



Research Paper

Analysis of the Role of Innovation Ecosystem in the Internationalization of Knowledge-Based Companies: A Case Study of Iranian Hitech Export Club Members

•Mohammad Mahdi Pakparvar¹ , Seyed Habibollah Tabatabaian², Vajhollah Ghorbani Zadeh³

1. Department of Technology Management, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

2. Associate Professor, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

3. Department of Public Management, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

Use your device to scan and read the article online



Citation: Pakparvar.M, Tabatabaian.H, Ghorbani Zadeh.V (2024). [Analysis of the Role of Innovation Ecosystem in the Internationalization of Knowledge-Based Companies: A Case Study of Iranian Hitech Export Club Members (Persian)]. *Journal of Governance knowledge*, 02(04), 82-114. <https://doi.org/10.22034/jokog.2024.482289.1020>



<https://doi.org/10.22034/jokog.2024.482289.1020>



Received: 07 Oct 2024

Revised: 09 Nov 2024

Accepted: 15 Nov 2024

Available Online: 20 Dec 2024

Keywords:

Knowledge-Based Companies, Internationalization, Innovation Ecosystem, Export Excellence Club, Export.

ABSTRACT

Today, with increasing competition in global markets, the internationalization of knowledge-based companies has become a necessity. Achieving this requires a dynamic and coherent innovation ecosystem that can synergistically support knowledge-based companies. To this end, the aim of the present study is to explore the role of the innovation ecosystem in the internationalization of knowledge-based companies. In this regard, the role of innovation ecosystem components on the internationalization of 8 knowledge-based companies that are members of the Export Leaders Club, including 4 5-star companies and 4 4-star companies, has been identified and analyzed. The findings show that government organizations such as the Vice-Presidency for Science and Technology, the Innovation and Prosperity Fund, the Central Bank and Commercial banks; domestic and foreign companies, both public and private; universities and research centers; business consultants and experts; brokers and intermediaries such as technology and trade consultants; trade boards and associations and syndicates as actors; Financing, research and development, market feasibility, education and skills training, consulting, and setting up international offices as the most important activities; laws and regulations, procedures, government policies, and support programs as hard and formal institutions; knowledge, technology, resources and capital, products and services, and platforms as artifacts; and finally competition and succession in domestic relations, cooperation and international interactions; formation of consortia and strategic partnerships; interaction with universities and research centers; and cooperation with international industrial giants, as the most important relationships and networking in the innovation ecosystem, play a key and decisive role in the path of internationalization of knowledge-based companies. The findings of this article can help develop policies and support programs to strengthen the international activities of knowledge-based companies and provide practical suggestions to policymakers and experts.

* Corresponding Author:

Mohammad Mahdi Pakparvar

Address: Department of Technology Management, Faculty of Management and Accounting, Allameh Tabataba'i University, Tehran, Iran.

E-mail: mmpakparvar@gmail.com



مقاله پژوهشی

واکاوی نقش اکوسیستم نوآوری در بین‌المللی شدن شرکت‌های دانش‌بنیان (مطالعه موردی: شرکت‌های عضو باشگاه سرآمدان صادرات دانش‌بنیان ایران)

* محمد مهدی پاک‌پرو^۱، سید حبیب‌الله طباطباییان^۲، وجه‌الله قربانی‌زاد^۳

۱. گروه مدیریت فناوری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

۲. دانشیار، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

۳. گروه مدیریت دولتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

چکیده

امروزه با افزایش رقابت در بازارهای جهانی، بین‌المللی شدن شرکت‌های دانش‌بنیان به یک ضرورت تبدیل شده است. تحقق این امر نیازمند یک اکوسیستم نوآوری پویا و هماهنگ است که بتواند به صورت هم‌افزا از شرکت‌های دانش‌بنیان حمایت کند. بدین منظور، هدف پژوهش حاضر، واکاوی نقش اکوسیستم نوآوری در بین‌المللی شدن شرکت‌های دانش‌بنیان است. در این راستا، به شناسایی و تحلیل نقش مؤلفه‌های اکوسیستم نوآوری بر بین‌المللی شدن ۸ شرکت دانش‌بنیان عضو باشگاه سرآمدان صادراتی شامل ۴ شرکت ۵ ستاره و ۴ شرکت ۴ ستاره پرداخته شده است. یافته‌ها نشان می‌دهد که سازمان‌های دولتی مانند معاونت علمی و فناوری، صندوق نوآوری و شکوفایی، بانک مرکزی و بانک‌های عامل؛ شرکت‌های داخلی و خارجی اعم از دولتی و خصوصی؛ دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی؛ مشاوران و متخصصان کسب‌کار؛ کارگزاران و واسطه‌ها نظیر رایزن‌های فناوری و بازرگانی؛ هیئت‌های تجاری و انجمن‌ها و سندیکاها به‌عنوان بازیگران؛ تأمین مالی، تحقیق توسعه، امکان‌سنجی بازار، آموزش و مهارت‌آموزی، ارائه مشاوره، و راه‌اندازی دفاتر بین‌المللی به‌عنوان مهم‌ترین فعالیت‌ها؛ قوانین و مقررات، رویه‌ها، سیاست‌های دولتی و برنامه‌های حمایتی به‌عنوان نهادهای سخت و رسمی؛ دانش، فناوری، منابع و سرمایه، محصولات و خدمات، و پلتفرم‌ها به‌عنوان مصنوعات؛ و در نهایت رقابت و جانشینی در روابط داخلی، همکاری و تعاملات بین‌المللی؛ تشکیل کنسرسيوم‌ها و همکاری‌های استراتژیک؛ تعامل با دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی؛ و همکاری با غول‌های صنعتی بین‌المللی، به‌عنوان مهم‌ترین روابط و شبکه‌سازی در اکوسیستم نوآوری نقشی کلیدی و تعیین‌کننده در مسیر بین‌المللی شدن شرکت‌های دانش‌بنیان ایفا می‌کنند. یافته‌های این مقاله می‌تواند به توسعه سیاست‌ها و برنامه‌های حمایتی برای تقویت فعالیت‌های بین‌المللی شرکت‌های دانش‌بنیان و ارائه پیشنهادها کاربردی به سیاست‌گذاران و متخصصان کمک کند.

تاریخ دریافت: ۱۶ مهر ۱۴۰۳

تاریخ بازنگری: ۱۹ آبان ۱۴۰۳

تاریخ پذیرش: ۲۵ آبان ۱۴۰۳

تاریخ انتشار: ۳۰ آذر ۱۴۰۳

کلیدواژه‌ها:

شرکت دانش‌بنیان؛
بین‌المللی شدن
شرکت‌ها؛ اکوسیستم
نوآوری؛ باشگاه
سرآمدان صادراتی؛
صادرات.

* نویسنده مسئول:

محمد مهدی پاک‌پرو

نشانی: گروه مدیریت فناوری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبائی، تهران، ایران.

رایانامه: mmpakparvar@gmail.com



مقدمه

ارائه دهند و سازمان‌ها برای کسب مزیت رقابتی، از نوآوری به‌عنوان بهترین روش خلق ارزش بهره بگیرند (سوان^{۱۰}، ۲۰۲۲؛ آدner و کاپور^{۱۱}، ۲۰۱۰؛ همل و اسکارزینسکی^{۱۲}، ۲۰۰۱؛ دیلون^{۱۳} و همکاران، ۲۰۰۵).

در عصر حاضر، شرکت‌های دانش‌بنیان به‌عنوان موتور نوآوری و توسعه اقتصادی، با تولید محصولات و خدمات با ارزش افزوده بالا، نقش کلیدی در افزایش رقابت‌پذیری اقتصادی کشورها ایفا می‌کنند. اهمیت این شرکت‌ها در اقتصادهای در حال توسعه از طریق ایجاد اشتغال، رشد تولید ناخالص داخلی و بهبود تراز تجاری^{۱۴} نمایان است (خیاطیان و همکاران، ۲۰۱۶؛ پورتر^{۱۵}، ۱۹۹۰).

به‌منظور تحقق اهداف مذکور، ورود شرکت‌های دانش‌بنیان به بازارهای جهانی از یک مزیت به یک ضرورت تبدیل شده است (اسپنس^{۱۶}، ۲۰۰۳)، چراکه بین‌المللی شدن این شرکت‌ها، نه تنها به افزایش درآمد و سودآوری آن‌ها کمک می‌کند، بلکه می‌تواند به انتقال دانش و فناوری به کشور میزبان نیز منجر شود (یلی-رنکو^{۱۷} و همکاران، ۲۰۰۲). همچنین، حضور در بازارهای بین‌المللی می‌تواند موجبات تقویت شبکه‌های ارتباطی و تجاری شرکت‌ها، افزایش دسترسی به منابع مالی و انسانی، صرفه‌جویی ناشی از مقیاس، کاهش ریسک بازار، و بهبود نوآوری و توسعه محصولات را فراهم آورد (هیت^{۱۸} و همکاران،

در دهه اخیر، علی‌رغم همه تلاش‌ها جهت ارج نهادن به شرکت‌های دانش‌بنیان در اسناد و برنامه‌های استراتژیک و قوانین حمایتی متعدد در ایران، تنها حدود ۱۰ درصد از آن‌ها موفق شده‌اند از مرزهای کشور فراتر رفته و محصولات خود را در سطح بین‌المللی عرضه کنند. در حالی که بیش از ۷۰ درصد از نوآوری‌های مهم و تحول‌آفرین از سوی شرکت‌های دانش‌بنیان به بازار جهانی معرفی می‌شوند (اوای‌سی‌دی^۱، ۲۰۱۹).

دنیای امروز با نوسانات^۲، عدم قطعیت^۳، پیچیدگی^۴ و ابهام^۵ (با نام اختصاری "VUCA") شناخته می‌شود. مفهومی که به بی‌ثباتی تغییرات، ناامنی نسبت به آینده، ضرورت بررسی سناریوهای متعدد هنگام تصمیم‌گیری و گاه کمبود اطلاعات برای درک فرآیندها و پرداختن به مسائل اشاره دارد (مک و خاره^۶، ۲۰۱۶). این مفهوم در دهه گذشته، به‌ویژه به دلیل تغییرات سریع در حوزه‌های فناورانه، سیاسی، مالی و مدیریتی، مورد توجه بیشتری قرار گرفته است. با این حال، محیط جهانی امروز همچنان بیشتر تحت تأثیر تغییرات تحول‌آفرین^۷ و بحران‌های جهانی قرار می‌گیرد (باران و ووزنج^۸، ۲۰۲۰؛ کایوووجا و لورائوس^۹، ۲۰۱۸). در جهان پیچیده و رقابتی امروز، رویکردهای گذشته برای حل مسائل کافی نیستند. سیاست‌گذاران باید راهکارهای نوین

10. Swann

11. Adner & Kapoor

12. Hamel & Skarzynski

13. Dillon

14. Balance of Trade (BOT)

15. Porter

16. Spence

17. Yli-Renko

18. Hitt

1. OECD

2. Volatility

3. Uncertainty

4. Complexity

5. Ambiguity

6. Mack & Khare

7. Disruptive Changes

8. Baran & Woznyj

9. Kaivo-oja & Lauraeus



اکوسیستم از طریق ایجاد شبکه‌های بین‌المللی و همکاری‌های فناورانه، دسترسی به بازارهای جهانی را تسهیل می‌کند (پاول و گروادل^{۲۱}، ۲۰۰۵)، منابع مالی و انسانی را برای توسعه محصولات رقابت‌پذیر فراهم می‌آورد (کوک^{۲۲}، ۲۰۰۲)، و با تشویق کارآفرینی و نوآوری، توانمندی شرکت‌ها برای ورود به بازارهای جهانی را افزایش می‌دهد (ایزنبرگ^{۲۳}، ۲۰۱۰).

بنابراین، با توجه به انتظارات از اثرگذاری شرکت‌های دانش‌بنیان در رشد و توسعه اقتصادی کشور و اهمیت اکوسیستم نوآوری در راستای بین‌المللی شدن آن‌ها و دستیابی به این انتظارات، ضرورت مطالعه ابعاد اکوسیستم نوآوری و ایفای نقش آن در افزایش فعالیت‌های بین‌المللی شرکت‌های دانش‌بنیان، بیش از پیش احساس می‌شود. بدین منظور، هدف پژوهش حاضر، بررسی نقش اکوسیستم نوآوری در بین‌المللی شدن شرکت‌های دانش‌بنیان است. در این راستا در ادامه، ضمن ارائه مفاهیم اکوسیستم نوآوری و بین‌المللی شدن شرکت‌ها، مروری بر پیشینه پژوهش صورت می‌گیرد. در بخش بعد به تشریح روش‌شناسی پژوهش پرداخته می‌شود. سپس یافته‌های پژوهش حاضر مورد تحلیل و بررسی قرار می‌گیرد. در نهایت به جمع‌بندی و ارائه پیشنهادها و سیاست‌های براساس یافته‌ها پرداخته می‌شود. لازم به ذکر است که یافته‌های این مقاله می‌تواند به درک چگونگی توسعه برنامه‌ها و سیاست‌های حمایتی مؤثر از شرکت‌های دانش‌بنیان در جهت افزایش فعالیت‌های بین‌المللی آن‌ها کمک می‌نماید. همچنین دلالت‌ها و پیشنهادها کاربردی برای مدیران و متخصصان این حوزه به ارمغان آورد.

(۲۰۰۶). بدین منظور، در سال‌های اخیر، یکی از اهداف استراتژیک و سیاست‌های مهم در کشورهای در حال توسعه، بین‌المللی‌سازی شرکت‌های دانش‌بنیان می‌باشد (زهرا و جورج^{۱۹}، ۲۰۱۷).

در ایران نیز اهداف سند چشم‌انداز بیست ساله کشور در افق سال ۱۴۰۴، سیاست‌های کلی اقتصاد مقاومتی و نقشه جامع علمی کشور شامل پیشسازی ایران در اقتصاد دانش‌بنیان، و ساماندهی نظام ملی نوآوری به منظور ارتقاء جایگاه جهانی کشور، دستیابی به رتبه اول اقتصاد دانش‌بنیان در منطقه و نیز افزایش سهم تولید و صادرات محصولات و خدمات دانش‌بنیان، همگی نشان از توجه ویژه سیاست‌گذاران به تغییر جهت اقتصاد ایران از اقتصاد وابسته به نفت و خام‌فروشی به اقتصاد دانش‌بنیان و حضور در بازارهای جهانی است. با این حال، سهم صادرات شرکت‌های دانش‌بنیان با فناوری پیشرفته از صادرات غیرنفتی کمتر از ۲ درصد بوده و کشور در این زمینه از کشورهای همسایه مانند عربستان و ترکیه رتبه پایین‌تری را به خود اختصاص داده است. این درحالی است که در کشور، بالغ بر ۱۰۰۰۰ شرکت دانش‌بنیان وجود دارد که تعداد قابل توجهی از آن‌ها دارای فناوری‌های پیشرفته و پتانسیل بالایی هستند، اما تاکنون درصد کمی از آن‌ها توانسته‌اند به بازارهای جهانی ورود پیدا کرده و محصولات خود را ارائه نمایند (وزارت علوم، تحقیقات و فناوری، ۱۴۰۱).

