

Explaining the Impact of Managerial Cognition on the Internationalization of SMEs in Emerging Economies: A Meta-Synthesis Approach

Mohammad Ali Mesgari¹  | **Ataollah Rafiei Atani**²  | **Amir Zakeri**³  | **Boshra Hatf**⁴ 

1. PhD Candidate in Technology Management, Faculty of Management, Economics and Progress Engineering, Iran University of Science and Technology, Tehran, Iran. E-mail: m.ali.mesgari@gmail.com
 2. Corresponding Author, Assistant Professor, Faculty of Management, Economics and Progress Engineering, Iran University of Science and Technology, Tehran, Iran. E-mail: rafieiatani@iust.ac.ir
 3. Associate Professor, Faculty of Management, Economics and Progress Engineering, Iran University of Science and Technology, Tehran, Iran. E-mail: zakery@iust.ac.ir
 4. Associate Professor, Neuroscience Research Center, Baqiyatallah University of Medical Sciences, Tehran, Iran. E-mail: boshrahatf@bmsu.ac.ir

Article Info

ABSTRACT

Article type:

Research Article

Article history:

Received in revised from 12
June 2026

Accepted 20 September 2026

Keywords:

Managerial Cognition,
Internationalization, Small and
Medium-Sized Enterprises
(SMEs), Emerging Economies,
Meta-Synthesis

For successful entry into international markets, Small and Medium-sized Enterprises (SMEs) in emerging economies require cognitive capabilities and effective decision-making in uncertain environments. However, the existing literature regarding the impact of managerial cognition on the internationalization process is characterized by conceptual fragmentation and empirical inconsistencies. Aiming to bridge this gap and systematically synthesize existing knowledge, the present study elucidates the impact of managerial cognitive capabilities on the internationalization outcomes of these enterprises using a meta-synthesis method. To this end, by employing Sandelowski and Barroso's seven-step model and the PRISMA protocol guidelines, out of 291 initial studies, 48 articles meeting the quality and inclusion criteria were selected and subjected to content analysis through a coding approach. The findings reveal that managerial cognitive architecture, within the framework of dual-process theory (rational/analytical versus experiential/intuitive), determines the pattern of entry (incremental versus rapid) into international markets. Furthermore, managerial dynamic capabilities (comprising human, social, and cognitive capital) act as a mediating mechanism, playing a vital role in translating individual cognition into strategic actions and export performance. Additionally, it was found that factors such as market dynamism and institutional voids act as institutional moderators, shaping the effectiveness of these capabilities. Ultimately, the proposed conceptual model can contribute to a deeper understanding of the cognitive micro-foundations of internationalization and outline novel pathways for policymaking in transition markets.

Cite this article: Mesgari, M. A.; Rafiei Atani, A.; Zakeri, A. & Hatf, B. (2026). Explaining the Impact of Managerial Cognition on the Internationalization of SMEs in Emerging Economies: A Meta-Synthesis Approach. *Journal of International Business Administration*, 09 (02),81-116. <https://doi.org/10.22034/jiba.2026.72984.2445>



© The Author(s).

Publisher: University of Tabriz.

Extended Abstract

Introduction

In today's highly dynamic and competitive global landscape, the internationalization of Small and Medium-sized Enterprises (SMEs) is no longer a simple mechanical growth stage but a strategic imperative. However, entering foreign markets is fraught with high uncertainty, institutional unfamiliarity, and structural ambiguities. This is particularly challenging for SMEs operating in transition economies, which are characterized by rapid economic growth coupled with high market volatility and weak formal institutions (institutional voids). While traditional structural models of internationalization, such as the Uppsala model, emphasize the gradual accumulation of market knowledge and physical resources, recent empirical evidence highlights a profound shift. An increasing number of SMEs are undergoing rapid, early, and bold internationalization, giving rise to concepts like "born-global" firms.

To explain these heterogeneous trajectories, contemporary international business literature has pivoted toward the "microfoundations" perspective and Upper Echelons Theory. This approach argues that structural variables are insufficient to explain competitive advantage; instead, the cognitive architecture, mental models, and information-processing capabilities of key decision-makers (managers and entrepreneurs) are the primary drivers of strategic change. Despite the acknowledged importance of managerial cognition, the existing literature remains heavily fragmented. Constructs such as cognitive styles, global mindset, and risk perception are often conflated or studied in isolation. Furthermore, there are contradictory findings regarding whether intuitive or analytical cognitive styles are more effective, and how institutional voids in transition economies moderate these effects. Therefore, this study aims to systematically synthesize the scattered literature to develop a comprehensive conceptual framework. The primary objective is to explain how individual cognitive dimensions, translated through dynamic managerial capabilities, impact the speed, scope, and trajectory of SME internationalization in the highly turbulent context of transition economies.

Method

To achieve a deep, integrated understanding of the phenomenon, this study adopted an Interpretive Meta-synthesis methodology based on the seven-step model proposed by Sandelowski and Barroso. Unlike quantitative meta-analyses that aggregate statistical effect sizes, interpretive meta-synthesis allows researchers to extract, decode, and synthesize conceptual mechanisms, theoretical models, and qualitative findings into a novel, overarching narrative framework.

To ensure rigorous literature retrieval and prevent selection bias, the PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses) protocol was rigorously applied. The search strategy targeted highly credible international databases, including Web of Science, Scopus, and Google Scholar, covering a 25-year publication timeframe from 2000 to 2025. A comprehensive Boolean search string was developed, combining keywords related to independent variables (managerial cognition, entrepreneurial cognition, dual-process theory, global mindset), mediating variables (dynamic managerial capabilities), dependent variables (internationalization

speed, export performance, cross-border expansion), and contextual variables (transition economies, emerging markets, institutional voids).

The initial search yielded 291 articles. After removing 80 duplicates, 211 articles underwent primary screening based on title and abstract relevance. Articles focusing exclusively on large multinational corporations, macroeconomic policies, or strictly developed markets were excluded. Subsequently, 50 full-text articles were retained for in-depth quality appraisal using the Critical Appraisal Skills Programme (CASP) tool. Two independent reviewers evaluated the methodological rigor, research design, and data validity of these studies. Articles scoring below 30 out of 50 were excluded, resulting in a final robust sample of 48 peer-reviewed articles. Data extraction and synthesis were conducted using directed content analysis. Open codes were extracted, categorized into sub-categories, and finally abstracted into core theoretical themes. Peer debriefing and Cohen's Kappa coefficient methodologies were utilized to resolve any coding discrepancies and ensure high reliability.

Results and Discussion

The rigorous content analysis and synthesis of the selected literature yielded a multifaceted conceptual framework that transcends linear explanations of SME internationalization. The findings are categorized into core theoretical themes that elucidate the causal and contingent relationships between cognition, capabilities, and market environments.

Firstly, the synthesis revealed the profound impact of Cognitive Styles and Architecture on internationalization speed, largely explained through Dual-Process Theory. The evidence demonstrates that in highly uncertain and volatile environments, reliance on the analytical/rational cognitive system (which is slow, methodical, and data-dependent) often leads to "analytical paralysis" due to the lack of reliable market data. Conversely, managers who utilize an experiential/intuitive cognitive system—relying on heuristics and pattern recognition—are capable of making rapid decisions, thereby driving accelerated and early internationalization (e.g., born-global trajectories). However, the literature suggests that no single style is absolute; successful managers maintain cognitive complexity, oscillating between intuition for rapid entry and analytical thinking for long-term market consolidation.

Secondly, the results highlight the indispensable role of Dynamic Managerial Capabilities as Mediating Mechanisms. The meta-synthesis firmly establishes that raw individual cognition (such as a global mindset or cultural intelligence) does not directly generate competitive advantage. Instead, human, social, and cognitive capital act as micro-level resources that must be translated into action through dynamic capabilities. Managers use their cognitive frameworks to "sense" weak signals and identify foreign opportunities; they leverage their social networks to "seize" these opportunities and mobilize resources; and they utilize their experiential knowledge to "reconfigure" the SME's business model to fit the host country's requirements.

Thirdly, the study uncovers the critical Moderating Role of Transition Economies and Institutional Voids. In transition economies, where formal institutions (e.g., legal frameworks, property rights) are weak and market volatility is high, managerial cognition and informal social capital act as substitute institutions. Managers with high cultural intelligence successfully navigate

these institutional voids to facilitate cross-border transactions. However, the synthesis also uncovers a paradox: excessive reliance on closed informal networks in transition economies can lead to "Cognitive Lock-in." This phenomenon restricts the inflow of novel information, blinding managers to innovative opportunities in highly developed markets and ultimately hindering long-term export performance.

In conclusion, this study provides a cohesive, multi-level conceptual model demonstrating that SME internationalization in transition economies is not merely a resource-driven process, but a deeply cognitive one. The framework shifts the paradigm from structural determinism to managerial agency. Practically, the findings suggest that policymakers and export-promotion agencies should move beyond providing mere financial subsidies. Instead, they should focus on cultivating managers' global mindsets, cognitive flexibility, and dynamic capabilities to ensure sustained resilience and success in unpredictable global markets.

