق برطرف کردن محدودیت دسترسی به منابع بین‌المللی، شرکت‌های فعال در بازار داخلی را به ورود به بازار جهانی تشویق می‌کند؛ زیرا براساس نظریه منبع‌محور در مطالعات سازمان، منابع داخلی شرکت از جمله منابع انسانی، دانشی و شبکه‌ای، محرک اصلی فعالیت‌های بین‌المللی هستند. در شرایط عدم وجود این منابع، شرکت‌ها و به ویژه شرکت‌های کوچک و متوسط یا از فرصت‌های بازار بین‌المللی آگاه نمی‌شوند یا به کشف چنین فرصت‌هایی علاقه نشان نمی‌دهند. به این ترتیب، مشوق‌های دولتی به عنوان یک منبع مکمل بین‌المللی‌سازی برای شرکت‌های کوچک و متوسط تلقی می‌شوند [۲۴]. لئونیدو^۴ و همکاران تصریح می‌کنند که فعال‌سازی مؤثر هرگونه مشوق بین‌المللی‌سازی به نقش تقویت‌کننده یا تضعیف‌کننده عوامل زمینه‌ای مختلف مرتبط با محیط، سازمان و مدیریت بستگی دارد؛ بنابراین، وجود یک برنامه بین‌المللی‌سازی برای تحریک شرکت به ورود به بازار جهانی لازم است اما کافی نیست [۲۵].

توانمندی‌های کلیدی شرکت وابسته است. برای مثال، انتخاب حالت ورود به بازارهای خارجی وابسته به در اختیار داشتن منابعی است که برای رقابت در آن بازار ضروری هستند [۲]. محققان ویژگی‌های مختلفی را برای قابلیت منابع در حفظ مزیت رقابتی بلندمدت برشمردند. به عنوان مثال، بارنی^۱ و همکاران [۲۱] نشان می‌دهند منابع باید با ارزش و نادر باشند و به طور کامل قابل تقلید و قابل تعویض نباشند، در حالی که از نظر گرانتر^۲ [۲۲] منابع باید از دوام، شفافیت، قابلیت انتقال و قابلیت جایگزینی برخوردار باشند. شناخته‌شده‌ترین مدل در رویکرد منبع‌محور، توسط آهوکانگاس [۱۸] ارائه شده است. این مدل دیدگاه‌های منبع‌محور و شبکه‌محور درباره بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار را با هم ترکیب می‌کند و توضیح می‌دهد که شرکت‌های کوچک و متوسط می‌توانند راهبردهای مختلف توسعه بین‌المللی را براساس گونه‌های مختلف منابع و نحوه دسترسی به آنها، دنبال کنند. در این مدل، راهبرد بین‌المللی‌سازی می‌تواند شرکت‌محور (افزودن به اندوخته منابع داخل شرکت)، شبکه‌محور (تقویت روابط برای دسترسی پایدار به منابع) یا ترکیبی از هر دو باشد.

رویکرد کارآفرینی بین‌المللی: آخرین رویکرد برای بین‌المللی‌شدن شرکت‌های کوچک و متوسط، یک حوزه تحقیقاتی نوظهور حاصل از تلاقی ادبیات کارآفرینی و تحقیقات تجاری بین‌المللی به نام کارآفرینی بین‌المللی است. کارآفرینی بین‌المللی را می‌توان ترکیبی از رفتارهای مبتکرانه و ریسک‌پذیر دانست که با عبور از مرزهای ملی قصد ایجاد ارزش در سازمان را دارد [۱۷]. الوارز و بوسنیز^۳ این رویکرد را پلی میان دو دیدگاه منبع‌محور و کارآفرینی می‌دانند که به طور ضمنی کارآفرینان را به عنوان منبع مزیت رقابتی پایدار مطرح می‌کند و تمرکز تجزیه و تحلیل را در دیدگاه منبع‌محور از سطح شرکت به سطح فرد سوق می‌دهد. این محققان بر این باورند که کارآفرینان دارای منابع اختصاصی فردی هستند که شناختن فرصت‌های جدید و جمع‌آوری منابع برای کسب‌وکار را تسهیل می‌کند [۲۳]. دانش کارآفرینی، روابط، تجربه، قدرت قضاوت و توانایی هماهنگی بین منابع، مهم‌ترین منابع سطح فردی محسوب می‌شوند

^۱ Barney

^۲ Grant

^۳ Alvarez & Busenitz

^۴ Leonidou

فرآیندهایی است که برای تحقق هدف بی‌المللی‌سازی کسب‌وکار باید توسط دولت تقویت شوند. چارچوب مفهومی تهیه شده در این بخش، پس از اصلاحات با نظر پنل خبرگان پژوهش به عنوان رویکرد تحلیلی در آسیب‌شناسی سیاست‌های بین‌المللی‌سازی بخش دانش‌بنیان ایران مورد استفاده قرار گرفته است.

۳- روش‌شناسی پژوهش

۳-۱- ارائه یک چارچوب کارکردی برای تحلیل سیاست بین‌المللی‌سازی

با توجه به هدف این مطالعه که شناسایی مهم‌ترین کاستی‌های سیاست‌های بین‌المللی‌سازی شرکت‌های دانش‌بنیان است، لازم بود در ابتدا چارچوب تحلیلی مناسبی برای ارزیابی سیاست‌های مذکور ارائه شود. در این زمینه، یک رویه معمول برای تحلیل سیاست، بررسی سیاست از نقطه نظر عناصر ساختاری، چه در مرحله طراحی و چه در مرحله اجرا است [۹]. با این حال، چارچوب تحلیلی مورد استفاده در این مطالعه، علاوه بر ساختار سیاست‌ها، کارکردهای سیاست در بین‌المللی‌سازی شرکت‌های دانش‌بنیان نیز مورد توجه بوده است. تحلیل کارکردی یک رویکرد شناخته شده در مطالعات نوآوری برای تحلیل نظام‌های اجتماعی از طریق تجزیه نظام به کارکردهای مختلف آن است؛ منظور از کارکردهای نظام، مهم‌ترین فرآیندهایی است که باید درون نظام برای تحقق اهداف آن اجرا شوند [۱۰]. در این رویکرد می‌توان نظام اجتماعی را به تفکیک کارکردهای مختلف ارزیابی کرده و مبتنی بر وضعیت هر کارکرد پیشنهاداتی برای اعمال سیاست‌های اصلاحی در نظام ارائه کرد [۳۸]. با توجه به خلأ یک چارچوب تحلیلی کارکردی در مطالعات سیاست بین‌المللی‌سازی، این پژوهش چارچوب مفهومی تازه‌ای را برای کارکردهای سیاست بین‌المللی‌سازی ارائه نموده، به این طریق که ابتدا مجموعه‌ای از ابزارهای بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار از طریق مرور تجربه کشورهای مختلف گردآوری شده و سپس در یک دسته‌بندی معنایی ذیل ابعاد کلی‌تر، قرار گرفته‌اند. در ادامه، این دسته‌بندی با اعمال نظر و تأیید نهایی پنل خبرگان پژوهش به صورت چارچوبی مشتمل بر ۴۲ ابزار