بین‌المللی شدن شرکت‌های دانش‌بنیان، با ارتقای جایگاه جهانی کشور و بهبود اقتصادی، به یک ضرورت تبدیل شده است و نیازمند یک اکوسیستم نوآوری اثربخش است (شوالیه و کاووسگیل^{۲۰}، ۲۰۰۴). این

21. Powell & Grodal

22. Cooke

23. Isenberg

19. Zahra & George

20. Knight & Cavusgil



مبانی نظری و پیشینه پژوهش

مبانی نظری

شرکت‌های دانش‌بنیان: در مبانی نظری، مفاهیمی چون «شرکت دانش‌آفرین^{۲۴}»، «سازمان یادگیرنده^{۲۵}» و «سازمان هوشمند^{۲۶}» در معنای مشابه «سازمان دانش‌بنیان^{۲۷}» به کار رفته است (دنيسا نياگو^{۲۸}، ۲۰۰۸). سازمان یا شرکت دانش‌بنیان به دانش بیرون و درون سازمان اهمیت می‌دهد و روش‌ها و تکنیک‌هایی را برای استفاده حداکثری از این دانش توسط کارکنان، سهامداران و مشتریان به کار می‌گیرد (لیبویتر و بکمن^{۲۹}، ۲۰۲۰). این مفهوم می‌تواند طیف متنوعی از شرکت‌ها نظیر شرکت‌های کوچک و متوسط، شرکت‌های زایشی، شرکت‌های نوآفرین، شرکت‌های تازه تأسیس فناوری‌محور، و شرکت‌های با فناوری پیشرفته را در بر گیرد. با این حال، به نظر می‌رسد اجماعی وجود دارد که بیان می‌دارد شرکت‌های دانش‌بنیان دارای برخی (نه همه) ویژگی‌ها مانند مهارت و دانش بالا، تحصیلات عالی نیروی کار، سطح بالای تحقیق و توسعه، گرایش زیاد به صادرات، درصد بالایی از دارایی‌های نامشهود، و ... هستند. بدین ترتیب، شرکت‌های دانش‌بنیان را می‌توان شرکت‌های مستقلی تعریف کرد که بخشی از منابع خود را صرف تحقیق و توسعه می‌کنند، نیروی انسانی آنها عمدتاً افرادی با توان علمی و تخصصی بالا هستند، توسط یک کارآفرین یا تیمی از کارآفرینان با هدف بهره‌برداری تجاری از ایده‌های خلاقانه و

نوآورانه که مبتنی بر دانش فنی است، اداره می‌شوند، همچنین اغلب از فناوری‌های متوسط یا پیشرفته و یا فرآیندهای نوآورانه در محصولات و خدمات خود استفاده می‌کنند (ریکنه و جاکوبسون^{۳۰}، ۱۹۹۹؛ خیاطیان و همکاران، ۲۰۱۶)

بین‌المللی شدن شرکت‌ها: بین‌المللی‌سازی، یک راهبرد کلیدی برای شرکت‌ها تلقی می‌شود که به موجب آن فعالیت‌های آن‌ها در عرصه بین‌الملل افزایش یافته و از طریق خلق فرصت‌های اقتصادی جدید و توسعه روش‌های نوین کسب درآمد، رشد و بقای آن‌ها را رقم می‌زند. رویکردهای شرکت‌ها جهت حضور در بازارهای جهانی برای تقویت جایگاه خود متفاوت است. برخی از آن‌ها، با راه‌اندازی کسب‌وکارهای جدید در سطح جهانی، به دنبال توسعه در بازارهای پایدار هستند و برخی دیگر، از طریق ورود به بازارهای جدید که عملکردی فراتر از وضعیت کنونی آن‌ها را در بر می‌گیرد، سعی در تنوع‌بخشی به منابع مالی خود دارند (نایت و کاووسگیل^{۳۱}، ۲۰۰۴؛ لیو^{۳۲} و همکاران، ۲۰۱۳). حضور و فعالیت در بازارهای جهانی به شرکت‌های دانش‌بنیان امکان می‌دهد تا به مشتریان بیشتری دسترسی داشته باشند و فروش و درآمد خود را افزایش دهند؛ از مزیت‌های رقابتی خود مانند فناوری پیشرفته، کیفیت محصولات و خدمات، و قیمت رقابتی استفاده کنند و در برابر رقبای بین‌المللی خود موفق ظاهر شوند؛ به مقیاس اقتصادی مناسب دست یابند و از مزایای آن مانند کاهش هزینه‌ها و افزایش بهره‌وری برخوردار گردند؛ به منابع جدیدی مانند مواد اولیه، نیروی کار متخصص و فناوری‌های پیشرفته دسترسی یابند و به توسعه و نوآوری

24. Knowledge Creating Company

25. Learning company

26. Intelligent organization

27. Knowledge-Based Organization (KBO)

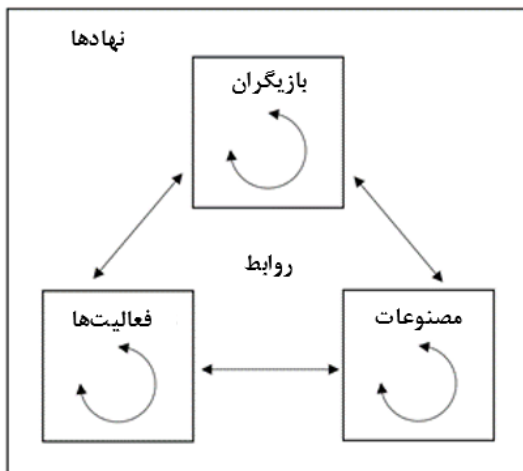
28. Denisa Neagu

29. Liebowitz & Beckman

30. Rickne, A., & Jacobsson

31. Knight & Cavusgil

32. Liu



شکل ۱. نمایشی از مؤلفه‌های اکوسیستم نوآوری (گرنستراند و هولگرسون، ۲۰۲۰)

بپردازند؛ و نیز از طریق تعامل و همکاری با شرکت‌ها و مشتریان بین‌المللی، دانش و تجربیات جدیدی کسب کنند و آن را به بازار داخلی منتقل نمایند (کاووسگیل و همکاران، ۲۰۲۰).

اکوسیستم نوآوری: در طول سال‌های متمادی، رویکردهای گوناگونی برای تحلیل نوآوری شکل گرفته است و در هر دوره با توجه به شرایط و واقعیات محیطی، مدل‌های نوآوری تکامل و تحول پیدا کرده‌اند (بوهانسن^{۳۳}، ۲۰۰۹). بر اساس رویکرد سیستمی، نوآوری نیازمند همکاری و ارتباطات نزدیک میان بازیگران مختلف است. ویژگی بارز این تعاملات، وجود روابط پیچیده و مکانیسم‌های بازخوردی است که بین علم، فناوری، یادگیری و تولید برقرار می‌شود. این شبکه‌های تعاملی نه تنها به تبادل ایده‌ها کمک می‌کنند، بلکه به تقویت و بهبود فرآیندهای نوآوری نیز می‌انجامند (وست و بوگرز^{۳۴}،

۲۰۱۴). در همین راستا، مفهوم اکوسیستم‌های نوآوری با توجه به ویژگی‌های خاص در ابعاد مختلف، از جمله زمینه و مرزهای سیستم، بازیگران کلیدی، کارکردهای آن‌ها و روابط متقابل میان آن‌ها، به‌طور جامع‌تری توسعه یافته است. این رویکرد برای درک عمیق‌تری از تعاملات و دینامیک‌های موجود در فرآیند نوآوری حائز اهمیت است (زنگ و کای^{۳۵}، ۲۰۲۲). گرنستراند و هولگرسون^{۳۶} (۲۰۲۰) هفت مؤلفه برای اکوسیستم‌های نوآوری شناسایی کرده‌اند که شامل بازیگران، فعالیت‌ها، مصنوعات، هم-تکاملی^{۳۷} /هم-تخصص‌گرایی^{۳۸}، همکاری^{۳۹} /مکمل‌ها^{۴۰}، رقابت^{۴۱} /جانشین‌ها^{۴۲} و

35. Zheng & Cai

36. Granstrand and Holgersson

37. co-evolution

38. co-specialization

39. collaboration

40. complements

41. competition

42. substitutes

33. Johannessen

34. West & Bogers



نوآوری و توسعه اکوسیستم مشارکت داشته باشند.

فعالیت‌ها^{۴۶}: فعالیت‌ها شامل اقداماتی است که برای تولید، توسعه و بهره‌برداری از نوآوری‌ها انجام می‌شوند. این اقدامات شامل تحقیق و توسعه، تأمین مالی، آموزش، ارائه مشاوره، تولید، بازاریابی و توزیع محصولات و خدمات می‌باشد. این فعالیت‌ها بستری برای هم‌افزایی میان بازیگران مختلف فراهم می‌آورد و به تقویت روابط مکمل یا رقابتی میان آن‌ها کمک می‌کند.

مصنوعات^{۴۷}: مصنوعات به محصولات، خدمات، فناوری‌ها و دیگر خلاقیت‌های ملموس و ناملموس اشاره دارد که در مرکز اکوسیستم نوآوری قرار دارند. این مصنوعات می‌توانند منابع مکمل یا رقابتی برای سایر اجزای اکوسیستم باشند. اهمیت مصنوعات در تأثیرگذاری بر عملکرد نوآورانه اکوسیستم، به‌ویژه در فرآیندهای خلاقانه و توسعه فناوری، مورد تأکید قرار گرفته است.

نهاده‌ها^{۴۸}: نهاده‌ها می‌توانند قوانین، مقررات، برنامه‌های حمایتی، سیاست‌های دولتی و حتی قراردادهایی باشند که تعاملات میان بازیگران و فعالیت‌ها را تسهیل یا محدود می‌کنند.

روابط^{۴۹}: روابط میان بازیگران نیز می‌تواند به صورت مکمل (همکاری) یا رقابتی تعریف شود. از جمله رقابت و جانشینی، همکاری و تعاملات بین‌المللی، تشکیل کنسرسیوم‌ها و ...

لازم به ذکر است با توجه به این که نهاده‌ها به دو دسته نهاده‌های سخت (رسمی) و نرم (غیررسمی) تقسیم

نهادها می‌باشد. بدین ترتیب، اکوسیستم نوآوری تحت عنوان مجموعه‌ای در حال تکامل از بازیگران، فعالیت‌ها، مصنوعات و همچنین نهادها و روابط میان آنها از جمله همکاری و رقابت که منجر به نوآوری می‌گردد و برای عملکرد نوآورانه یک بازیگر یا طیفی از بازیگران مهم است، تعریف می‌شود (بلیاوا^{۴۳} و همکاران، ۲۰۱۹). در شکل ۱، نمایشی از مؤلفه‌ها در اکوسیستم نوآوری ارائه شده که روابط میان مؤلفه‌ها (به صورت فلش در شکل) به اشکال مختلفی قابل مشاهده است. بدین ترتیب که روابط بین یک نوع مؤلفه، به‌عنوان مثال بین دو بازیگر، ممکن است به صورت روابط تکمیل‌گری یا جانشینی باشد. همچنین روابط بین انواع مختلف مؤلفه‌ها ممکن است شامل روابط تحول‌آفرین، اثرات خارجی و ... گردد.

مدل اکوسیستم نوآوری که توسط گرنستراند و هولگرسون (۲۰۲۰) ارائه شده است، یکی از چارچوب‌های جامع برای تحلیل پویایی‌های نوآوری در سازمان‌ها و سیستم‌های مرتبط با آن است. این مدل، اکوسیستم نوآوری را به‌عنوان یک مجموعه پویا و در حال تکامل از اجزای مختلف تعریف می‌کند. این اجزا عبارت‌اند از (گرنستراند و هولگرسون^{۴۴}، ۲۰۲۰):

بازیگران^{۴۵}: بازیگران شامل افراد، سازمان‌ها و نهادهایی هستند که نقش‌های مختلفی در فرآیند نوآوری ایفا می‌کنند. این بازیگران می‌توانند شرکت‌های نوآور، نهادهای دولتی، مراکز تحقیقاتی، سرمایه‌گذاران و دیگر ذی‌نفعان باشند. گرنستراند و هولگرسون (۲۰۲۰) تأکید می‌کنند که بازیگران باید به‌طور فعال در ایجاد

46. Activities

47. Artifacts

48. Institutions

49. Relations

43. Beliaeva

44. Granstrand & Holgersson

45. Actors



یک چارچوب پیشنهادی برای نظریه کسب و کار بین‌المللی» از طریق رویکرد مرور نظام‌مند و تحلیل مضمون، یک چارچوب نظری با ادغام چهار دیدگاه اکوسیستم‌های کسب و کار، اکوسیستم‌های کارآفرینی، اکوسیستم‌های نوآوری و اکوسیستم‌های پلتفرم برای توضیح ماهیت، منحصربه‌فرد بودن و پویایی اکوسیستم بین‌المللی‌سازی^{۵۳} پیشنهاد می‌کنند تا نگرشی جامع از فرآیند بین‌المللی‌شدن ارائه دهند.

آنگادویتا و ایندارتی^{۵۴} (۲۰۲۴) در مطالعه‌ای با عنوان «تحلیل مضمون کارآفرینی زنان در بین‌المللی‌سازی شرکت‌های کوچک و متوسط» از طریق مرور نظام‌مند ۶۲ مقاله، شش جریان تحقیقاتی کلیدی را شناسایی کردند. این جریان‌ها شامل رفتار صادراتی و جنسیت در شرکت‌های کوچک و متوسط، کارآفرینی و توسعه اقتصادی کشور، جنسیت و نوآوری در بین‌المللی‌سازی، کارآفرینی زنان در تحقیقات مدیریتی و کسب و کار بین‌المللی، فرآیند بین‌المللی‌سازی، و تجربه کسب و کار و صادرات می‌باشد. این تحقیق به بررسی تأثیر جنسیت بر عملکرد بین‌المللی‌سازی و نقش زنان کارآفرین پرداخته است.

بایر-فونتس^{۵۵} و همکاران (۲۰۲۱) در مطالعه خود با عنوان «آیا همکاری ماریچ سه‌گانه برای بین‌المللی‌شدن زود هنگام شرکت‌های فناوری محور در اقتصادهای نوظهور اهمیت دارد؟» از طریق تحلیل کیفی و مصاحبه‌های نیمه‌ساختاریافته با نمایندگان دانشگاه، صنعت و دولت به بررسی تعاملات این شرکت‌ها با بازیگران ماریچ سه‌گانه

می‌شوند (گرنستراند و هولگرسون، ۲۰۲۰؛ ویزورک و هکرت^{۵۰}، ۲۰۱۲)، پژوهش حاضر فقط نهادهای سخت را مورد بررسی قرار می‌دهد.

بر اساس این مدل، اکوسیستم نوآوری به‌عنوان مجموعه‌ای پویا از بازیگران، فعالیت‌ها، مصنوعات و نهادها و روابط تعریف می‌شود که شامل روابط مکمل و جایگزین است و برای بهبود عملکرد نوآورانه یک بازیگر یا مجموعه‌ای از بازیگران اهمیت دارد (گرنستراند و هولگرسون، ۲۰۲۰). لذا در این پژوهش، به‌منظور شناسایی و تحلیل نقش اکوسیستم نوآوری در بین‌المللی‌شدن شرکت‌های دانش‌بنیان از مدل گرنستراند و هولگرسون (۲۰۲۰) بهره گرفته شده است.

پیشینه پژوهش‌های خارجی

فریرا^{۵۱} و همکاران (۲۰۲۳) در مطالعه‌ای با عنوان «نقش اکوسیستم‌های کارآفرینی در بین‌المللی‌شدن شرکت‌های کوچک و متوسط» با بررسی ۱۲۰ شرکت و استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری، به توسعه مدلی پویا از اکوسیستم‌های کارآفرینی در سه سطح کلان، میانی و خرد پرداختند. یافته‌ها نشان می‌دهد که عوامل حمایتی متنوع در سطح کلان و شرکای مختلف در سطح میانی، تأثیر مثبتی بر عملکرد بین‌المللی این شرکت‌ها دارند. همچنین، شبکه‌سازی و اشتراک منابع با شرکای اکوسیستم موجب بهبود عملکرد بین‌المللی می‌شود. فناوری‌های تحول دیجیتال نیز نقش تعدیل‌کننده‌ای در این فرآیند ایفا می‌کنند.

کاستا جونیور^{۵۲} و همکاران (۲۰۲۴) با انجام پژوهشی تحت عنوان «اکوسیستم‌های بین‌المللی‌سازی:

53. Internationalization Ecosystem (INT-E)

54. Anggadwita and Indartti

55. Baier-Fuentes

50. Wieczorek & Hekert

51. Ferreira

52. da Costa Júnior



هم متصل می‌شوند و چگونه این ارتباط جهانی بر بین‌المللی شدن شرکت‌های نوآفرین (استارت‌آپ‌ها) در آن اکوسیستم‌ها تأثیر می‌گذارد. این چارچوب بر روی خوشه‌های موقتی به‌عنوان وسیله‌ای برای فعال کردن جریان دانش در اکوسیستم‌های کارآفرینی تمرکز دارد که می‌تواند بین‌المللی شدن این شرکت‌ها را هدایت و حفظ کند.

در مقاله‌ای با عنوان «اتخاذ نوآوری باز در بین‌المللی سازی شرکت‌های دانش‌بر»، سکلویکین^{۵۹} و همکاران (۲۰۱۶) به بررسی این موضوع می‌پردازند که چگونه شرکت‌های کوچک و متوسط دانش‌بر در لیتوانی^{۶۰}، نوآوری باز را برای حمایت از بین‌المللی شدن خود اتخاذ می‌کنند. بدین ترتیب، از طریق رویکرد مطالعات موردی کیفی و مصاحبه‌های عمیق نیمه‌ساختار یافته، میزان باز بودن شرکت‌ها در انجام فعالیت‌های نوآورانه از طریق همکاری، نحوه به‌اشتراک‌گذاری دانش، مشخصات اصلی شرکای داخلی و خارجی و نحوه استفاده از نوآوری باز در بین‌المللی کردن فعالیت شرکت، آشکار می‌گردد.