تبیین اثر شناخت مدیریتی بر بین‌المللی‌شدن کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در اقتصادهای در حال گذار با رویکرد فراترکیب

محمدعلی مسگری^۱ | عطاءاله رفیعی‌آتانی^۲ | امیر ذاکری^۳ | بشری هاتف^۴

۱. دانشجوی دکتری مدیریت فناوری، دانشکده مدیریت، اقتصاد و مهندسی پیشرفت، دانشگاه علم و صنعت ایران، تهران، ایران. رایانامه: m.ali.mesgari@gmail.com
۲. نویسنده مسئول، استادیار، دانشکده مدیریت، اقتصاد و مهندسی پیشرفت، دانشگاه علم و صنعت ایران، تهران، ایران. رایانامه: rafieiatani@iust.ac.ir
۳. دانشیار، دانشکده مدیریت، اقتصاد و مهندسی پیشرفت، دانشگاه علم و صنعت ایران، تهران، ایران. رایانامه: zakery@iust.ac.ir
۴. دانشیار، مرکز تحقیقات علوم اعصاب، دانشگاه علوم پزشکی بقیه اله، تهران، ایران. رایانامه: Bshrahatef@bmsu.ac.ir

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی تاریخ دریافت: ۱۴۰۵/۰۳/۲۲ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۷/۰۵ کلیدواژه‌ها: شناخت مدیریتی، بین‌المللی‌شدن، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، اقتصادهای در حال گذار، فراترکیب	کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در اقتصادهای در حال گذار برای ورود موفق به بازارهای بین‌المللی نیازمند قابلیت‌های شناختی مدیران در شرایط عدم قطعیت هستند. ادبیات موجود در زمینه اثرگذاری شناخت مدیریتی بر فرایند بین‌المللی‌شدن با پراکندگی مفهومی و تناقضات تجربی مواجه است. پژوهش حاضر با هدف تلفیق و تبیین نظام‌مند شواهد موجود، به شناسایی و تبیین نقش قابلیت‌های شناختی مدیران در فرایند و پیامدهای بین‌المللی‌شدن کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در اقتصادهای در حال گذار پرداخته است. در این راستا، با بهره‌گیری از الگوی هفت‌مرحله‌ای سندلوسکی و باروسو و منطق پروتکل پریزما، از میان ۲۹۱ مطالعه اولیه، تعداد ۴۸ مقاله که واجد معیارهای کیفیت و ورود بودند، انتخاب و با رویکرد کدگذاری تحلیل محتوا شدند. یافته‌ها نشان می‌دهد که معماری شناختی مدیران در چارچوب نظریه دوفراپندگی (منطقی/تحلیلی در برابر تجربی/شهودی)، نقش مهمی در الگوی ورود (تدریجی در قیاس با سریع) به بازارهای بین‌المللی ایفا می‌کند. افزون بر این، قابلیت‌های پویای مدیریتی (شامل سرمایه‌های انسانی، اجتماعی و شناختی) به‌عنوان سازوکار میانجی، نقشی حیاتی در تبدیل شناخت فردی به کنش‌های راهبردی و عملکرد صادراتی ایفا می‌کنند. همچنین مشخص شد که عواملی نظیر پویایی بازار و خلأهای نهادی به‌عنوان تعدیل‌گرهای نهادی، اثربخشی این قابلیت‌ها را جهت‌دهی می‌کنند. نوآوری اصلی پژوهش در ارائه یک چارچوب تلفیقی از بنیان‌های خرد شناختی، قابلیت‌های پویای مدیریتی و شرایط محیطی مؤثر بر بین‌المللی‌شدن کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در اقتصادهای در حال گذار است. یافته‌های پژوهش می‌تواند به مدیران در انتخاب الگوی مناسب ورود به بازارهای بین‌المللی، توسعه قابلیت‌های شناختی و مدیریتی و بهبود تصمیم‌های صادراتی کمک کند.

استناد: مسگری، محمدعلی؛ رفیعی‌آتانی، عطاءاله؛ ذاکری، امیر و هاتف، بشری. (۱۴۰۵). تبیین اثر شناخت مدیریتی بر بین‌المللی‌شدن کسب‌وکارهای کوچک و متوسط در اقتصادهای در حال گذار با رویکرد فراترکیب، مدیریت و کسب و کارهای بین‌المللی، ۹ (۲)، ۸۱-۱۱۶.

<https://doi.org/10.22034/jiba.2026.72984.2445>



ناشر: دانشگاه تبریز. © نویسندگان.

مقدمه

بین‌المللی‌شدن برای بسیاری از کسب‌وکارها، به‌ویژه کسب‌وکارهای کوچک و متوسط^۱، صرفاً یک انتخاب رشدی ساده یا مرحله‌ای مکانیکی در چرخه حیات سازمان نیست، بلکه پاسخی راهبردی و گریزناپذیر به فشارهای فزاینده رقابتی، محدودیت‌های بازار داخلی و نیاز مبرم به دسترسی به فرصت‌های فناورانه و منابع استراتژیک در فراسوی مرزها محسوب می‌شود. در ادبیات مدیریت استراتژیک و کارآفرینی بین‌المللی، گسترش برون‌مرزی به‌عنوان مسیری حیاتی برای دستیابی به بازارهای بزرگ‌تر، بهره‌مندی از صرفه‌جویی‌های ناشی از مقیاس، ارتقای سطح دانش فنی، کاهش ریسک‌های سیستماتیک بازار مبدأ و تأمین منابع کمیاب معرفی می‌گردد (کلای و قندی، ۱۴۰۳). از طرفی بنگاه‌های کوچک و متوسط برای فعال‌سازی ظرفیت‌های درونی خود در بازارهای بین‌المللی، بیش از هر چیز نیازمند «واسطه‌های ارتباطی» هستند تا بتوانند با شناسایی فرصت‌های جذاب و پل‌زدن به شبکه‌های رسمی و غیررسمی در کشورهای مقصد، کمبودهای دانشی و منابع خود را مرتفع سازند (ذاکری و همکاران، ۱۴۰۲). با این وجود، واکاوی عمیق پیشینه پژوهش نشان می‌دهد که مسیر ورود و توسعه در بازارهای خارجی برای تمامی شرکت‌ها همگن و یکسان نیست. از یک‌سو، الگوهای «تدریجی» که ریشه در تئوری‌های رفتارگرایانه نظیر مدل آپسالا^۲ دارند، برای دهه‌ها چارچوب غالب تبیین نظری بوده‌اند (والنه و جوهانسون^۳، ۲۰۱۹). بر اساس این رویکرد، بنگاه‌ها فرایند بین‌المللی‌شدن را با صادرات به کشورهای دارای قرابت فرهنگی و جغرافیایی آغاز کرده و به تدریج، همراه با انباشت دانش تجربی، تعهد منابع خود را افزایش می‌دهند. اما از سوی دیگر، شواهد تجربی فزاینده‌ای از بین‌المللی‌شدن سریع و جسورانه برخی بنگاه‌های کوچک و متوسط باعث شد تا این پارادایم کلاسیک به چالش کشیده شود. این پدیده ایده جدیدی را تقویت کرد که بر مبنای آن، بعضی شرکت‌ها با پرش از گام‌های متداول، بین‌المللی‌شدن «یکباره و سریع» را تجربه می‌کنند و همین امر موجب شد تا مفاهیمی نظیر شرکت‌های جهانی‌زاد^۴ و سرمایه‌گذاری‌های جدید بین‌المللی در کانون توجه محققان قرار گیرد (علائی طباطبائی و همکاران، ۱۴۰۰؛ واسو^۵، ۲۰۲۱).

در تبیین این پویایی‌های ناهمگون و مسیرهای متفاوت، پژوهش‌های جدیدتر تأکید دارند که مفاهیمی نظیر «سرعت»^۶ و «پیش‌دستی و زود هنگامی در ورود»^۷ صرفاً متغیرهایی ساختاری یا تابعی از ویژگی‌های صنعت نیستند؛ بلکه عمیقاً با نحوه پردازش اطلاعات، ساختارهای ذهنی و ترجیحات شناختی تصمیم‌گیرندگان کلیدی در ارتباط‌اند. برای مثال، مطالعات نشان می‌دهند که دوگانه پردازش اطلاعات- مبتنی بر تفکر تجربی/ شهودی در برابر تفکر منطقی/ تحلیلی - می‌تواند تفاوت‌های چشمگیری را در ورود زود هنگام به بازارهای خارجی و سرعت گسترش پس از ورود تبیین نماید (ولاچیچ و همکاران^۸، ۲۰۲۲). در چارچوب نظریه دوفرایندی^۹، شواهد کیفی و تجربی بیانگر آن است که الگوهای سریع بین‌المللی‌شدن غالباً با سطح بالاتری از استدلال تجربی و شهودی همراه می‌شوند. این سبک شناختی به مدیران اجازه می‌دهد تا در مواجهه با ابهام، تصمیمات سریعی اتخاذ کنند و بر چالش

1 Small and Medium-sized Enterprises (SMEs)

2 Uppsala Model

3 Vahlne & Johanson

4 Born Global

5 Vasu

6 Speed

7 Earliness

8 Vlačić et al.

9 Dual-process Theory

تحلیلی ناشی از کمبود داده‌ها غلبه نمایند. در مقابل، الگوهای کندتر و تدریجی معمولاً با غلبه استدلال تحلیلی، ارزیابی روشمند ریسک و پردازش نظام‌مند و زمان‌بر داده‌ها همبستگی دارند (ولاچیچ، گونزالس-لوریدسن و ادواردسن^۱، ۲۰۲۳).