یک جریان مهم و متداول در سیاست بین‌المللی‌سازی، حمایت از صادرات یا توسعه صادرات است. منظور از توسعه صادرات، اقدامات برآمده از سیاست‌های عمومی است که صادرات را در سطوح شرکت، صنعت یا کشور ارتقا می‌دهد [۲۶]. هادود^۱ و همکاران بر اهمیت سازمان‌های توسعه صادرات که بر ایجاد روابط باکیفیت و شبکه‌سازی در بازار بین‌المللی تمرکز دارند، تأکید کرده و معتقدند این سازمان‌ها منجر به بین‌المللی شدن شرکت‌های کوچک و متوسط به صورت تدریجی خواهند شد [۲۷]. در یک رویکرد غالب دیگر، تحقیقات به طور فزاینده‌ای بر لزوم روابط بین‌سازمانی و شبکه‌ها به عنوان منابع دانشی که شرکت‌های کوچک و متوسط برای بین‌المللی شدن فاقد آن هستند، تأکید می‌کنند [۲۸-۲۹]. با توجه محدودیت تجربه بین‌المللی شرکت‌های کوچک و متوسط، حمایت دولت از هم‌پیمانی و اشتغال در شبکه‌های صنعتی فرامرزی، به عنوان محرک بین‌المللی شدن شرکت‌های کوچک و متوسط عمل می‌کند [۲۹]. به طور مشابه، تحقیقات اخیر با رویکردی سازمان‌محور نشان می‌دهند که بین‌المللی‌سازی شرکت‌های کوچک و متوسط به شدت تحت تأثیر یادگیری از سایر شرکت‌ها قرار دارد [۲۷].

براساس تجارب جهانی، ابزارهای حمایتی مختلف، تأثیرات متفاوتی بر عملکرد بین‌المللی‌سازی شرکت‌های کوچک و متوسط داشته‌اند؛ عموماً به این دلیل که شرکت‌های کوچک و متوسط به لحاظ ویژگی‌های مختلف ناهمگن بوده و به خدمات توسعه‌ای مختلفی نیاز دارند. مطابق یک ایده کلاسیک، کسب‌وکارها در مراحل مختلف بین‌المللی‌سازی، به گونه‌های متفاوتی از کمک‌های سازمان‌های حمایت‌کننده نیاز دارند [۲۶]. در این مطالعه، پس از بررسی مطالعات مختلف درباره تجربه کشورها و سازمان‌های بین‌المللی در حمایت از بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار، فهرست نسبتاً جامعی از ابزارهایی که دولت‌ها می‌توانند برای تشویق بین‌المللی‌سازی به‌کارگیرند، شناسایی شد. ابزارهای سیاستی حاصل این بررسی، براساس مضامین مشترک، ذیل دسته‌های مختلفی که آن‌ها را «کارکرد سیاست بین‌المللی‌سازی» نامیده‌ایم، چینش شده و به این طریق چارچوب مفهومی پژوهش تهیه گردید (جدول ۲). کارکرد سیاست بین‌المللی‌سازی، به معنای

^۱ Haddoud

جدول ۲) ابعاد (کارکردهای) سیاست بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار و ابزارهای مرتبط با هر مورد

ابعاد (کارکردهای سیاست بین‌المللی‌سازی)	شاخص‌ها (ابزارهای سیاست بین‌المللی‌سازی)	مرجع / کشور مطالعه شده
تأمین اطلاعات	۱ تهیه آمار و اطلاعات کلیدی از بازارهای خارجی	[۱۵] هلند
	۲ خدمات مشاوره تجارت بین‌الملل	[۳۰] اماراتی
	۳ معرفی فرصت‌های بازار و سرمایه‌گذاری بین‌المللی	[۳۱] فرانسه
	۴ معرفی فرصت‌های بازار و سرمایه‌گذاری داخلی	[۱۷] غنا
	۵ همتایابی بین‌المللی	[۳۱] فرانسه
هماهنگ‌سازی اقدامات	۶ تدوین و انتشار راهبردهای ملی تجارت بین‌الملل	[۱۷] غنا
	۷ صلاح رویه‌های بین بخشی	[۳۰] اماراتی
	۸ راه‌اندازی پنجره واحد خدمات بازرگانی	[۳۴] ژاپن
ارتقای نیروی انسانی	۹ آموزش تخصصی تجارت بین‌الملل	[۱۵] تروژ
	۱۰ تشویق تبادل بین‌المللی نیروی انسانی متخصص	[۳۱] فرانسه
	۱۱ تشویق جذب نیروی انسانی متخصص بین‌المللی	[۳۱] فرانسه
شبکه‌سازی بین‌المللی	۱۲ حمایت از برگزاری و حضور رویدادهای تجاری بین‌المللی	[۳۳] بلغارستان
	۱۳ حمایت از تبادل هیئت‌های تجاری	[۳۳] بلغارستان
	۱۴ تشویق اتحادهای تجاری فرامرزی مثل ادغام و تملیک بین‌المللی	[۳۴] کره جنوبی
	۱۵ حمایت از حضور در انجمن‌ها و شبکه‌های کسب‌وکار محلی و بین‌المللی	[۳۱] فرانسه
	۱۶ حمایت از عضویت در شبکه‌ها و رسانه‌های اینترنتی بین‌المللی	[۳۵] هلند
	۱۷ تشویق قراردادهای تجاری بین‌المللی (فرانسیز، لیسانس، oem)	[۲۶] ژاپن
	۱۸ تشویق مشارکت در کنسرسیوم‌های تجاری بین‌المللی	[۲۶] ژاپن
	۱۹ حمایت از مشارکت در جوینت ونچرهای بین‌المللی	[۳۶] ژاپن
	۲۰ تشویق مشارکت در پروژه‌های R&D بین‌المللی	[۱۵] تروژ
	۲۱ کاهش تعرفه تجاری	[۳۰] اماراتی
تسهیل تجارت	۲۲ تسهیل و کاهش رویه‌های تجاری	[۳۰] اماراتی
	۲۳ موافقت‌نامه‌های تسهیل تجاری با کشورهای شریک	[۳۴] کره جنوبی
	۲۴ کاهش مالیات و هزینه‌های گمرکی بابت عملکرد تجاری	[۳۴] کره جنوبی
	۲۵ تأمین مالی صادرات و واردات	[۱۷] غنا
تأمین مالی و کاهش ریسک تجارت	۲۶ بیزینس یا خط اعتباری برای صادرات و واردات	[۳۱] فرانسه
	۲۷ ضمانت صادرات	[۳۱] فرانسه
	۲۸ ضمانت سرمایه‌گذاری خارجی	[۳۷] فرانسه
	۲۹ ضمانت‌نامه اخذ پروژه‌های بین‌المللی	[۲۶] هنگ‌کنگ
	۳۰ حمایت مالی از جذب سرمایه خارجی	[۳۷] فرانسه
	۳۱ راه‌اندازی مناطق آزاد تجاری	[۱۵] استونی
توسعه زیرساخت تجارت بین‌الملل	۳۲ عضویت کشور در سازمان‌ها و معاهده‌های الزام‌آور تجارت بین‌الملل	[۱۷] غنا
	۳۳ عضویت کشور در زیرساخت‌های بین‌المللی تبادل کالا و پول	[۳۴] کره جنوبی
	۳۴ ایجاد هاب‌های منطقه‌ای حمل‌ونقل (زیرساخت‌های فرودگاه‌ها و بندر)	[۲۴] کره جنوبی
	۳۵ ایجاد یا مشارکت در ایجاد کریدورهای تجاری منطقه‌ای	[۳۴] کره جنوبی
	۳۶ افزایش پوشش استانداردهای ملی برای محصولات تجاری	[۳۶] سنگاپور
	۳۷ ایجاد مراکز توسعه کسب‌وکار در بازارهای هدف (شتابدهنده، مرکز نوآوری، showroom)	[۳۱] فرانسه
	۳۸ واسطه‌گری تبادل فناوری	[۳۴] کره جنوبی
حمایت‌های اختصاصی از کسب‌وکارها	۳۹ حمایت از تهیه ملزومات تبلیغ و ترویج کسب‌وکار بین‌الملل	[۳۵] هلند
	۴۰ حمایت از اخذ استانداردها و گواهی‌نامه‌های بین‌الملل	[۲۶] هنگ‌کنگ
	۴۱ دفاتر ارائه خدمات خاص تجاری در بازارهای محلی	[۳۱] فرانسه
	۴۲ حل و فصل مسائل تجاری خاص از طریق دیپلماتیک	[۳۳] اسلوانی

دولتی حمایت از بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار و یک فرد متخصص در تجارت بین‌الملل بوده است.