رانگ ۶۱ و همکاران (۲۰۲۲) در مطالعه خود تحت عنوان «الزام یکپارچه‌سازی اکوسیستم و بین‌المللی سازی شرکت‌های دیجیتال» به ارائه مفهوم جدیدی به نام «الزام یکپارچه‌سازی اکوسیستم»^{۶۲} برای توضیح چالش‌ها و هزینه‌های اضافی می‌پردازند که شرکت‌های دیجیتال خارجی هنگام تلاش برای بین‌المللی شدن با آن مواجه هستند و در صنایع مختلف دیجیتال بر اساس سطح ادغام مورد نیاز با کاربران محلی، مکمل‌ها و نهادها متفاوت می‌باشد.

پرداخته‌اند. نتایج نشان می‌دهد که کمبود دانش و منابع تخصصی، شرکت‌های فناوری محور را به سمت همکاری با این بازیگران سوق می‌دهد تا از موفقیت در استراتژی بین‌المللی سازی زود هنگام در اقتصادهای نوظهور اطمینان حاصل کنند.

زهور^{۵۶} و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان «همکاری و بین‌المللی سازی شرکت‌های کوچک و متوسط: بینش و توصیه‌هایی از یک مرور نظام‌مند» با مروری نظام‌مند بر تحقیقات موجود در زمینه همکاری‌ها و بین‌المللی سازی شرکت‌های کوچک و متوسط، تحلیل آثار کلیدی و ترکیب آن‌ها در چارچوبی مفهومی، پیش‌آیندها، میانجی‌ها و تعدیل‌کنندگان مهمی که بر بین‌المللی سازی شرکت‌های کوچک و متوسط تأثیر می‌گذارند را ترسیم می‌کنند.

یوناتانی^{۵۷} (۲۰۱۷) در پژوهش خود ذیل عنوان «پلتفرم‌ها، اکوسیستم‌ها و بین‌المللی سازی سازمان‌های بسیار دیجیتالی‌شده» یک پیوند نظری بین نظریه کسب و کار بین‌المللی و ادبیات مربوط به پلتفرم‌ها و اکوسیستم‌ها را پیشنهاد می‌کند و نشان می‌دهد که سازمان‌های بسیار دیجیتالی که به‌عنوان ارائه‌دهندگان پلتفرم طراحی شده‌اند، می‌توانند فرآیند بین‌المللی سازی سریع‌تر و منحصربه‌فردی را در مقایسه با سازمان‌های سنتی‌تر تجربه نمایند.

در مطالعه‌ای دیگر، ون شیندل^{۵۸} (۲۰۱۹) در مطالعه‌ای با عنوان «TCKF-Connect»: یک چارچوب مفهومی بین‌رشته‌ای برای بررسی بین‌المللی سازی در بستر اکوسیستم‌های کارآفرینی» بررسی می‌کند که چگونه اکوسیستم‌های کارآفرینی در سطح جهانی به

59. Sekliuckiene

60. Lithuania

61. Rong

62. Liability of Ecosystem Integration (LoEI)

56. Zahoor

57. Yonatany

58. van Schijndel



عنوان «طراحی الگوی بین‌المللی‌سازی بنگاه‌های کوچک و متوسط در شرکت‌های دانش‌بنیان مبتنی بر نانو» انجام شد، از طریق مصاحبه عمیق با ۱۱ مدیر کسب و کار حوزه نانو با تجربه بین‌المللی، فرآیند بین‌المللی‌سازی این کسب و کارها بررسی گردید. نتایج نشان می‌دهد که آغاز این فرآیند به وجود مزیت رقابتی پایدار در سطح جهانی وابسته است و عوامل فردی کارآفرین و شرایط کسب و کار نیز تأثیرگذارند. همچنین، شدت این فرآیند تحت تأثیر وضعیت بازار، رقابت داخلی، اندازه شرکت و تجربیات گذشته است.

مرجوی و زارعی (۱۳۹۷) در مطالعه‌ای با عنوان «بین‌المللی‌سازی راهبردی در بنگاه‌های دانش‌بنیان جدید در ایران: موردکاوی فرآیندی با هدف خلق دانش کاربردی» به بررسی چگونگی غلبه یک شرکت دانش‌بنیان نوپا بر چالش‌های بین‌المللی شدن در یک کشور در حال توسعه پرداختند. با استفاده از یک مطالعه موردی طولی، فرآیند بین‌المللی‌سازی از جنبه‌های مختلف و با در نظر گرفتن تأثیرات زمینه‌ای بررسی شد. نتایج این پژوهش مدلی تجویزی برای بین‌المللی‌سازی راهبردی بنگاه‌های نوپا ارائه می‌دهد که بر انعطاف‌پذیری در مدل‌های کسب و کار و حاکمیت تأکید دارد. همچنین، استفاده از منابع داده چندگانه و مشاهده مشارکتی، دقت و درک عمیق‌تری از این پدیده فراهم کرده است.

قزوینی و همکاران (۱۴۰۲) در پژوهشی با عنوان «طراحی مدلی از بازیگران اکوسیستم نوآوری جهت ورود شرکت‌های دانش‌بنیان به بازارهای بین‌المللی» به دنبال شناسایی بازیگرانی در اکوسیستم نوآوری است که باعث ورود شرکت‌های دانش‌بنیان به بازارهای بین‌المللی می‌شوند و سپس مدلی از این بازیگران ارائه می‌شود.

اودی و استیسکال^{۶۳} (۲۰۲۰) در مقاله «پیگیری نوآوری شرکت‌ها از طریق بین‌المللی‌سازی: برآورد اثر مداخله» رابطه بین مشارکت شرکت‌ها در بازارهای بین‌المللی، همکاری‌های آن‌ها با شرکای داخلی و خارجی و تأثیر بر نوآوری‌های شرکت‌ها در بخش تولید جمهوری چک را مورد بررسی قرار دادند. نتایج این مطالعه حکایت از آن دارد که مشارکت شرکت‌ها در بازارهای بین‌المللی تأثیر مثبت و معناداری بر محصول، فرآیند، تحقیق و توسعه و کسب دانش خارجی آن‌ها دارد. همکاری با شرکای خارجی، مشتریان خارجی از بخش خصوصی، و نیز مشاوران خارجی، برای نوآوری شرکت‌ها حیاتی است. همچنین هیچ رابطه‌ای بین مالکیت خارجی و نوآوری شرکت‌ها وجود ندارد.

مگنی^{۶۴} و همکاران (۲۰۲۲) در پژوهش خود با عنوان «رویکرد مدل شبکه‌ای برای افزایش اشتراک دانش برای آمادگی بین‌المللی‌سازی شرکت‌های کوچک و متوسط» به بررسی این مسئله می‌پردازند که چگونه اشتراک دانش در شبکه‌ای از شرکت‌های کشاورزی-غذایی می‌تواند آمادگی آن‌ها را برای بین‌المللی‌شدن تقویت کند. آن‌ها تأکید دارند که اشتراک دانش مشتری، بازار و تنظیمات اقتصادی با سایر شرکت‌ها، آمادگی بین‌المللی‌سازی را افزایش می‌دهد. همچنین، درک ریسک مانعی برای این فرآیند است، اما اشتراک دانش می‌تواند به کاهش چالش‌های ورود به بازارهای جدید کمک کند و دانش شبکه‌ای برای مدیریت پیچیدگی‌ها ضروری است.

پژوهش‌های پیشین داخلی

در پژوهشی که توسط امینی و فتاحی (۱۳۹۷) با

63. Odei and Stejskal

64. Magni



روش‌شناسی پژوهش

بازیگران، فعالیت‌ها، صنوعات، نهادها و روابط میان آن‌ها (هم-تکاملی/هم-تخصص‌گرایی، همکاری/مکملها، رقابت/جانشین‌ها) به‌عنوان مؤلفه‌های اکوسیستم نوآوری جهت ساختاردهی تحلیل برای بررسی اثرگذاری اکوسیستم نوآوری در فعالیت‌های بین‌المللی شرکت‌ها در نظر گرفته شده است.

برای تحلیل داده‌های مصاحبه‌ها و شناسایی عوامل مؤثر در بین‌المللی شدن شرکت‌های دانش‌بنیان، از چارچوب مفهومی جدول نمونه گرنستراند و هولگرسون (۲۰۲۰) استفاده شده است. فرآیند کدگذاری در سه مرحله صورت گرفت: کدگذاری

هدف پژوهش حاضر، بررسی نقش اکوسیستم نوآوری در بین‌المللی شدن شرکت‌های دانش‌بنیان می‌باشد. در این راستا، رویکرد اتخاذشده در این پژوهش، کیفی، جهت‌گیری آن، کاربردی و از منظر هدف، توصیفی است. تحلیل محتوای کیفی می‌تواند به دو روش قیاسی و استقرایی انجام شود (شرایر، ۲۰۱۴). در پژوهش حاضر از تحلیل محتوای کیفی با رویکرد قیاسی استفاده شده است. بدین معنا که بر اساس مدل گرنستراند و هولگرسون (۲۰۲۰)،

جدول ۱. جمع‌بندی پیشینه بر اساس مدل گرنستراند و هولگرسون (۲۰۲۰) (جمع‌بندی نویسندگان)

ردیف	مؤلفه‌های اکوسیستم نوآوری	محققان
۱	بازیگران	فریرا و همکاران (۲۰۲۳)، بایر-فونتس ۱ و همکاران (۲۰۲۱)؛ قزوینی و همکاران (۱۴۰۲)
۲	فعالیت‌ها	سکلیوکین و همکاران (۲۰۱۶)؛ اودی و استیسکال (۲۰۲۰)
۳	نهادهای رسمی	کاستا جونپور و همکاران (۲۰۲۴)
۴	مصنوعات	مگنی ۲ و همکاران (۲۰۲۲)؛ سکلیوکین ۳ و همکاران (۲۰۱۶)؛ ون شیندل ۴ (۲۰۱۹)؛ یوناتانی (۲۰۱۷)؛ فریرا و همکاران (۲۰۲۳)
۵	روابط	مگنی ۵ و همکاران (۲۰۲۲)؛ اودی و استیسکال ۶ (۲۰۲۰)؛ سکلیوکین ۷ و همکاران (۲۰۱۶)؛ ون شیندل ۸ (۲۰۱۹)؛ زهور ۹ و همکاران (۲۰۲۰)؛ فریرا و همکاران (۲۰۲۳)؛ امینی و فتاحی (۱۳۹۷)

1. Baier-Fuentes
2. Magni
3. Sekliuckiene
4. van Schijndel
5. Magni
6. Odei and Stejskal
7. Sekliuckiene
8. van Schijndel
9. Zahoor



مطالعه موردی بهره گرفته شده است. کرسول (۲۰۱۵) مطالعه موردی را رویکردی کیفی می‌داند که طی آن محقق در طول زمان از طریق گردآوری داده تفصیلی و عمیق از مآخذ اطلاعاتی چندگانه و ارائه توصیفی از مورد به بررسی یک سیستم محدود/مورد می‌پردازد. به علاوه، به صورت کلی استفاده از استراتژی مطالعه موردی زمانی مفید است که پژوهشگر مورد مشخصی در اختیار داشته و در صد فهم عمیق آن برآید. با این تفاسیر و با لحاظ کردن کانون تمرکز مطالعه موردی (ارائه توصیف و تحلیلی عمیق از مورد) و هدف محوری آن (ارائه فهمی عمیق از مورد)، استراتژی مطالعه موردی دارای

باز، طبقه‌بندی مفاهیم و شناسایی مقولات اصلی. در ابتدا، تعداد ۳۰۷ کد اولیه از مصاحبه‌ها استخراج شد. سپس این کدها برای انسجام بیشتر در قالب ۲۶ مفهوم طبقه‌بندی شدند. در مرحله سوم، مفاهیم به ۵ مقوله اصلی مطابق اجزای مدل اکوسیستم نوآوری گروه‌بندی شدند. این مقولات شامل بازیگران، فعالیت‌ها، نهادهای رسمی، مصنوعات، و روابط هستند. نمونه‌هایی از کدگذاری‌ها در جدول ۲ آورده شده است. این جدول نمونه‌ای از چگونگی بهره‌گیری از مدل مفهومی برای تحلیل کیفی داده‌های مصاحبه است.

با توجه به اهداف و سؤالات این مطالعه، از استراتژی

جدول ۲. نمونه کدگذاری مصاحبه‌ها (نویسندگان)

مقولات	مفاهیم	کدهای اولیه
بازیگران	سازمان‌های دولتی	«بعضی از چیزها بوده برای سفرهایی که مثلاً در قالب بیزنس فروم‌ها و نشست‌های تجاری و معاونت علمی و صندوق نوآوری شکوفایی یا حتی سازمان توسعه تجارت و این‌ها اعزام هیئت‌هایی که داشتند، سوبسیدهایی می‌دادند بابت این‌که در قالب هیئت اون‌ها بریم چند مورد این‌جوری استفاده کردیم»
فعالیت‌ها	فعالیت‌های تحقیق و توسعه	«ما الگوریتم توسعه خودمون رو، یعنی معماری حوزه‌ی R&D مان را بر پایه همین نتورکینگ گذاشتیم، یعنی ما اعتقادمان بر این بود که ما باید بریم سراغ کسانی که تو این حوزه فعالیت‌های خوبی کردند، نه کسانی که می‌خواهند تازه شروع کنند»
نهادهای رسمی	قوانین، مقررات و رویه‌ها	«در قوانین، قانون جهش تولید دانش بنیان مفید بوده به حالمون و از همین جایی که الان توش هستیم به واسطه این‌که فضای مسکونی هست ولی به واسطه اون ظرفیت قانون جهش دانش بنیان که شرکت‌های دانش بنیان می‌توانند در پهنه‌های مسکونی هم مستقر بشوند»
مصنوعات	دانش	«کاری که الان ما روش خیلی ادعا داریم، بحث انتقال دانش فنی است که کار خیلی سنگینی است، چون شما هم باید تولیدکننده را همراه کنید و هم این‌که اون‌جا شرکتی را پیدا کنید که زیرساخت تولید این دانش فنی پیچیده را داشته باشد»
روابط	تشکیل کنسرسیوم‌ها و همکاری‌های استراتژیک	«مثلاً تو این مناقصه با دو نفر دیگه هم کنسرسیوم هستیم، اون‌جا می‌گه که بیا مهندسی روی یکی دیگه می‌کنه، شما فقط واسه من خرید کن مثلاً، خود خریدم هم علمه دیگه، همین خرید هم کار هر کسی نیست»



جدول ۳. مشخصات شرکت‌های مصاحبه‌شونده عضو باشگاه سرآمدان صادراتی دانش‌بنیان

کدمصاحبه	حوزه فعالیت شرکت	دسته‌بندی شرکت (۴ یا ۵ ستاره)
۱	ماشین‌آلات و تجهیزات پیشرفته	۴ ستاره
۲	ماشین‌آلات و تجهیزات پیشرفته	۵ ستاره
۳	مواد پیشرفته و محصولات مبتنی بر فناوری‌های شیمیایی	۴ ستاره
۴	دارو و فرآورده‌های پیشرفته حوزه تشخیص و درمان	۵ ستاره
۵	فینتک	۴ ستاره
۶	دارو و فرآورده‌های پیشرفته حوزه تشخیص و درمان	۴ ستاره
۷	دارو و فرآورده‌های پیشرفته حوزه تشخیص و درمان	۵ ستاره
۸	ماشین‌آلات و تجهیزات پیشرفته	۵ ستاره

به خرید محصولات شناخته‌شده، به‌ویژه در حوزه فناوری‌های پیشرفته، بسیار شدید است. در این راستا، باشگاه تلاش می‌کند با شناسایی و حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان توانمند، توان رقابتی آن‌ها را در برابر برندهای جهانی تقویت کند. ایران که دارای ظرفیت تولید محصولات هایتک است، از طریق این باشگاه می‌تواند با برنامه‌ریزی راهبردی وارد بازارهای بین‌المللی شود. باشگاه سرآمدان صادرات دانش‌بنیان، با حمایت مرکز تعاملات بین‌المللی علم و فناوری معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری و همکاری کریدور خدمات فناوری تا بازار، اقدام به ارزیابی و رتبه‌بندی شرکت‌ها می‌کند. در این فرآیند، شرکت‌ها در چارچوب دسته‌بندی‌های ۵ ستاره، ۴ ستاره، ۳ ستاره، ۲ ستاره و مستعد طبقه‌بندی می‌شوند تا ضمن شناسایی نقاط قوت و ضعف، از حمایت‌های لازم برای تقویت حضور در بازارهای بین‌المللی بهره‌مندگردند.

بیشترین تناسب با اهداف و سؤالات این پژوهش (که توصیف و تحلیل نقش ابعاد اکوسیستم نوآوری بر بین‌المللی‌شدن شرکت‌های دانش‌بنیان را دنبال می‌کند) می‌باشد. بدین‌منظور، مورد مطالعه این پژوهش شرکت‌های عضو باشگاه سرآمدان صادراتی شرکت‌های دانش‌بنیان است.

