

بررسی رابطه درک کارآفرینانه مدیران و سرعت بین المللی شدن در صنایع کوچک و متوسط

سمانه ثاقبی^۱، تورج صادقی^۲

۱- دانش آموخته کارشناسی ارشد، گروه مدیریت بازرگانی، واحد نیشابور،
دانشگاه آزاد اسلامی، نیشابور، ایران.

۲- استادیار، گروه مدیریت بازرگانی، واحد نیشابور، دانشگاه آزاد اسلامی،
نیشابور، ایران

چکیده :

هدف از این تحقیق، بررسی رابطه درک کارآفرینانه مدیران و سرعت بین المللی شدن در صنایع کوچک و متوسط است. جامعه آماری مدیران شرکت های کوچک و متوسط فعال در زمینه بین الملل در سطح شهرک صنعتی طوس مشهد می باشد. نتایج در گروه فرضیه های اصلی نشان داد بین تحمل ابهام و پیش فعالی رابطه معنی داری وجود دارد. بین تحمل ابهام و درک ریسک رابطه معنی داری وجود دارد. بین پیش فعالی و درک ریسک رابطه معنی داری وجود دارد. همچنین در در گروه فرضیه های فرعی: پیش فعالی رابطه بین تحمل ابهام و درک ریسک را میانجی گری می کند. تحمل ابهام رابطه بین گرایش بین المللی و درک ریسک را میانجی گری می کند. درک ریسک رابطه بین گرایش بین المللی و سرعت بین المللی شدن را میانجی گری می کند. درک ریسک رابطه بین تحمل ابهام و سرعت بین المللی شدن را میانجی گری می کند. درک ریسک رابطه بین پیش فعالی و سرعت بین المللی شدن را میانجی گری می کند.

واژه های کلیدی : سرعت بین المللی شدن، رفتار کارآفرینانه، درک ریسک، پیش فعالی (پیشگام بودن)، تحمل ابهام

مقدمه

توسعه بین المللی یک تصمیم بسیار مهم است، به خصوص برای کسب و کارهای کوچک و متوسط که اساساً دارای پایه مالی کم، تمرکز محلی و حوزه جغرافیایی محدودی هستند (یدالهی فارسی و سخدری، ۱۳۸۵: ۱). بین المللی شدن شرکت های کوچک و متوسط در برخی کشورها بعنوان مقدم ترین سیاست عمومی است. چرا که آن ها نقش حیاتی در نوآوری صنعتی و توسعه اقتصادی جوامع خود دارند.

نقش شرکت های کوچک امروزه بسیار با اهمیت شده است. بنابراین، دانستن عواملی که بر بین المللی شدن کسب و کارهای کوچک و متوسط تأثیر دارند حایز اهمیت است. اولین مطالعات انجام شده درباره بین المللی شدن شرکت ها در سال ۱۹۷۷ توسط جوهانسون واهلن بر روی شرکت های بین المللی سوئد صورت گرفت که در آن نزدیکی روانی بازارها مانند فرهنگ مشابه مصرف، زبان مشترک، قرابت های تاریخی کشورها از عوامل اصلی بین المللی شدن شرکت ها تشخیص داده شد و کمترین حالت تعهد ورود به بازارها یعنی صادرات غالب فعالیت های بین المللی شدن شرکت ها بود. مطالعات مک دوگال و اوویات در سال ۱۹۹۹ و نایت و کاوزگیل در سال ۱۹۹۶ نشان داد که پیشرفت های فن آوری در حمل و نقل، ارتباطات و رایانه به فعالان کارآفرین اجازه می دهد فعالیت های اقتصادی نوپا با سرعت بیشتری بین المللی گردند. تا دهه ۱۹۹۰ مطالعات درباره کسب و کار بین الملل به طور عمده بر روی شرکت های بزرگ چند ملیتی معتبر متمرکز بوده است، در سالیان اخیر با گسترش فن آوری ارتباطات و کاهش هزینه های حمل و نقل در سطح جهانی، همچنین کاهش سیاست های حمایتی دولت ها از تولیدات داخلی شاهد حضور شرکت های کوچک و متوسط

نوپایی هستیم که به واسطه برخورداری از فن آوری های نو و نوآوری های کارآفرینانه به دنبال کسب مزیت های رقابتی و گسترش بازارهای خود در عرصه بین المللی هستند.

یکی از ضروریات کشورهای درحال توسعه حرکت شرکت ها به سمت بین المللی شدن می باشد چرا که فشار رقابتی در حال افزایش و از طرفی کمک های مالی مستقیم و پشتیبانی از طرف دولت ها کاهش یافته است. به هر حال، با وجود نقش ثابت شرکت ها در توسعه اقتصادی و سهم کشورهای درحال توسعه در رشد تجارت جهانی، مطالعات کمی در خصوص بین المللی شدن این شرکت ها در کشورهای درحال توسعه و بخصوص در کشور ایران صورت گرفته است. عوامل متعددی بر بین المللی شدن شرکت ها تأثیرگذار است. با توجه به اینکه مطالعات تجربی متعددی بر روی این عوامل صورت گرفته ولی هنوز دانش کافی درباره سرعت بین المللی شدن شرکت ها، بخصوص در کشورهای درحال توسعه وجود ندارد. وجود چنین شکاف مطالعاتی ما را بر آن داشت تا نقش رفتار کارآفرینانه مدیران در شرکت ها در رابطه میان گرایش مدیران به بین المللی شدن و سرعت بین المللی شدن شرکت های آنان در داخل کشور مورد بررسی قراردهیم. این تحقیق، سعی در شناسایی روابط متقابل میان گرایش بین المللی شدن، سرعت بین المللی شدن، با توجه به شناخت ابعاد کارآفرینانه مدیران شرکت جهت ارتقاء جایگاه خود در صحنه بازارهای داخلی و بین الملل دارد.

پیشینه و چارچوب نظری تحقیق

آکدو و جانس (۲۰۰۷:۲۳۶) در تحقیقی با عنوان «سرعت بین المللی شدن و شناخت کارآفرینانه: بینش ها و مقایسه بین فعالیت های جدید کسب و کار بین المللی، صادرکنندگان و شرکت های محلی» دریافتند گرایش به بین المللی شدن با سطح بالای پیش فعالی و درک کمتر از ریسک همراه است، درحالیکه گرایش به بین المللی شدن حاکی از تحمل ابهام معنی داری نیست. گرایش به بین المللی شدن حاکی از تحصیلات گسترده تر و عمیق تر، توانایی صحبت به زبان های خارجی، علاقه به سفر و افراد با گرایش بین الملل عموماً آگاه تر و احتمالاً رفتارپیش فعالی بیشتر و فهم بهتر از ریسک در ارتباط با فرصت های بین المللی دارند. تأثیرمثبت معنی داری از گرایش بین الملل بر تحمل ابهام یافت نشد، افرادی که تحمل ابهام بالاتری دارند درک کمتری از ریسک دارند و پیش فعال نیستند. درعوض شرایط پیش فعالی منجر به درک کمتر ریسک می گردد، درنتیجه این درک کمتر از ریسک به سرعت بین المللی شدن کمک می کند.

رناتا و زیدنویا (۲۰۰۸:۱) شرکت های دارای اندازه کوچک و متوسط، در یک چارچوب اروپایی و جهانی، می بایست از قابلیت گسترش مطلوبی برخوردار باشند تا آنکه بتوانند به زیست خود در محیط کاملاً رقابتی امروزی ادامه دهند. هدف از این مقاله با توجه به پیکربندی فرآیند بین المللی شدگی، ایجاد یک مدل تئوریکی از طریق ملاحظه احتمالات مختلف شرکت های نوع جهان - مرزی دارای اندازه کوچک و متوسط می باشد. این نوع از شرکت ها، بواسطه رفتار خاص آن ها

در مبحث بین المللی سازی، بعنوان شرکت های خاص بشمار می آیند؛ شرکت هایی که ممکن است به دنبال یافتن مسیرهای مختلفی جهت پیمودن سیر تکاملی خود، به عنوان یک راهکار مطمئن جهت ورود به بازار داخلی و بازارهای خارجی باشند. پدیده ای که خود بر مبنای دانش کالاها و خدمات عرضه شده مد نظر است و در عین حال تحت تاثیر اهمیت انتخاب زمان و ویژگی های مربوط بدان، در زمینه آغاز فرآیند بین المللی سازی می باشد.

ماستین و همکاران (۱۹۷:۲۰۱۰) با توجه به نظریه سرمایه اجتماعی و ادبیات کارآفرینی بین المللی، فرضیه مربوط به جنبه های ساختاری، شناختی و رابطه ای شبکه بین المللی از مدیران اجرائی شرکت های کوچک و متوسط را همراه با دو پیامد بین المللی یعنی سرعت و عملکرد توسعه دادند. یافته ها نشان می دهد که شرکت هایی که یک زبان مشترک را به اشتراک می گذارند با روابط بین المللی خود قادر به بین المللی کردن سریع تری هستند نسبت به شرکت هایی که قادر به اشتراک گذاری یک زبان مشترک نیستند.

کاتاساکا (۱:۲۰۱۱) به تحقیقی با عنوان مدل سازی سرعت: بررسی حالت های مختلف بین المللی سازی توسط زمان و سرعت پرداخت. این تحقیق یک رویکرد نظریه پردازی اکتشافی محور را اتخاذ می کند و بصورت تجربی مدل نیروهای موثر بر سرعت بین المللی توسعه یافته توسط اوایات و مک دوگال (۲۰۰۵) را بررسی می کند. این مطالعه یک ماتریس چهار در چهار متشکل از محور زمان و محور سرعت را به منظور مقایسه حالت های مختلف بین المللی سازی پیشنهاد می کند. این مطالعه اصلاحات بالقوه ای را در مدل اوایات و مک دوگال اعمال می کند، به خصوص اگر آن شرکت های جهانی بازسازی شده و شرکت های کوچک بین المللی را نیز در بر می گیرد. این مقاله استدلال می کند که مزیت رقابتی شرکت، که نتیجه دسترسی به دانش، شبکه ها و منابع، بعنوان یک نیروی تعدیل گر تعیین سرعت انبساط، با فرصت، توانمندسازی، ایجاد انگیزه، و عوامل توضیح داده شده توسط اوایات و مک دوگال عمل می کند. علاوه بر این، آن استدلال می کند که تصمیم زمان بندی یک متغیر تصمیم گیری است که شرکت می تواند آن را کنترل کند، و اساسا ترکیبی از مرز و محل تصمیم گیری است. بنابراین، می توان از اعمال نظریه های سنتی در مورد شرکت های چند ملیتی بهره مند شد، که به موجب آن هر چه شرکت جوان تر و کوچکتر باشد، تاثیر برداشت های عامل کارآفرینی قوی تر است.