۳-۲ تحلیل سیاست بین‌المللی‌سازی

(شاخص) برای حمایت از بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار ذیل ۸ کارکرد (بعد) مختلف معرفی گردید (جدول ۲). اعضای پنل خبرگان پژوهش در این بخش متشکل از سه محقق دانشگاهی در زمینه سیاست‌گذاری دولتی، یک مدیر نهاد

تحلیل شده است. به منظور تأیید تحلیل‌های کیفی تهیه شده در این بخش، تحلیل‌های اولیه‌ی تهیه شده توسط تیم پژوهش در یک گروه کانونی متشکل از ۷ صاحب‌نظر برنامه‌های بین‌المللی‌سازی (۲ نفر از نهادهای دولتی مرتبط با موضوع بین‌المللی‌سازی شرکت‌های دانش‌بنیان، ۳ نفر مدیر عالی‌رتبه در شرکت‌های دانش‌بنیان دارای تجربه در تجارت بین‌الملل و ۲ نفر صاحب‌نظر دانشگاهی در زمینه سیاست‌گذاری) مورد بازبینی و تأیید قرار گرفت. نتایج بحث صاحب‌نظران در گروه کانونی در جدول ۳ و مشروح تحلیل‌های کیفی در ادامه آن در بخش ۴ ارائه شده است.

۴- تحلیل سیاست بین‌المللی‌سازی شرکت‌های

دانش‌بنیان در ایران با رویکرد کارکردی-ساختاری

تصویب قانون حمایت از شرکت‌ها و مؤسسات دانش‌بنیان و تجاری‌سازی نوآوری و اختراعات در سال ۱۳۸۹ مهم‌ترین نقطه عطف سیاست‌گذاری برای حمایت از توسعه فعالیت شرکت‌های دانش‌بنیان در ایران است. پیرو این قانون، جریانی از برنامه‌های حمایتی و تشویقی با هدف بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان شکل گرفته است. لذا در این تحقیق بازه زمانی تحلیل سیاست بین‌المللی‌سازی در بخش دانش‌بنیان، از سال ۱۳۸۹ تا ۱۴۰۰ در نظر گرفته شده است. به این منظور، براساس مصاحبه با افراد صاحب‌نظر در نهادهای ذی‌مدخل و همچنین بررسی اسناد در دسترس برنامه‌ها، نگاشت تاریخی برنامه‌های دولتی برای حمایت از توسعه بین‌المللی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان، با رویکردی کارکردی در بازه تاریخی مورد نظر تهیه گردید (شکل ۱). این نگاشت که در هر ردیف شامل یک برنامه، همراه با زمان آغاز به اجرای برنامه توسط نهاد مجری و کارکرد برنامه است، آمیزه سیاست بین‌المللی‌سازی در بخش دانش‌بنیان ایران را توصیف می‌کند. لازم به ذکر است این نگاشت تاریخی صرفاً براساس دستورالعمل‌هایی که توسط نهادهای مجری به طور عمومی منتشر شده‌اند، تهیه شده است؛ لذا حمایت‌هایی که بعضاً توسط نهادهای مختلف به صورت غیرشفاف به شرکت‌های دانش‌بنیان ارائه می‌گردد از شمول بررسی این تحقیق خارج شده‌اند. با بررسی انجام شده مشخص گردید که در کل بخش دانش‌بنیان ایران، در مجموع ۳۶ برنامه منحصر

پس از معرفی چارچوب مفهومی پژوهش در بخش کمی، ابعاد این چارچوب به عنوان کارکردهای سیاست بین‌المللی‌سازی در تحلیل کارکردی سیاست‌های بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار در بخش دانش‌بنیان ایران مورد استفاده قرار گرفته است. در برخی مطالعات که به تحلیل و آسیب‌شناسی آمیزه سیاست در یک بخش خاص می‌پردازند، روند تاریخی، تأثیرات ساختاری سیاست‌ها بر یکدیگر و همچنین وضعیت کارکردهای مختلف سیاست برای تحقق اهداف پیش‌بینی شده به صورت همزمان مورد توجه قرار می‌گیرد [۳۹]. این شیوه تحلیل آمیزه سیاست در واقع مبتنی بر روش شناسی تحلیل ساختاری-کارکردی است؛ استدلال پشتیبان این تحلیل آن است که رویکردهای تحلیلی ساختاری و کارکردی هیچ یک به تنهایی نمی‌توانند پویایی‌های درون یک نظام اجتماعی را تحلیل کنند و لذا بهتر است که به طور همزمان مورد استفاده قرار گیرند [۴۰]. مهم‌ترین گام‌های تحلیلی در این رویکرد، تعریف کلی نظام، تحلیل نظام از نظر عناصر ساختاری و تحلیل نظام از نظر کارکردها است [۴۱]؛ به این طریق که ضعف‌ها و قوت‌های نظام شناسایی شده و سپس به کارکردها و ساختارهای مختلف، انتساب می‌شوند. ضعف‌های نظام در اینجا به موانعی اشاره دارد که که عملکرد نظام را مختل کرده یا مانع بهبود آن می‌شوند. در مقابل عواملی که نظام را در مسیر تحقق اهدافش تقویت کنند، قوت‌های نظام به حساب می‌آیند [۳۸]. همچنین، هکرت^۱ و همکاران، نگاشت تاریخی رویدادها را ابزاری مناسب در روش تحلیل کارکردی-ساختاری معرفی می‌کنند [۱۰].

در این مقاله، مبتنی بر روش‌شناسی تحلیل ساختاری-کارکردی، در ابتدا برنامه‌های حمایت از بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار در بخش دانش‌بنیان ایران به تفکیک کارکردهای مختلف و سازمان‌های مجری در بازه تاریخی سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۴۰۰ نگاشت شده‌اند (شکل ۱). داده‌های لازم در مورد زمان آغاز برنامه‌ها و نهادهای مجری، از طریق مصاحبه با ۵ نفر از مدیران در نهادهای دولتی ذی‌ربط تهیه شده است. سپس مبتنی بر نگاشت تاریخی تهیه شده، وضعیت هر یک از کارکردهای سیاست بین‌المللی‌سازی و سپس جوانب ساختاری برنامه‌های حمایتی، از نقطه نظر قوت‌ها و ضعف‌ها،

^۱ Heckert

ارائه اطلاعات تخصصی در رابطه با نسبت بالایی از بازارهای بالقوه بین‌المللی فراهم نشده است. همچنین شرکتهای خصوصی نسبت به تأمین اطلاعات و شناخت عمیق از بازار هدف، به چشم هزینه‌های غیرضروری می‌نگرند. در این کارکرد، ابزارهای همتایابی بین‌المللی و معرفی فرصت‌های بازار و سرمایه‌گذاری خارجی، به صورت غیرنظام‌مند و صرفاً در هنگام اعزام هیئت‌های تجاری به کار بسته می‌شود.