باشگاه سرآمدان صادرات دانش‌بنیان ایران با هدف تحقق بخشی از اهداف سند چشم‌انداز ۱۴۰۴ در حوزه اقتصاد تأسیس شده است. این باشگاه بر آن است که با فاصله‌گیری از رویکردهای سنتی تجارت و خام‌فروشی، بستری برای حرکت به سوی اقتصادی مبتنی بر نوآوری و فناوری‌های پیشرفته داخلی فراهم کند. با توجه به محدودیت‌های بازار داخلی برای برخی محصولات دانش‌بنیان، باشگاه سرآمدان بر توسعه بازارهای بین‌المللی و ارتقای صادرات این محصولات متمرکز است. رقابت در بازارهای جهانی به دلیل حضور برندهای معتبر و ترجیح مشتریان



مختلف پژوهش کیفی از جمله نظریه داده‌بنیاد، پدیدارشناسی، پژوهش تاریخی، و مطالعه موردی به‌کار گرفته می‌شود.

به‌منظور برآورده ساختن روایی این مطالعه، از چند منبع در گردآوری داده‌های پژوهش که با عنوان تکنیک مثلث‌سازی یا کثرتگرایی در ابزار شناخته می‌شود، استفاده شده است (فلیک^{۶۶}، ۲۰۱۸). همچنین برای انجام مصاحبه‌ها و کدگذاری آن‌ها، پروتکل مشخص و یکسانی تدوین و مورد استفاده قرار گرفته است؛ ضمن آنکه مصاحبه‌های انجام شده از وحدت رویه و شفافیت لازم برخوردار بوده و رعایت امانت‌داری در ثبت اظهارات مصاحبه‌شوندگان انجام شده است. با توجه به قید لزوم تطبیق متون و مصاحبه‌ها در خصوص مقولات جهت تجزیه و تحلیل و نیز استفاده از پروتکل مصاحبه و راهنمای کدگذاری، پایایی تحقیق نیز تا حد زیادی قابل احصاء می‌باشد.

یافته‌های پژوهش

نقش اکوسیستم نوآوری در بین‌المللی‌شدن شرکت‌های دانش‌بنیان

بازیگران

سازمان‌های دولتی: برخی از سازمان‌های دولتی فعال در اکوسیستم نوآوری نظیر وزارت امور خارجه، معاونت علمی و فناوری ریاست‌جمهوری، سازمان توسعه همکاری‌های علمی و فناوریانه بین‌المللی، مرکز همکاری‌های تحول و پیشرفت، سازمان توسعه تجارت، سازمان غذا و دارو، وزارت بهداشت و درمان، گمرک و وزارت صنعت، معدن و تجارت در تسهیل فعالیت‌های بین‌المللی این شرکت‌های دانش‌بنیان

از این‌رو، در این پژوهش به بررسی مؤلفه‌های اکوسیستم نوآوری بر بین‌المللی‌شدن ۸ شرکت دانش‌بنیان عضو این باشگاه شامل ۴ شرکت ۵ ستاره، و ۴ شرکت ۴ ستاره در حوزه‌های فناوری مختلف ماشین‌آلات و تجهیزات پیشرفته (۳ شرکت)؛ دارو و فرآورده‌های پیشرفته حوزه تشخیص و درمان (۳ شرکت)؛ مواد پیشرفته و محصولات مبتنی بر فناوری‌های شیمیایی (۱ شرکت)؛ و فینتک (۱ شرکت) مطابق جدول ۳ پرداخته شده است.

همچنین، مکانیسم گردآوری داده‌ها در مقاله حاضر، استفاده از داده‌های اولیه و ثانویه است (بین^{۶۵}، ۲۰۰۳). محققان در ابتدا به بررسی منابع ثانویه از جمله مقالات، کتاب‌ها، گزارش‌ها و ... پرداخته و سپس با ۸ شرکت عضو باشگاه سرآمدان صادرات دانش‌بنیان که دارای تجربه و آگاهی کافی از روند فعالیت‌ها و وضعیت شرکت در زمینه فعالیت‌های بین‌المللی، هستند، مصاحبه به صورت نیمه‌ساختاریافته صورت گرفت. بدین ترتیب، تأثیر ابعاد مختلف اکوسیستم نوآوری (متناسب با چارچوب مفهومی پژوهش) بر فرآیند بین‌المللی‌شدن این شرکت‌ها مورد سؤال قرار گرفت و آن‌ها جنبه‌های مختلف دیدگاه خود را آزادانه بیان نمودند. در نهایت متن مصاحبه‌ها پس از بررسی و بازخوانی دقیق پیاده گردید. سپس با استفاده از نرم‌افزار MAXQDA کدگذاری و مورد تحلیل قرار گرفت. به‌عنوان مثال معاونت علمی و فناوری، کد تبیین‌کننده بازیگران تحقیق و توسعه، کد تبیین‌کننده فعالیت‌ها؛ منابع و سرمایه، کد تبیین‌کننده مصنوعات؛ سیاست‌های دولتی، کد تبیین‌کننده نهادهای سخت و رقابت و جانشینی در روابط داخلی، کد تبیین‌کننده روابط میان آن‌ها در نظر گرفته شد. این نرم‌افزار در رویکردهای

66. Flick

65. Yin



نظارتی، نقشی مؤثر در تضمین کیفیت و ایمنی محصولات صادراتی برعهده دارند. این سازمان‌ها با ارائه مجوزها و استانداردهای لازم، مسیر ورود به بازارهای بین‌المللی را برای شرکت‌ها هموار می‌سازند و بدین ترتیب، اطمینان بازارهای هدف به محصولات ایرانی افزایش می‌یابد. علاوه بر آن، بعضاً برخی از این سازمان‌ها، اقدام به اعزام برخی هیئت‌های تجاری جهت حضور در برخی نشست‌ها، نمایشگاه‌ها و کنفرانس‌ها در عرصه بین‌الملل می‌نمایند و با ارائه سوبسیدهایی به شرکت‌های توانمند در حوزه خود، این امکان را برای شرکت‌ها فراهم می‌کنند تا به جلسات و فرصت‌های بیشتری دسترسی پیدا کنند و ارتباطات خود را با دیگر بازیگران در سطح بین‌المللی تقویت نمایند (همه شرکت‌ها).

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد معاونت علمی از مسیر سازمان توسعه همکاری‌های علمی و فناورانه بین‌المللی تا حدودی توانسته‌است برای تسهیل بین‌المللی شدن شرکت‌های کوچک و متوسط دانش‌بنیان علاوه بر حمایت‌های موردی از طریق کریدور صادرات و صندوق‌ها (حضور در نمایشگاه‌ها و ...) نقشی فرانهادی و هماهنگ کننده را نیز برای شرکت‌های بزرگتر بر عهده بگیرد. هرچند ایفای این نقش چالش‌های مخصوص به خود را دارد ولی ساختار ایجاد شده برای سازمان مذکور (دارای ساختار هیأت امناء متشکل از نمایندگان وزارتخانه‌های بخشی) در راستای تحقق اثربخشی این نقش می‌باشد.

از طرفی ایجاد ساختارهای سازمانی متمرکز بر امور بین‌الملل شرکت‌های دانش‌بنیان در نهادهای فوق مانند اداره کل اقتصاد دانش‌بنیان ذیل معاونت دیپلماسی اقتصادی وزارت امور خارجه و همچنین کمیته ماده ۱۹ آیین نامه اجرایی مقررات حمایتی

نقش به‌سزایی دارند. معاونت علمی و فناوری به‌عنوان حمایت‌گرترین و تسهیل‌کننده‌ترین نهاد حامی شرکت‌های دانش‌بنیان در ایران، با ارائه طیف گسترده‌ای از خدمات و برنامه‌های حمایتی، نقش بی‌بدیلی در توسعه و تقویت این شرکت‌ها ایفا می‌کند. سازمان توسعه تجارت و سفارتخانه‌ها به‌عنوان نقاط تماس اولیه و تسهیل‌گر روابط بین‌المللی، با ارائه دسترسی به منابع و تسهیل‌گری ارتباطات، توانمندی شرکت‌ها را در برقراری ارتباطات بین‌المللی ارتقاء می‌دهند. به‌عنوان مثال، در سال‌های اخیر، سفرای ایران در کشورهای مختلف با بازدید از دفاتر این شرکت‌های دانش‌بنیان، تسهیل‌گری‌هایی در راستای تعاملات بین‌المللی آن‌ها انجام داده‌اند. مرکز همکاری‌های تحول و پیشرفت با ایجاد شبکه‌های بین‌المللی و فراهم آوردن فرصت‌های همکاری علمی و فناورانه، دسترسی به جدیدترین فناوری‌ها و دانش‌های موجود را برای شرکت‌های دانش‌بنیان فراهم می‌کند. همچنین، با ارائه مشاوره‌های فنی، به شرکت‌ها کمک می‌کنند تا فناوری‌های خود را به‌روز کرده و در عرصه‌های جدید جهانی ورود نمایند. از سوی دیگر، وزارت امور خارجه با شناخت دقیق از شرایط سیاسی و اقتصادی کشورهای مقصد، به این شرکت‌ها کمک می‌کند تا در شرایط مختلف بتوانند از فرصت‌های موجود به بهترین شکل بهره‌برداری نمایند. همچنین، گمرک با ساده‌سازی فرآیندهای صادراتی و همکاری با سایر نهادها، موانع ورود به بازارهای بین‌المللی را کاهش می‌دهد. وزارت صمت نیز از طریق تنظیم سیاست‌های تجاری و صنعتی و همچنین حمایت‌های خاص منظور از طریق صندوق حمایت از تحقیقات و توسعه صنایع پیشرفته (صحا)، به تقویت جایگاه شرکت‌های دانش‌بنیان در عرصه بین‌الملل کمک می‌کند. سازمان غذا و دارو و وزارت بهداشت و درمان نیز به‌عنوان نهادهای



تسهیلاتی مانند لیزینگ و یارانه سود تسهیلات بانکی به شرکت‌ها امکان ورود به بازارهای جدید با شرایط مالی مناسب‌تری می‌دهد. دفتر توانمندسازی صندوق نیز با تدوین برنامه‌های راهبردی و عملیاتی مانند ارتقاء توانمندی‌های شرکت‌ها، شکل‌گیری خوشه‌های فناوری و نوآوری، ایجاد زیرساخت‌ها و استانداردهای ملی و بین‌المللی و تقویت اکوسیستم مجموعه‌های توانمندساز به شرکت‌ها کمک می‌کند تا توانمندی‌های خود را در ابعاد مختلف افزایش دهند و در سطح ملی و بین‌المللی رقابت‌پذیر شوند (همه شرکت‌ها).

کارگزاران، واسطه‌ها و انجمن‌ها: واسطه‌ها و رایزن‌های فناوری و بازرگانی وابسته به مرکز همکاری‌های تحول و پیشرفت و سازمان توسعه تجارت با برگزاری نمایشگاه‌ها، کنفرانس‌ها و اعزام هیئت‌های تجاری، مسیر ورود شرکت‌های دانش‌بنیان به بازارهای جدید را هموار می‌کنند و شبکه‌های تجاری آن‌ها را گسترش می‌دهند. این نهادها با ارائه مشاوره و شناخت دقیق از بازارهای هدف، به بهینه‌سازی استراتژی‌های بازاریابی شرکت‌ها کمک می‌کنند. انجمن‌ها و سندیکاها نیز با ایجاد پلتفرم‌های مشترک و تجمیع صدای شرکت‌ها، نقش مؤثری در پیگیری مسائل قانونی، تسهیل صادرات و تعامل با نهادهای دولتی و بین‌المللی دارند (شرکت ۱، ۴ و ۶).

مشاوران و متخصصان کسب‌وکار: سازمان‌های دولتی مختلفی در زمینه ارائه خدمات مشاوره‌ای به شرکت‌های دانش‌بنیان خصوصاً شرکت‌های عضو باشگاه سرآمدان صادراتی یاری می‌رسانند. یکی از مهم‌ترین این سازمان‌ها می‌توان به کریدور توسعه صادرات اشاره کرد. مشاوران این کریدور با ایجاد و تقویت شبکه‌های بین‌المللی، به شرکت‌ها

دولت از صادرکنندگان خدمات فنی و مهندسی با راهبری سازمان توسعه تجارت برای رسیدگی به مسائل حوزه بین‌المللی شدن بنگاه‌های دانش‌بنیان حوزه خدمات فنی و مهندسی، نقش میانداری و هماهنگی بین نهادی به مجموعه‌های فوق داده است که در جمع‌بندی مصاحبه‌ها نمودار گردیده است.

بانک‌ها: بانک‌ها به‌عنوان یکی از بازیگران اصلی اکوسیستم نوآوری، با ارائه تسهیلات مالی، اعتباری و حمایت‌های مالیاتی، در تأمین سرمایه لازم برای پروژه‌های بین‌المللی شرکت‌های دانش‌بنیان نقش آفرینی می‌کنند. بانک مرکزی نیز به‌عنوان بازیگر کلیدی که تأثیر مستقیم بر توسعه و فعالیت‌های بین‌المللی شرکت‌های دانش‌بنیان خصوصاً شرکت‌های عضو باشگاه سرآمدان صادراتی دارد، شناخته می‌شود. باین‌حال، از طریق مقررات و سیاست‌گذاری‌های مالی و ارزی، چالش‌های جدی‌ای برای برخی از این شرکت‌ها که در صدور صادرات محصولات و خدمات خود هستند، ایجاد نموده است. از جمله آن‌ها می‌توان به سیاست‌های رفع تعهد ارزی اشاره کرد (شرکت ۱، ۳، ۵ و ۶).

صندوق نوآوری و شکوفایی: صندوق نوآوری و شکوفایی با ارائه مجموعه‌ای از خدمات مالی و ضمانتی، نقش مهمی در تسهیل حضور این شرکت‌ها در بازارهای بین‌المللی دارد. این صندوق از طریق ارائه انواع وام‌ها با شرایط مختلف، از جمله قرض‌الحسنه، وام‌های ترجیحی و متعارف به تأمین سرمایه در گردش و سرمایه ثابت می‌پردازد. علاوه بر آن، با ارائه ضمانت‌نامه‌هایی مانند شرکت در مناقصه، حسن انجام کار، و پیش‌پرداخت، ریسک‌های مالی شرکت‌ها را کاهش می‌دهد و به آن‌ها کمک می‌کند تا با اطمینان بیشتری به فعالیت‌های بین‌المللی بپردازند. همچنین، با ارائه



صندوق‌ها با ارائه ضمانت‌ها و تسهیلات مالی، به شرکت‌ها کمک می‌کنند تا ریسک‌های مرتبط با ورود به بازارهای جدید را کاهش داده و از منابع مالی بیشتری بهره‌مند شوند (همه شرکت‌ها). از دیگر منابع کلیدی برای تأمین مالی شرکت‌های دانش‌بنیان، صندوق توسعه ملی است که با توجه به محدودیت‌های ناشی از تحریم‌ها، اهمیت بیشتری پیدا کرده است. این صندوق، به‌عنوان یک منبع مالی داخلی، جایگزینی برای منابع خارجی شده و به شرکت‌ها کمک کرده تا حتی در شرایط دشوار اقتصادی، به توسعه پروژه‌های بزرگ و بین‌المللی خود ادامه دهند. تحقیقات نشان می‌دهد که این نوع ابزارهای مالی در کاهش موانع ورود به بازارهای خارجی و افزایش توان رقابتی شرکت‌ها مؤثر بوده‌اند. علاوه بر آن، شرکت‌های دانش‌بنیان توانسته‌اند از وام‌های داخلی بهره‌برداری کرده و با استفاده از ضمانت‌های شرکتی^{۶۷} این وام‌ها را به پروژه‌های خود تزریق نمایند. این رویکرد به شرکت‌ها اجازه می‌دهد بدون نیاز به سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی، پروژه‌های بین‌المللی خود را تأمین مالی کنند. به‌ویژه در شرایطی که شرکت‌ها در حال فروش خدمات و تجهیزات هستند، استفاده از وام‌های داخلی و ضمانت‌های شرکتی برای تأمین مالی پروژه‌های EPC یک راه‌حل کارآمد است (شرکت ۱ و ۲).