جانسون و مارتین (۶۳۳:۲۰۱۴) در تحقیق با عنوان سرعت بین المللی سازی: مفهوم، اندازه گیری و اعتبار سنجی بیان می کنند برای مدیریت بهتر و درک سرعتی که در آن شرکت ها، بین المللی می شوند، مدیران و پژوهشگران نیاز به یک مفهوم مناسب و اندازه گیری قابل اعتماد و معتبر از سرعت بین المللی سازی دارند. ادبیات، با این حال، یک چشم انداز زمانی محدود را اتخاذ می کند و معمولاً مفهوم سازی و اندازه گیری آن از زمانی آغاز می شود که شرکت شروع به بین المللی شدن می کند. این دیدگاه تک بعدی جنبه های مرکزی بین المللی سازی را نادیده می گیرد که باعث ایجاد سرعت می شود. هدف ما، بنابراین، پیشنهاد یک نظریه جدید، گنجانده شده در مفاهیم عمده مدل اصلی اوپسالا - و

مفهوم سازی چند بعدی و عملیاتی کردن آن است. نقش اصلی ما این است که ما این روش را مفهوم سازی و اندازه گیری کنیم.

ابزری و دشتی (۱:۱۳۸۸) در تحقیق با عنوان شناسایی «عوامل موثر بر تصمیم گیری بین المللی سازی شرکت های کوچک و متوسط» در هفتمین کنفرانس بین المللی مدیریت بیان نمودند در تحقیقات گسترده ای که در باب بین المللی سازی شرکت های کوچک و متوسط صورت گرفته است مطلب چندانی پیرامون پروسه تصمیم گیری قبل از بین المللی سازی وجود ندارد در حالیکه عدم درک مدیریت ارشد از فرایند تصمیم گیری درمورد بین المللی سازی به ویژه برای شرکتهای کوچک و متوسط که در آن ها تصمیماتی به بزرگی تصمیم در مورد بین المللی سازی به ندرت اتخاذ می شود مشکل ساز است دراین تحقیق با توسل به نظریه های سازمانی و سایر نظریات مربوط به تصمیم گیری استراتژیک مدیریتی فاکتورهای مختلف موثر بر فرایند تصمیم گیری در شرکت های مصمم به توسعه بین المللی شناسایی شده و مدلی یکپارچه پیشنهاد می شود که در آن تاثیر فاکتورهایی چون محیط رقابتی محیط اقتصادی و محیط نهادی بر پروسه تصمیم گیری درمورد بین المللی سازی لحاظ شده است.

فقیهی و همکاران (۱:۱۳۸۹) این مقاله به بررسی نظریه های بین المللی شدن شرکت های کوچک و متوسط می پردازد. بر اساس مدلی که مبتنی بر این نظریه هاست و رویکردی کارآفرینانه دارد، نقش دو عامل مهم محیطی (خارجی) و سازمانی (داخلی) در بین المللی شدن شرکت های کوچک و متوسط مورد بررسی قرار می گیرد. یافته های پژوهش نشان می دهد که هر دو عامل نقش مثبتی در بین المللی شدن بر عهده دارند با این تفاوت که عامل سازمانی تأثیر بیشتری دارد. این نشان از نقش برتر و اصلی ویژگی های مدیران و کارآفرینان و منابع شرکت است. هم چنین نتایج حاکی از آن است که فرآیند بین المللی شدن فرآیندی تدریجی است.

تاج الدین و همکاران (۱۹:۱۳۹۱) بین المللی شدن و حرکت شرکت های کوچک و متوسط به سمت بازارهای بین المللی به عنوان یکی از ضروریات و همچنین یکی از عوامل رشد و توسعه اقتصادی کشورهای درحال توسعه می باشد. عوامل تأثیرگذار متعددی از سوی محققان بر فرایند بین المللی شدن شرکت ها مورد مطالعه و بررسی قرار گرفته است. هدف این مقاله بررسی تأثیر عوامل استراتژیک بر بین المللی شدن شرکت های کوچک و متوسط در صنعت فناوری اطلاعات و ارتباطات ایران می باشد که با انجام نظرخواهی از تعداد ۷۰ تن از مدیران ۵۵ شرکت کوچک و متوسط بین المللی در این صنعت انجام گرفت. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که بکارگیری استراتژی هایی چون استراتژی کاهش هزینه، استراتژی تمایز، استراتژی وظیفه ای محصول و استراتژی ورود پیمانی توسط شرکت های کوچک و متوسط با بین المللی شدن آن ها ارتباط معنی دار مثبت دارد. اما بکارگیری استراتژی هایی چون استراتژی وظیفه ای توزیع و استراتژی وظیفه ای بازاریابی توسط این شرکت ها با بین المللی شدن آن ها ارتباط معنی دار منفی دارد.

ضیایی و همکاران (۱۳۹۴) در تحقیقی با عنوان استقرار و سرعت بین المللی سازی کسب و کار الکترونیکی در عصر کارآفرینی دیجیتال که در خارج از کشور به چاپ رسیده است بیان می کنند کارآفرینی دیجیتال انقلابی در کسب و کار در سراسر جهان ایجاد کرده است. هدف از این مقاله بررسی اثر تجربه بین المللی کارآفرینان، توانایی نوآوری، و قابلیت بازار در سرعت بین المللی سازی کسب و کار الکترونیکی است. مطالعه حاضر به عنوان یک تحقیق تجربی در نظر گرفته می شود و روش تحقیق، توصیفی - همبسته است. داده های جمع آوری از شرکت های کوچک و متوسط که فعالیت های آن ها تا حدی مبتنی بر اینترنت و گنجانده شده در فرآیندهای کسب و کار بین المللی است. در مجموع ۱۳۵ شرکت های کوچک و متوسط در خوشه نساجی به عنوان کسب و کارهای مبتنی بر اینترنت دسته بندی شده اند. برای تست فرضیه تحقیق، این مطالعه، مدل سازی معادله ساختاری را مورد استفاده قرار داد و داده های جمع آوری در معرض تجزیه و تحلیل همبستگی و تجزیه و تحلیل مسیر قرار گرفتند. نتایج نشان دادند که سرعت ورود به بازار خارجی توسط کسب و کار الکترونیکی بطور مثبتی تحت تاثیر تجربه کارآفرینان بین المللی، قابلیت نوآوری کسب و کار، و قابلیت بازاریابی است. در نهایت، این مطالعه بینش هایی را برای مطالعات آینده پیشنهاد می کند که می توانند پیامدهای ورود سریع به بازارهای خارجی توسط کسب و کار الکترونیکی را در نظر گیرند.

در مدل این تحقیق تلاش می شود تا با ارتباط دادن ادراک خطر بین المللی سازی با سازه های مرتبط با شناخت، انجام پذیرد. رفتار کارآفرینی مرتبط به راهی است که مدیران اطلاعات را پردازش می کنند و از آن ها استفاده می کنند (آلینسون و همکاران^۱، ۲۰۰۰: ۳۱). در ادبیات، گرایش به بین المللی در ارتباط با دانش و استعداد بیشتر در اقدامات بین المللی است، با وجود تاثیر مستقیم وارد شده بر این نوع تصمیم، انتظار می رود:

فرضیه اول: در فرآیند بین المللی سازی، مدیرانی با گرایش بین المللی سطوح بالاتری از پیش فعالی را ارائه دهند. تحمل ابهام به عنوان میزانی که یک فرد قادر به تصمیم گیری در محیط های خطرناک و یا موقعیت های همراه با عدم قطعیت است تعریف می شود (وستربرگ و همکاران، ۱۹۹۷). علاوه بر این، عدم وجود دانش به عنوان یکی از منابع اصلی برای عدم قطعیت و ادراک خطر شناسایی شده است. همچنین، تحمل ابهام نقشی حیاتی در توانایی مدیر برای مواجه شدن با عدم قطعیت دارد. لذا انتظار می رود:

فرضیه دوم: بین گرایش به بین المللی شدن و تحمل ابهام رابطه معنی داری وجود دارد.

نایت و لیسج (۲۰۰۲: ۹۸۱)، بر اهمیت جمع آوری اطلاعات و استفاده از آن ها در طول مراحل مختلف فرایند بین المللی سازی تاکید می کند و به نتایج موثر این فرایند بر ادراک فرد اشاره می کند. این ممکن است به این معنا باشد که

استراتژی های ریسک پذیر بیشتر به افراد عقلانی گرا تعلق دارند که دارای پیش زمینه بین المللی می باشند. بنابراین انتظار می رود:

فرضیه سوم: بین گرایش به بین المللی شدن و درک ریسک رابطه معنی داری وجود دارد.

مطالعات تجربی در حوزه تحمل ابهام یک رابطه بسیار قوی با توجه به رفتار فعال کارآفرینان نشان داده اند (بیچر و مارر، ۱۹۹۹: ۲۸؛ انتریالگو و همکاران، ۲۰۰۰: ۱۳۷). به این دلایل، این یافته ها را با دربرگرفتن یک رابطه علی بین تحمل ابهام و منش فعالانه رهبران در مدل با توجه به گرایش بین المللی سازی توسعه می دهیم:

فرضیه ۴: بین تحمل ابهام و پیش فعالی رابطه معنی داری وجود دارد.

تحمل ابهام به توانایی تصمیم گیری در شرایط غیرقطعی مربوط می شود. در نتیجه، یک رابطه بین تحمل ابهام و ادراک خطر به دست آمده از عملیات وجود خواهد داشت، به طوری که:

فرضیه ۵: بین تحمل ابهام و درک ریسک رابطه معنی داری وجود دارد.