ب) ارتقای نیروی انسانی: در کارکرد ارتقای نیروی انسانی، تنها ابزاری که به طور مشخص با هدف ارتقای دانش و مهارت نیروی انسانی در تجارت بین‌الملل به کار گرفته می‌شود، دوره آموزشی است. در رابطه با این کارکرد، تلاش‌هایی نیز برای تبادل نیروی انسانی متخصص با شرکای بین‌المللی و توسعه بازار خارجی از طریق نیروهای بومی صورت گرفته اما تاکنون خدمتی در این موارد به شرکت‌های دانش‌بنیان ارائه نشده است. این در حالی است که بررسی عمیق فعالیت‌هایی که منجر به عملکرد موفق شرکت‌های دانش‌بنیان در عرصه بین‌المللی شده است، حاکی از اهمیت غیرقابل انکار نگرش نیروی انسانی نسبت به اهمیت و فعالیت‌های بین‌المللی شرکت و اشراف در خصوص روالها و فرآیندهای انجام آن است.

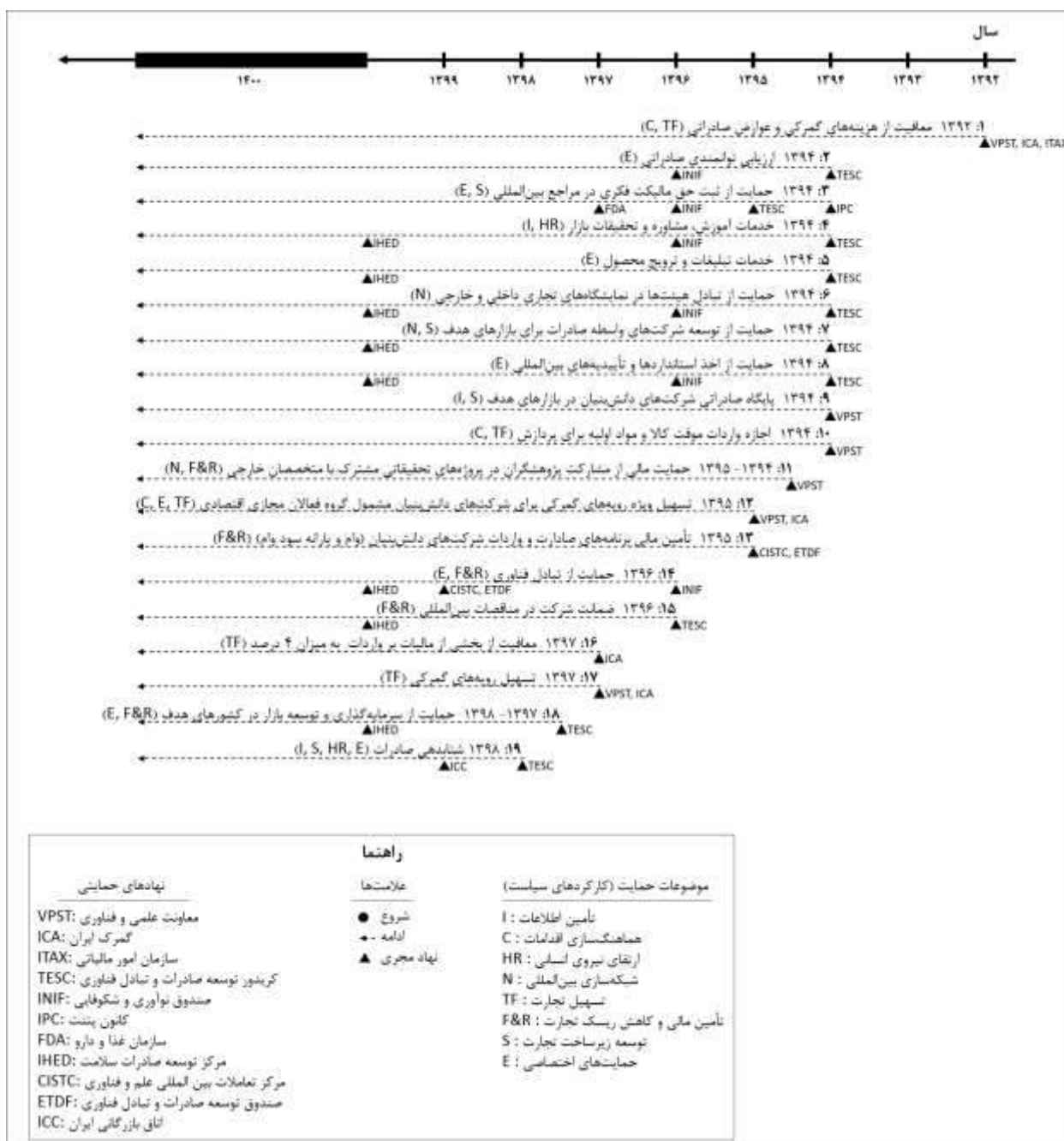
به فرد توسط ۱۱ نهاد مختلف برای حمایت از بین‌المللی شدن کسب‌وکارها اجرا می‌شود که از این بین، کریدور توسعه صادرات و تبادل فناوری بیشترین تنوع و فراوانی در برنامه‌های حمایتی را دارا است. همچنین تقریباً تمامی برنامه‌ها با اقدام مستقیم یا حمایت معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری توسعه یافته‌اند.

کارکردهای شناسایی در بخش قبل در این بخش به منظور تحلیل جوانب مختلف آمیزه سیاست بین‌المللی‌سازی و شناسایی آسیب‌های این آمیزه مورد استفاده قرار گرفته‌اند. طبق نگاشت شکل ۱، در مجموع برای همه کارکردهای سیاست بین‌المللی‌سازی، برنامه‌های حمایتی متناظر طراحی شده است. تحلیل‌هایی که در ادامه در مورد برنامه‌های حمایت از بین‌المللی‌سازی ارائه شده، براساس جمع بندی بحث صاحب‌نظران بین‌المللی‌سازی در یک گروه کانونی (جدول ۳) مورد بازبینی و تأیید قرار گرفته است.