از سوی دیگر، یکی از استراتژی‌های موفق برای تأمین مالی پروژه‌های بین‌المللی، بهره‌برداری از منابع مالی محلی در بازار مقصد است. این استراتژی شامل جذب سرمایه‌گذاری‌های مستقیم از کشور مقصد یا همکاری با بانک‌ها و مؤسسات مالی محلی است که به کاهش هزینه‌ها و ریسک‌های مالی و ارزی مرتبط با پروژه‌های بین‌المللی و افزایش کارایی

در توسعه کسب‌وکار و دسترسی به بازارهای جدید کمک می‌کنند. همچنین، شرکت‌های دانش‌بنیان با بهره‌گیری از دانش تخصصی این مشاوران در زمینه‌های حقوقی، بانکی و ارزی، قادر به مدیریت بهتر چالش‌های بین‌المللی و اتخاذ تصمیم‌های استراتژیک مؤثرتری هستند (شرکت ۳، ۵ و ۶).

فعالیت‌ها

تأمین مالی: تأمین مالی یکی از عوامل کلیدی در فرآیند بین‌المللی‌شدن شرکت‌های دانش‌بنیان و گسترش فعالیت‌های آن‌ها محسوب می‌شود و نقشی حیاتی در توانمندسازی این شرکت‌ها برای رقابت در بازارهای جهانی دارد. بدون منابع مالی کافی، شرکت‌ها نمی‌توانند به توسعه محصولات جدید، ارتقاء فناوری‌ها، ورود به بازارهای بین‌المللی، و افزایش ظرفیت تولید خود بپردازند. در این راستا، تأمین مالی می‌تواند هزینه‌های مرتبط با تحقیق و توسعه، بازاریابی، ثبت مالکیت فکری، و تأسیس دفاتر نمایندگی در خارج از کشور را پوشش دهد. این موارد به‌ویژه برای شرکت‌های دانش‌بنیان که به دلیل ماهیت دانش‌محور خود نیازمند سرمایه‌گذاری‌های قابل توجهی هستند، بسیار ضروری است.

اکوسیستم نوآوری به‌عنوان یک شبکه پویا و پیچیده، بستر مناسبی برای تأمین مالی شرکت‌های دانش‌بنیان فراهم می‌کند. این شبکه شامل بازیگران مختلفی همچون سازمان‌های دولتی، صندوق نوآوری و شکوفایی، بانک‌ها و نهادهای مالی دیگر است که هر یک با ارائه خدمات متنوع، شرکت‌های دانش‌بنیان را در مسیر بین‌المللی‌شدن یاری می‌رسانند. صندوق ضمانت توسعه صادرات و همکاری‌های استراتژیک با بانک‌ها نیز نقش مهمی در تأمین مالی این شرکت‌ها برای ورود به بازارهای بین‌المللی ایفا می‌کند. این

67. Corporate Guarantees



مبتنی بر شبکه‌سازی توانسته‌اند به جای صرف وقت و منابع برای شروع فعالیت‌های تحقیق و توسعه از ابتدا، از تخصص، تجربه و مهارت‌های افرادی که در حوزه‌های مرتبط فعالیت‌های برجسته‌ای داشته‌اند، بهره‌برداری کنند. این نوع همکاری‌ها با دانشگاه‌ها و اساتید برجسته، به شرکت‌ها کمک می‌کند تا به جدیدترین دستاوردهای علمی و فنی دسترسی یابند و شبکه‌های بین‌المللی را ایجاد نمایند. این ارتباطات نه تنها به تقویت توانایی ورود به بازارهای بین‌المللی کمک می‌کند، بلکه مسیر موفقیت در عرصه جهانی را هموارتر می‌سازد (همه شرکت‌ها).

امکان‌سنجی بازار: امکان‌سنجی بازار، ابزاری استراتژیک و حیاتی برای درک عمیق نیازها و فرصت‌های بازارهای خارجی در مسیر بین‌المللی شدن شرکت‌ها است. در ابتدا، برخی شرکت‌های دانش‌بنیان تمام توجه خود را به بازارهای بین‌المللی معطوف کرده و اهداف و استانداردهای خود را به‌طور ویژه برای صادرات طراحی می‌کنند. این تغییر رویکرد از یک بازار محلی به بازارهای جهانی، آن‌ها را قادر می‌سازد تا محصولاتی با استانداردها و نیازهای بین‌المللی توسعه دهند، رقابت‌پذیری خود را در بازارهای جهانی افزایش دهند و فرصت‌های جدید صادراتی را شناسایی نمایند. همچنین، تیم‌های تحقیق بازار در این شرکت‌ها، داده‌های باکیفیت و جامعی از بازارهای خارجی جمع‌آوری می‌کنند. این امکان‌سنجی‌های مدرن و تخصصی، به طراحی مدل‌های ورود به بازار بر اساس داده‌های علمی کمک کرده و ریسک‌های ناشی از ورود به بازارهای جدید را کاهش می‌دهد و امکان بهره‌برداری از فرصت‌های نهفته را فراهم می‌سازد.

این امکان‌سنجی‌ها همچنین به شرکت‌ها اجازه می‌دهند تا با انعطاف‌پذیری بیشتری به چالش‌های

مالی شرکت‌ها کمک می‌کند (شرکت ۷). علاوه بر آن، برخی شرکت‌های دانش‌بنیان از سرمایه‌گذاری مجدد سودهای کسب‌شده در پروژه‌های داخلی استفاده کرده‌اند. این رویکرد به شرکت‌ها امکان می‌دهد بدون وابستگی به سرمایه‌گذاری خارجی، پروژه‌های خود را توسعه داده و کنترل بیشتری بر فعالیت‌های خود داشته باشند. برخی دیگر نیز به جذب سرمایه‌گذاری خارجی به‌عنوان یکی از کلیدی‌ترین منابع تأمین مالی روی آورده‌اند. این شرکت‌ها علاوه بر منابع مالی، از دانش و تخصص سرمایه‌گذاران خارجی نیز بهره‌مند شده‌اند (شرکت ۷ و ۲).

در نهایت، استفاده از خطوط اعتباری بانکی نیز به‌عنوان یکی دیگر از روش‌های تأمین مالی توسط شرکت‌های دانش‌بنیان مطرح است. این خطوط اعتباری، به شرکت‌ها اجازه می‌دهد تا سرمایه در گردش خود را تأمین کرده و عملیات جاری خود را ادامه دهند. با توجه به محدودیت‌های بانکی در سال‌های اخیر، اهمیت این خطوط اعتباری برای شرکت‌ها دوچندان شده و به آن‌ها کمک کرده است تا در شرایط سخت اقتصادی، همچنان به فعالیت‌های بین‌المللی خود بپردازند (شرکت ۱، ۲).

تحقیق و توسعه: فعالیت‌های تحقیق و توسعه به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عوامل در افزایش توانمندی‌های بین‌المللی شرکت‌های دانش‌بنیان شناخته می‌شود. این فعالیت‌ها به توسعه محصولات و خدمات نوآورانه‌ای منجر می‌شود که نه تنها در بازارهای داخلی، بلکه در بازارهای بین‌المللی نیز رقابتی باشند. شرکت‌ها با پاسخ سریع به نیازهای متغیر بازارهای جهانی و بهره‌گیری از فناوری‌های جدید، می‌توانند جایگاه خود را در این بازارها تثبیت نمایند. برخی از شرکت‌های دانش‌بنیان با استفاده از الگوریتم توسعه



رویه استانداردهای عملیاتی ۶۸ برنامه‌های جامع و ساختارمند برای توسعه مهارت‌ها و توانمندی‌های کارکنان جهت مدیریت وظایف خود ایجاد کرده‌اند. این استانداردها، به کارکنان کمک می‌کنند تا در چارچوبی منظم و علمی، دانش و مهارت‌های لازم را کسب نمایند. چنین رویکردی تضمین می‌کند که کارکنان به سطحی از دانش و مهارت برسند که برای رقابت در بازارهای بین‌المللی ضروری است (شرکت ۶، ۸).

ارائه مشاوره: فعالیت‌های مشاوره‌ای نقش بی‌بدیلی در تقویت قابلیت‌های بین‌المللی شرکت‌ها ایفا می‌کند. این شرکت‌ها با بهره‌گیری از مشاوران متخصص در حوزه‌های حقوقی، بانکی و ارزی، به‌طور مؤثری بر چالش‌های پیچیده بازارهای بین‌المللی غلبه می‌کنند. مشاوران با دانش عمیق خود، راهکارهای عملی و مؤثری برای حل مسائل حقوقی و بانکی ارائه می‌دهند. این مشاوره‌ها نه تنها به بهبود فرآیندهای داخلی کمک می‌کند، بلکه به شرکت‌ها اطمینان بیشتری برای ورود به بازارهای بین‌المللی و رقابت در آن‌ها می‌دهد. همچنین، خدمات مشاوره‌ای ارائه‌شده توسط کریدور توسعه صادرات و رایزنان فناوری، به بهبود فرآیندهای صادراتی و حل مسائل پیچیده حقوقی و بانکی کمک می‌کند و کارایی شرکت‌ها را در بازارهای جهانی افزایش می‌دهد. این نوع مشاوره‌ها به شرکت‌های دانش‌بنیان در سازگاری با قوانین و شرایط مختلف بازارهای بین‌المللی یاری می‌رساند (شرکت ۳، ۵، و ۷).

ایجاد دفاتر بین‌المللی: راه‌اندازی دفاتر شرکت در خارج از کشور، به‌عنوان یکی از اقدامات استراتژیک در مسیر بین‌المللی شدن، به شرکت‌های دانش‌بنیان این امکان را می‌دهد تا با تسهیل فرآیندهای

بازارهای بین‌المللی واکنش نشان دهند. به‌عنوان مثال، تیم تحقیقاتی می‌تواند به‌سرعت گزارش‌های جامعی را در پاسخ به مسائل مدیریتی ارائه دهد. این سطح از آمادگی و هوشمندی اطلاعاتی به شرکت کمک می‌کند با دقت و اطمینان بیشتری وارد بازارهای بین‌المللی شود و تصمیمات استراتژیک و سرمایه‌گذاری‌های مناسبی انجام دهد. بنابراین، یکی از کلیدی‌ترین فعالیت‌های شرکت در حوزه بین‌المللی، بازاریابی مستمر با استفاده از مدل‌سازی‌های پیچیده است که به‌طور مداوم توسط تیم تحقیقاتی بررسی و به‌روزرسانی می‌شوند. این مدل‌ها به شرکت‌ها کمک می‌کنند تا شرکای بالقوه را شناسایی کرده و با استفاده از هوشمندی بازاریابی، پیوسته با تغییرات و نیازهای بازارهای بین‌المللی همگام شود. این نوع بازاریابی هوشمند، به شرکت امکان که به‌طور فعال در بازارهای خارجی حضور داشته و استراتژی‌های خود را بهینه‌سازی کند (شرکت ۱، ۲ و ۷).

آموزش و مهارت‌آموزی: آموزش و مهارت‌آموزی، از ارکان اساسی در تقویت توانمندی‌ها و ظرفیت‌های شرکت‌های دانش‌بنیان در مسیر بین‌المللی شدن است. یکی از راهکارهای مؤثر در این زمینه، دعوت از مشاوران و مدیران عامل بانک‌ها و نهادهای کلیدی اقتصادی است. این افراد با تجربه‌های عملی در صنعت بانکداری و نهادهای مالی، دانش آکادمیک و تجربیات عملی خود را در دوره‌های آموزشی به‌اشتراک می‌گذارند. این تلفیق، موجب می‌شود کارکنان با بهترین روش‌ها و راهکارهای عملی آشنا شوند و بتوانند به‌طور مؤثرتری با مسائل پیچیده و چالش‌های بین‌المللی روبه‌رو گردند (شرکت ۵). همچنین بعضی از این شرکت‌ها با تدوین



ظرفیت‌های قانون جهش تولید دانش‌بنیان به‌خوبی استفاده کرده‌اند (شرکت ۴، ۵ و ۶).

برنامه‌های حمایتی دولتی و تسهیلات مالی ارائه‌شده توسط خصوصاً معاونت علمی و فناوری و صندوق نوآوری و شکوفایی به شرکت‌های دانش‌بنیان کمک می‌کند تا با دریافت منابع مالی لازم، به توسعه فعالیت‌های بین‌المللی خود بپردازند، به منابع و امکانات بیشتری دسترسی پیدا کنند و فعالیت‌های بین‌المللی خود را گسترش دهند. با این حال، اتکا به منابع مالی دولتی و عدم دسترسی به سیستم بانکی به‌عنوان یک منبع مالی متنوع‌تر، محدودیت‌هایی را برای این شرکت‌ها ایجاد می‌کند. این مسئله ممکن است در بلندمدت باعث وابستگی بیشتر شرکت‌ها به منابع دولتی و کاهش انعطاف‌پذیری آن‌ها در تأمین مالی گردد. همچنین، سازمان توسعه تجارت با ارائه برنامه‌های حمایتی به تسهیل تعاملات بین‌المللی و ارائه فرصت‌های شبکه‌سازی این شرکت‌ها می‌پردازد و به آن‌ها کمک می‌کند تا به بازارهای جدید وارد شوند. این حمایت‌ها می‌تواند شامل تسهیل ارتباطات با سفارتخانه‌ها و بانک‌های بین‌المللی باشد که به شرکت‌ها کمک می‌کند تا به منابع جدید دسترسی یافته و روابط خود را در بازارهای بین‌المللی تقویت نمایند. با این حال، محدودیت‌های موجود در دسترسی به این حمایت‌ها و برنامه‌ها ممکن است باعث کاهش انگیزه شرکت‌ها در گسترش فعالیت‌های بین‌المللی گردد (شرکت ۴، ۵، ۸).

همچنین، برخی از قوانین و مقررات دولتی مانند مجوز ترک تشریفات مناقصه، می‌توانند تأثیر به‌سزایی در توسعه بین‌المللی شرکت‌ها داشته باشند. در این مورد، عدم موفقیت در دریافت این مجوز می‌تواند به عنوان یک مانع در پیشرفت شرکت‌ها عمل کند. از سوی دیگر، سیاست‌های حمایتی دولتی

تجاری، گسترش شبکه‌های بین‌المللی، و افزایش توان رقابتی خود، به بازارهای جهانی وارد شوند و به موفقیت دست یابند. این فعالیت‌ها، همراه با حمایت‌های دولتی و استفاده از ساختارهای قانونی مناسب، می‌تواند به تحقق اهداف بلندمدت شرکت‌ها در راستای بین‌المللی شدن کمک شایانی نماید. از این‌رو، برخی شرکت‌های دانش‌بنیان با ثبت دفاتر در کشورهای مختلف، نظیر ترکیه، امارات و روسیه فرآیندهای صادرات خود را تسهیل کرده و به گسترش ارتباطات تجاری پرداخته‌اند. این دفاتر به‌عنوان پایگاه‌های استراتژیک، ارتباطات و فرآیندهای مدیریتی را در سطح جهانی هماهنگ می‌کنند و به شرکت‌ها این امکان را می‌دهند که به‌طور پویا و منعطف به نیازها و الزامات بازارهای خارجی پاسخ دهند و فرصت‌های جدیدی برای توسعه و رشد شناسایی نمایند (شرکت ۱، ۳، ۵ و ۶، ۷ و ۸).

نهاد‌های سخت و رسمی

نهاد‌های سخت و رسمی، شامل قوانین، مقررات، رویه‌ها، سیاست‌های دولتی، و برنامه‌های حمایتی، نقش کلیدی و تعیین‌کننده‌ای در مسیر بین‌المللی شدن شرکت‌های دانش‌بنیان ایفا می‌کنند. قانون جهش تولید دانش‌بنیان به‌عنوان یک قانون حمایتی کلیدی، به شرکت‌های دانش‌بنیان این امکان را می‌دهد که در پهنه‌های مسکونی مستقر شوند. این امر به شرکت‌ها کمک می‌کند تا از فضای موجود بهره‌برداری نمایند و به این ترتیب در شرایطی که فضای کاری محدود است، توسعه فعالیت‌های خود را ادامه دهند. این قانون به‌عنوان یک عامل تسهیل‌کننده در بهبود محیط کسب‌وکار و حمایت از توسعه فعالیت‌های نوآورانه شرکت شناخته می‌شود. به‌طور کلی این شرکت‌ها از پتانسیل‌ها و



صادرات به ذی‌نفعی شخص یا شرکت‌های ایرانی مواجه می‌گردند. علیرغم وجود نهادی که بتواند کارکرد ترویجی و مشاوره‌ای در حوزه دانش مواجهه با تحریم‌های بین‌المللی به بنگاه‌های دانش‌بنیان را داشته باشد، شرکت‌های بزرگ یکی از مزیت‌های رقابتی خود را این موضوع عنوان کردند (شرکت ۲ و ۳).