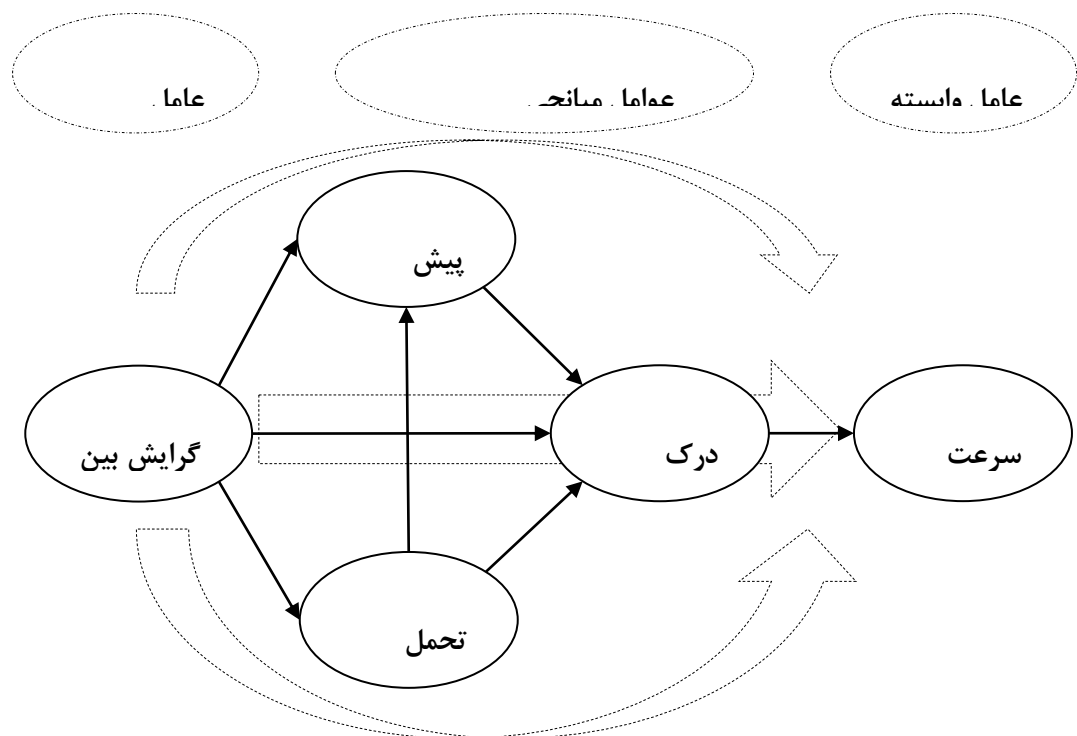
این مقاله وضعیت فعالانه مدیران را به یک جهت گیری بالاتر به سمت بازارهای بین المللی ارتباط می دهد. بنابراین، در مدل خود این فرضیه را می گنجانیم:

فرضیه ۶: بین پیش فعالی و درک ریسک رابطه معنی داری وجود دارد.

در نهایت، و با فرض پیشنهاد ایجاد شده توسط روش پیش رو فرض می کنیم که خطر درک شده تاثیر بسزایی در سرعت دسترسی به بازار بین المللی خواهد داشت. (هاروستون و همکاران ۲۰۰۰: ۹۴) دریافتند مدیران شرکت هایی که بصورت تدریجی جهانی شده اند ریسک پذیر هستند بنابراین، می توانیم فرضیه زیر را پیشنهاد کنیم:

فرضیه ۷: بین درک ریسک و سرعت بین المللی شدن رابطه معنی داری وجود دارد.

با توجه به فرضیه های عنوان شده متغیر مستقل تحقیق، متغیری است که در انتخاب مقادیر خود آزاد است و محقق تاثیر آن را بر سایر متغیرها مورد سنجش قرار می دهد. متغیر مستقل در این تحقیق گرایش بین المللی شدن است. متغیر وابسته متغیری است که مقادیر خود را با توجه به مقادیر متغیر مستقل به دست می آورد متغیر وابسته در این تحقیق سرعت بین المللی شدن است. متغیر میانجی: متغیر میانجی متغیری است که بین دو متغیر دیگر قرار می گیرد و موجب ارتباط غیر مستقیم آن ها با یکدیگر می شود. متغیرهای میانجی در این تحقیق پیش فعالی، تحمل ابهام و درک ریسک می باشند. مدل مفهومی تحقیق با توجه به فرضیه های اصلی عنوان شده در بالا به صورت نمودار (۱-۲) زیر ترسیم شده است (در مدل مفهومی تحقیق فرضیه های فرعی به علت در هم پیچیدگی، با نمایش سه فلش به صورت نقطه چین ترسیم شده است):



شکل ۴-۱: مدل مفهومی پژوهش

۴- فرضیه های پژوهش

فرضیه های اصلی:

- بین گرایش به بین المللی شدن و پیش فعالی رابطه معنی داری وجود دارد.
- بین گرایش به بین المللی شدن و تحمّل شرایط ابهام رابطه معنی داری وجود دارد.
- بین گرایش به بین المللی شدن و درک ریسک رابطه معنی داری وجود دارد.
- بین تحمّل ابهام و پیش فعالی رابطه معنی داری وجود دارد.
- بین تحمّل ابهام و درک ریسک رابطه معنی داری وجود دارد.
- بین پیش فعالی و درک ریسک رابطه معنی داری وجود دارد.

بین درک ریسک و سرعت بین المللی شدن رابطه معنی داری وجود دارد.

فرضیه های فرعی:

- پیش فعالی رابطه بین تحمل ابهام و درک ریسک را میانجیگری می کند.
- پیش فعالی رابطه بین گرایش بین المللی و درک ریسک را میانجیگری می کند.
- تحمل ابهام رابطه بین گرایش بین المللی و درک ریسک را میانجیگری می کند.
- تحمل ابهام رابطه بین گرایش بین المللی و پیش فعالی را میانجیگری می کند.
- درک ریسک رابطه بین گرایش بین المللی و سرعت بین المللی شدن را میانجیگری می کند.
- درک ریسک رابطه بین تحمل ابهام و سرعت بین المللی شدن را میانجیگری می کند.
- درک ریسک رابطه بین پیش فعالی و سرعت بین المللی شدن را میانجیگری می کند.

متغیر های پژوهش

۱-متغیر مستقل

گرایش به بین المللی شدن: تعاریف زیادی از بین المللی شدن ارائه شده است. طبق تعریف ہمیش (۱۹۹۰) بین المللی شدن فرایندی است که شرکت ها هم هوشیاریشان نسبت به تأثیرات مستقیم و غیرمستقیم معاملات بین المللی افزایش می یابد و هم هدایت و ایجاد معاملات با کشورهای دیگر را دنبال می نمایند. در تعریف کالوف و ہمیش (۱۹۹۵) دو بعد رفتاری و اقتصادی نیز در نظر گرفته شده است.

۲-متغیر وابسته

سرعت بین المللی شدن: در این تحقیق به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است. مفهوم سرعت بین المللی شدن به عنوان زمانی که شرکت تاسیس شده تا اولین ورود به بازارهای بین المللی تعریف شده است (کارادنیز و گوسر، ۲۰۰۷).

۳-متغیرهای میانجی

رفتار کارآفرینانه: اشاره می کند به تمایلات و رفتار هایی که کمک می کند مرسومات شرکت ها در گسترش منابع و پیگیری فرصت های جدید تغییر کنند (گوپتا و همکاران، ۲۰۰۴). در این تحقیق ابعاد رفتار کارآفرینانه متغیرهای میانجی هستند که عبارتند از:

درک ریسک: اشاره می کند به تمایل رهبری شرکت به پیگیری پروژه ها در جایی که انتظار بازگشت ها و نتایج قطعی وجود ندارد (سیتکین و وینگارت، ۱۹۹۵)

پیش فعالی (پیشگام بودن): اشاره می کند به تمایل رهبری شرکت برای پیش قدم بودن به وسیله پیش دستی کردن و پیگیری فرصت های کسب و کار (کرات، ۱۹۹۶).

تحمل ابهام: عبارتست از پذیرفتن عدم قطعیت بعنوان بخشی از کار، توانایی ادامه حیات با دانشی ناقص درباره محیط و تمایل به آغاز فعالیتی مستقل بی آنکه مدیر بداند آیا موفق خواهد شد یا نه (سیتکین و وینگارت، ۱۹۹۵).

روش پژوهش

تحقیق حاضر از نظر هدف، تحقیق کاربردی است و از نظر شیوه گردآوری و تحلیل اطلاعات، توصیفی - پیمایشی است. این تحقیق توصیفی است چرا که به توصیف وضعیت متغیرها و نیز روابط میان آن ها می پردازد. از نوع پیمایشی است، زیرا که با استفاده از ابزار پرسشنامه به تحلیل نظرات پاسخ دهندگان (نمونه مورد مطالعه) که به پرسش هایی در مورد موضوع مورد مطالعه و ابعاد تحقیق (متغیرهای و سوال های مربوط)، پاسخ داده اند، می پردازد.