الف) تأمین اطلاعات: برنامه‌های حمایتی بخش دانش‌بنیان کشور در کارکرد تأمین اطلاعات عموماً ناظر بر ارائه اطلاعات از بازارهای هدف، از طریق واسطه‌های معتمد در بخش خصوصی است. با وجود آن که در این مورد بازارهای اصلی صادراتی تحت پوشش برنامه‌ها قرار گرفته، اما همچنان امکان

جدول ۳) نتایج بحث‌های گروه کانونی در مورد جوانب کارکردی و ساختاری برنامه‌های بین‌المللی‌سازی

مهم‌ترین محورهای تحلیل	بعد کارکردی
(پوشش محدود بازارهای هدف در خدمات ارائه اطلاعات بازار) عدم درک اهمیت مطالعه بازار توسط شرکت‌های کوچک و متوسط (ارائه برخی خدمات حمایتی به صورت مقطعی و غیرنظام‌مند)	تأمین اطلاعات
(محدود بودن برنامه‌های ارتقای نیروی انسانی به دوره‌های آموزش کلاسیک)	ارتقای نیروی انسانی
عدم وجود ابزارهای هوشمند تأمین مالی (عدم توجه به تشویق تقاضای بازار هدف خارجی)	تأمین مالی و کاهش ریسک
(ارتقای سطح اختصاصی بودن برنامه‌های حمایتی با گذر زمان) (عدم طراحی حمایت‌های اختصاصی مشروط و هدف‌محور در برنامه‌های حمایتی)	حمایت‌های اختصاصی
(طراحی برنامه‌های حمایتی، جز در برخی موارد، عمدتاً بدون مشارکت سازمان‌های ذی‌نفع مرتبط با تجارت بین‌الملل)	هماهنگی بین‌بخشی
(بی‌ثباتی رویه‌های تجاری به دلیل مداخلات غیرشفاف و مقطعی نهادهای دولتی)	تسهیل تجارت
(تنوع محدود برنامه‌های حمایتی از شبکه‌سازی) (رویکرد عرضه‌محور در ورود به شبکه‌های تجاری بین‌المللی)	شبکه‌سازی بین‌المللی
(اثر جبرانی بسیار محدود برنامه‌های حمایتی موجود در مقابل موانع دسترسی به زیرساخت‌های تجارت بین‌الملل)	توسعه زیرساخت
(بهبود برنامه‌های حمایتی در گذر زمان از نظر اختصاصی بودن، مشارکت بخش خصوصی و تقاضا‌محوری)	بعد ساختاری
(عدم وجود سازوکارهایی برای اصلاح برنامه و خروج شرکت‌ها از دوره حمایت در ساختار برنامه‌های موجود) (اجرای همزمان برنامه‌های حمایتی مشابه توسط نهادهای حمایتی دولتی) (وجود سازوکارهای حمایتی غیرشفاف که به صورت عمومی انتشار نیافته و در دسترس همه شرکت‌های متقاضی قرار ندارد)	



شکل ۱) نداشت تاریخی برنامه‌های حمایت از بین‌المللی سازی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان در ایران (تهیه شده توسط محققین)

خطرپذیر که روش‌هایی پیشرو در بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای داخلی به حساب می‌آیند، مورد توجه نبوده‌اند و حمایت‌ها عمدتاً محدود به تأمین سرمایه در گردش فعالیت‌های صادراتی به صورت ریالی و در قالب تسهیلات بوده است که با در نظر گرفتن جذابیت اخذ تسهیلات در شرایط تورمی، از حداقل اثربخشی برخوردار بوده‌اند.

د) حمایت‌های اختصاصی: نهادهای حمایت از کسب‌وکار در ابتدا با هدف پوشش به مهم‌ترین و پرتکرارترین نیازها شکل می‌گیرند، لذا به طور طبیعی، در ابتدای شکل‌گیری این نهادها، توجه کمی به حمایت‌های اختصاصی از کسب‌وکارها

ج) تأمین مالی و کاهش ریسک: دو موضوع تأمین مالی و کاهش ریسک، بنا به قرابت کاربردی که در ابزارهای سیاستی دارند، ذیل یک کارکرد معرفی شده‌اند. این کارکرد که عمدتاً نقشی ابزاری برای تحقق کارکردهای دیگر دارد، در بخش دانش‌بنیان کشور در برنامه‌هایی برای تأمین مالی صادرات و واردات، حمایت از توسعه بازار خارجی و ضمانت اخذ پروژه‌های بین‌المللی مد نظر قرار گرفته است. با این حال تاکنون در این کارکرد، ابزارهای هوشمند تأمین مالی مثل تشویق تقاضا در بازارهای هدف، ارائه خدمات تضمین اعتبار خریدار در هنگام صادرات و حمایت از سرمایه‌گذاری

محبوب‌ترین موارد در طراحی برنامه‌های بین‌المللی‌سازی است. اما تنوع و هوشمندی برنامه‌های معرفی شده در این کارکرد در بخش دانش‌بنیان ایران بسیار کم است. برنامه‌های موجود در آمیزه مورد بررسی در این رابطه، عمدتاً با تکیه بر ابزار اعزام و پذیرش هیئت‌های تجاری برای حضور در نمایشگاه‌های بین‌المللی طراحی شده است. در برنامه متفاوتی نیز که برای حمایت از تحقیقات مشترک با متخصصین خارجی (ردیف ۱۱ نگاشت تاریخی) تعریف شده است، سطح حمایت فردی است و سازوکاری برای حمایت از حضور شرکت‌های ایرانی در شبکه‌های تحقیقاتی بین‌المللی طراحی نشده است. همچنین، در این کارکرد، تاکنون برنامه‌ای برای تشویق مشارکت شرکت‌های دانش‌بنیان در اتحادها و قراردادهای فناورانه یا تجاری با شرکای بین‌المللی تعریف نشده است. ملاحظه دیگر در خصوص کارکرد شبکه‌سازی بین‌المللی که برخی مصادیق آن برشمرده شد، رویکرد عرضه‌محور ابزارهای ذیل این کارکرد است که عمدتاً ناظر به ارائه قابلیت‌های صنعتی شرکت‌ها در رویدادهای بین‌المللی است، نه مشاهده نیازهای بازارهای هدف خارجی.

ز) توسعه زیرساخت: حمایت‌های مرتبط با کارکرد توسعه زیرساخت تجارت بین‌الملل در آمیزه سیاستی مورد بررسی این پژوهش، در سه برنامه ثبت بین‌المللی مالکیت فکری، پایگاه صادراتی در بازار هدف و شتابدهی صادراتی تعریف شده‌اند. با وجود آن که در این برنامه‌ها زیرساخت‌های مناسبی به طور ویژه برای شرکت‌های دانش‌بنیان ایجاد شده است، اما این برنامه‌های حمایتی در مقابل موانع تحریمی که دسترسی شرکت‌های ایرانی را به زیرساخت‌های کلان تجارت بین‌الملل در موضوعات تبادل پول، بیمه، زیرساخت آزمایشگاهی، منابع فناوری، شبکه‌های تجاری محدود کرده است، اثر جبرانی قابل توجهی ندارند.

با گزارشی که به ازای هر یک از کارکردهای آمیزه سیاست بین‌المللی‌سازی در بخش دانش‌بنیان صورت گرفت، می‌توان قضاوت کرد که وقتی طراحی و اجرای برنامه حمایتی مستلزم همکاری و هماهنگی بین بخشی کمتری بوده و یک نهاد حمایتی به تنهایی از عهده آن برآید، برنامه با سهولت بالاتری طراحی شده و نیازهای کسب‌وکارها را به نحو بهتری پاسخ

می‌شود. در آمیزه مورد تحلیل این پژوهش، سطح حمایت‌ها در گذر زمان به نحوی ملموس با نیازهای اختصاصی کسب‌وکارها هماهنگ‌تر شده است. در این رابطه، اگرچه برنامه ارزیابی توانمندی صادراتی که مبنایی برای طراحی حمایت‌های خاص برای هر کسب‌وکار است (ردیف ۲ در نگاشت تاریخی)، حمایت ویژه از توسعه بازار در کشور هدف (ردیف ۱۸) و برنامه‌های شتابدهی صادرات (ردیف ۱۹) نمونه‌های مناسبی از برنامه‌های اختصاصی برای توسعه کسب‌وکار بین‌المللی شرکت‌ها هستند، اما همچنان خلأ حمایت‌های تخصصی و اختصاصی متناسب با حوزه فعالیت و سطح بین‌المللی شرکت، مثل تخصیص اعتبار هدف‌محور به شرکتها، مشهود است.