فناوری: فناوری‌های پیشرفته یکی از اصلی‌ترین مصنوعات است که به شرکت‌های دانش‌بنیان اجازه می‌دهد تا در عرصه‌های بین‌المللی موفق شوند. این فناوری‌ها شامل نرم‌افزارها، ابزارها و سیستم‌های پیشرفت‌های هستند که فرآیندهای تولید، توزیع، و مدیریت را بهینه می‌سازند. این شرکت‌های دانش‌بنیان با بهره‌گیری از فناوری‌های نوین محصولات و خدماتی با کیفیت بالا و هزینه کم تولید می‌کنند، که این امر به افزایش توان رقابت آن‌ها در بازارهای جهانی منجر شده است. همچنین، فناوری‌های ارتباطی و اطلاعاتی به شرکت‌ها کمک می‌کنند تا با مشتریان، شرکا، و تأمین‌کنندگان در سراسر جهان ارتباط برقرار نموده و از فرصت‌های جدید در بازارهای جهانی بهره‌مند گردند (همه شرکت‌ها).

منابع و سرمایه: دسترسی به منابع و سرمایه‌های مالی یکی دیگر از مؤلفه‌های کلیدی در فرآیند بین‌المللی شدن شرکت‌های دانش‌بنیان است. منابع مالی کافی به شرکت‌ها این امکان را می‌دهد تا در تحقیق و توسعه، بازاریابی بین‌المللی، و گسترش عملیات خود در بازارهای جدید سرمایه‌گذاری کنند. عمده‌تأ صندوق نوآوری و شکوفایی، صندوق‌های پژوهش و فناوری و حمایت‌های دولتی خصوصاً از سمت معاونت علمی و فناوری به شرکت‌های دانش‌بنیان کمک می‌کنند تا منابع مالی لازم برای

که از طریق سازمان‌های مختلف اعمال می‌شوند، می‌توانند به عنوان یک عامل مثبت در تسهیل توسعه بین‌المللی شرکت‌ها شناخته شوند. باین‌حال، این سیاست‌ها باید به گونه‌ای طراحی و اجرا شوند که بتوانند به طور مؤثر از شرکت‌ها در توسعه فعالیت‌های بین‌المللی شان حمایت کنند (شرکت ۵ و ۶).

مصنوعات

دانش: دانش یکی از ارزشمندترین دارایی‌های شرکت‌های دانش‌بنیان تلقی می‌شود. این دانش شامل تخصص‌ها، تجربه‌ها، و بینش‌هایی است که در طی زمان درون شرکت شکل گرفته و رشد کرده است. این دانش نه تنها به شرکت‌ها کمک می‌کند تا محصولات و خدماتی نوآورانه و متمایز تولید کنند، بلکه به آن‌ها امکان می‌دهد تا درک عمیق‌تری از بازارهای بین‌المللی، نیازهای مشتریان جهانی و رقبای خود به دست آورند. از طریق مدیریت صحیح دانش و استفاده از آن در فرآیندهای نوآوری، شرکت‌های دانش‌بنیان می‌توانند به مزیت‌های رقابتی دست پیدا کنند. همچنین این شرکت‌های دانش‌بنیان با استفاده از دانش و تجربه تخصصی مشاوران، توانسته‌اند دانش و تخصص مورد نیاز برای توسعه بین‌المللی را به دست آورند. بدین ترتیب، این شرکت‌ها قادر خواهند بود با چالش‌های پیچیده‌ای که در بازارهای بین‌المللی مواجه می‌شود، مقابله کنند و راه‌حل‌های مناسبی ارائه نمایند (شرکت ۲، ۳، ۴ و ۸).

یکی از حوزه‌های دانشی ناظر بر توسعه فعالیت‌های بین‌المللی بنگاه‌ها مربوط به نحوه مواجهه با تحریم‌های بین‌المللی می‌باشد. شرکت‌ها در مسیر بین‌المللی شدن و تنوع‌بخشی به بازارهای خارجی خود با چالش‌های نظیر عدم امکان عقد قرارداد با اشخاص ایرانی، عدم امکان دریافت وجوه حاصل از



ورود به بازارهای جهانی را فراهم نمایند. همچنین، سرمایه انسانی باارزش ترین دارایی شرکت های دانش بنیان محسوب می شوند. این نیروهای کار متخصص و باتجربه به شرکت ها در جذب مشتریان بین المللی و مدیریت چالش های موجود در بازارهای جهانی کمک قابل توجهی می کنند. یکی از نگرانی های اصلی بسیاری از این شرکت ها نه تنها مدیریت سرمایه انسانی، بلکه حفظ آن ها می باشد. بنابراین، جذب و نگهداشت نیروی انسانی ماهر، نقشی حیاتی برای رقابت در عرصه بین الملل برای این شرکت ها ایفا می کند. باید توجه داشت که در صورت خروج سرمایه انسانی، دانش و تخصصی که آن ها طی سال ها کسب کرده اند نیز از شرکت خارج می شود. به عبارت دیگر، کارکنان باتجربه اغلب دارای دانش عمیق در زمینه های خاصی هستند که ممکن است به طور ویژه برای پروژه های در حال اجرا یا فناوری های خاص در یک شرکت مهم باشد. ترک این کارکنان می تواند منجر به از دست رفتن اطلاعات حیاتی درباره فرآیندهای کاری، یا حتی دانش ضمنی که در مستندات ثبت نشده است، گردد. علاوه بر آن، جایگزینی کارکنان باتجربه با نیروهای جدید نه تنها زمان بر است، بلکه مستلزم آموزش و توسعه مهارت های نوین و حرفه ای نیز می باشد. این فرآیند می تواند موجب کاهش بهره وری کوتاه مدت و هزینه های اضافی برای شرکت شود. چنانچه کارکنان باتجربه به شرکت های رقیب بپیوندند، این خطر وجود دارد که دانش و اطلاعات حساس به رقبای منتقل، و سبب کاهش مزیت رقابتی شرکت گردد (شرکت ۱، ۴، و ۶).

رقابت در بازارهای جهانی را دارند. این محصولات و خدمات، به ویژه در بازارهای بین المللی که نیازها و انتظارات مشتریان به سرعت در حال تغییر است، اهمیت ویژه ای دارند. این شرکت ها که در چندین حوزه تخصصی فعالیت می کنند و محصولات و خدمات متنوعی را عرضه می نمایند، می توانند نیازهای مختلف مشتریان را در بازارهای گوناگون پوشش دهند. بدین ترتیب، این تنوع باعث می شود که شرکت ها بتوانند سهم بازار خود را در صنایع مختلف افزایش دهند و به تبع آن، در برابر نوسانات بازارها مقاوم تر باشند. همچنین، این شرکت های دانش بنیان با تکیه بر دانش و فناوری های پیشرفته، محصولات و خدماتی را طراحی می کنند که دارای ویژگی های نوآورانه و منحصر به فرد هستند. این نوآوری ها شامل بهبود عملکرد محصولات، کاهش هزینه ها، افزایش بهره وری و یا ایجاد ویژگی های جدید برای جذب مشتریان می باشد. یکی از نکات کلیدی در توسعه محصولات و خدمات این شرکت ها، تطابق آن ها با نیازها و خواسته های مشتریان در بازارهای هدف است. شرکت های دانش بنیان با انجام تحقیقات بازار و شناسایی دقیق نیازهای مشتریان، محصولاتی را تولید می کنند که بتوانند در بازارهای بین المللی مورد استقبال قرار گیرند. این تطابق نیازمند تغییراتی در طراحی محصول، بسته بندی، روش های توزیع یا حتی مدل های کسب و کار است. از روی دیگر، خدمات پس از فروش یکی از عوامل مهم در موفقیت بین المللی محصولات به شمار می رود. شرکت های دانش بنیان با ارائه خدمات پشتیبانی، آموزش و نگهداری برای محصولات خود، می توانند رضایت مشتریان را افزایش داده و اعتماد آن ها را جلب کنند. این خدمات ممکن است شامل تعمیرات، به روزرسانی ها، پشتیبانی فنی و حتی مشاوره برای بهبود بهره وری محصول باشد. همچنین،

ورود به بازارهای جهانی را فراهم نمایند. همچنین، سرمایه انسانی باارزش ترین دارایی شرکت های دانش بنیان محسوب می شوند. این نیروهای کار متخصص و باتجربه به شرکت ها در جذب مشتریان بین المللی و مدیریت چالش های موجود در بازارهای جهانی کمک قابل توجهی می کنند. یکی از نگرانی های اصلی بسیاری از این شرکت ها نه تنها مدیریت سرمایه انسانی، بلکه حفظ آن ها می باشد. بنابراین، جذب و نگهداشت نیروی انسانی ماهر، نقشی حیاتی برای رقابت در عرصه بین الملل برای این شرکت ها ایفا می کند. باید توجه داشت که در صورت خروج سرمایه انسانی، دانش و تخصصی که آن ها طی سال ها کسب کرده اند نیز از شرکت خارج می شود. به عبارت دیگر، کارکنان باتجربه اغلب دارای دانش عمیق در زمینه های خاصی هستند که ممکن است به طور ویژه برای پروژه های در حال اجرا یا فناوری های خاص در یک شرکت مهم باشد. ترک این کارکنان می تواند منجر به از دست رفتن اطلاعات حیاتی درباره فرآیندهای کاری، یا حتی دانش ضمنی که در مستندات ثبت نشده است، گردد. علاوه بر آن، جایگزینی کارکنان باتجربه با نیروهای جدید نه تنها زمان بر است، بلکه مستلزم آموزش و توسعه مهارت های نوین و حرفه ای نیز می باشد. این فرآیند می تواند موجب کاهش بهره وری کوتاه مدت و هزینه های اضافی برای شرکت شود. چنانچه کارکنان باتجربه به شرکت های رقیب بپیوندند، این خطر وجود دارد که دانش و اطلاعات حساس به رقبای منتقل، و سبب کاهش مزیت رقابتی شرکت گردد (شرکت ۱، ۴، و ۶).

محصولات و خدمات: این شرکت های دانش بنیان عضو باشگاه سرآمدان صادراتی به تولید و توسعه محصولات و خدمات نوآورانه ای می پردازند که توانایی



به‌عنوان یک پلتفرم کلیدی، نه تنها نیازهای داخلی را پوشش می‌دهند، بلکه به توسعه تعاملات و روابط بین‌المللی شرکت کمک کرده‌اند. این مصنوعات نشان از توانمندی‌های فنی و نوآورانه این شرکت‌ها در ارائه راه‌حل‌های عملیاتی و مؤثر در بازارهای داخلی و جهانی دارد (شرکت ۱ و ۵).

روابط

رقابت و جانشینی در روابط داخلی: شبکه‌سازی و تعاملات شرکت‌های دانش‌بنیان با بازیگران مختلف اکوسیستم نوآوری در فرآیند بین‌المللی شدن آن‌ها بسیار حائز اهمیت است. روابط میان این شرکت‌ها با سازمان‌های دولتی، مانند معاونت علمی و فناوری، و صندوق‌های دولتی و غیردولتی، از طریق ارائه تسهیلات مالی، به شرکت‌ها کمک می‌کند تا زیرساخت‌های لازم برای توسعه بین‌المللی را ایجاد کنند. با این حال، عدم تعامل زیاد با سیستم بانکی و عدم استفاده از تسهیلات بانکی می‌تواند یک نقطه ضعف در این روابط محسوب شود. همچنین، همکاری‌های این شرکت‌ها با وزارت امور خارجه، سازمان توسعه تجارت، و سایر سازمان‌ها به شرکت‌ها کمک کرده است تا به شبکه‌های بین‌المللی دسترسی پیدا کنند و فرصت‌های جدیدی را برای رشد و توسعه کسب‌وکار خود ایجاد نمایند. زیرساخت‌های ارتباطی مانند دفاتر و رایزن‌های فناوری نیز به شرکت‌ها امکان می‌دهد تا به‌طور مستمر روابط و فعالیت‌های خود را در بازارهای بین‌المللی گسترش بخشند (شرکت ۴، ۵، ۸).

یکی از جنبه‌های مهم روابط میان شرکت‌های دانش‌بنیان، تعاملات رقابتی میان آن‌ها است. این رقابت‌ها، اگرچه گاهی منجر به خودزنی و زیرپا گذاشتن همدیگر می‌شود، اما می‌تواند در شرایط مناسب به یک نیروی محرکه برای نوآوری و بهبود کیفیت محصولات

برای موفقیت در بازارهای بین‌المللی، محصولات و خدمات این شرکت‌های دانش‌بنیان از کیفیت بسیار بالایی برخوردار می‌باشد و استانداردهای جهانی رعایت شده است. این امر شامل استفاده از مواد با کیفیت، طراحی دقیق، رعایت مقررات و استانداردهای ایمنی و زیست‌محیطی می‌شود. رعایت این موارد سبب می‌شود که محصولات این شرکت‌ها مجوزهای لازم برای ورود به بازارهای مختلف را کسب نمایند و از رقابت‌پذیری بیشتری برخوردار شوند (همه شرکت‌ها).

طی سال‌های گذشته، به علت هزینه تمام شده پایین در حوزه خدمات فنی و مهندسی (بخش عمده مربوط به نیروی انسانی متخصص) به نسبت کشورهای منطقه (ترکیه و عراق)، ظرفیت بالایی برای توسعه صادرات این بخش در کشورهای دیگر فراهم گردیده است. شرکت‌های فعال در حوزه تعمیر و نگهداری زیرساخت‌های تولید و توزیع انرژی از این مزیت برای بیرون کردن رقبا اروپایی از بازارهای تحت نفوذ خود گفته‌اند (شرکت ۲).

پلتفرم‌ها: پلتفرم‌ها یکی از مهم‌ترین ابزارها و زیرساخت‌های مورد استفاده توسط شرکت‌های دانش‌بنیان در فرآیند بین‌المللی شدن هستند. از طریق این پلتفرم‌ها، شرکت‌ها می‌توانند به بازارهای جدید دسترسی پیدا کنند، منابع مالی و دانش فنی لازم را جذب نمایند، و با کاهش هزینه‌ها و افزایش کارایی، رقابت‌پذیری خود را در سطح جهانی افزایش دهند. به همین دلیل، انتخاب و استفاده مؤثر از پلتفرم‌های مناسب برای هر شرکت دانش‌بنیان، یکی از عوامل کلیدی موفقیت در بین‌المللی‌سازی است. برخی از این شرکت‌های دانش‌بنیان عضو باشگاه سرآمدان صادراتی نیز با توسعه مصنوعات، مانند سامانه پیام‌رسان بین بانکی جایگزین سوئیفت،



نقض تعهدات، مانعی جدی برای بین‌المللی شدن این شرکت‌ها محسوب می‌شود. این روابط ضعیف نه تنها باعث از دست رفتن فرصت‌های تجاری می‌شود، بلکه به‌طور کلی به اعتبار شرکت در بازارهای خارجی آسیب می‌زند. از سوی دیگر، دور زدن نهادهای واسطه‌ای که برای کمک به صادرات شرکت‌ها ایجاد شده‌اند، نشان‌دهنده یک ضعف نهادی و عدم تمایل به همکاری در چارچوب‌های تعریف شده است که این خود می‌تواند مانعی برای استفاده بهینه از فرصت‌های بین‌المللی باشد (شرکت ۱، ۳ و ۵).

تشکیل کنسرسیوم‌ها و همکاری‌های استراتژیک: همچنین، تشکیل کنسرسیوم‌ها و ایجاد همکاری‌های استراتژیک با شرکت‌های بزرگ‌تر، چه در داخل کشور و چه در سطح بین‌المللی، به شرکت‌های دانش‌بنیان کمک می‌کند تا منابع خود را بهینه سازند و در مواجهه با چالش‌های بزرگ‌تر از پشتیبانی بیشتری برخوردار باشند. این نوع همکاری‌ها خصوصاً در پروژه‌های بزرگ و پیچیده مانند توسعه فناوری‌های پیشرفته، اهمیت بسیاری دارد (شرکت ۳).

تعامل با دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی: از سوی دیگر، یکی از بهترین روش‌ها برای افزایش توان رقابتی و بین‌المللی شدن شرکت‌های دانش‌بنیان، همکاری نزدیک با دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی است. این همکاری‌ها به شرکت‌ها امکان می‌دهد تا از دانش و تحقیقات پیشرفته بهره‌مند شوند و محصولات و خدمات خود را با استفاده از آخرین دستاوردهای علمی بهبود بخشند. تعامل با این مراکز همچنین می‌تواند به شرکت‌ها کمک کند تا نیروی انسانی متخصص و توانمند را جذب کرده و از نوآوری‌های جدید بهره ببرند (شرکت ۱، ۳ و ۶).