در چنین بستری، تمرکز بر «شناخت مدیریتی و کارآفرینانه»^۲ اهمیت راهبردی بی‌بدیلی پیدا می‌کند. تصمیم‌های بین‌المللی‌شدن، به‌خصوص در مراحل اولیه توسعه، در محیط‌هایی اتخاذ می‌شوند که با سطح بالایی از ابهام اطلاعاتی، بیگانگی نهادی و عدم قطعیت‌های ساختاری آمیخته‌اند. این شرایط، کارآمدی تبیین‌های صرفاً منبع‌محور^۳ یا ساختاری را به‌شدت محدود می‌سازد، زیرا منابع به‌خودی‌خود عمل نمی‌کنند، بلکه نیازمند عاملیت انسانی هستند (میتلند و سامارتینو^۴، ۲۰۱۵). از سویی، ذهنیت جهانی مدیران به‌عنوان یک قابلیت شناختی کلیدی، نه‌تنها به‌طور مستقیم بر فرایند کسب دانش بین‌المللی اثر می‌گذارد، بلکه از طریق «گرایش کارآفرینی بین‌المللی»، باعث می‌شود تا بنگاه‌های کوچک و متوسط به جای انفعال، به‌شکل تهاجمی به دنبال شبکه‌سازی و بهره‌برداری از فرصت‌های نوظهور باشند (سرداری و شبیه‌زاده، ۱۴۰۳).

شناخت مدیریتی و قابلیت‌های پویای مدیران به‌عنوان بنیان‌های خرد^۵ اساسی، نقش موثری در درک فرصت‌ها، سرعت بین‌المللی‌شدن و موفقیت استراتژی‌های ورود به بازارهای خارجی برای بنگاه‌های کوچک و متوسط ایفا می‌کنند؛ به‌ویژه در اقتصادهای نوظهور که با سطح بالایی از عدم قطعیت و چالش‌های نهادی مواجه‌اند (مندز و همکاران^۶، ۲۰۲۴؛ چبی و همکاران^۷، ۲۰۲۲؛ بیانچی و استویان^۸، ۲۰۲۲؛ ذاکری و صارمی^۹، ۲۰۲۴). در رویکرد شناختی که پیوند تنگاتنگی با نظریه رده‌های عالی^{۱۰} دارد، آنچه مدیر و تصمیم‌گیرنده «می‌بیند»، چگونگی «معناسازی»^{۱۱} او از سیگنال‌های محیطی، و آنچه را که در نقشه ذهنی خود استراتژیک تلقی می‌کند، مستقیماً جهت‌گیری‌ها و انتخاب‌های بین‌المللی بنگاه را شکل می‌دهد. بنابراین، شناخت به‌عنوان مجموعه‌ای از باورها، ادراکات و فعالیت‌های ذهنی برای دریافت، پردازش و معنابخشی به محیط، سازوکاری بنیادین در هدایت تغییرات راهبردی محسوب می‌گردد (نصیری و الیاسی، ۲۰۱۸).

با این حال، برای پیوند دادن این ابعاد روان‌شناختی فردی به پیامدهای کلان سازمانی، ادبیات معاصر کسب‌وکار بین‌الملل از رویکرد «بنیان‌های خرد»^{۱۲} و «قابلیت‌های پویای مدیریتی»^{۱۳} بهره می‌جوید. نظریه قابلیت‌های پویا استدلال می‌کند که مزیت رقابتی پایدار صرفاً محصول در اختیار داشتن منابع ایستا نیست، بلکه ناشی از ظرفیت سازمان در حس یا شناسایی^{۱۴} فرصت‌ها، تصاحب^{۱۵}

1 Vlačić, González-Loureiro & Eduardsen

2 Managerial and Entrepreneurial Cognition

3 Resource-based view

4 Maitland & Sammartino

5 Microfoundations

6 Mendes et al.

7 Chebbi et al.

8 Bianchi & Stoian

9 Zakery & Saremi

10 Upper Echelons Theory

11 Sensemaking

12 Microfoundations

13 Dynamic Managerial Capabilities

14 Sensing

15 Seizing

آن‌ها و بازپیکربندی^۱ دارایی‌ها در محیط‌های متلاطم است. دیدگاه بنیان‌های خرد نیز به شکلی هم‌افزا تأکید می‌کند که این ظرفیت‌های سازمانی، اساساً ریشه در توانمندی‌های فردی مدیران دارند (هلفات و پتراف^۲، ۲۰۱۵؛ دوران و آگودو^۳، ۲۰۲۲).

در این راستا، ادبیات جدید، تصمیم‌گیری در محیط‌های متلاطم را با ویژگی‌هایی نظیر پیچیدگی و گشودگی همراه می‌داند که بدون ارجاع به سازوکارهای شناختی تصمیم‌گیرنده و مؤلفه‌هایی نظیر سرمایه انسانی، اجتماعی و شناختی مدیران، تبیین آن ناقص می‌ماند (بایشیا و همکاران^۴، ۲۰۲۵). شناخت مدیریتی، در واقع نقشه راهی است که مدیر را قادر می‌سازد تا سیگنال‌های محیطی را در بازارهای در حال گذار رمزگشایی کرده و استراتژی ورود خود را پیکربندی کند. مدیرانی که دارای ذهنیت جهانی قوی هستند، با بهره‌گیری از هوش فرهنگی، می‌توانند بر محدودیت‌های ناشی از بیگانگی نهادی غلبه کرده و فرصت‌های بازارهای خارجی را نه به‌عنوان ریسک تهدیدکننده، بلکه به‌عنوان بستری برای ارتقای عملکرد صادراتی شناسایی کنند (هه و همکاران^۵، ۲۰۲۰؛ علی و همکاران^۶، ۲۰۲۳). در واقع، این «ذهنیت جهانی» است که باعث می‌شود یک مدیر، به‌جای انفعال در برابر تحریم‌ها یا نوسانات ارزی، به دنبال استراتژی‌های جایگزین (مانند شبکه‌سازی برون‌مرزی) برای نفوذ به بازارهای جدید باشد (سرداری و شبیه‌زاده، ۱۴۰۳).

با وجود اهمیت غیرقابل‌انکار این مفاهیم، واکاوی انتقادی ادبیات نشان می‌دهد که بدنه پژوهش‌های شناخت‌محور در حوزه بین‌المللی‌شدن بنگاه‌های کوچک و متوسط، به‌شدت دچار پراکندگی مفهومی و تشتت یافته‌هاست و در قالب جریان‌ها و سازه‌های متنوعی توسعه یافته است (نیتمیس و پاژونن^۷، ۲۰۲۰). این وضعیت باعث می‌شود تصویر یکپارچه‌ای از اینکه دقیقاً کدام مؤلفه‌های شناختی و از چه مسیرهایی بر متغیرهای حیاتی بین‌المللی‌شدن (مانند سرعت، زمان ورود و شیوه گسترش) اثر می‌گذارند، به‌سادگی قابل استخراج نباشد. علاوه بر این، تکرر سازه‌های شناختی هم‌پوشان نظیر تفکر تحلیلی، تفکر شهودی، ذهنیت جهانی و ادراک ریسک در اقتصادهای در حال گذار، با ابهام مفهومی و دشواری در انباشت نظری مواجه است و نیازمند رویکردی تلفیقی است که بتواند مفاهیم کلیدی را از دل پژوهش‌های موجود استخراج، کدگذاری و بازترکیب نماید (دوران و آگودو^۸، ۲۰۲۲).

شکاف پژوهشی دیگر، ناشی از بسترهای محیطی است. اقتصادهای در حال گذار^۹ به دلیل برخورداری از ویژگی‌هایی نظیر تلاطم بالای بازار، خلأهای نهادی و عدم قطعیت‌های قانونی، بستر متفاوتی برای آزمون تئوری‌های شناختی فراهم می‌آورند. در این اقتصادها، تناقضات جدی در یافته‌های پژوهشگران به چشم می‌خورد؛ برای نمونه، در حالی که برخی مطالعات اتکا به سرمایه اجتماعی (شبکه‌های غیررسمی) و شناخت شهودی را عاملی حیاتی برای جبران ضعف‌های نهادی می‌دانند (مستفیض و همکاران^{۱۰}، ۲۰۱۹). مطالعات دیگری هشدار می‌دهند که این اتکا ممکن است به قفل‌شدگی شناختی، محدودیت در استدلال تحلیلی و حتی پیامدهای منفی برای رشد جهانی منجر شود (کریزیو و همکاران^{۱۱}، ۲۰۲۳). این ناهمسانی اثر اجزای قابلیت‌های پویای مدیریتی و وابستگی شدید آن‌ها به زمینه، نیازمند یکپارچه‌سازی مفهومی و طراحی یک چارچوب نظری جامع است.