۱- جامعه آماری و روش نمونه گیری

در این تحقیق واحد تحلیل فرد است و جامعه آماری در این تحقیق کلیه صاحبان صنایع کوچک و متوسط مستقر در شهرک های صنعتی طوس (فاز یک، دو و سه) می باشد. ذکر این نکته ضروری می باشد که صنایع انتخابی در این پژوهش صنایع خصوصی و با مالکیت غیردولتی می باشد که وابسته به دولت و سازمان های دولتی نمی باشند و منظور از صاحبان صنعت، افرادی می باشند که شخصا اقدام به راه اندازی یک واحد تجاری نموده اند. همچنین در این تحقیق برطبق تعریف وزارت صنایع و جهاد کشاورزی، واحدهایی با اشتغال بین ۱ تا ۴۹ نفر را در گروه صنایع کوچک، ۵۰ تا ۹۹ نفر را صنایع متوسط و ۱۰۰ نفر به بالا در گروه صنایع بزرگ در نظر گرفته شده است. از آن جا که این تحقیق بر روی شرکت ها فعال در زمینه بازار بین الملل (فرامرزی) متمرکز شده است بر اساس اطلاعات دریافت شده از شرکت شهرک های صنعتی استان خراسان رضوی در مجموع ۲۰۲ شرکت در امر بین الملل فعالیت دارند که از این بین تعداد ۹۳ شرکت در گروه شرکت های بزرگ، ۶۷ در گروه شرکت های متوسط و در نهایت ۴۲ شرکت در گروه شرکت های کوچک واقع شده اند. جامعه مورد مطالعه مدیران عامل، هیات مدیره، مدیران بازرگانی و بازاریابی - فروش از تعداد ۱۰۹ شرکت در گروه شرکت های کوچک و متوسط می باشد. از آنجا که این تحقیق براساس نوع هدف، کاربردی بوده و معرف بودن گروه نمونه برای تعمیم پذیری به جامعه دارای اهمیت می باشد، بنابراین از نمونه گیری احتمالی به روش طبقه بندی استفاده شد. برای تعیین حجم نمونه نیز با توجه به معلوم بودن تعداد جامعه آماری از فرمول حجم نمونه کوکران استفاده شده است. حجم نمونه تحقیق با استفاده از رابطه زیر محاسبه شد.

$$n = \frac{N \cdot Z_{\alpha}^2 \cdot p \cdot q}{(N - 1) \cdot d^2 + \frac{Z_{\alpha}^2 \cdot \sigma^2}{2}}$$

که در این فرمول: N - حجم جامعه (با توجه به تعداد حداقل سه نفر در اعضای هیات مدیره شرکت ها و وجود حداقل یک مدیر بازاریابی-فروش و یک مدیر بازرگانی برآورد محقق از حجم جامعه در سطح ۱۰۹ شرکت تعداد ۵۴۵ نفر می باشد). α - سطح خطا. P - میزان احتمال مواردی است که به پرسش ها در خصوص متغیر مورد نظر پاسخ می دهند. Z - احتمال توزیع نرمال استاندارد می باشد که با توجه به سطح خطا (۵٪) از جدول مربوطه، گرفته می شود که در این تحقیق ۱/۹۶ مبنای محاسبه آن قرار دارد. d - مقدار اشتباه مجاز در برآورد پارامتر می باشد.

$$n_0 = \frac{545 * 1/96^2 * 0.5 * 0.5}{0.05^2 * (545 - 1) + 1/96^2 * 0.5 * 0.5} = \frac{523/418}{36 + 0.9604} = \frac{2}{25}$$

با توجه به حجم جامعه در دسترس (۵۴۵ نفر) و فرمول نمونه گیری حداقل حجم نمونه انتخابی تعداد ۲۲۵ نفر شد. جهت افزایش اعتبار تحقیق تعداد ۲۵۰ پرسشنامه توزیع شد که از این میان تعداد ۱۶۲ پرسشنامه به شرح جدول ۳-۱ دریافت و مبنای تحلیل آماری واقع گردید. از میان پرسشنامه های توزیع شده تعداد ۷۳ پرسشنامه بازگردانده نشد و همچنین تعداد ۱۵ پرسشنامه به علت نقص در تکمیل کنار گذاشته شد. نرخ بازگشت پرسشنامه ها در حدود ۶۴/۸۰ درصد تعیین شد.

۲- روش گردآوری داده ها

یکی از روش های رایج در گردآوری اطلاعات در تحقیق های پیمایشی استفاده از پرسشنامه می باشد. با توجه به میزان دقت لازم در گردآوری اطلاعات، طول مدت تحقیق و سایر هزینه ها در این تحقیق جهت جمع آوری داده های مورد نیاز از پرسشنامه استفاده شد. این پرسشنامه که به سنجش متغیرهای تحقیق می پردازد، از تحقیق های پیشین استخراج شده است و با توجه به استفاده در تحقیق های گذشته، مناسب و معتبر می باشد. پرسشنامه این تحقیق شامل ۳ بخش است، بخش اول سوالات مربوط سنجش متغیر مستقل گرایش به بین المللی شدن در مجموع چهار گویه با بهره گیری از پرسشنامه موئن و همکاران (۲۰۱۵) در بخش دوم سوال های مربوط به متغیرهای میانجی شامل پیش فعالی در مجموع پنج گویه با بهره گیری از پرسشنامه سیرت و همکاران (۱۹۹۹)، تحمل ابهام در مجموع چهار گویه با بهره گیری از پرسشنامه وستربریگ و همکاران (۱۹۹۷) و درک ریسک در مجموع چهار گویه با بهره گیری از پرسشنامه سیتکین و ونیگارت (۱۹۹۵) می باشد. بخش انتهایی پرسشنامه درخصوص سنجش متغیر وابسته سرعت بین المللی شدن در

مجموع چهار گویه با بهره گیری از پرسشنامه روهیلا (۲۰۱۱) می باشد. در مجموع پرسشنامه این تحقیق شامل ۲۱ گویه می باشد. پاسخ های پرسشنامه در یک طیف پنج امتیازی لیکرت از کاملاً مخالف (۱)، مخالف (۲)، نه موافق و نه مخالف (۳)، موافق (۴) و کاملاً موافق (۵) درجه بندی شده است تا پاسخ گو، میزان موافقت خود را در مقیاس لیکرت که از یک تا پنج درجه بندی شده، مشخص کند.

۳- روش تجزیه و تحلیل داده ها

در این تحقیق از مدل یابی معادلات ساختاری و روش حداقل مربعات جزئی جهت آزمون فرضیات و برازندگی مدل استفاده شده است. جهت آزمون فرضیه های تحقیق از مقدار احتمال حاصل از برازش مدل در حالت معناداری پارامترها استفاده می گردد. از آن جا که سطح اطمینان مورد نظر ۹۵ درصد می باشد. لذا عدد معناداری در سطح ۹۵ درصد برابر ۱/۹۶ گردیده، لذا اعدادی که در بازه (۱/۹۶، ۱-۱/۹۶) قرار گیرند در ناحیه رد واقع شده و اعدادی که خارج از این بازه قرار گیرند مورد پذیرش واقع می شوند.

یافته های تحقیق

در این تحقیق برای بررسی روایی صوری در پرسشنامه، سوالات با توجه به مولفه های استخراج شده از تحقیق های معتبر گذشته، مشخص گردید و از استاد راهنما و سایر اساتید متخصص در حوزه بازاریابی در سطح دانشگاه آزاد و خبرگان (مدیران فروش، بازاریابی و غیره) در سطح شرکت ها درخواست گردید که در جهت سنجش روایی پرسشنامه، اظهار نظر نمایند. پس از بررسی و ارزشیابی پرسشنامه توسط اساتید و صاحب نظران مورد نظر، اصلاحات مربوطه در پرسشنامه اعمال گردید و روایی آن تأیید شد و میزان انطباق آن با هنجارهای اجتماعی، محیط سازمانی مورد نظر و اهداف تحقیق مورد ارزیابی قرار گرفت. همچنین در تحقیق حاضر منظور تعیین روایی سازه، از تحلیل عاملی استفاده شده است. تحلیل عاملی می تواند به دو صورت اکتشافی و تأییدی انجام شود. تحلیل عاملی اکتشافی برای تحقیق حاضر توسط نرم افزار spss انجام شد که نتایج آن در جدول ۱ آمده است. همچنین در تشریح نتایج تحلیل عاملی تأییدی انجام شده توسط نرم افزار Smart PLS به شرح جدول ۳ اشاره شده است. نتایج آزمون بارتلت و شاخص کفایت نمونه گیری نشان می دهد، که مقادیر هر دو شاخص در سطح مطلوبی می باشند. مقدار شاخص کفایت نمونه گیری برای تمامی متغیرها بیشتر از ۰/۵، و مقدار معنی داری آزمون بارتلت نیز کمتر از ۰/۰۵ می باشد. پس از حصول اطمینان از مناسب بودن حجم نمونه، مقادیر اشتراکات گویه ها مورد بررسی قرار گرفت و گویه هایی که مقدارشان کمتر از ۰/۳ بود مشخص است که این گویه ها با سایر گویه ها سازگاری نداشته و تبیین کننده مناسبی برای آن بعد نمی باشد لذا از تحلیل کنار گذاشته شدند که با هاشور مشخص شده اند.

جدول ۱- نتایج مربوط به تحلیل عاملی اکتشافی گویه های پرسش نامه تحقیق

نام متغیر	گویه ها	بار عاملی مرحله ۱	معنی داری آزمون بارتلت	درجه آزادی	مقدار تقریبی χ^2	شاخص کفایت نمونه گیری
گرایش به بین المللی شدن	۱	۰/۷۳۴	۰/۰۰۰	۶	۱۶۰/۹۲۴	۰/۶۸۶
	۲	۰/۶۵۵				
	۳	۰/۳۶۸				
	۴	۰/۵۰۰				
پیش فعالی	۱	۰/۵۵۰	۰/۰۰۰	۱۰	۲۶۰/۸۹۹	۰/۸۰۷
	۲	۰/۶۳۵				
	۳	۰/۵۵۲				
	۴	۰/۵۷۵				
	۵	۰/۵۸۸				
تحمل ابهام	۱	۰/۶۶۲	۰/۰۰۰	۶	۲۳۲/۳۸۶	۰/۷۴۳
	۲	۰/۶۷۹				
	۳	۰/۶۵۴				

جدول ۱- نتایج مربوط به تحلیل عاملی اکتشافی گویه های پرسش نامه تحقیق

نام متغیر	گویه ها	بار عاملی مرحله ۱	معنی داری آزمون بارتلت	درجه آزادی	مقدار تقریبی χ^2	شاخص کفایت نمونه گیری
	۴	۰/۶۰۴				
درک ریسک	۱	۰/۵۵۶	۰/۰۰۰	۶	۱۸۲/۹۶۴	۰/۶۹۷
	۲	۰/۷۵۱				
	۳	۰/۶۵۱				
	۴	۰/۳۹۳				
سرعت بین المللی شدن	۱	۰/۷۰۵	۰/۰۰۰	۶	۲۴۹/۰۳۴	۰/۷۸۶
	۲	۰/۷۴۲				
	۳	۰/۷۱۶				
	۴	۰/۴۸۷				

روایی (اعتبار) همگرا در مدل معادلات ساختاری توسط معیار میانگین واریانس استخراج شده مورد تحلیل قرار می گیرد. این شاخص نشان دهنده میزان واریانسی است که یک سازه (متغیر نهفته) از نشانگرهایش بدست می آورد. برای این معیار مقادیر بیشتر از ۰/۵ پیشنهاد می شود چرا که این مقدار تضمین می کند حداقل ۵۰ درصد واریانس یک سازه توسط نشانگرهایش تعریف می شود. در ادامه نتایج حاصل از بررسی روایی همگرا در تحقیق حاضر ارائه شده است.