همکاری با غول‌های صنعتی بین‌المللی: همکاری بعضی از شرکت‌های دانش‌بنیان با شرکت‌های

و خدمات تبدیل گردد. مثال‌هایی از این دست در حوزه دارویی مشاهده می‌شود، جایی که چندین شرکت از یک گروه واحد در حال تولید محصولات مشابهی هستند و با تقسیم بازار به جای رقابت منفی، می‌توانند همکاری مؤثرتر و سازنده‌ای داشته باشند. در برخی موارد، این شرکت‌های دانش‌بنیان باید با رقبای داخلی، به‌ویژه شرکت‌های دولتی و وابسته به نهادهای حاکمیتی، به رقابت بپردازند. این رقابت‌ها گاهی به شکل ناعادلانه‌ای پیش می‌روند، چرا که شرکت‌های دولتی از منابع و حمایت‌های بیشتری برخوردارند. این رقابت نابرابر می‌تواند مانعی بر سر راه بین‌المللی شدن شرکت‌های خصوصی باشد، اما از سوی دیگر، می‌تواند این شرکت‌ها را به سمت نوآوری بیشتر و تلاش برای یافتن راهکارهای خلاقانه هدایت کند (شرکت ۵ و ۷).

همکاری و تعاملات بین‌المللی: در مقابل رقابت‌های داخلی، همکاری و تعاملات بین‌المللی می‌تواند به‌عنوان یک عامل کلیدی در تسهیل فرآیند بین‌المللی شدن شرکت‌های دانش‌بنیان عمل نماید. روابط و تعاملات ایجادشده از طریق همکاری با سفارتخانه‌ها و هیئت‌های تجاری و استفاده از اعتبار و وزن آن‌ها در تعاملات بین‌المللی، به شرکت‌ها امکان می‌دهد تا به فرصت‌های بیشتری دسترسی پیدا کنند و روابط تجاری خود را گسترش دهند. این نوع روابط می‌تواند به ایجاد جلسات تجاری بیشتر و دسترسی به فرصت‌های جدید کمک کند. همچنین، ارزش افزوده این روابط، به‌ویژه از نظر تقویت شبکه‌های بین‌المللی، به‌طور مستقیم بر توسعه فعالیت‌های بین‌المللی شرکت‌ها تأثیر می‌گذارد و می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در موفقیت آن‌ها در بازارهای خارجی داشته باشد. لازم به ذکر است که روابط ناکارآمد این شرکت‌ها با طرف‌های خارجی به‌دلیل عدم رعایت اصول ارتباطات بین‌المللی و

جدول ۴. جمع‌بندی یافته‌ها (نویسندگان)

مصادیق مؤلفه‌ها	مؤلفه‌های اکوسیستم نوآوری
سازمان‌های دولتی شامل وزارت امور خارجه؛ معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری؛ مرکز همکاری‌های تحول و پیشرفت؛ سازمان توسعه تجارت؛ سازمان غذا و دارو؛ وزارت بهداشت و درمان؛ گمرک؛ و وزارت صنعت، معدن و تجارت	بازیگران
شرکت‌های داخلی و خارجی اعم از دولتی و خصوصی	
دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی	
مشاوران و متخصصان کسب و کار	
کارگزاران، واسطه‌ها و رایزن‌های فناوری و بازرگانی؛ هیئت‌های تجاری و انجمن‌ها و سندیکاها	
صندوق‌های سرمایه‌گذاری شامل صندوق نوآوری و شکوفایی	
بانک‌ها خصوصاً بانک مرکزی	
تأمین مالی	فعالیت‌ها
فعالیت‌های تحقیق و توسعه	
امکان‌سنجی بازار	
آموزش و مهارت‌آموزی	
ارائه مشاوره	
راه‌اندازی دفاتر بین‌المللی	نهاد‌های رسمی
قوانین، مقررات و رویه‌ها	
سیاست‌های دولتی	
برنامه‌های حمایتی	



مصادیق مؤلفه‌ها	مؤلفه‌های اکوسیستم نوآوری
دانش	مصنوعات
فناوری	
منابع و سرمایه	
محصولات و خدمات	
پلتفرمها	
رقابت و جانشینی در روابط داخلی	روابط
همکاری و تعاملات بین‌المللی	
تشکیل کنسرسیوم‌ها و همکاری‌های استراتژیک	
تعامل با دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی	
همکاری با غول‌های صنعتی بین‌المللی	

با این مجموعه‌ها، امکان کاهش هزینه‌های ناشی از تحریم را برای این مجموعه‌ها کاهش داده است.

بحث و نتیجه‌گیری

شرکت‌های دانش‌بنیان به‌عنوان محرک اصلی پیشرفت علمی و فناوری در جوامع، با بهره‌گیری از دانش و فناوری‌های نوین، محصولات و خدماتی با ارزش افزوده بالا تولید می‌کنند که می‌توانند به بهبود کیفیت زندگی، افزایش بهره‌وری و تقویت اقتصاد ملی کمک کنند (خیاطیان و همکاران، ۲۰۱۶). با توجه به رقابت شدید در بازارهای جهانی، بین‌المللی‌شدن این شرکت‌ها ضرورت یافته است، زیرا حضور در بازارهای جهانی نه تنها رشد و درآمد

بزرگ و بین‌المللی، نظیر زیمنس و جی‌ای، شرکت‌های دانش‌بنیان را در مسیر بین‌المللی‌شدن یاری می‌رساند. این همکاری‌ها نه تنها به تقویت توان رقابتی شرکت‌ها در بازارهای بین‌المللی کمک می‌کند، بلکه می‌تواند به تسهیل انتقال فناوری، دسترسی به بازارهای جدید و ارتقای استانداردهای تولید و کیفیت محصولات منجر شود (شرکت ۲ و ۷). هرچند ایجاد چنین مزیتی در شرایط تحریم در فضای بین‌المللی، امکان برندسازی و همچنین انباشت سابقه حسن انجام کار ذیل ماهیت‌های حقوقی ایرانی یا مرتبط با ایران را محدود ساخته است، با این حال همکاری با شرکای مطمئن محلی در کشورهای هدف و ایجاد یک ساختار اعتماد محور



فناوری و بازرگانی؛ انجمن‌ها و سندیکاها؛ کریدور توسعه صادرات و صندوق ضمانت توسعه صادرات با انجام اقدامات متنوع نظیر ایجاد زیرساخت‌های حمایتی، ارائه خدمات مشاوره‌ای تخصصی، ارائه خدمات مالی و تضمینی؛ تسهیل فرآیندهای قانونی، و توسعه شبکه‌های ارتباطی بین‌المللی، به افزایش فعالیت‌های شرکت‌های دانش‌بنیان و حضور موفق آن‌ها در بازارهای جهانی کمک شایانی می‌نمایند. هر یک از این بازیگران، از نهادهای دولتی گرفته تا انجمن‌های خصوصی، با درک نیازها و چالش‌های خاص شرکت‌های دانش‌بنیان، نقش‌هایی متفاوت اما مکمل در مسیر بین‌المللی شدن این شرکت‌ها برعهده دارند. در همین رابطه، فریرا و همکاران (۲۰۲۳)، در مطالعه خود به تأثیر مثبت عامل‌های حمایتی متنوع و کنشگران مختلف اکوسیستم نوآوری بر عملکرد بین‌المللی شرکت‌های کوچک و متوسط اشاره کرده‌اند. همچنین، بایر-فونتس^{۶۹} و همکاران (۲۰۲۱) در پژوهش خود، بر اهمیت همکاری و تعامل شرکت‌های فناوری محور با ارکان ماریچ سه‌گانه، یعنی دانشگاه، صنعت و دولت جهت بین‌المللی شدن زود هنگام تأکید نموده‌اند. یافته‌های آن‌ها نشان داده است که فقدان دانش و منابع تخصصی، موجبات همکاری و تعامل این شرکت‌ها با بازیگران مختلف ماریچ سه‌گانه برای اطمینان از استراتژی ورود زود هنگام به بازارهای بین‌المللی فراهم می‌آورد. قزوینی و همکاران (۱۴۰۲) نیز در مطالعه خود به شناسایی و طراحی مدلی از بازیگران اکوسیستم نوآوری که موجبات ورود شرکت‌های دانش‌بنیان به بازارهای بین‌المللی را فراهم می‌آورند، پرداخته‌اند.

همچنین، مهم‌ترین فعالیت‌هایی که به توسعه و رشد

آن‌ها را افزایش می‌دهد، بلکه شبکه‌های ارتباطی و تجاری گسترده‌تر، دسترسی به منابع مالی و انسانی بیشتر، بهره‌گیری از مزایای مقیاس، کاهش ریسک بازار و تسریع نوآوری و توسعه محصول را به همراه دارد (اسپنس، ۲۰۰۳). در این راستا، وجود اکوسیستم نوآوری پویا که از تمامی فعالیت‌های این شرکت‌ها پشتیبانی کند، حیاتی است. این اکوسیستم، شامل مؤلفه‌هایی چون بازیگران، فعالیت‌ها، نهادهای سخت، مصنوعات و روابط است که باید به‌طور هماهنگ عمل کنند تا ارتباطات بین‌المللی، دسترسی به بازارهای جهانی و انتقال فناوری را تسهیل کرده و توان رقابتی شرکت‌های دانش‌بنیان را در سطح جهانی افزایش دهند (گرانستراند و هولگرسون، ۲۰۲۰). بدین منظور، پژوهش حاضر با هدف واکاوی نقش اکوسیستم نوآوری در بین‌المللی شدن شرکت‌های دانش‌بنیان انجام شده است. از این رو، در این پژوهش به بررسی مؤلفه‌های اکوسیستم نوآوری بر بین‌المللی شدن ۸ شرکت دانش‌بنیان عضو باشگاه سرآمدان صادراتی شامل ۴ شرکت ۵ ستاره، و ۴ شرکت ۴ ستاره در حوزه‌های فناوری مختلف ماشین‌آلات و تجهیزات پیشرفته (۳ شرکت)؛ دارو و فرآورده‌های پیشرفته حوزه تشخیص و درمان (۳ شرکت)؛ مواد پیشرفته و محصولات مبتنی بر فناوری‌های شیمیایی (۱ شرکت) و فینتک (۱ شرکت) پرداخته شده است.

یافته‌ها حاکی از آن است که بازیگران مختلف اکوسیستم نوآوری شامل سازمان‌های دولتی مانند وزارت امور خارجه، معاونت علمی و فناوری ریاست جمهوری، مرکز همکاری‌های تحول و پیشرفت، سازمان توسعه تجارت، سازمان غذا و دارو، وزارت بهداشت و درمان، گمرک و وزارت صنعت، معدن و تجارت؛ بانک‌ها به‌ویژه بانک مرکزی؛ صندوق نوآوری و شکوفایی؛ واسطه‌ها و رایزن‌های

69. Baier-Fuentes



بین‌المللی، نقشی بنیادین و غیر قابل انکار است. در این راستا، کاستا جونیور و همکاران (۲۰۲۴) در مقاله خود به اثرگذاری برنامه‌ها و سیاست‌های حمایتی به‌عنوان یکی از ارکان مهم اکوسیستم نوآوری بر بین‌المللی شدن شرکت‌ها در سطوح مختلف اشاره نموده‌اند.

به‌علاوه، در فرآیند بین‌المللی شدن شرکت‌های دانش‌بنیان، مصنوعات نقشی اساسی ایفا می‌کنند. این مصنوعات شامل دانش به‌عنوان پایه اصلی نوآوری و توسعه، فناوری به‌عنوان ابزار تحقق این دانش، منابع و سرمایه به‌عنوان پشتیبان مالی و اجرایی، محصولات و خدمات به‌عنوان خروجی نهایی، و پلتفرم‌ها به‌عنوان واسطه ارتباطی با بازارهای جهانی می‌باشد. هر یک از این عناصر به‌طور جداگانه و در تعامل با یکدیگر می‌توانند به شرکت‌های دانش‌بنیان کمک کنند تا در بازارهای جهانی به موفقیت دست یابند. تحقیقات پیشین نیز به انواع مختلف این مصنوعات و تأثیر معنادار آن‌ها در ارتقاء فعالیت‌های بین‌المللی شرکت‌ها پرداخته‌اند. برای مثال، فریرا و همکاران (۲۰۲۳) توزیع منابع میان بازیگران مختلف اکوسیستم نوآوری را عاملی مؤثر بر فرآیند بین‌المللی شدن شرکت‌های کوچک و متوسط معرفی کرده‌اند. مگنی^{۷۰} و همکاران (۲۰۲۲)، سکلیوکین^{۷۱} و همکاران (۲۰۱۶)، ون شیندل^{۷۲} (۲۰۱۹) در مطالعات خود، استدلال کرده‌اند که به‌اشتراک‌گذاری دانش امری کلیدی در کاهش چالش‌های ورود به بازارهای بین‌المللی جدید برای شرکت‌های مختلف می‌باشد. همچنین یوناتانی (۲۰۱۷) در پژوهش خود نشان داده است که شرکت‌هایی که پلتفرم‌هایی را برای کسب‌وکار خود توسعه داده‌اند، بین‌المللی‌سازی سریع‌تر و منحصربه‌فردی را در مقایسه با شرکت‌ها با

این شرکت‌های دانش‌بنیان در عرصه بین‌الملل کمک می‌کند و نقشی حیاتی در توانمندسازی آن‌ها برای رقابت در بازارهای جهانی دارد، عبارت است از: تأمین مالی، تحقیق و توسعه، امکان‌سنجی بازار، آموزش و مهارت‌آموزی، ارائه مشاوره، و راه‌اندازی دفاتر بین‌المللی. برخی از محققان نیز فعالیت‌های مختلفی که در اکوسیستم نوآوری توسط بازیگران و ذینفعان متعدد و یا خود شرکت‌ها انجام می‌شود را برجسته کرده‌اند. از جمله آن‌ها می‌توان به سکلیوکین و همکاران (۲۰۱۶)، و اودی و استیسکال (۲۰۲۰) اشاره کرد.

نهاد‌های سخت و رسمی، شامل قوانین، مقررات، رویه‌ها، سیاست‌های دولتی، و برنامه‌های حمایتی، نقش کلیدی و تعیین‌کننده‌ای در مسیر بین‌المللی شدن شرکت‌های دانش‌بنیان ایفا می‌کنند. این نهادها، از طریق ایجاد چارچوب‌های قانونی و فراهم کردن بسترهای اجرایی، شرایط لازم را برای ورود و حضور موفق این شرکت‌ها در بازارهای جهانی فراهم می‌سازند. از جمله آن‌ها می‌توان به قانون جهش تولید دانش‌بنیان به‌عنوان یک قانون حمایتی کلیدی اشاره کرد. همچنین، برخی مقررات دولتی مانند مجوز ترک تشریفات مناقصه، می‌توانند تأثیر به‌سزایی در توسعه بین‌المللی شرکت‌ها داشته باشند. از سوی دیگر، سیاست‌های دولتی و برنامه‌های حمایتی، به‌ویژه در حوزه‌های تأمین مالی، صادرات، و توسعه فناوری، ابزارهای حیاتی هستند که به شرکت‌های دانش‌بنیان کمک می‌کنند تا از ظرفیت‌های خود به بهترین شکل ممکن بهره‌برداری کرده و رقابت‌پذیری خود را در سطح بین‌المللی تقویت نمایند. شایان ذکر است که معاونت علمی و فناوری و صندوق نوآوری و شکوفایی بیشترین برنامه‌های حمایتی دولتی و تسهیلات مالی را به این شرکت‌های دانش‌بنیان ارائه کرده‌اند. بنابراین، نقش این نهادها در موفقیت و پایداری شرکت‌های دانش‌بنیان در عرصه

70. Magni

71. Sekliuckiene

72. van Schijndel



رویکرد سنتی‌تر تجربه می‌کنند.

شبکه‌سازی و روابط یک عنصر اساسی برای توسعه فعالیت‌های بین‌المللی شرکت‌ها محسوب می‌شود. بر اساس یافته‌های پژوهش، رقابت و جانشینی در روابط داخلی؛ همکاری و تعاملات بین‌المللی؛ تشکیل کنسرسیوم‌ها و همکاری‌های استراتژیک؛ تعامل با دانشگاه‌ها و مراکز تحقیقاتی و همکاری با غول‌های صنعتی بین‌المللی از جمله مهم‌ترین انواع روابط برای شرکت‌های دانش‌بنیان تلقی می‌شوند. در این رابطه، پژوهش‌های پیشین متعددی نظیر مگنی^{۷۳} و همکاران (۲۰۲۲)، اودی و استیسکال^{۷۴} (۲۰۲۰)، سکلیوکین^{۷۵} و همکاران (۲۰۱۶)، ون شیندل^{۷۶} (۲۰۱۹)، زهور^{۷۷} و همکاران (۲۰۲۰)، فریرا و همکاران (۲۰۲۳)، امینی و فتاحی (۱۳۹۷) بر اهمیت و ضرورت شبکه‌سازی و تقویت روابط مختلف داخلی و خارجی برای ارتقاء فعالیت‌های شرکت‌های دانش‌بنیان در عرصه جهانی تأکید نموده‌اند.