1 Reconfiguring

2 Helfat & Peteraf

3 Durán & Aguado

4 Baishya et al.

5 He et al.

6 Ali et al.

7 Niittymies & Pajunen

8 Durán & Aguado

9 Emerging Economies

10 Mostafiz et al.

11 Kryeziu et al.

بنابراین، مسئله اصلی پژوهش حاضر آن است که چگونه می‌توان این بدنه متشتت و پراکنده را با رویکردی تفسیری-ترکیبی به یک چارچوب منسجم و کم‌متغیر تبدیل نمود تا سازوکارهای کلیدی و شرایط اثرگذاری شناخت مدیریتی بر بین‌المللی‌شدن بنگاه‌های کوچک و متوسط در اقتصادهای درحال گذار به‌روشنی تبیین گردد. نوآوری پژوهش حاضر در به‌کارگیری روش فراترکیب برای استخراج و یکپارچه‌سازی سازوکارهای پراکنده در تقاطع دو حوزه «شناخت مدیریتی/ کارآفرینانه» و «قابلیت‌های پویای مدیریتی»، و تبدیل آن‌ها به یک مدل مفهومی منسجم است. در همین راستا، هدف اصلی مقاله، تبیین الگوهای بین‌المللی‌شدن با رویکرد شناختی است و تلاش می‌شود به این سؤالات کلیدی پاسخ داده شود که: نخست، اثر قابلیت‌های شناختی مدیران بر فرایند بین‌المللی‌شدن شرکت‌های کوچک و متوسط در اقتصادهای درحال گذار چگونه تبیین می‌شود؟ دوم، سبک‌های شناختی و قابلیت‌های پویا چگونه بر موفقیت این بنگاه‌ها در بازارهای بین‌المللی اثر می‌گذارند؟ و سوم، تعامل میان شناخت مدیریتی با عوامل محیطی و زمینه‌ای در اقتصادهای درحال گذار چگونه صورت‌بندی شده است؟

در راستای پاسخگویی به پرسش‌های طرح شده، ساختار مقاله حاضر به این شرح سازمان‌دهی شده است: در بخش دوم، مبانی نظری و پیشینه پژوهش پیرامون تقاطع شناخت، قابلیت‌های پویای مدیریتی و بین‌المللی‌شدن مرور می‌گردد. بخش سوم به تشریح گام‌به‌گام روش‌شناسی فراترکیب و پروتکل پریزما اختصاص دارد. در بخش چهارم، یافته‌های مستخرج از کدگذاری مقالات در قالب تم‌های محوری تحلیل و ارائه می‌شوند. بخش پنجم، ضمن بحث و کالبدشکافی تناقضات پیشینه، چارچوب مفهومی یکپارچه پژوهش را ترسیم می‌کند. در نهایت، بخش ششم به نتیجه‌گیری، ارائه دلالت‌های نظری و کاربردی، و پیشنهادهایی برای مسیرهای تحقیقاتی آینده می‌پردازد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

تکامل نظریه‌های بین‌المللی‌شدن و ابعاد زمانی ورود به بازار

ادبیات بین‌المللی‌شدن بنگاه‌ها طی دهه‌های گذشته شاهد تحولات پارادایمی گسترده‌ای بوده است. در رویکردهای سنتی و رفتارگرایانه، به‌ویژه مدل مراحل انطباق یا مدل آپسالا، بین‌المللی‌شدن به‌عنوان فرایندی خطی، تدریجی و به‌شدت وابسته به یادگیری سازمانی مفهوم‌پردازی می‌شد (والنه و جوهانسون^۱، ۲۰۰۹). مفروضه بنیادین این مدل آن است که بنگاه‌ها به دلیل فقدان دانش بازار و وجود فاصله روانی^۲ و نهادی، ناگزیرند فعالیت‌های برون‌مرزی خود را با احتیاط، تعهد منابع پایین (نظیر صادرات غیرمستقیم) و در بازارهای هم‌جوار آغاز کنند و با گذشت زمان و انباشت تجربه، به بازارهای دورتر و روش‌های تعهدآورتر (مانند سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی) روی آورند. با این وجود، شتاب‌گیری جهانی‌شدن، پیشرفت فناوری‌های ارتباطی و ظهور بنگاه‌های جهانی‌زاد و سرمایه‌گذاری‌های جدید بین‌المللی^۳، مفروضات جهان‌شمول این مدل را به چالش کشید (پائول و روسادو-سرانو^۴، ۲۰۱۹؛ اندرسون و همکاران^۵، ۲۰۱۴).

1 Vahlne & Johanson

2 Psychic Distance

3 New International Investments (NIV)

4 Paul & Rosado-Serrano

5 Andersson et al.

این دسته از بنگاه‌ها، که غالباً در زمره کسب‌وکارهای کوچک و متوسط دانش‌بنیان قرار دارند، با پرش از مراحل سنتی، از همان بدو تأسیس یا با فاصله زمانی اندکی، استراتژی‌های تهاجمی بین‌المللی را اتخاذ می‌کنند (علائی طباطبائی و همکاران، ۱۴۰۰).

در تبیین این مسیرهای ناهمگون، پژوهشگران به واکاوی دقیق‌تر ابعاد زمانی گسترش فرامرزی پرداخته‌اند. در ادبیات نوین، زمان‌بندی ورود به بازارهای خارجی صرفاً یک رخداد تاریخی نیست، بلکه یک متغیر استراتژیک چندبعدی تلقی می‌شود. در این راستا، مندز^۱ و همکاران (۲۰۲۴) به‌روشنی میان دو مفهوم «زودهنگامی و پیش‌دستی در ورود» و «سرعت بین‌المللی‌شدن» تمایز قائل شده‌اند. زودهنگامی به فاصله زمانی میان تأسیس بنگاه تا نخستین فعالیت بین‌المللی اشاره دارد، در حالی که سرعت، نشان‌دهنده نرخ، شتاب و پراکندگی جغرافیایی گسترش فعالیت‌ها پس از نقطه شروع است. واکاوی انتقادی ادبیات نشان می‌دهد که این دو بُعد الزاماً هم‌گام نیستند؛ یک بنگاه ممکن است ورود زودهنگامی داشته باشد، اما سرعت گسترش بعدی آن کند باشد، یا برعکس. از این‌رو، تبیین این پویایی‌های پیچیده نیازمند عبور از تبیین‌های صرفاً ساختاری و توجه عمیق به سازوکارهای خرد تصمیم‌گیری و ظرفیت‌های شناختی مدیرانی است که هدایت این مسیرها را بر عهده دارند (ولاچیچ و همکاران^۲، ۲۰۲۲؛ ووریو و همکاران^۳، ۲۰۲۲). در حقیقت، سرعت بین‌المللی‌شدن نتیجه تعامل چندین تصمیم‌پای، شامل انتخاب بازار، تخصیص منابع، پردازش سیگنال‌های محیطی و اصلاح مسیر است که بدون ارجاع به کیفیت پردازش اطلاعات توسط تصمیم‌گیرنده، قابل تبیین نخواهد بود (علائی طباطبائی و همکاران، ۱۴۰۰).

شناخت مدیریتی: ماهیت، معماری و جایگاه در کسب‌وکار بین‌الملل

برای گشودن جعبه سیاه تصمیم‌گیری‌های راهبردی در بین‌المللی‌شدن، مفهوم «شناخت مدیریتی»^۴ به‌کانون توجهات علمی بدل شده است. شناخت در متون مدیریت استراتژیک، به مجموعه‌ای درهم‌تنیده از ساختارهای دانشی (شامل طرح‌واره‌ها، نقشه‌های ذهنی و باورهای بنیادین) و فرایندهای ذهنی (شامل توجه، ادراک، تفسیر، یادگیری و قضاوت) اطلاق می‌گردد که مدیران از طریق آن‌ها، محیط متلاطم و مبهم پیرامون را رمزگشایی کرده و استراتژی‌ها را پیکربندی می‌کنند (والش^۵، ۱۹۹۵). ریشه‌های این نگاه به نظریه رده‌های عالی بازمی‌گردد که استدلال می‌کند خروجی‌های سازمان، انعکاسی از پایگاه شناختی و ارزش‌های مدیران ارشد آن است (همبریک و میسون، ۱۹۸۴).

تحلیل انتقادی ادبیات نشان می‌دهد که یکی از خطاهای رایج در پژوهش‌های پیشین، تقلیل دادن «شناخت مدیریتی» به یک متغیر تک‌بعدی و بیش از حد بسیط است. در حالی که برای درک دقیق سازوکار اثرگذاری شناخت بر بین‌المللی‌شدن، باید این مفهوم را به‌عنوان یک فراسازه^۶ در نظر گرفت و آن را به سه مؤلفه تحلیلی متمایز تجزیه نمود:

نخست، ساختارهای شناختی؛ که به «محتوای دانش» مدیران اشاره دارد و شامل طرح‌واره‌ها، نقشه‌های ذهنی و سازه‌هایی نظیر «ذهنیت جهانی» است. این ساختارها تعیین می‌کنند که مدیران چگونه اطلاعات پیچیده فراملی را دسته‌بندی می‌کنند. دوم، فرایندهای شناختی؛ که بیانگر «چگونگی پردازش اطلاعات» است و مفاهیمی نظیر معناسازی، توجه راهبردی، و تقابل سبک‌های تصمیم‌گیری

1 Mendes

2 Vlačić et al.

3 Vuorio et al.

4 Managerial Cognition

5 Walsh

6 Meta-construct

(سیستم پردازش شهودی/اکتشافی در برابر سیستم تحلیلی/منطقی) را در بر می‌گیرد. سوم، تمایلات و ویژگی‌های شناختی-اجتماعی؛ که شامل سوگیری‌های شناختی، ادراک ریسک، و باورهای بنیادین نظیر «خودکارآمدی» است و به‌عنوان موتور محرک رفتاری برای ورود به عرصه‌های ناشناخته عمل می‌کند. پژوهش حاضر با عبور از نگاه ساده به مفهوم شناخت، تلاش دارد تا نشان دهد هر یک از این اجزای سه‌گانه چگونه از مسیرهای متفاوتی (نظیر تسریع زمان ورود یا تغییر الگوهای شبکه‌سازی) بر پیامدهای بین‌المللی‌شدن اثر می‌گذارند.