جدول ۲- روایی همگرایی سازه‌های (متغیرهای نهفته) تحقیق

ردیف	متغیر	میانگین واریانس استخراج شده
۱	گرایش به بین المللی شدن	۰/۵۵۸
۲	پیش فعالی	۰/۵۷۹
۳	درک ریسک	۰/۷۲۵
۴	سرعت بین المللی شدن	۰/۶۶۱
۵	تحمل ابهام	۰/۶۴۸
منبع: یافته های پژوهشگر		

همان طور که در جدول ۲ ملاحظه می شود تمامی مقادیر میانگین واریانس استخراج شده از ۰/۵ بیشتر بوده و بنابراین مدل اندازه گیری از روایی همگرایی مناسب برخوردار است. پایایی یک سنج، ثبات و سازگاری مفهوم مورد سنجش را نشان می دهد و به ارزیابی درستی و خوب بودن یا برازش یک سنج کمک می کند. توانایی یک سنج برای حفظ ثبات در طی زمان شاخصی از ثبات و آسیب پذیری کم آن در برابر تغییرات است. سازگاری درونی سنجها شاخصی است از تجانس بندهایی در سنج که یک مفهوم را انعکاس می دهند. برای سنجش پایایی از آزمون آلفای کرونباخ استفاده شد. نتایج آزمون و تفسیر آن در ادامه پس از بررسی پایایی هریک از نشانگرها آمده است. پایایی هریک از نشانگرهای متغیر نهفته، در مدل معادلات ساختاری توسط میزان بارهای عاملی هر نشانگر مشخص می شود. ارزش هریک از بارهای عاملی نشانگرهای متغیر نهفته مربوطه می بایست بزرگتر یا مساوی ۰/۵ باشد. در جدول شماره (۳) میزان بارهای عاملی برای نشانگرهای متغیرهای نهفته تحقیق قابل مشاهده است.

جدول ۳ - ارزش بارهای عاملی نشانگرهای متغیرهای نهفته (تحلیل عاملی تاییدی)

گویه ها	گرایش به بین المللی شدن	پیش فعالی	درک ریسک	سرعت بین المللی شدن	تحمل ابهام	احتمال
گویه ۱	۰/۸۱۲	۰/۳۴۶	۰/۳۴۴	۰/۲۲۴	۰/۳۹۸	۲۱/۲۳۰
گویه ۲	۰/۷۹۵	۰/۳۸۶	۰/۳۷۷	۰/۲۴۳	۰/۴۷۶	۱۹/۰۱۶
گویه ۳	۰/۷۰۲	۰/۴۵۳	۰/۴۳۵	۰/۳۹۴	۰/۴۹۴	۱۷/۸۸۵
گویه ۴	۰/۶۸۳	۰/۲۷۳	۰/۲۷۶	۰/۳۲۳	۰/۳۷۲	۱۱/۵۹۱
گویه ۵	۰/۳۱۲	۰/۷۲۵	۰/۴۵۴	۰/۳۷۲	۰/۴۶۷	۱۵/۲۳۷
گویه ۶	۰/۴۳۹	۰/۷۸۸	۰/۴۶۶	۰/۳۳۹	۰/۵۰۹	۱۹/۴۶۶
گویه ۷	۰/۴۵۵	۰/۷۴۴	۰/۴۹۶	۰/۴۲۷	۰/۵۲۱	۱۹/۱۱۱
گویه ۸	۰/۲۷۵	۰/۷۶۷	۰/۶۱۰	۰/۴۱۶	۰/۵۴۵	۱۹/۷۴۳
گویه ۹	۰/۴۲۱	۰/۷۸۱	۰/۵۹۵	۰/۲۹۹	۰/۵۶۰	۲۲/۸۷۶
گویه ۱۴	۰/۵۰۵	۰/۷۱۴	۰/۹۸۶	۰/۵۳۱	۰/۷۲۲	۴۳/۴۶۴
گویه ۱۵	۰/۳۵۱	۰/۶۶۲	۰/۸۴۵	۰/۳۷۷	۰/۵۷۰	۳۴/۱۷۱
گویه ۱۶	۰/۴۰۳	۰/۵۶۲	۰/۸۱۶	۰/۳۸۴	۰/۵۵۱	۳۰/۳۸۸
گویه ۱۷	۰/۴۰۶	۰/۳۸۴	۰/۷۴۰	۰/۵۰۳	۰/۵۶۵	۱۵/۷۸۷

۲۴/۱۳۴	۰/۴۸۰	۰/۸۲۰	۰/۳۸۸	۰/۴۰۰	۰/۲۹۷	گویه ۱۸
۳۰/۱۸۳	۰/۴۹۸	۰/۸۵۲	۰/۴۳۷	۰/۳۸۱	۰/۳۱۰	گویه ۱۹
۲۸/۴۷۱	۰/۵۱۸	۰/۸۵۲	۰/۴۶۹	۰/۴۴۶	۰/۳۴۱	گویه ۲۰
۱۵/۳۱۳	۰/۴۱۰	۰/۷۲۲	۰/۴۱۷	۰/۳۵۱	۰/۳۷۵	گویه ۲۱
۲۱/۱۶۰	۰/۷۹۱	۰/۴۴۲	۰/۴۹۵	۰/۵۰۱	۰/۳۸۷	گویه ۱۰
۳۲/۶۴۳	۰/۸۳۴	۰/۵۰۰	۰/۶۰۶	۰/۵۵۲	۰/۵۲۰	گویه ۱۱
۲۶/۷۰۳	۰/۸۳۱	۰/۴۵۸	۰/۵۹۹	۰/۷۰۰	۰/۵۲۷	گویه ۱۲
۱۸/۴۰۲	۰/۷۶۲	۰/۴۹۴	۰/۵۸۲	۰/۴۳۱	۰/۴۶۴	گویه ۱۳

پایایی سازه این امکان را فراهم می‌سازد تا سازگاری درونی شاخص‌هایی که یک مفهوم را می‌سنجند بررسی شود. به عبارت دیگر پایایی سازه نشان می‌دهد متغیرهای مشاهده شده (نشانگرها) با چه دقتی متغیر نهفته را می‌سنجند. برای اندازه‌گیری این پایایی، شاخص پایایی ترکیبی در مدل معادلات ساختاری ارائه می‌شود. این شاخص بر اساس ضریب آلفای کرونباخ محاسبه می‌شود. مقدار این شاخص باید بزرگتر یا مساوی ۰/۷ باشد. جدول ۴ مقدار پایایی سازه را برای متغیرهای نهفته نشان می‌دهد.

جدول ۴ - مقدار پایایی سازه را برای هریک از متغیرهای نهفته

ردیف	متغیر	آلفای کرونباخ	آلفای کرونباخ	پایایی ترکیبی
		نمونه ۳۵ نفر	کل نمونه	کل نمونه

۱	گرایش به بین المللی شدن	۰/۷۳۹	۰/۷۳۶	۰/۸۳۳
۲	پیش فعالی	۰/۸۱۲	۰/۸۱۸	۰/۸۷۳
۳	درک ریسک	۰/۷۵۳	۰/۸۶۸	۰/۹۱۲
۴	سرعت بین المللی شدن	۰/۸۲۵	۰/۸۲۷	۰/۸۸۶
۵	تحمل ابهام	۰/۸۱۶	۰/۸۱۹	۰/۸۸۰

– آزمون فرضیه ها

در این بخش به بررسی فرضیه های پژوهش و آزمون هر یک از آن ها می پردازیم. برای تأیید یا رد فرضیه های پژوهش از آماره آزمون تی- استیودنت استفاده شده است که اگر مقدار آماره تی- استیودنت بزرگتر از ۱/۹۶ باشد، فرضیه مربوطه در سطح خطای ۰/۰۵ مورد تأیید قرار می گیرد. خلاصه نتایج حاصل از بررسی فرضیه ها در جدول ۵ نمایش داده شده است.

جدول ۵ - خلاصه نتایج آزمون فرضیه های تحقیق

فرضیه	متغیر مستقل	متغیر میانجی	متغیر وابسته	ضریب مسیر	احتمال	معنی داری (۱/۹۶، ۱/۹۶-)
۱	گرایش به بین المللی شدن	-	پیش فعالی	۰/۱۴۴	۲/۱۴۲	معنی دار

۲	گرایش به بین المللی شدن	-	تحمل ابهام	۰/۵۹۴	۱۱/۸۹۷	معنی دار
۳	گرایش به بین المللی شدن	-	درک ریسک	۰/۰۵۳	۰/۹۶۳	غیرمعنی دار
۴	تحمل ابهام	-	پیش فعالی	۰/۶۰۴	۷/۹۴۶	معنی دار
۵	تحمل ابهام	-	درک ریسک	۰/۴۲۳	۵/۳۰۸	معنی دار
۶	پیش فعالی	-	درک ریسک	۰/۶۰۴	۷/۹۴۶	معنی دار
۷	درک ریسک	-	سرعت بین المللی شدن	۰/۵۳۰	۹/۴۴۴	معنی دار
۸	تحمل ابهام	پیش فعالی	درک ریسک	۰/۶۰۴	۷/۹۴۶	معنی دار
				۰/۶۰۴	۷/۹۴۶	
۹	گرایش به بین المللی شدن	پیش فعالی	درک ریسک	۰/۱۴۴	۲/۱۴۲	معنی دار
				۰/۶۰۴	۷/۹۴۶	
۱۰	گرایش به بین المللی شدن	تحمل ابهام	درک ریسک	۰/۵۹۴	۱۱/۸۹۷	معنی دار
				۰/۴۲۳	۵/۳۰۸	
۱۱	گرایش به بین المللی شدن	تحمل ابهام	پیش فعالی	۰/۵۹۴	۱۱/۸۹۷	معنی دار
				۰/۶۰۴	۷/۹۴۶	