ه) هماهنگی بین‌بخشی و تسهیل تجارت: در فهرست کارکردهای سیاست بین‌المللی‌سازی، هماهنگی بین بخشی معمولاً به عنوان کارکرد پیش‌زمینه برای کارکردهای دیگر عمل می‌کند. اثر این کارکرد به طور مخصوص در کارکردهای تسهیل تجارت و توسعه زیرساخت مشهود خواهد بود. در این رابطه، با وجود آن که نمونه‌های مناسبی از هماهنگی بین بخشی در طراحی معافیت‌های مالیاتی و تسهیل رویه‌های گمرکی مشاهده شده است، اما مصادیق ناهماهنگی بین بخشی که منجر به اختلال در کارکرد تسهیل تجارت می‌شود، بسیار مشهودتر است. برای مثال، ممنوعیت‌های صادرات مقطعی از ناحیه وزارتخانه‌های مختلف برای تأمین نیاز داخلی و محدودیت‌های ابلاغی در رفع تعهدات ارزی صادرکنندگان، نمونه‌های پرتکرار اخیر از موانع مختل‌کننده تجارت بین‌الملل است. اما در مقابل، برنامه‌های طراحی شده برای تسهیل تجارت در بخش دانش‌بنیان صرفاً در هماهنگی با دو سازمان امور مالیاتی و گمرک طراحی شده‌اند و از قابلیت کافی برای رفع سایر موانع تجاری پیش روی شرکت‌های دانش‌بنیان برخوردار نیستند. لذا ارتقای هماهنگی‌های بین بخشی به منظور رفع موانع تجاری با وزارتخانه‌های متولی بخش‌های مختلف از قبیل صنعت، بهداشت، کشاورزی و همچنین نهادهای ملی ارائه دهنده زیرساخت‌های کلان تجارت مانند سازمان توسعه تجارت، ضروری است.

و) شبکه‌سازی بین‌المللی: مطابق مطالعه ترازیبی گزارش شده در جدول ۲، کارکرد شبکه‌سازی بین‌المللی یکی از

با نهاد قبلی دارد، ارائه می‌شود؛ این مورد، مصداقی از بزرگ کردن ناموجه ساختار، برای اجرای نقشی است که تنها با اصلاح رویه‌ها در نهاد قدیمی‌تر قابل اجرا بود.

- در برخی موارد در آمیزه مورد تحلیل، سازوکارهایی در نهادهای دولتی برای حمایت از بین‌المللی شدن کسب‌وکارها وجود دارد که به صورت عمومی انتشار نیافته و از شفافیت کافی برای بهره‌برداری توسط کسب‌وکارها برخوردار نیستند؛ در این موارد بهره‌مندی از حمایت منوط به قدرت چانه‌زنی و قدرت ارتباط شبکه‌های کسب‌وکار متقاضی است.

۵- نتیجه‌گیری

در این مقاله سیاست‌های دولتی ایران برای توسعه بین‌المللی کسب‌وکارهای دانش‌بنیان در بازه تاریخی سال‌های ۱۳۸۹ تا ۱۴۰۰ مورد آسیب‌شناسی قرار گرفت. نوآوری این پژوهش در مقایسه با مطالعات زیادی که پیش از این برای آسیب‌شناسی برنامه‌های بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار انجام شده است، ارائه یک چارچوب کارکردی-ساختاری برای تحلیل سیاست‌های بین‌المللی‌سازی است. در رویکرد تحلیل کارکردی، قوت‌ها و ضعف‌های نظام اجتماعی، به تفکیک کارکردهای مختلف نظام مورد تحلیل و قضاوت قرار می‌گیرند و با تبیین وضعیت کارکردها، مبنایی برای طراحی مداخلات (سیاست‌های) جدید در نظام پیشنهاد می‌شود [۳۸]. به این منظور در این پژوهش در ابتدا با مطالعه برنامه‌های بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار در کشورهای مختلف و سازمان‌های بین‌المللی، در مجموع هشت کارکرد برای سیاست بین‌المللی‌سازی معرفی گردید: تأمین اطلاعات؛ هماهنگ‌سازی اقدامات؛ ارتقای نیروی انسانی؛ شبکه‌سازی بین‌المللی؛ تسهیل تجارت؛ تأمین مالی و کاهش ریسک تجارت؛ توسعه زیرساخت تجارت بین‌الملل؛ حمایت‌های اختصاصی از کسب‌وکارها.

با تحلیل کارکردی انجام شده در این پژوهش، این امکان فراهم شد که آسیب‌های موجود در سیاست‌های بین‌المللی‌سازی کشور، به تفکیک کارکردهای مختلف شناسایی شود. در مطالعات مرتبط پیشین تنها به عوامل کلی در خصوص محدودیت‌های بین‌المللی اشاره شده است. مواردی نظیر تحریم‌های بین‌المللی، ناکارآمدی تشویق بین‌المللی شدن، محدودیت در نگرش مدیران کسب‌وکار،

می‌دهد. به همین علت کارکردهای تأمین اطلاعات، ارتقای نیروی انسانی، تأمین مالی و حمایت‌های اختصاصی، در مقابل کارکردهای هماهنگی بین‌بخشی، تسهیل تجارت و توسعه زیرساخت، از وضعیت بهتری برخوردارند. چنانچه علاوه بر رویکرد کارکردی، از نقطه‌نظر جهت‌گیری برنامه‌ها در گذر زمان و ساختار برنامه‌ها و نهادهای حمایتی نیز آمیزه موجود را تحلیل کنیم، نکات ذیل قابل بحث است.

- سیاست‌های حمایتی در بازه تاریخی مورد بررسی، تدریجاً به صورت اختصاصی‌تر (حمایت‌های اختصاصی در ردیف‌های ۱۸ و ۱۹ نگاشت تاریخی)، با سطح مشارکت بالاتر بخش خصوصی (به طور خاص مشارکت شرکت‌های مدیریت صادرات در ردیف ۷، صندوق پژوهش و فناوری توسعه صادرات و تبادل فناوری در ردیف‌های ۱۳ و ۱۴ و اتاق بازرگانی ایران در ردیف ۱۹ از نگاشت تاریخی) و با رویکردی فعال‌تر نسبت به ورود به بازارهای بین‌المللی و تشویق تقاضا (به طور خاص ردیف ۱۸) طراحی شده‌اند.

- چنان که در نگاشت تاریخی قابل مشاهده است، هیچ برنامه‌ای با براساس نتایج عملکردی متوقف و یا با اصلاح اساسی همراه نشده است؛ این کاستی عمدتاً به آن علت روی می‌دهد که در ساختار هیچ یک از برنامه‌های مورد تحلیل، سازوکاری برای سنجش اثربخشی برنامه طراحی نشده است. همچنین جز در چند مورد در این برنامه‌ها، پیش‌بینی مشخصی برای زمان خروج کسب‌وکارها از چتر حمایتی وجود ندارد و دوره حمایت غالباً دائمی فرض شده است.