الگوهای تصمیم‌گیری مدیران برای توسعه مرزهای سازمانی، عمیقاً تحت تأثیر ساختارهای شناختی، تقابل تفکر شهودی (تجربی) و تحلیلی (منطقی)، و توانایی آن‌ها در پردازش اطلاعات قرار دارد؛ به‌طوری‌که سوگیری‌های شناختی و ادراک مدیران از ریسک و ابهام، مسیر و زمان‌بندی ورود به بازارهای بین‌المللی را شکل می‌دهد (عالی‌نسب و همکاران^۱، ۲۰۲۲؛ تومارنگروجه و راسلا^۲، ۲۰۲۰؛ رضائیان و همکاران، ۱۳۹۸؛ قوامی‌فر و حسن‌پور، ۱۴۰۰).

مرور نظام‌مند ادبیات کسب‌وکار بین‌الملل نشان می‌دهد که شناخت مدیریتی به‌عنوان یک پل تحلیلی قدرتمند میان سطح خرد (ویژگی‌های روان‌شناختی فرد) و سطح کلان (الگوهای رشد و بقای سازمان) عمل می‌کند (میتلند و سامارتینو^۳، ۲۰۱۵). در بازارهای بین‌المللی که با اضافه‌بار اطلاعاتی، بیگانگی نهادی و تفاوت‌های فاحش فرهنگی همراه است، مدیران نمی‌توانند تمامی اطلاعات را به‌صورت کاملاً عینی پردازش کنند؛ بلکه اطلاعات محیطی از فیلترهای شناختی آنان عبور می‌کند. به بیان دیگر، محیط عینی^۴ به‌اندازه محیط ادراک‌شده^۵ در تصمیمات مؤثر نیست. نیتیمیس و پاژون^۶ (۲۰۲۰) در طبقه‌بندی خود نشان می‌دهند که پژوهش‌های این حوزه در سه جریان اصلی شامل: بررسی تأثیر مستقیم شناخت بر الگوهای بین‌المللی‌شدن، واکاوی ساختارهای دانشی زمینه‌ساز موفقیت، و مطالعه فرایندهای تفسیر و معناسازی در ورود به بازارهای جدید، سامان یافته‌اند. در پژوهشی دیگر نیز، شناخت به‌مثابه ابزاری برای معنابخشی به محیط و نقشه‌یابی شناختی به‌عنوان روشی برای استخراج ساختارهای ذهنی مدیران در فرایند تدوین راهبردها پیشنهاد شده است (نصیری و الیاسی، ۱۳۹۷).

سازه‌های شناختی اثرگذار بر تصمیم‌گیری‌های بین‌المللی

تحلیل انتقادی ادبیات گویای آن است که شناخت مدیریتی یک متغیر یکپارچه و همگن نیست، بلکه از سازه‌های متنوعی تشکیل شده است که هر یک سازوکار اثرگذاری متفاوتی دارند. نخستین سازه کلیدی، «ذهنیت جهانی»^۷ و «هوش فرهنگی» است. ذهنیت جهانی به‌عنوان یک آمادگی شناختی فراملی تعریف می‌شود که به مدیران اجازه می‌دهد تنوع پیچیده بازارها را درک کرده، شباهت‌ها و تفاوت‌ها را به‌طور هم‌زمان تحلیل نموده و فرصت‌های جهانی را پیش از رقبا شناسایی کنند (فلیسیو و همکاران^۸، ۲۰۱۲). شواهد تجربی گسترده‌ای در مطالعات پیشین، نظیر پژوهش‌های انجام‌شده بر روی بنگاه‌های کوچک و متوسط چینی، نشان داده‌اند که

1 Alinasab et al.

2 Thoumrungroje & Racela

3 Maitland & Sammartino

4 Objective Environment

5 Perceived Environment

6 Niittymies & Pajunen

7 Global Mindset

8 Felício et al.

ذهنیت جهانی مستقیماً با ظرفیت شناسایی فرصت‌های بین‌المللی و پیشبرد موفقیت‌آمیز استراتژی‌های صادراتی همبستگی مثبت دارد (هه و همکاران^۱، ۲۰۲۰؛ جاویدان و بوون^۲، ۲۰۱۶). در کنار آن، هوش فرهنگی و شایستگی‌های بین‌فرهنگی قرار دارد که مهارت مدیران در انطباق با هنجارهای نهادی بیگانه و مدیریت اثربخش تعاملات انسانی در محیط‌های چندملیتی را تضمین می‌کند (کابرال و همکاران^۳، ۲۰۲۰؛ فخرالدین^۴، ۲۰۲۱؛ کلایی و قندی، ۱۴۰۳). مطالعات نشان داده‌اند که این ذهنیت‌ها، مستقل از اندازه بنگاه، نقشی حیاتی در جبران کمبود منابع فیزیکی ایفا می‌نمایند (میوسویچ و کرناک-کارانوویچ^۵، ۲۰۱۱؛ علی و همکاران^۶، ۲۰۲۳).

دومین دسته، «متغیرهای اجتماعی-شناختی»^۷ هستند. رویکرد اجتماعی-شناختی در کارآفرینی بین‌المللی بر این باور است که قصد و نیت ورود به بازارهای خارجی، پیش از هر چیز نیازمند محرک‌های درونی است. در این میان، «خودکارآمدی»^۸، به معنای باور عمیق مدیر به توانمندی خود در غلبه بر چالش‌های ناشناخته، نقش تعیین‌کننده‌ای دارد (ولاچیچ و همکاران^۹، بی‌۲۰۲۲). واسوفسکا^{۱۰} (۲۰۱۹) و فرناندو^{۱۱} (۲۰۲۳) در مطالعات خود استدلال می‌کنند که ویژگی‌هایی نظیر پیشگامی^{۱۲} و خودکارآمدی، نه تنها قصد بین‌المللی‌شدن را شکل می‌دهند، بلکه در مواجهه با شکست‌های اولیه در بازارهای خارجی، مقاومت و تاب‌آوری راهبردی سازمان را تضمین می‌کنند (سندوال و رنک^{۱۳}، ۲۰۲۱).

سومین و بحث‌برانگیزترین سازه، «سبک‌های شناختی و نظریه دوفرآیندی»^{۱۴} است. مرور سال‌ها پژوهش نشان می‌دهد که ترجیحات شناختی پایدار مدیران در نحوه جمع‌آوری و پردازش اطلاعات، مستقیماً الگوی تصمیم‌گیری آن‌ها را شکل می‌دهد (آرمسترانگ و همکاران، ۲۰۱۱). در ادبیات بین‌المللی‌شدن، نظریه دوفرآیندی چارچوبی استوار برای تبیین این پدیده ارائه کرده است (آسدو و گالان^{۱۵}، ۲۰۱۱). این نظریه، تفکر انسانی را به دو سیستم شامل: سیستم اول یا سبک تجربی/شهودی (سریع، خودکار، کل‌نگر و مبتنی بر الگوهای تجربی) و سیستم دوم یا سبک منطقی/تحلیلی (کند، روشمند، جزءنگر و متکی بر تحلیل شواهد) تفکیک می‌کند. واکاوی انتقادی متون نشان می‌دهد که این دو سبک، پیامدهای کاملاً متفاوتی برای سرعت و زمان‌بندی بین‌المللی‌شدن به همراه دارند. از یک سو، ولاچیچ^{۱۶} و همکاران (۲۰۲۲) استدلال می‌کنند که در محیط‌های متلاطم و مبهم، جایی که اطلاعات دقیق بازار در دسترس نیست، سبک شناختی تجربی/شهودی به مدیران اجازه می‌دهد با تکیه بر اکتشافات ذهنی^{۱۷}، تصمیمات سریعی اتخاذ کرده و الگوهای بین‌المللی‌شدن را رقم بزنند. از سوی دیگر، پژوهشگران معتقدند که غلبه استدلال منطقی و تحلیلی، اگرچه

1 He et al.

2 Javidan & Bowen

3 Cabral et al.

4 FakhrEldin

5 Miocevic & Crnjak-Karanović

6 Ali et al.

7 Socio-cognitive Variables

8 Self-efficacy

9 Vlačić et al.

10 Wasowska

11 Fernando

12 Proactiveness

13 Sandoval & Rank

14 Cognitive Styles & Dual-process Theory

15 Acedo & Galán

16 Vlačić

17 Heuristics

فرایند ورود را کندتر کرده و به بین‌المللی‌شدن تدریجی می‌انجامد، اما با کاهش خطاهای ادراکی و ارزیابی دقیق‌تر ریسک، شانس بقای بلندمدت را در بازارهای خارجی افزایش می‌دهد (ولاچیچ، گونزالس-لوریرو و ادواردسن^۱، ۲۰۲۳). این واگرایی در ادبیات، ضرورت اتخاذ رویکردی اقتضایی را نشان می‌دهد؛ بدین معنا که هیچ سبک شناختی به‌طور مطلق برتر نیست، بلکه کارآمدی آن وابسته به مرحله بین‌المللی‌شدن و میزان عدم قطعیت محیط است.