۱۲	گرایش به بین المللی شدن	درک ریسک	سرعت بین المللی شدن	۰/۵۳	۰/۹۶۳	غیرمعنی دار
				۰/۵۳۰	۹/۴۴۴	
۱۳	تحمل ابهام	درک ریسک	سرعت بین المللی شدن	۰/۴۲۳	۵/۳۰۸	معنی دار
				۰/۵۳۰	۹/۴۴۴	
۱۴	پیش فعالی	درک ریسک	سرعت بین المللی شدن	۰/۶۰۴	۷/۹۴۶	معنی دار
				۰/۵۳۰	۹/۴۴۴	

- بررسی شاخص های برازش مدل

برای بررسی کیفیت یا اعتبار مدل از بررسی اعتبار که شامل شاخص بررسی اعتبار اشتراک و شاخص بررسی افزونگی می باشد، استفاده شده است. شاخص اشتراک، کیفیت مدل اندازه گیری هر بلوک را می سنجد. شاخص افزونگی نیز با در نظر گرفتن مدل اندازه گیری، کیفیت مدل ساختاری را برای هر بلوک درون زاد اندازه گیری می کند. مقادیر مثبت این شاخص های نشانگر کیفیت مناسب و قابل قبول مدل اندازه گیری و ساختاری می باشد. نتایج برازش در جدول ۵ ارائه گردیده است.

جدول ۵ - شاخص های برازش مدل

ردیف	متغیر	شاخص اشتراک	شاخص افزونگی
۱	گرایش به بین المللی شدن	۰/۲۶۶	۰/۲۶۶
۲	پیش فعالی	۰/۲۶۷	۰/۲۷۱

۳	درک ریسک	۰/۲۴۶	۰/۴۲۰
۴	سرعت بین المللی شدن	۰/۴۳۳	۰/۱۷۴
۵	تحمل ابهام	۰/۴۱۰	۰/۲۲۳

نتیجه گیری

امروزه بسیاری از کشورها با تشخیص اهمیت سرمایه انسانی در قالب انسان کارآفرین و کارآمدی بالاتر صنایع کوچک و متوسط در ایجاد اشتغال و انعطاف پذیری بالاتر آن ها نسبت به صنایع و کسب و کارهای بزرگ، توسعه قابلیت های کارآفرینی را با حمایت از ایجاد و توسعه صنایع در کسب و کارهای کوچک و متوسط به منظور ورود هر چه سریعتر به بازارهای بین المللی و سرعت بخشیدن به رونق اقتصادی در این محیط در اولویت برنامه های خود قرار داده اند. همچنین بیشتر محققینی که تعاریفی که از کارآفرینی ارائه نموده اند، کارآفرینی را تنها در خصوص صاحبان صنایع کوچک و متوسط بکار بسته اند. این پژوهش برای اولین بار در ایران انجام می پذیرد و چنانچه این تحقیق در سایر نقاط کشور و در بخش های غیرصنعتی نیز صورت گیرد و در نتایج تحقیقات اختلاف معناداری در بین صاحبان صنایع کوچک، متوسط و بزرگ در این قابلیت ها مشاهده نشود، در تحقیقات آتی و برنامه ریزی های کارآفرینی می توان صاحبان صنایع بزرگ را در کنار صاحبان صنایع کوچک و متوسط، در نظر گرفت. علاوه بر آن، این نتایج می تواند کمکی باشد در جهت تدوین مبانی نظری، برای شناخت اینکه مدیران کارآفرین در شرکت های ایرانی تا چه اندازه واجد قابلیت های کارآفرینی بوده و این قابلیت ها به چه میزانی می تواند در سهم هر چه بیشتر آنان در بازارهای بین المللی موثر واقع شود.

در بررسی آثار متغیر گرایش به بین المللی شدن بر پیش فعالی ضریب مسیر به میزان (۰/۱۴۴) برآورد شد. با توجه مقدار احتمال ۵/۱۴۲ می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنی دار است یعنی گرایش به بین المللی شدن با پیش فعالی مدیران در سطح شرکت های کوچک و متوسط ارتباط دارد. بنابراین فرضیه شماره یک تایید گردید. نتایج حاصل از این فرضیه با نتایج پژوهش آکدو و جونز (۲۰۰۷) همخوانی نداشت.

در بررسی آثار متغیر گرایش به بین المللی شدن بر تحمل شرایط ابهام، ضریب مسیر به میزان (۰/۵۹۴) برآورد شد. با توجه مقدار احتمال ۱۱/۸۹۷ می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنی دار است یعنی گرایش به بین المللی شدن با تحمل شرایط ابهام مدیران در سطح شرکت های کوچک و متوسط ارتباط دارد. بنابراین فرضیه شماره دو تایید گردید. نتایج حاصل از این فرضیه با نتایج پژوهش آکدو و جونز (۲۰۰۷) همخوانی نداشت.

در بررسی آثار متغیر گرایش به بین المللی شدن بر درک ریسک ضریب مسیر به میزان (۰/۰۵۳) برآورد شد. با توجه مقدار احتمال ۰/۹۸۳ می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنی دار نمی باشد یعنی گرایش به بین المللی شدن با درک ریسک مدیران در سطح شرکت های کوچک و متوسط ارتباط ندارد. بنابراین فرضیه شماره سه تایید نگردید. نتایج حاصل از این فرضیه با نتایج پژوهش آکدو و جونز (۲۰۰۷) همخوانی نداشت.

در بررسی آثار متغیر تحمل ابهام بر پیش فعالی ضریب مسیر به میزان (۰/۶۰۴) برآورد شد. با توجه مقدار احتمال ۷/۹۴۶ می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنی دار است یعنی تحمل ابهام با پیش فعالی مدیران در سطح شرکت های کوچک و متوسط ارتباط دارد. بنابراین فرضیه شماره چهار تایید گردید. نتایج حاصل از این فرضیه با نتایج پژوهش آکدو و جونز (۲۰۰۷) همخوانی نداشت.

در بررسی آثار متغیر تحمل ابهام بر درک ریسک، ضریب مسیر به میزان (۰/۴۲۳) برآورد شد. با توجه به مقدار احتمال ۵/۳۰۸ می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنی دار است یعنی تحمل ابهام با درک ریسک مدیران در سطح شرکت های کوچک و متوسط ارتباط دارد. بنابراین فرضیه شماره پنج تایید گردید. نتایج حاصل از این فرضیه با نتایج پژوهش آکدو و جونز (۲۰۰۷) همخوانی داشت.

در بررسی آثار متغیر پیش فعالی بر درک ریسک ضریب مسیر به میزان (۰/۳۷۵) برآورد شد. با توجه به مقدار احتمال ۴/۷۲۷ می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنی دار است یعنی پیش فعالی با درک ریسک مدیران در سطح شرکت های کوچک و متوسط ارتباط دارد. بنابراین فرضیه شماره شش تایید گردید. نتایج حاصل از این فرضیه با نتایج پژوهش آکدو و جونز (۲۰۰۷) همخوانی داشت.

در بررسی آثار متغیر درک ریسک بر سرعت بین المللی شدن ضریب مسیر به میزان (۰/۵۳۰) برآورد شده است. با توجه به مقدار احتمال ۹/۴۴۴ می توان نتیجه گرفت که این ضریب مسیر در سطح خطای ۰/۰۵ معنی دار است یعنی درک ریسک با سرعت بین المللی شدن در سطح شرکت های کوچک و متوسط ارتباط دارد. بنابراین فرضیه شماره هفت تایید گردید. نتایج حاصل از این فرضیه با نتایج پژوهش آکدو و جونز (۲۰۰۷) همخوانی داشت.

در بررسی اثر میانجی گری متغیر پیش فعالی در رابطه بین تحمل ابهام و درک ریسک مقدار ضریب مسیر برای رابطه بین دو متغیر تحمل ابهام و پیش فعالی برابر با ۰/۶۰۴ و برای رابطه بین دو متغیر پیش فعالی و درک ریسک برابر ۰/۳۷۵ محاسبه گردید. با توجه به مقدار احتمال که برای رابطه تحمل ابهام و پیش فعالی در سطح خطای پنج درصد معنی دار

بوده و همچنین برای رابطه پیش فعالی و درک ریسک نیز در سطح خطای پنج درصد معنی دار می باشد، می توان نتیجه گرفت بین تحمل ابهام و درک ریسک از طریق پیش فعالی رابطه معنی داری وجود دارد. بنابراین فرضیه شماره هشتم به عنوان فرضیه فرعی تحقیق تایید گردید. نتایج حاصل از این فرضیه با نتایج پژوهش آکدو و جونز (۲۰۰۷) همخوانی نداشت.

در بررسی اثر میانجیگری متغیر پیش فعالی در رابطه بین گرایش به بین المللی و درک ریسک، مقدار ضریب مسیر برای رابطه بین دو متغیر پیش فعالی و گرایش بین المللی برابر با ۰/۱۴۴ و برای رابطه بین دو متغیر پیش فعالی و درک ریسک برابر ۰/۳۷۵ محاسبه گردید. با توجه به مقدار احتمال که برای رابطه پیش فعالی و گرایش به بین المللی در سطح خطای پنج درصد معنی دار بوده و همچنین برای رابطه پیش فعالی و درک ریسک نیز در سطح خطای پنج درصد معنی دار می باشد، می توان نتیجه گرفت بین گرایش به بین المللی و درک ریسک از طریق پیش فعالی رابطه معنی داری وجود دارد. بنابراین فرضیه شماره نه به عنوان فرضیه فرعی تحقیق تایید گردید. نتایج حاصل از این فرضیه با نتایج پژوهش آکدو و جونز (۲۰۰۷) همخوانی نداشت.