- براساس نظریه کلاسیک دولت، لازم است که کارکردهای سازمان‌های دولتی به صورت منحصربه‌فرد و با حداقل همپوشانی طراحی شود [۴۲]. در حالی که در ساختار نهادی آمیزه مورد تحلیل، نهادهای حمایتی در برخی موارد به طور هم‌زمان در حال اجرای برنامه‌های حمایتی مشابه هستند. برای مثال برنامه‌های ردیف‌های ۲، ۳، ۴، ۶ و ۸ در نگاشت تاریخی به طور مشابه توسط کریدور توسعه صادرات و تبادل فناوری و صندوق نوآوری و شکوفایی اجرا می‌شوند. همچنین برنامه‌های مشابهی از سال‌های قبل توسط سازمان توسعه تجارت - در حوزه عمومی و نه فقط دانش‌بنیان- و در برخی موارد با کارگزاران مشابه ارائه می‌شود.

- در ادامه بند پیشین، طبق نگاشت تاریخی، از سال ۱۴۰۰، خدمات بین‌المللی‌سازی به شرکت‌های دانش‌بنیان حوزه سلامت به جای کریدور توسعه صادرات، توسط نهاد جدیدی به نام مرکز توسعه صادرات سلامت که ساختار کاملاً مشابهی

همچنین به کمک نگاشت تاریخی یکپارچه‌ای که در این پژوهش برای توصیف آمیزه سیاست بین‌المللی‌سازی تدوین شد، نکاتی در خصوص کاستی‌های ساختاری در آمیزه موجود قابل ارائه است:

- به منظور اصلاح ساختار برنامه‌های حمایتی، سازوکارهایی اولاً برای سنجش اثربخشی برنامه‌ها به منظور بازنگری‌های ضروری بعدی و دوم، برای زمان و نحوه خروج کسب‌وکارها از دوره حمایت، مبتنی بر سطح توانمندی که در دوره حمایت به دست آورده‌اند، طراحی شود.
- با توجه به تداخل و تشابه برنامه‌های حمایتی در برخی نهادهای مجری، لازم است که در یک بازنگری ساختاری، مسئولیت اجرای هر یک از برنامه‌های حمایتی در یک نهاد جمع شده و دیگر نهادها صرفاً به عنوان همکار نهاد مجری اصلی عمل نمایند.
- ضروری است که به منظور بهره‌مندی برابر کسب‌وکارها از حمایت‌های بین‌المللی‌سازی، کلیه نهادهای حمایتی رویه‌های حمایتی خود را به صورت دستورالعمل‌های شفاف و قابل دسترس برای عموم انتشار دهند.
- در مجموع، نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که با وجود تعداد بالای برنامه‌های موجود برای حمایت از بین‌المللی شدن کسب‌وکارهای دانش‌بنیان و پیشرفت مناسب برنامه‌ها در بازه تاریخی مورد بررسی (از جنبه‌های انطباق با نیازهای اختصاصی کسب‌وکارها، مشارکت بخش خصوصی در اجرای برنامه‌ها و توجه به طراحی برنامه‌ها مطابق با بازارهای هدف)، همچنان موانع جدی از نوع ناهماهنگی بین بخشی، ناکافی بودن زیرساخت تجارت بین‌الملل و ساختارهای غیرکارآمد در طراحی و اجرای برنامه‌های حمایتی، پیش روی کسب‌وکارهای کوچک و متوسط ایرانی قرار دارد.

References

- [1] Cuervo-Cazurra, A., and Un, C. A. (2007) **Regional Economic Integration and R&D Investment**. *Research Policy*, 36(2), 227-246.
- [2] Ruzzier, M., Hisrich, R. D., & Antoncic, B. (2006). **SME internationalization research: past, present, and future**. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13(4), 476-497.
- [3] Buckley, P., 2011. **Globalization and the global factory**. 2nd ed. Leeds: *Edward Elgar Publishing*.
- [4] Knight, G. A., & Liesch, P. W. (2016). **Internationalization: From incremental to born global**. *Journal of World Business*, 51(1), 93-102.

منابع

رقابت پذیری پایین در صنعت و سخت‌گیرانه بودن رویه‌های تجاری [۴۴، ۴۳]. در حالی که در این پژوهش مبتنی بر روش‌شناسی تحلیل کارکردی، امکان شناسایی کاستی‌های سیاستی با سطح جزئیات بالاتری فراهم شد. مبتنی بر نتایج پژوهش در مجموع مشخص گردید که متناظر با همه کارکردهای سیاست بین‌المللی‌سازی، برنامه‌های حمایتی در بخش دانش‌بنیان کشور طراحی شده است. از این بین، کارکردهای تأمین اطلاعات، ارتقای نیروی انسانی و حمایت‌های اختصاصی وضعیتی نسبتاً مناسب‌تر از بقیه کارکردها دارند. در مقابل، بدترین وضعیت مربوط به کارکردهای هماهنگ‌سازی اقدامات، تسهیل تجارت و توسعه زیرساخت تجارت بین‌الملل است. مبتنی بر نتایج پژوهش، نکاتی سیاستی ذیل در خصوص برنامه‌های بین‌المللی‌سازی کسب‌وکار در ایران قابل بحث است:

- با توجه به این که هماهنگی بین بخشی یک پیش‌نیاز بسیار مهم برای توسعه و تقویت برخی کارکردهای بین‌المللی‌سازی از جمله تسهیل تجارت و توسعه زیرساخت است، لازم است فرآیند تدوین برنامه‌های حمایتی با مشارکت نهادهای ذی‌مدخل مختلف همراه باشد. همچنین لازم است در اسناد راهبردی و قوانین بالادست، راهبردهای تجارت بین‌الملل کشور و مأموریت دستگاه‌های مختلف در اجرای این راهبردها تبیین شود.
- با توجه به ضعف‌های شناسایی شده در هر کارکرد سیاست بین‌المللی‌سازی، لازم است در اصلاح و توسعه بعدی در برنامه‌های حمایتی در کارکرد تأمین اطلاعات، به ارتقای سطح تخصصی بودن اطلاعات در خصوص بازارهای هدف، در کارکردهای ارتقای نیروی انسانی و شبکه‌سازی بین‌المللی به ارتقای تنوع ابزارها و در کارکرد تأمین مالی به ارتقای سطح هوشمندی ابزارهای تأمین مالی مبتنی بر دو عامل بازار هدف و ریسک‌های موجود در کسب‌وکار بین‌الملل توجه شود.
- با در نظر داشتن این که ابزارهای حمایتی موجود در کارکرد توسعه زیرساخت تجارت بین‌الملل در مقابل موانع و محدودیت‌های کلان موجود در این بخش بسیار ضعیف هستند، لازم است جهت‌گیری سیاست‌ها در این کارکرد به سوی رفع موانع کلان و طراحی ابزارهای جایگزین برای زیرساخت‌های کلان محدود شده اصلاح شود.