قابلیت‌های پویای مدیریتی و بنیان‌های خرد راهبردی

با وجود اهمیت سازه‌های شناختی، پرسش اساسی در ادبیات استراتژی این است که چگونه ویژگی‌های ذهنی فردی به عملکرد کلان سازمانی ترجمه می‌شوند؟ پاسخ این پرسش در تلاقی نظریه شناخت و دیدگاه «قابلیت‌های پویای مدیریتی» نهفته است. نظریه قابلیت‌های پویا بیان می‌کند که سازمان‌ها برای تطبیق با محیط‌های به‌سرعت در حال تغییر، نیازمند ظرفیتی برای حس کردن فرصت‌ها، تصاحب آن‌ها و بازیگری‌های مستمر منابع خود هستند (هلفات و مارتین^۲، ۲۰۱۴). دیدگاه بنیان‌های خرد با تعمیق این نظریه استدلال می‌کند که این قابلیت‌های کلان، در حقیقت ریشه در توانمندی‌های مدیران ارشد دارند (هلفات و پتراف^۳، ۲۰۱۵؛ دوران و آگوادو^۴، ۲۰۲۲؛ آلوز و کاروالهو^۵، ۲۰۲۵).

با وجود این ارتباط تنگاتنگ، ادبیات تخصصی مرز مفهومی دقیقی میان «سرمایه‌های مدیریتی» و «قابلیت‌های پویای مدیریتی» قائل است. براساس دیدگاه بنیان‌های خرد (هلفات و مارتین، ۲۰۱۴)، سرمایه‌های انسانی (دانش و تخصص پیشین مدیر)، سرمایه اجتماعی (گستره و کیفیت شبکه‌های ارتباطی) و سرمایه شناختی (باورها و الگوهای پردازش ذهنی)، در واقع «پیش‌آیندها و منابع ورودی در سطح فردی» محسوب می‌شوند. در مقابل، قابلیت‌های پویا شامل شناسایی/حس کردن، تصاحب و بازیگری‌های «فرایندها و سازوکارهای اقدام در سطح سازمانی» هستند.

به بیان دیگر، قابلیت‌های پویا از این سرمایه‌های سه‌گانه تغذیه می‌کنند اما با آن‌ها یکسان نیستند (بایشیا و همکاران، ۲۰۲۵). این ساختار علی نشان می‌دهد که چگونه سرمایه‌های سطح فردی به قابلیت‌های سطح سازمانی ترجمه می‌شوند: سرمایه شناختی به‌عنوان زیربنای قابلیت «حس/شناسایی» عمل کرده و به مدیر اجازه می‌دهد سیگنال‌های ضعیف بازار خارجی را رمزگشایی کند؛ سرمایه اجتماعی بستر لازم برای قابلیت «تصاحب» را فراهم آورده و شبکه‌ای از شرکا را برای ورود به بازار بسیج می‌کند؛ و در نهایت، سرمایه انسانی پشتوانه قابلیت «بازیگری‌های» است که مدیر را قادر می‌سازد مدل کسب‌وکار بنگاه را متناسب با الزامات نهادی کشور مقصد تغییر دهد. مطالعات متعددی نقش این قابلیت‌های عملیاتی را در تبدیل سرمایه‌های خام فردی به عملکرد برتر صادراتی تأیید کرده‌اند (مرین-رودریگانیز و همکاران، ۲۰۲۴؛ مودالیگ و همکاران، ۲۰۱۹).

1 Vlačić, González-Loureiro & Eduardsen

2 Helfat & Martin

3 Helfat & Peteraf

4 Durán & Aguado

5 Alves & Carvalho

بستر نهادی و پویایی اقتصادهای در حال گذار

تحلیل فرایندهای شناختی و مدیریتی بدون در نظر گرفتن «زمینه»^۱ رویکردی ناقص است. اقتصادهای در حال گذار به دلیل برخورداری از مشخصاتی نظیر رشد پرشتاب، اما توأم با نوسانات شدید بازار و کیفیت پایین نهادهای رسمی (شامل ضعف در اجرای قراردادهای، ناپایداری قوانین و فساد اداری)، مفهومی تحت عنوان «خلاء نهادی»^۲ را به ادبیات کسب‌وکار بین‌الملل معرفی کرده‌اند. در چنین اکوسیستمی، بنگاه‌های کوچک و متوسط با چالش‌های مضاعفی برای گسترش مرزهای خود مواجه‌اند.

در این بستر متلاطم، اهمیت قابلیت‌های شناختی و پویای مدیران دوچندان می‌شود. پژوهشگران استدلال می‌کنند که در غیاب نهادهای رسمی و ساختاریافته، شناخت مدیریتی و سرمایه اجتماعی (نظیر روابط مبتنی بر اعتماد و شبکه‌های محلی و فراملی) به‌عنوان یک «نهاد جایگزین» یا ضربه‌گیر عمل می‌کنند (آگبو و همکاران^۳، ۲۰۲۳؛ اولارواجو و همکاران^۴، ۲۰۲۳). مدیرانی که دارای ذهنیت جهانی و شبکه‌های قدرتمند هستند، بهتر می‌توانند هزینه‌های مبادله ناشی از خلأهای نهادی را کاهش دهند و منابع محدود بنگاه را بهینه‌سازی کنند (طالبی و همکاران^۵، ۲۰۱۷؛ مستفیض و همکاران^۶، ۲۰۱۹). با این حال، تحلیل انتقادی ادبیات نشان‌دهنده تناقضاتی در این زمینه است؛ برخی پژوهش‌ها (نظیر کریزیو و همکاران^۷، ۲۰۲۳) هشدار داده‌اند که اتکای بیش‌ازحد به شبکه‌های غیررسمی در اقتصادهای در حال گذار، ممکن است بنگاه را دچار «قفل‌شدگی شناختی» نماید. در این حالت، وابستگی مدیر به حلقه‌ای بسته از شرکا، توانایی او را در پردازش عینی داده‌ها و شناسایی فرصت‌های نوین بازارهای توسعه‌یافته محدود می‌سازد و مانع از ارتقای قابلیت‌های تحلیلی سازمان می‌گردد. این دوگانگی در نتایج، بر ماهیت به‌شدت اقتضایی و زمینه‌مند سرمایه‌های مدیریتی در بازارهای در حال گذار تأکید دارد.

مرزبندی مفهومی شناخت، ذهنیت جهانی و قابلیت‌های پویای مدیریتی

یکی از چالش‌های بنیادین در ادبیات کسب‌وکار بین‌الملل، هم‌پوشانی مفهومی میان سازه‌های روان‌شناختی و راهبردی است. برای تبیین دقیق مسیر بین‌المللی‌شدن، تفکیک مرزهای این مفاهیم ضروری است. «شناخت مدیریتی» یک مفهوم بسیط نیست، بلکه به ساختارهای دانشی (طرح‌واره‌ها) و فرایندهای ذهنی (توجه، ادراک و استدلال) اشاره دارد که به‌عنوان یک «زیرساخت پردازشی» عمل می‌کنند. از سوی دیگر، «ذهنیت جهانی» و «هوش فرهنگی» زیرمجموعه‌ای جهت‌دار از شناخت هستند که نقش یک «فیلتر ادراکی-نگرشی» را ایفا کرده و گشودگی مدیر به تنوع فرهنگی را نشان می‌دهند.

با این وجود، این متغیرهای شناختی در خلأ به مزیت رقابتی تبدیل نمی‌شوند. «قابلیت‌های پویای مدیریتی» نباید با شناخت فردی و سرمایه‌های انسانی / اجتماعی خلط شوند؛ سرمایه‌های انسانی، اجتماعی و شناختی در واقع «پایه‌های منابع» هستند، در حالی که قابلیت‌های پویای مدیریتی «سازوکارهای عملیاتی و تبدیلی» شامل حس کردن، تصاحب و بازیگری می‌باشند که این سرمایه‌ها

1 Context

2 Institutional Voids

3 Agbo et al.

4 Olarewaju et al.

5 Talebi et al.

6 Mostafiz et al.

7 Kryeziu et al.

را برای ورود به بازار به کار می‌گیرند. به‌منظور جلوگیری از اطناب کلام و ارائه یک چارچوب تحلیلی، مرزهای مفهومی و سازوکارهای اثرگذاری این متغیرها در جدول ۱ سنتز شده است.