در بررسی اثر میانجیگری متغیر تحمل ابهام در رابطه بین گرایش به بین المللی و درک ریسک، مقدار ضریب مسیر برای رابطه بین دو متغیر تحمل ابهام و گرایش بین المللی برابر با ۰/۵۹۴ و برای رابطه بین دو متغیر تحمل ابهام و درک ریسک برابر ۰/۴۲۳ محاسبه گردید. با توجه به مقدار احتمال که برای رابطه تحمل ابهام و گرایش به بین المللی در سطح خطای پنج درصد معنی دار بوده و همچنین برای رابطه تحمل ابهام و درک ریسک نیز در سطح خطای پنج درصد معنی دار می باشد، می توان نتیجه گرفت بین گرایش به بین المللی و درک ریسک از طریق تحمل ابهام رابطه معنی داری وجود دارد. بنابراین فرضیه شماره ده به عنوان فرضیه فرعی تحقیق تایید گردید. نتایج حاصل از این فرضیه با نتایج پژوهش آکدو و جونز (۲۰۰۷) همخوانی نداشت.

در بررسی اثر میانجیگری متغیر تحمل ابهام در رابطه بین گرایش به بین المللی و پیش فعالی، مقدار ضریب مسیر برای رابطه بین دو متغیر تحمل ابهام و گرایش بین المللی برابر با ۰/۵۹۴ و برای رابطه بین دو متغیر تحمل ابهام و پیش فعالی برابر ۰/۶۰۴ محاسبه گردید. با توجه به مقدار احتمال که برای رابطه تحمل ابهام و گرایش به بین المللی در سطح خطای پنج درصد معنی دار بوده و همچنین برای رابطه تحمل ابهام و پیش فعالی نیز در سطح خطای پنج درصد معنی دار می باشد، می توان نتیجه گرفت بین گرایش به بین المللی و پیش فعالی از طریق تحمل ابهام رابطه معنی داری وجود دارد. بنابراین فرضیه شماره یازده به عنوان فرضیه فرعی تحقیق تایید گردید. نتایج حاصل از این فرضیه با نتایج پژوهش آکدو و جونز (۲۰۰۷) همخوانی نداشت.

در بررسی اثر میانجیگری متغیر درک ریسک در رابطه بین گرایش به بین المللی و سرعت بین المللی شدن، مقدار ضریب مسیر برای رابطه بین دو متغیر درک ریسک و گرایش بین المللی برابر با ۰/۰۵۳ و برای رابطه بین دو متغیر درک

ریسک و سرعت بین المللی شدن برابر $0/530$ محاسبه گردید. با توجه به مقدار احتمال که برای رابطه درک ریسک و گرایش بین المللی در سطح خطای پنج درصد معنی دار نمی باشد و همچنین رابطه درک ریسک و سرعت بین المللی شدن در سطح خطای پنج درصد معنی دار می باشد، می توان نتیجه گرفت بین گرایش به بین المللی و سرعت بین المللی شدن از طریق درک ریسک رابطه معنی داری وجود ندارد. بنابراین فرضیه شماره دوازده به عنوان فرضیه فرعی تحقیق مورد پذیرش واقع نمی گردد. نتایج حاصل از این فرضیه با نتایج پژوهش آکدو و جونز (۲۰۰۷) همخوانی نداشت.

در بررسی اثر میانجیگری متغیر درک ریسک در رابطه بین تحمل ابهام و سرعت بین المللی شدن، مقدار ضریب مسیر برای رابطه بین دو متغیر درک ریسک و تحمل ابهام برابر با $0/423$ و برای رابطه بین دو متغیر درک ریسک و سرعت بین المللی شدن برابر $0/530$ محاسبه گردید. با توجه به مقدار احتمال که برای رابطه درک ریسک و تحمل ابهام در سطح خطای پنج درصد معنی دار بوده و از آن جا که رابطه درک ریسک و سرعت بین المللی شدن نیز در سطح خطای پنج درصد معنی دار می باشد، می توان نتیجه گرفت بین تحمل ابهام و سرعت بین المللی شدن از طریق درک ریسک رابطه معنی داری وجود دارد. بنابراین فرضیه شماره سیزده به عنوان فرضیه فرعی تحقیق مورد پذیرش واقع می گردد. نتایج حاصل از این فرضیه با نتایج پژوهش آکدو و جونز (۲۰۰۷) همخوانی داشت.

در بررسی اثر میانجیگری متغیر درک ریسک در رابطه بین پیش فعالی و سرعت بین المللی شدن، مقدار ضریب مسیر برای رابطه بین دو متغیر درک ریسک و پیش فعالی برابر با $0/375$ و برای رابطه بین دو متغیر درک ریسک و سرعت بین المللی شدن برابر $0/530$ محاسبه گردید. با توجه به مقدار احتمال که برای رابطه درک ریسک و پیش فعالی در سطح خطای پنج درصد معنی دار بوده و از آن جا که رابطه درک ریسک و سرعت بین المللی شدن نیز در سطح خطای پنج درصد معنی دار می باشد، می توان نتیجه گرفت بین تحمل ابهام و سرعت بین المللی شدن از طریق درک ریسک رابطه معنی داری وجود دارد. بنابراین فرضیه شماره چهارده به عنوان فرضیه فرعی تحقیق مورد پذیرش واقع می گردد. نتایج حاصل از این فرضیه با نتایج پژوهش آکدو و جونز (۲۰۰۷) همخوانی داشت.

هدف از این تحقیق بررسی شناخت در رابطه با سرعت بین المللی سازی مربوط به کارآفرینی مدیران و گرایش به بین المللی شدن بود. چندین عنصر روان شناختی معتبر در ادبیات مدیریت برای توضیح اهمیت رویکردهای شناختی و روانی در زمینه کارآفرینی لحاظ شد. زمانی که مدیران با فرایند بین المللی سازی روبرو هستند، سه عنصر پیش فعالی، تحمل ابهام، درک ریسک در رابطه بین گرایش به بین المللی شدن و سرعت بین المللی سازی مورد بررسی قرار گرفتند. به طور خلاصه، نشان داده شد که گرایش بین المللی منجر به سطوح بالاتری از پیش فعالی و تحمل ابهام می شود، با این حال نشان داده شد که جهت گیری بین المللی رابطه مهمی با درک ریسک ندارد. بر اساس ادبیات نظری پیش گفته محققان ادعا می کنند که افزایش بین المللی سازی فعالیت اقتصادی دانش بازار را افزایش می دهد در نتیجه بین المللی شدن برای شرکت ها را کمتر غیر قطعی می سازد. از این منظر، یک نتیجه قابل توجه برای عدم تحمل ابهام می تواند

پیش بینی شود. گرایش به بین المللی شدن نشانه ای از آموزش عمیق تر و گسترده تر، توانایی های ارتباطی و تجربه بین المللی شدن است. این احتمال وجود دارد، که افرادی که رفتارهای بین المللی گرا دارند به طور کلی رفتار فعالانه تری دارند و کمتر نگران هستند و یا حداقل در مورد خطرات مرتبط با فرصت های بین المللی آگاه تر هستند. اگر چه ما اثر مثبت جهت گیری بین المللی بر درک ریسک را مشاهده نکردیم، اما دریافتیم که افرادی که تحمل بیشتری از ابهام دارند بیشتر نسبت به خطرات آگاه هستند. پیش فعالی بالاتر منجر به سطوح بالاتری از ادراک ریسک می شود.

۱- پیشنهادها

به مدیران حال حاضر در شرکت ها پیشنهاد می شود در زمان انتخاب مدیران آتی، معیارهایی همچون تجربه کاری در زمینه بین المللی و سطوح بالا در توانایی های ارتباطی و آموزشی را مد نظر قرار دهند. این امر با توجه به پس زمینه دانش تجربی در محیط های بین المللی ممکن است گرایش بین المللی را در بهبود سرعت بین المللی افزایش دهد. به طور بالقوه، لحاظ نمودن توجه به شناخت افراد نسبت به بین المللی شدن، می تواند بصورت مثبتی بر سرعت و در نهایت عملکرد موفق شرکت تاثیر گذار باشد.

با توجه به نتایج حاصل از فرضیه پنجم تحقیق افزایش تحمل افراد نسبت به ابهام می تواند درک ریسک را افزایش دهد. پیشنهاد می شود مدیران در بین المللی سازی و اتخاذ سیاست هایی که رفتار کارآفرینی، اهداف و استراتژی های شرکت را به مسیری روشن و منطبق بر برنامه های شرکت به منظور حضور هر چه بیشتر در بازارهای بین المللی سرلوحه کار خود قرار داده و تا بتوانند در مواجهه با چالش های جدید به نحوه مطلوب تصمیمات بهینه را اخذ نمایند.

با توجه به نتایج حاصل از فرضیه هفتم تحقیق پیشنهاد می شود مدیران در پرورش فلسفه ی "خواستن، توانستن است" در شرکت همت گمارده تا بتوانند با افزایش پیش فعالی، تحمل ابهام بیشتر و درک ریسک بالاتر به حضور در بازارهای فرامرزی، سرعت ببخشند. درک بالایی از ریسک می تواند سرعت بین المللی شدن را افزایش دهد با شناخت هرچه بیشتر ریسک محیط پیرامون، توانایی شرکت در پاسخ به فرصت ها و چالش های در حال ظهور در بازارهای بین المللی بیشتر خواهد شد.

با توجه به اثرگذاری ویژگی های کارآفرینی مدیران در صنایع کوچک و متوسط در سرعت بخشیدن به بین المللی شدن شرکت ها (به طور مستقیم درک ریسک (فرضیه پنجم) و به طور غیر مستقیم تحمل ابهام و پیش فعالی (فرضیه سیزده و چهارده)) و از آنجایی که این ویژگی ها عامل مهمی در فرایند کارآفرینی و ایجاد کسب و کارهای جدید و همچنین موفقیت شرکت ها معرفی شده اند، لذا پیشنهاد می گردد برای افزایش قابلیت های کارآفرینانه این صاحبان و بطور کلی افزایش قابلیت های کارآفرینانه در بین افرادی که مستعد کارآفرینی می باشند توسط دولت و وزارت صنایع و همچنین وزارت آموزش و پرورش برنامه ریزی شود و اقدامات لازم صورت پذیرد. از طرفی و از آنجا که این قابلیت ها در

ورود و سرعت بخشیدن به رونق اقتصادی برگرفته از بازارهای فرامرزی در بین کارآفرینان در نتایج حاصل از این تحقیق مشاهده گردید، به نظر می‌رسد لازم می‌باشد در اعطای مجوزهای صنعتی و یا به هنگام برگزاری آزمون‌های مختلف، به ظرفیت‌های کارآفرینانه افراد توجه شود و برنامه‌ریزی‌ها بر اساس آن صورت پذیرد.