همچنین این شرکت‌های دانش‌بنیان عضو باشگاه سرآمدان صادراتی، با چالش‌ها و موانع مختلفی در مسیر فرآیند بین‌المللی شدن روبرو هستند. به‌عنوان مثال، عدم وجود تسهیلات کافی و حمایت‌های سازمان‌های دولتی برای فعالیت‌هایی نظیر راه‌اندازی دفاتر بین‌المللی توسط این شرکت‌های دانش‌بنیان، حاکی از محدودیت‌های قانونی و سیاستی است که می‌تواند مانعی برای توسعه فعالیت‌های بین‌المللی این شرکت‌ها باشد. نبود این تسهیلات، فشار بیشتری بر این شرکت‌ها وارد کرده و باید با هزینه‌های بالای خود، دفاتر بین‌المللی را راه‌اندازی

کنند یا از حضور در بازارهای جدید صرف‌نظر نمایند. با این حال شرکت‌ها تلاش خود را مبنی بر راه‌اندازی این دفاتر انجام داده‌اند. به‌طور کلی این عدم حمایت، نقش بازدارنده‌ای در توسعه فعالیت‌های بین‌المللی دارد و ممکن است موجب کاهش انگیزه شرکت‌ها برای گسترش فعالیت‌های خود به بازارهای خارجی شود. همچنین، سیاست‌های ارزی دولت و بانک مرکزی به‌عنوان یکی از موانع اصلی برای فعالیت‌های بین‌المللی این شرکت‌های دانش‌بنیان شناخته می‌شود. این سیاست‌ها، مانند نرخ‌گذاری دستوری ارز، ممنوعیت ایجاد تعهدات ارزی توسط بانک‌ها (که به حوزه اعطای اعتبار اسنادی و صدور ضمانت‌نامه‌های ارزی تسری می‌یابد) و رفع تعهدات ارزی، به‌طور مستقیم به کاهش توان رقابتی شرکت‌ها منجر شده و حتی تأثیری منفی‌تر از تحریم‌های خارجی بر توسعه بین‌المللی شرکت‌ها دارد. همچنین، این شرکت‌های دانش‌بنیان در فعالیت‌های رقابتی با شرکت‌های دولتی با چالش‌های جدی روبرو هستند. این رقابت‌ها به دلیل سیاست‌های نادرست و عدم حمایت کافی از شرکت‌های دانش‌بنیان، منجر به محدودیت‌های بزرگی گردیده است. به‌عبارتی، این موانع قانونی و نهادی باعث می‌شوند که رقابت‌های ناعادلانه‌ای بین بخش دولتی و خصوصی ایجاد شود و شرکت‌های دانش‌بنیان نتوانند به‌طور کامل از پتانسیل‌های خود بهره ببرند. علاوه بر آن، کندی در پاسخگویی به مشکلات مشتریان توسط شرکت‌های دولتی و عدم توجه به نیازهای بازار بین‌المللی می‌تواند منجر به کاهش اعتماد مشتریان و از دست دادن فرصت‌های بین‌المللی شود. این در حالی است که برخی از این شرکت‌های دانش‌بنیان با ارائه خدمات بهتر و سریع‌تر می‌توانند از این نقاط ضعف استفاده کرده و مزیت رقابتی خود را تقویت کنند. این تفاوت در رویکردها می‌تواند تأثیر مستقیم

73. Magni

74. Odei and Stejskal

75. Sekliuckiene

76. van Schijndel

77. Zahoor



دانش‌بنیان: با عنایت به تأسیس سازمان توسعه همکاری‌های علمی و فناوری و ساختار اساس‌نامه و معاونت علمی و فناوری و ساختار اساس‌نامه و ترکیب هیأت امنای آن، می‌توان به تثبیت و تداوم کارکرد یک نهاد متمرکز و مشخص برای مدیریت و هدایت فعالیت‌های صادراتی شرکت‌های دانش‌بنیان و کاهش تداخل‌ها و بهبود کارایی حمایت‌ها امیدوار بود. همچنین، با مشخص کردن نقش‌ها و مسئولیت‌های هر نهاد در ترکیب هیأت‌امنا در فرآیند بین‌المللی شدن و هماهنگی بین آن‌ها، می‌توان از تداخل وظایف جلوگیری به عمل آورد. در زمان نگارش این مقاله، فرآیند تصویب اساس‌نامه این سازمان در شورای عالی انقلاب فرهنگی در حال پیگیری است.

ارائه وام‌های کارآمد با تنوع‌بخشی به وثایق و در قالب خطوط اعتباری: صندوق‌های پژوهش و فناوری و صندوق نوآوری و شکوفایی با اهرم نمودن منابع خود نزد بانک‌های دولتی، می‌توانند وام‌های با بهره مناسب و شرایط بازپرداخت منعطف برای شرکت‌های دانش‌بنیان در مسیر بین‌المللی شدن ارائه دهند. به‌علاوه، توسعه مدل‌های تأمین مالی جایگزین مانند سرمایه‌گذاری خطرپذیر و تأمین مالی جمعی برای حمایت از شرکت‌های دانش‌بنیان می‌تواند راه‌حل مناسبی باشد. هرچند نیاز به تأمین مالی شرکت‌های دانش‌بنیان در مراحل مختلف بلوغ خود در مسیر بین‌المللی شدن اقتضائات متفاوتی دارد. در حال حاضر شرکت‌های با مقیاس متوسط، نیازمند توثیق طیف‌های مختلفی از دارایی‌های خود شامل IP محصولات، تعهد مالکان و سهامداران و ... برای دسترسی به اعتبارات بانکی جهت تأمین مالی فعالیت‌های بین‌المللی خود می‌باشند که نیازمند توسعه و بکارگیری ابزارهای نوآورانه این حوزه از جانب معاونت علمی، کارگروه صندوق‌های پژوهش

بر موفقیت یا شکست این شرکت‌ها در بازارهای بین‌المللی داشته باشد، چراکه انعطاف‌پذیری و توجه به نیازهای مشتریان در فعالیت‌های شرکت، به‌عنوان یک استراتژی مؤثر در بازارهای بین‌المللی حائز اهمیت است. همچنین، نبود ساختارها و قوانین مشخص برای صدور مجوزهای لازم، می‌تواند منجر به از دست رفتن فرصت‌های بازار و کاهش توان رقابتی شرکت‌ها در عرصه‌های بین‌المللی شود. این موضوع بر ضرورت بازنگری و اصلاح فرآیندهای قانونی و نهادی در حمایت از نوآوری تأکید دارد. در ادامه به ارائه پیشنهاد‌های سیاستی و کاربردی برای مدیران و متخصصان در دو سطح حاکمیت و کسب‌وکارها در این حوزه پرداخته می‌شود.

آموزش بین‌المللی برای مدیران و کارکنان: برنامه‌های آموزشی بین‌المللی که روی تفاوت‌های فرهنگی، آداب مذاکره، و مدیریت تعاملات بین‌المللی تمرکز دارند، باید به صورت دوره‌ای برای مدیران و کارکنان برگزار شود. همچنین، شرکت‌ها باید فرهنگ سازمانی خود را به سمت استانداردهای جهانی هدایت کنند. برگزاری سمینارها و کارگاه‌های آموزشی برای مدیران ارشد و میانی این شرکت‌ها جهت ترویج دیدگاه صادراتی و تشویق به توسعه بازارهای بین‌المللی می‌تواند مؤثر واقع شود. طراحی محتوا و دوره‌های آموزشی مبتنی بر دانش و تجربه سفرای سابق وزارت امور خارجه، رایزنان سابق بازرگانی سازمان توسعه تجارت و کارآفرینان بزرگ که بخش مهمی از بازار هدف خود را در خارج از کشور بنا نهاده‌اند در برگزاری این دوره‌ها و از جانب نهادهای ترویجی مانند سازمان توسعه همکاری‌های علمی و فناوری بین‌المللی، اتاق‌های بازرگانی مشترک، سازمان توسعه تجارت و مؤسسه مطالعات و پژوهش‌های بازرگانی اهمیت بسزایی دارد. تثبیت جایگاه نهاد متمرکز و مستقل برای صادرات



بازنگری و اصلاح سیاست‌های ارزی خود را در دستور کار قرار دهد تا بتواند به شکل بهتری از صادرات شرکت‌های دانش‌بنیان حمایت کند. این اصلاحات باید به گونه‌ای باشد که نحوه مواجهه بانک مرکزی با شرکت‌های دانش‌بنیان در زمینه تخصیص و رفع تعهد صادراتی لزوماً مشابه با سایر شرکت‌ها نباشد. در این حوزه نیز نقش فرانهادی سازمان توسعه تعاملات علمی و فناورانه بین‌المللی و معاونت علمی می‌تواند به فهم بهتر بانک مرکزی از پویایی‌های این بخش و اعمال تنظیمات و قاعده‌گذاری‌های اثربخش‌تر برای این شرکت‌ها کمک کند.

ملاحظات اخلاقی

پیروی از اصول اخلاق پژوهش

تمامی اصول اخلاقی در پژوهش این مقاله رعایت شده‌اند.

حامی مالی

این مقاله حامی مالی ندارد

مشارکت‌نویسندگان

نویسندگان به یک اندازه در نگارش مقاله مشارکت داشته‌اند.

تعارض منافع

بنابر اظهار نویسندگان این مقاله تعارض منافع ندارد.

و فناوری و صندوق نوآوری و شکوفایی می‌باشد. استفاده از مشاوران حقوقی با تخصص بین‌المللی: شرکت‌ها باید از مشاوران حقوقی باتجربه در تنظیم قراردادهای بین‌المللی استفاده کنند تا قراردادهای محکم، شفاف و بدون نقص تدوین شود. ارائه برنامه‌های مختلف آموزشی جهت ارتقاء مهارت‌ها و تجربه‌های رایزن‌های بازرگانی نیز می‌تواند در زمینه صادرات و تعاملات بین‌المللی مؤثر باشد. در حال حاضر معاونت علمی از طریق کریدور صادرات حمایت‌هایی در این زمینه ارائه می‌دهند ولی این نوع خدمت بیشتر متناسب با نیازهای عمومی شرکت‌های کوچک است که در ابتدای مسیر بین‌المللی شدن قرار دارند. چالش‌های حقوقی شرکت‌های در معرض تحریم‌های بین‌المللی یا شرکت‌هایی که با چالش بلوکه شدن دارایی‌های خود در بانک‌های بین‌المللی شده‌اند و ... از جمله مصادیقیست که نیازمند شناسایی و شبکه‌سازی مشاوران خبره این حوزه و معرفی ایشان به بنگاه‌های دانش‌بنیان می‌باشد.

ایجاد کانال‌های امن و سریع تبادلات مالی: بانک مرکزی به‌عنوان مهم‌ترین نهاد قاعده‌گذار در حاکمیت در حوزه تبادلات ارزی و مالی بین‌المللی نقش بسزایی در افزایش چرخه گردش مبادلات ارزی برای صادرکنندگان و شرکت‌های دانش‌بنیان را دارد. تنوع‌بخشی مجوزهای قابل اعطا به پلتفرم‌های فعال در حوزه پایاپای‌سازی و جوجه حاصل از تجارت، پلتفرم‌های فعال در حوزه رمیتنس^{۷۸}، صرافی‌ها رمزارزی که به طور خاص از ظرفیت رمزارزها در زمینه پرداخت‌های بین‌المللی خدمات ارائه می‌دهند، از جمله اقدامات لازم در حوزه ساماندهی مبادلات ارزی شرکت‌های دانش‌بنیان می‌باشد.

بازنگری و اصلاح سیاست‌های ارزی: دولت باید

78. Remittance



Reference

- Adner, R., & Kapoor, R. (2010). Value creation in innovation ecosystems: How the structure of technological interdependence affects firm performance in new technology generations. *Strategic management journal*, 31(3), 306-333.
- Anggadwita, G., & Indarti, N. (2024). Thematic analysis of women entrepreneurship in the internationalization of small and medium-sized enterprises (SMEs). *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*.
- Baier-Fuentes, H., Guerrero, M., & Amorós, J. E. (2021). Does triple helix collaboration matter for the early internationalisation of technology-based firms in emerging Economies?. *Technological Forecasting and Social Change*, 163, 120439.
- Baran, B. E., & Woznyj, H. M. (2020). Managing VUCA: The human dynamics of agility. *Organizational dynamics*.
- Cavusgil, S. T., Knight, G., & Riesenberger, J. (2020). *International Business: The New Realities*, 5th Ed. (5th ed.) Pearson Education.
- da Costa Júnior, J. F., Macedo, D. L., Calazans, S., de Andrade, A. P. V., & de Araújo, A. G. (2024). Internationalization ecosystems: a framework proposal for the international business theory. *Internext*, 19(2).
- Dillon, T. A., Lee, R. K., & Matheson, D. (2005). Value innovation: Passport to wealth creation. *Research-Technology Management*, 48(2), 22-36.
- Ferreira, J. J., Fernandes, C. I., & Veiga, P. M. (2023). The role of entrepreneurial ecosystems in the SME internationalization. *Journal of Business Research*, 157, 113603.
- Granstrand, O., & Holgersson, M. (2020). Innovation ecosystems: A conceptual review and a new definition. *Technovation*, 90, 102098.
- Hamel, G., & Skarzynski, P. (2001). Innovation: The new route to wealth. *Journal of Accountancy*, 192(5), 65.
- Hitt, M. A., Tihanyi, L., Miller, T., & Connelly, B. (2006). International diversification: Antecedents, outcomes, and moderators. *Journal of management*, 32(6), 831-867.
- Kaivo-oja, J. R. L., & Lauraus, I. T. (2018). The VUCA approach as a solution concept to corporate foresight challenges and global technological disruption. *foresight*, 20(1), 27-49.
- Khayatian Yazdi, M. S., Elyasi, M., & Tabatabaeeian, H. (2016). The model for sustainability of knowledge-based firms in Iran. *Journal of Science and Technology Policy*, 9(2), 49-62.
- Knight, G. A., & Cavusgil, S. T. (2004). Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm. *Journal of international business studies*, 35, 124-141.
- Knight, G. A., & Cavusgil, S. T. (2004). Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm. *Journal of international business studies*, 35, 124-141.
- Liu, H., Jiang, X., Zhang, J., & Zhao, X. (2013). Strategic flexibility and international venturing by emerging market firms: The moderating effects of institutional and relational factors. *Journal of International Marketing*, 21(2), 79-98.
- Mack, O., & Khare, A. (2016). Perspectives on a VUCA World. *Managing in a VUCA World*, 3-19.
- Magni, D., Chierici, R., Fait, M., & Lefebvre, K. (2022). A network model



- approach to enhance knowledge sharing for internationalization readiness of SMEs. *International Marketing Review*, 39(3), 626-652.
- Odei, S. A., & Stejskal, J. (2020). Firms pursuit of innovations through internationalization: A treatment effect estimation. *Technological and Economic Development of Economy*, 26(4), 837-866.
- Rickne, A., & Jacobsson, S. (1999). New technology-based firms in Sweden—a study of their direct impact on industrial renewal. *Economics of innovation and new technology*, 8(3), 197-223.
- Rong, K., Kang, Z., & Williamson, P. J. (2022). Liability of ecosystem integration and internationalisation of digital firms. *Journal of International Management*, 28(4), 100939.
- Sekliuckiene, J., Sedziniauskienė, R., & Vibury, V. (2016). Adoption of open innovation in the internationalization of knowledge intensive firms. *Inžinerinė ekonomika*, 27(5), 607-617.
- Spence, M. (2003). International strategy formation in small Canadian high-technology companies—a case study approach. *Journal of International Entrepreneurship*, 1, 277-296.
- Swann, G. P. (2022). Innovation and wealth creation. *Chapters*, 251-263.
- van Schijndel, L. (2019). TCKF-Connect: a Cross-Disciplinary conceptual framework to investigate internationalization within the context of entrepreneurial ecosystems. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*, 5(2), 28.
- Yli-Renko, H., Autio, E., & Tontti, V. (2002). Social capital, knowledge, and the international growth of technology-based new firms. *International business review*, 11(3), 279-304.
- Yonatany, M. (2017). Platforms, ecosystems, and the internationalization of highly digitized organizations. *Journal of Organization Design*, 6, 1-5.
- Zahoor, N., Al-Tabbaa, O., Khan, Z., & Wood, G. (2020). Collaboration and internationalization of SMEs: Insights and recommendations from a systematic review. *International Journal of Management Reviews* 22(4), 427-456.
- Zahra, S. A., & George, G. (2017). International entrepreneurship: The current status of the field and future research agenda. *Strategic entrepreneurship: Creating a new mindset*, 253-288.