جدول ۱. تفکیک و سنتز مفهومی سازه‌های پژوهش

شناخت مدیریتی (سبک‌های دوفرایندی)	ذهنیت جهانی و هوش فرهنگی
دارای ماهیت «زیرساخت پردازشی» (نحوه دریافت و تحلیل داده‌ها؛ شهودی در برابر تحلیلی)؛ که نقش آن تعیین‌کننده «زمان‌بندی» و «سرعت» ورود به بازار و عبور از فلج تحلیلی است.	دارای ماهیت «فیلتر ادراکی-نگرشی» (گشودگی به تنوع فرهنگی و ظرفیت معناسازی فراملی)؛ که نقش آن غلبه بر نزدیک‌بینی منطقه‌ای و کاهش اثر بازدارنده «بیگانگی نهادی» در کشف فرصت‌هاست.
سرمایه‌های مدیریتی (انسانی، اجتماعی، شناختی)	قابلیت‌های پویای مدیریتی
دارای ماهیت «مخزن منابع خرد» (دانش انباشته، شبکه‌های ارتباطی و الگوهای ذهنی فرد)؛ که نقش آن تأمین‌کننده انرژی اولیه برای راه‌اندازی قابلیت‌های پویاست.	دارای ماهیت «سازوکار تبدیل فرایندی» (توانایی حس کردن، تصاحب و بازیگریندی منابع)؛ که نقش آن ترجمه ساختارهای شناختی ایستا به کنش‌های پویای سازمانی است.

جمع‌بندی پیشینه و تقاطع شکاف‌های پژوهشی

با مرور تفصیلی و یکپارچه ادبیات می‌توان دریافت که پژوهش‌های معاصر، گذار مهمی از تبیین‌های صرفاً ساختاری بین‌المللی‌شدن، به سمت تبیین‌های رفتاری و شناختی (بنیان‌های خرد) داشته‌اند. اگرچه اجماع قابل‌توجهی بر سر اهمیت ذهنیت جهانی و قابلیت‌های پویای مدیریتی وجود دارد، اما ادبیات موجود از چند شکاف نظری بنیادین رنج می‌برد که این پژوهش در پی پر کردن آن‌هاست.

نخست، تعاریف و مرزبندی‌های مرتبط با سبک‌های شناختی، هوش فرهنگی و فرایندهای ادراکی با هم‌پوشانی‌های گسترده‌ای روبه‌رو است که یکپارچه‌سازی مفهومی را دشوار می‌سازد. دوم، بحث بر سر کارآمدی سبک‌های شهودی در قیاس با سبک‌های تحلیلی برای تسریع بین‌المللی‌شدن (در چارچوب نظریه دوفرایندی) همچنان بدون حل باقی مانده و نتایج متناقضی گزارش شده است. سوم، نقش تعدیل‌گر متغیرهای زمینه‌ای، به‌ویژه ساختار نهادی اقتصادهای در حال گذار، اگرچه از لحاظ نظری پذیرفته شده، اما از حیث شواهد تجربی منسجم و مدل‌سازی یکپارچه دچار ضعف است.

از طرفی برآیند مطالعات نشان می‌دهد که رابطه شناخت مدیریتی و بین‌المللی‌شدن، رابطه‌ای خطی و یک‌سویه نیست، بلکه تحت تأثیر نحوه پردازش اطلاعات، قابلیت‌های مدیریتی و شرایط محیطی قرار دارد. مقایسه شواهد نشان می‌دهد که پردازش شهودی، به‌ویژه در شرایط ابهام و کمبود اطلاعات، با ورود سریع‌تر و زود هنگام‌تر به بازارهای خارجی ارتباط بیشتری دارد؛ در مقابل، پردازش تحلیلی با ارزیابی دقیق‌تر ریسک و مسیرهای تدریجی بین‌المللی‌شدن سازگارتر است. بنابراین، برتری هیچ‌یک از این سبک‌ها مطلق نیست و اثربخشی آنها به شرایط تصمیم و میزان عدم قطعیت محیط وابسته است.

همچنین، شواهد نشان می‌دهد که شناخت مدیریتی به‌تنهایی به پیامدهای سازمانی منجر نمی‌شود، بلکه از طریق تجربه، خودکارآمدی، ذهنیت جهانی، سرمایه اجتماعی و قابلیت‌های پویای مدیریتی به کنش راهبردی تبدیل می‌شود. از این منظر، قابلیت‌های پویای مدیریتی نقش حلقه واسط میان ظرفیت شناختی مدیر و پیامدهای بین‌المللی‌شدن را ایفا می‌کنند. در کنار این عوامل، شرایط نهادی نیز بر شدت و جهت این روابط اثر می‌گذارد. برای مثال، سرمایه اجتماعی در اقتصادهای در حال گذار می‌تواند با جبران ضعف نهادهای رسمی، بین‌المللی‌شدن را تسهیل کند؛ اما اتکای بیش از حد به شبکه‌های بسته ممکن است به محدودشدن اطلاعات و

قفل‌شدگی شناختی بینجامد. بنابراین، تفاوت نتایج مطالعات را می‌توان تا حدی ناشی از تفاوت در شرایط زمینه‌ای و سازوکارهای میانجی و تعدیلگر دانست.

در واقع، خلأ نظری مشخص در ادبیات موجود، فقدان یک نقشه راه جامع است که نشان دهد چگونه متغیرهای شناختی فردی، از مجرای قابلیت‌های پویای سازمانی (به‌عنوان سازوکار تبدیل) عبور کرده و با برخورد به فیلترهای محیطی، پیامدهای ملموسی نظیر سرعت و الگوی ورود را رقم می‌زنند. طراحی این چارچوب علی-اقتضایی یکپارچه، اصلی‌ترین خلأیی است که ضرورت استفاده از روش فراترکیب^۱ را در این پژوهش توجیه نموده و سهم متمایز (نوآوری) آن را در ادبیات کسب‌وکار بین‌الملل شکل می‌دهد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از منظر هدف، کاربردی و از حیث استراتژی گردآوری و تحلیل داده‌ها، یک پژوهش کیفی مبتنی بر رویکرد «فراترکیب تفسیری»^۲ است. هدف از این نوع فراترکیب، برخلاف مرورهای سیستماتیک سنتی یا فراتحلیل‌های کمی^۳ که صرفاً به تجمیع آماری نتایج می‌پردازند، تفسیر مجدد و یکپارچه‌سازی یافته‌های مفهومی پراکنده در مطالعات پیشین برای خلق یک چارچوب نظری نوین است. در تبیین این مسئله متدولوژیک که چرا و چگونه مطالعات کمی و کیفی در این فراترکیب با یکدیگر تلفیق شده‌اند، باید تصریح کرد که «واحد تحلیل» در این پژوهش، داده‌های خام آماری یا ضرایب عددی مقالات نبوده‌اند؛ بلکه «مفاهیم استخراج‌شده، سازوکارهای نظری و استنتاج‌های نهایی» گزارش‌شده در بخش بحث و نتیجه‌گیری مقالات (اعم از پیمایش‌های کمی مبتنی بر معادلات ساختاری و مطالعات موردی کیفی) به‌عنوان داده‌های متنی کیفی در نظر گرفته شده‌اند. این رویکرد استخراجی به پژوهشگر اجازه می‌دهد تا شواهد علی-استنتاجی حاصل از مدل‌سازی‌های کمی را با بینش‌های عمیق و زمینه‌مند حاصل از مطالعات کیفی در قالب یک «سنتز روایتی» با یکدیگر تلفیق نماید.

فراترکیب یک روش‌شناسی تفسیری عمیق است که در آن محقق به واکاوی، تفسیر و ترکیب تفسیرهای موجود در مطالعات منتخب می‌پردازد تا با استخراج واحدهای مفهومی و برچسب‌گذاری آن‌ها، به درکی یکپارچه و چارچوب‌های نظری نوینی دست یابد که فراتر از مجموع اجزای تشکیل‌دهنده آن مطالعات است (ایبلی، نارنجی‌ثانی و مزاری، ۱۳۹۹).

برای حفظ انسجام و دقت علمی، این پژوهش از دو چارچوب روش‌شناختی کاملاً مجزا و مکمل بهره برده است: نخست، پروتکل استاندارد پریزما^۴ موارد ترجیحی برای گزارش مرورهای سیستماتیک و فراتحلیل که منحصراً برای مراحل «شناسایی، غربالگری و انتخاب نظام‌مند مقالات» به کار گرفته شده است تا از سوگیری^۵ در ورود مطالعات جلوگیری شود؛ و دوم، الگوی هفت‌مرحله‌ای سندلوسکی و باروسو^۶ (۲۰۰۷) که پس از نهایی شدن پیکره‌ی مقالات منتخب، به‌عنوان متدولوژی اصلی برای استخراج کدها، تحلیل محتوای کیفی و انجام فراترکیب تفسیری یافته‌ها مورد استفاده قرار گرفته است (پیچ و همکاران^۷، ۲۰۲۱). این الگو شامل مراحل مستدل و پیوسته‌ای نظیر تنظیم سؤال تحقیق، مرور نظام‌مند متون، جست‌وجو و انتخاب مطالعات مناسب، استخراج اطلاعات،

1 Meta-synthesis

2 Interpretive Meta-synthesis

3 Meta-analysis

4 PRISMA

5 Bias

6 Sandelowski & Barroso

7 Page et al.

تجزیه و تحلیل و ترکیب یافته‌های کیفی، کنترل کیفیت و اعتبارسنجی، و در نهایت ارائه یافته‌ها است. این تفکیک روش‌شناختی تضمین می‌کند که فرایند گردآوری داده‌ها از فرایند سنتز آن‌ها کاملاً مستقل و نظام‌مند پیش رفته است. در ادامه، چگونگی پیاده‌سازی دقیق این مراحل در پژوهش حاضر تشریح می‌گردد.