منابع

ابزری، مهدی. و دشتی، مهدی. عوامل موثر بر تصمیم‌گیری بین‌المللی سازی شرکت‌های کوچک و متوسط. هفتمین کنفرانس بین‌المللی مدیریت. (۱۳۸۸).

تاج‌الدین، مهدی، طالبی، کامبیز، علی‌رستگار، عباس. و، سمیع‌زاده، مهدی. (۱۳۹۱). ارتباط بین نوع استراتژی‌های کسب و کاری مورد استفاده در شرکت‌های کوچک و متوسط و بین‌المللی شدن آن‌ها. مدیریت بازرگانی، ۴(۱۱)، ۱۹-۳۸.

زارعی، بهروز. و تاج‌الدین، مهدی. (۱۳۸۶). عوامل موثر بر بین‌المللی شدن شرکت‌های کوچک و متوسط. کنفرانس ملی کارآفرینی، خلاقیت و سازمان‌های آینده.

عیسی‌زاد ماشین‌چی، مونا. (۱۳۹۳). تبیین عوامل سوق‌دهنده و بازدارنده توسعه کارآفرینی بین‌المللی (شاهد تجربی: صنایع لبنی شمال کشور- گیلان و مازندران). پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه مازندران، دانشکده علوم اداری و اقتصاد.

فقیهی، ابوالحسن، تاج‌الدین، مهدی. و تاج‌الدین، مهران. (۱۳۸۹). بین‌المللی شدن کسب و کارهای کوچک و متوسط در صنعت غذایی: ارائه یک مدل علی. فصلنامه علوم مدیریت/ایران، ۱۷(۵)، ۱-۲۳.

یدالهی فارسی، جهانگیر. و سخدری، کمال. (۱۳۸۵). کسب و کارهای کوچک و متوسط بین‌المللی. همایش ملی مدیریت صنعتی.

Acedo, F.J., & Jones, M.V. (2007). Speed of internationalization and entrepreneurial cognition: Insights and a comparison between international new ventures, exporters and domestic firms. *Journal of World Business*, 42, 236-252

Antoncic, B., & Hisrich, R. D. (2000). An integrative conceptual model. In L. P. Dana (Ed.), *Global marketing co-operation and networks* (pp. 17-35). New York: International Business Press.

- Beamish, P. (1990). The internationalization process for smaller Ontario firms: a research agenda, in Rugman, A. (Ed.), *Research in Global Strategic Management – International Business Research for the Twenty-first Century: Canada's New Research Agenda*, JAI Press, Greenwich, 77-92.
- Calof, J., & Beamish, P. (1995). Adapting to foreign markets: explaining internationalization. *International Business Review*, 4(2), 115–131.
- Casillas, J.C. & Acedo, F.J. (2013). Speed in the internationalization process of the firm. *International Journal of Management Reviews*, 15(1), 15–29.
- Chen, M.H., & Cangahuala, G. (2010). Corporate Entrepreneurship Environment and Organizational Performance in Technology Manufacturing Sector. *Technology Management for Global Economic Growth*, 22(3), 11-32.
- Cieslik, J., & Kaciak, E. (2009). The Speed of Internationalization of Entrepreneurial Start-ups in a Transition Environment. *Journal of Developmental Entrepreneurship*, 14(4), 375-392.
- Crant, J.M. (1996). The proactive personality scale as a predictor of entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 34(3), 42–49.
- Fillis, I. (2001). Small firm internationalization: An investigative survey and future research directions. *Management Decision*, 39(9), 767-783.
- Gupta, V., MacMillan, I.C. & Surie, G. (2004). Entrepreneurial leadership: Developing and measuring a cross-cultural construct. *Journal of Business Venturing*, 19 (2), 241-260.
- Hitt, M.A., Ireland, R.D., Camp, S.M., & Sexton, L.D. (2001). Guest editors' introduction to the special issue strategic entrepreneurship: Entrepreneurial strategies for wealth creation. *Strategic Management Journal*, 22(6/7), 479-491.
- Jantunen, A., Nummela, N., Puumalainen, K., Saarenketo, S., (2008). Strategic orientations of born globals—Do they really matter?, *Journal of World Business*, 43, 158–170.

McDougall, P.P., & Oviatt, B.M. (2000). International entrepreneurship: The intersection of two research paths. *Academy of Management Journal*, 43(5), 902-906.

Renata, N.A., Szidónia, F.E. (2008). Entrepreneurial Behaviour Analysis In The Internationalisation Process Of Global Border Type Small And Medium Sized Enterprises. University of West Timișoara Faculty of Economics and Business Administration, Romania.

Ruzzier, M., Antoncic, B., Hisrich, R.D., & Konecnik, M. (2007). Human capital and SME internationalization: a structural equation modeling study. *Canadian Journal of Administrative Sciences*. 24(1),15-29.

Ruzzier, M., Hisrich, R., & Antoncic, B. (2006). SME internationalization research: Past, present, and future. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13(4), 476-497.

Rohila, G. (2011). Towards a better understanding of the relationship between speed of internationalization and performance outcomes among young international ventures. Thesi of Science in Management, Faculty of Business, Brock University.

Sitkin, S.B., and Weingart, L.R. (1995). Determinants Of Risky Decision-Making Behavior: A Test Of The Mediating Role Of Risk Perceptions And Propensity. *The Academy of Management Journal*, 38(6), 1573-1592.

Seibert, S.E., Crant, J.M., & Kraimer, M.L. (1999). Proactive personality and career success. *Journal of Applied Psychology*, 84(3), 416-427.

Musteen, M., Francis, J. & Datta, D.K. (2010). The influence of international networks on internationalization speed and performance: A study of Czech SMEs. *Journal of World Business*, 45(3),197-205.

Moen, Q., Heggeseth, A.G., & Ola Lome. O. (2015). The Positive Effect of Motivation and International Orientation on SME Growth. *Journal of Small Business Management*, 1-20

Ziyae, B., Sajadi, S.M., Mobaraki, M.H. (2014). The deployment and internationalization speed of e-business in the digital entrepreneurship era. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 4(15), 1-11.

Johanson, M., & Martín, O.M. (2014). Speed of internationalization: Conceptualization, measurement and validation Sylvie Chetty. *Journal of World Business*, 49(4), 633-650.

Kotosaka, M. (2011). Modelling the Speed: Examining the Different Modes of Internationalization by the Timing and Speed. University of Oxford - Said Business School; University of Oxford - Merton College Available at: <http://ssrn.com/abstract=1969313>.

Nowiński, W., & Bakinowska, E. (2012). A logistic model study of endogenous and Exogenous factors affecting polish smes'Internationalization speed. *Argumenta Oeconomica*, 1(28), 1233-5835

Harveston, P.D., Kedia, B.L., & Davis, P.S. (2000). Internationalization of born global and gradual globalizing firms: The impact of the manager. *Advances in Competitiveness Research*, 8(1), 92-99.

Crick, D., & Chaudhry, S. (2001). Technological entrepreneurship in the electronics industry: Collaboration with partners in developing countries as a means for de-internationalised UK SMEs to compete in overseas markets. Conference on technological entrepreneurship in the emerging regions of the new millennium.

Entrialgo, M., Ferna'ndez, E., & Va'zquez, C.J. (2000). Psychological characteristics and process: The role of entrepreneurship in Spanish SMEs. *European Journal of Innovation Management*, 3(3): 137- 149.

- Becherer, R. C., & Maurer, J. G. (1999). The proactive personality disposition and entrepreneurial behavior among small company presidents. *Journal of Small Business Management*, 37(1): 28–36.
- Knight, G., & Leisch, P.W. (2002). Information internalisation in internationalising the firm. *Journal of Business Research*, 55(12): 981–995.
- Leonidou, L. C., Katsikeas, C. S., & Piercy, N. F. (1998). Identifying managerial influences on exporting: Past research and future directions. *Journal of International Marketing*, 6(2): 74–102.
- Allinson, C. W., Chell, E., & Hayes, J. (2000). Intuition and entrepreneurial behaviour. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 9(1): 31–43.
- Westerberg, M. Singh, J., & Hackner, E. (1997). Does the ceo matter? An empirical study of small Swedish firms operating in turbulent environments. *Scand. J. Mgrnt*, 13(3), 251–270.

A Survey of Relationship between Speed of Internationalization and Entrepreneurial Cognition of Management in Small and Medium Industries

The aim of this study was to investigate the relationship between managers' entrepreneurial understanding and the speed of internationalization in Small and medium enterprises (SMEs). The statistic population included the managers of small and medium enterprises active in the international context in Tus industrial town-Mashhad. Results in the main hypotheses group indicated that there is a significant relationship between international orientation and proactivity. There is a significant relationship between international orientation and ambiguity tolerance. There is no significant relationship between international orientation and risk perception. There is a significant relationship between Tolerance for ambiguity and proactivity. There is a significant relationship between Tolerance for ambiguity and risk perception. There is a significant relationship between proactivity and risk perception. There is a significant relationship between risk perception and the speed of internationalization. Also in secondary hypotheses: Proactivity mediates the relationship between Tolerance for ambiguity and risk perception. Proactivity mediates the relationship between international orientation and the risk perception. Tolerance for ambiguity mediates the relationship between international orientation and the risk perception. Risk perception does not mediate the relationship between international orientation and the speed of internationalization. Risk perception mediates the relationship between Tolerance for ambiguity and the speed of internationalization. Risk perception mediates the relationship between proactivity and the speed of internationalization.

Keywords: Speed of Internationalization- Entrepreneurial behavior - Risk perception- Proactivity (being initiative)- Tolerance for ambiguity