- review”, *Journal of Business Venturing*, Vol. 18 No. 2, pp. 165-87.
- [20] Barney, J., Wright, M. and Ketchen, D.J. Jr (2001), “**The resource-based view of the firm: ten years after 1991**”, *Journal of Management*, Vol. 27 No. 6, pp. 625-41.
- [21] Grant, R.M. (1991), “**A resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation**”, *California Management Review*, Vol. 33 No. 3, pp. 114-35.
- [22] Alvarez, S. and Busenitz, L. (2001), “**The entrepreneurship of resource-based theory**”, *Journal of Management*, Vol. 27 No. 6, pp. 755-75.
- [23] Czinkota, M. R., and Ronkainen, I. A. (2009) **Trends and indications in international business**. *Management International Review*, 49(2), 249-265.
- [24] Leonidou L.C, Katsikeas C.S, Palihawadana D, and Spyropoulou S., (2007) “**An Analytical Review of the Factors Stimulating Smaller Firms to Export: Implications for Policy-makers**”, *International Marketing Review*, 24(6), 735-770.
- [25] Kanda, W, Mejia-Dugand, S and Hjelm, O., (2015) **Governmental Export Promotion Initiatives: Awareness, Participation, and Perceived Effectiveness among Swedish Environmental Technology Firms**. *Journal of Cleaner Production*, 98, 222-228
- [26] Haddoud, M. Y., Jones, P., and Newbery, R. (2017) **Export promotion programmes and SMEs’ performance: Exploring the network promotion role**. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(1), 68-87.
- [27] Yu, J., Gilbert, B. and Oviatt, B.M. (2011). **Effects of alliances, time, and network cohesion on the initiation of foreign sales by new ventures**. *Strategic Management Journal*, 32(4), 424-446.
- [28] Milanov, H., and Fernhaber, S. A. (2014). **When do domestic alliances help ventures abroad? Direct and moderating effects from a learning perspective**. *Journal of Business Venturing*, 29(3), 377-391
- [29] Revindo, M. D. (2017). **Internationalisation of Indonesian SMEs: A thesis submitted in partial fulfilment of the requirements for the degree of Doctor of Philosophy at Lincoln University** (Doctoral dissertation, Lincoln University).
- [30] Abel-Koch, Jennifer. et al (2018). **Internationalisation of European SMEs, Taking Stock and Moving Ahead**. *Bpifrance, British Business Bank, Cassa Depositi e Prestiti SpA (CDP), Instituto de Crédito Oficial (ICO) and KfW Bankengruppe (KfW)*.
- [31] Herreros, S., Inoue, K., Mulder, N., & CEPAL, N. (2018). **Innovation and SME internationalization in Korea and Latin America and the Caribbean: Policy experiences and areas for cooperation**. *UN Economic Commission for Latin America and the Caribbean (ECLAC)*. Santiago
- [32] G. Abonyi and S. Kagami (eds.), **Innovation, Technology Transfers, Finance, and Internationalization of SMEs’ Trade and Investment**, *ERIA Research Project Report FY2013*, (14), 37-96.
- [5] Nowinski, W., & Rialp, A. (2013). **Drivers and strategies of international new ventures from a Central European transition economy**. *Journal of East European Management Studies*, 18(2), 191-231.
- [6] Johanson, J., & Vahlne, J. E. (2009). **The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership**. *Journal of International Business Studies*, 40, 1411–1431.
- [7] Johanson, J., & Mattsson, L. G. (2015). **Internationalisation in industrial systems—a network approach**. In *Knowledge, networks and power* (pp. 111-132). *Palgrave Macmillan*, London.
- [8] Ghazinoori, S., & Radaei, N. (2019). **The Framework for STI Policy Programs**. *Journal of Science & Technology Policy*, 11(2), 527-542. {In Persian}.
- [9] Hekkert, M. P., Suurs, R. A., Negro, S. O., Kuhlmann, S., & Smits, R. E. (2007). **Functions of innovation systems: A new approach for analysing technological change**. *Technological forecasting and social change*, 74(4), 413-432.
- [10] Bergek, A., Jacobsson, S., Carlsson, B., Linmark, S. and Rickne, A., 2008, “**Analyzing the functional dynamics of technological innovation systems: A scheme of analysis**”, *Research Policy*, 37, pp. 407-429.
- [11] Alizadeh, P., & Malekifar, F. (2019). **Policy Mixes for Science, Technology, and Innovation**. *Journal of Science & Technology Policy*, 11(2), 513-526. {In Persian}.
- [12] OECD (2018). **Fostering SMEs’ participation in global markets: Final report**. Paris: *Organisation for Economic Co-operation and Development, Centre for Entrepreneurship, SMEs and Local Development*.
- [13] Kalinic, I., & Forza, C. (2012). **Rapid internationalization of traditional SMEs: Between gradualist models and born globals**. *International Business Review*, 21, 694–707
- [14] Chetty, S., & Campbell-Hunt, C. (2004). **A strategic approach to internationalization: a traditional versus a “born-global” approach**. *Journal of International marketing*, 12(1), 57-81.
- [15] Oviatt, B. M., & McDougall, P. P. (2005). **Defining international entrepreneurship and modelling the speed of internationalization**. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 29(5), 537–553.
- [16] Sasu, E. (2019). **Government Export Promotion Organisations and SME Internationalisation: A Case Study of Ghana’s Non-traditional Export Sector** (Doctoral dissertation, *Edinburgh Napier University*).
- [17] Ahokangas, P. (1998), “**Internationalization and resources: an analysis of processes in Nordic SMSs**”, doctoral dissertation, *Universitas Wasaensis*, Vaasa.
- [18] Vahlne, J.E., Ivarsson, and J. Johanson. (2011). “**The tortuous road to globalization for Volvo’s heavy truck business: Extending the scope of the Uppsala model**.” *International Business Review* 20(1):1–14.
- [19] Hoang, H. and Antoncic, B. (2003), “**Network-based research in entrepreneurship: a critical**

functional dynamics of technological innovation systems: A scheme of analysis. *Research policy*, 37(3), 407-429.

[38] Danaeifard, H. and Alvani, M. (2017). **An introduction to philosophy of public administration theories** (2nd ed.). *Saffar Publications*, Tehran {In Persian}.

[39] Mobini-dehkordi, A., Nankali, A and Jamebozorgi, M. (2016). **Investigating the effect of entrepreneurial orientation on the internationalization of companies in the Iranian glass and crystal industry with the mediating role of organizational culture.** *Journal of Entrepreneurship Development*, 9(4).

[40] Yousefi, M. and Ghazizadeh, M. (2019). **Assessing the Impact of Commercial and Social Networks on the Performance of Small to Medium Enterprises in International Markets with the Mediating Role of Market Knowledge.** *Journal of Business Management*, 11(4)

[33] Dominguez, N. (2020). **Why do western SMEs internationalize through springboarding? Evidence from French manufacturing SMEs.** *Transnational Corporations Journal*, 27(1).

[34] Hellsmark, H., Mossberg, J., Söderholm, P., & Frishammar, J. (2016). **Innovation system strengths and weaknesses in progressing sustainable technology: the case of Swedish biorefinery development.** *Journal of Cleaner Production*, 131, 702-715.

[35] Kern, F., Kivimaa, P., & Martiskainen, M. (2017). **Policy packaging or policy patching? The development of complex energy efficiency policy mixes.** *Energy Research & Social Science*, 23, 11-25.

[36] Jacobsson, S., & Bergek, A. (2011). **Innovation system analyses and sustainability transitions: Contributions and suggestions for research.** *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 1(1), 41-57.

[37] Bergek, A., Jacobsson, S., Carlsson, B., Lindmark, S., & Rickne, A. (2008). **Analyzing the**