در گام نخست، یعنی تنظیم و صورت‌بندی سؤال پژوهش، پرسش کلان تحقیق مبنی بر «چگونگی ارتباط میان شناخت و قابلیت‌های پویای مدیریتی با فرایند و پیامدهای بین‌المللی‌شدن در اقتصادهای درحال گذار»، به زیرپرسش‌های عملیاتی‌تر و دقیق‌تری شکسته شد. این تفکیک منطقی به محقق اجازه داد تا جست‌وجوی ادبیات را به‌صورت کاملاً هدفمند و قابل‌ردیابی پیش ببرد و تمرکز خود را بر متغیرهایی نظیر سبک‌های شناختی، هوش فرهنگی، تجربه مدیران و سرعت بین‌المللی‌شدن معطوف سازد. این پرسش‌ها پایه‌ای برای تعیین کلیدواژه‌های جست‌وجو و معیارهای ورود و خروج مطالعات در مراحل بعدی فراهم آوردند.

در گام دوم، راهبرد جست‌وجوی نظام‌مند برای شناسایی تمامی متون مرتبط طراحی و اجرا شد. قلمرو متون شامل مجموعه مقالات علمی انگلیسی و فارسی ارائه‌شده در پایگاه‌های داده معتبر بین‌المللی نظیر وب آو ساینس^۱، اسکوپوس^۲ و همچنین موتور جست‌وجوی گوگل اسکالر^۳ بود. برای هم‌راستا شدن با رویه‌های استاندارد فراترکیبی، کلیدواژه‌های جست‌وجو در قالب ترکیب‌های بولین^۴ به‌دقت طراحی شدند. این ترکیب‌ها شامل متغیرهای مستقل (شناخت مدیریتی، شناخت کارآفرینانه، ذهنیت جهانی، سبک‌های شناختی و بنیان‌های خرد)، متغیرهای میانجی (قابلیت‌های پویای مدیریتی) و متغیرهای وابسته و زمینه‌ای (سرعت بین‌المللی‌شدن، کسب‌وکارهای کوچک و متوسط، و اقتصادهای درحال گذار) بود. افزون بر جست‌وجوی مستقیم کلیدواژه‌ای، به‌منظور اطمینان از جامعیت پژوهش و جلوگیری از سوگیری عدم‌شمول، از تکنیک «زنجیره‌سازی استنادی»^۵ بهره‌گیری شد. این تکنیک شامل دو بخش «زنجیره‌سازی پس‌نگر» برای یافتن مطالعات بنیادین و ریشه‌ای که مقالات جدیدتر بر آن‌ها تکیه دارند، و «زنجیره‌سازی پیش‌نگر» برای رصد پیشرفت‌های روش‌شناختی اخیر و مناظرات نوظهور بود. استفاده از این راهبرد ترکیبی منجر به شناسایی چندین مقاله ارزشمند گردید که در جست‌وجوی اولیه کلیدواژه‌ای از قلم افتاده بودند.

به منظور تضمین پایایی^۶ و تکرارپذیری فرایند جست‌وجو در پایگاه‌های داده، رشته جست‌وجوی پایه با استفاده از عملگرهای منطقی (بولین) و عملگرهای کوتاه‌سازی^۷ به‌صورت دقیق و جامع طراحی شد. این رشته جست‌وجو که ترکیبی از متغیرهای شناختی، راهبردهای توسعه‌ای، نوع بنگاه و بستر نهادی است، به شکل زیر در موتورهای جست‌وجو اعمال گردید:

("managerial cognition" OR "managerial cognitive capability*" OR "managerial cognitive dynamic capabilities" OR "entrepreneurial cognition" OR "cognitive style*" OR "dual-process theory" OR "global mindset" OR "cultural intelligence" OR "strategic sensemaking") AND ("internationalization" OR "internationalisation" OR "export performance" OR "speed of internationalization" OR "earliness of internationalization" OR "cross-border expansion" OR

1 Web of Science

2 Scopus

3 Google Scholar

4 Boolean Operators

5 Citation Chaining

6 Reliability

7 Truncation

"foreign market entry") AND ("SME*" OR "small and medium enterprise*" OR "small and medium-sized enterprise*" OR "international new venture*" OR "born global*") AND ("transition econom*" OR "emerging econom*" OR "transition market*" OR "emerging market*" OR "developing countr*")

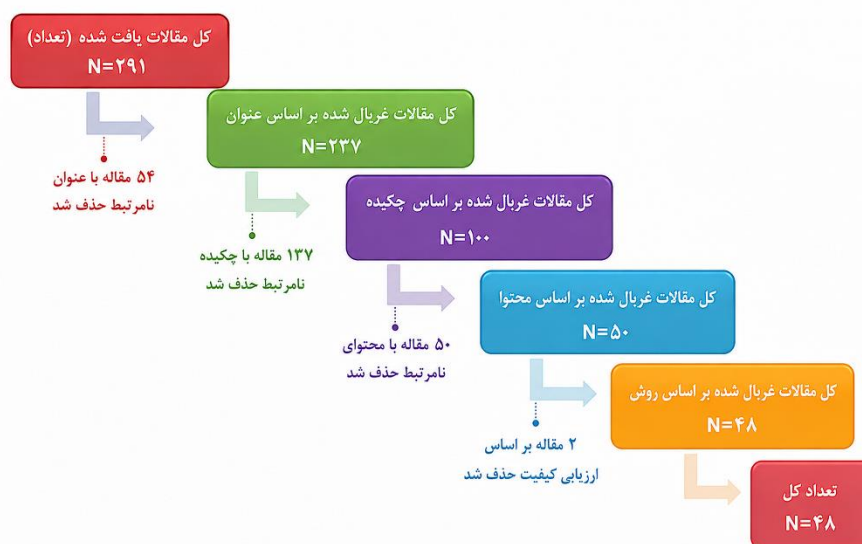
گام سوم به تدوین معیارهای شمول و عدم شمول و غربالگری مقالات اختصاص داشت. با الهام از پروتکل‌های دقیق مرور نظام‌مند، معیارهای ورود شامل ارتباط مستقیم و مفهومی با حداقل یکی از دو کانون اصلی پژوهش (شناخت مدیریتی / کارآفرینانه و پیامدهای بین‌المللی شدن نظیر سرعت و پیش‌دستی)، انتشار در مجلات علمی-پژوهشی معتبر، و بازه زمانی سال‌های ۲۰۰۰ تا ۲۰۲۵ میلادی بود. در مقابل، مطالعات نامرتب با محور شناخت، منابع فاقد متن کامل، گزارش‌های کنفرانسی و پایان‌نامه‌های چاپ‌نشده به‌عنوان معیارهای خروج در نظر گرفته شدند. در وهله نخست، با استفاده از رشته جست‌وجوی ترکیبی، تعداد ۲۹۱ مقاله شناسایی گردید. پس از خروج ۸۰ مورد رکورد تکراری که در پایگاه‌های مختلف هم‌پوشانی داشتند، ۲۱۱ مقاله وارد مرحله غربالگری اولیه شدند. در این مرحله، با بررسی دقیق «عنوان و چکیده»، تعداد ۱۶۱ مقاله از فرایند پژوهش خارج شدند؛ مبنای حذف در این مرحله شامل سه معیار اصلی بود: نخست، مقالاتی که تمرکز آن‌ها بر شرکت‌های چندملیتی بزرگ بود و ارتباطی با کسب و کارهای کوچک و متوسط نداشتند؛ دوم، مطالعاتی که صرفاً رویکردهای اقتصاد کلان را بررسی کرده و فاقد تمرکز بر متغیرهای شناختی یا قابلیت‌های پویای مدیران بودند؛ و سوم، پژوهش‌هایی که بستر جغرافیایی آن‌ها منحصرأً بازارهای کاملاً توسعه‌یافته بود و با مقتضیات اقتصادهای در حال گذار همخوانی نداشتند.

افزون بر این، به‌منظور شفاف‌سازی و عملیاتی‌سازی متغیر زمینه‌ای اقتصادهای در حال گذار، این مفهوم در پژوهش حاضر به‌عنوان چتری برای اقتصادهای در حال گذار (در حال گذار از اقتصاد متمرکز به بازار آزاد) و اقتصادهای نوظهور (دارای رشد سریع صنعتی اما مواجه با خلأهای نهادی) در نظر گرفته شد. معیار ورود مطالعات در این بخش، انجام پژوهش در کشورهایی بود که دارای ویژگی‌های دوگانه «رشد پرشتاب اقتصادی» در کنار «بی‌ثباتی‌های قانونی، تلاطم بازار و کیفیت پایین نهادهای رسمی» باشند. به‌منظور تدقیق این معیار، جدول زیر ویژگی‌های عملیاتی‌سازی شده این اقتصادها و توزیع جغرافیایی کشورهای مورد بررسی در ۴۸ مقاله منتخب این فراترکیب را نشان می‌دهد.

جدول ۲. عملیاتی‌سازی بستر پژوهش و پراکندگی جغرافیایی مطالعات منتخب

ابعاد عملیاتی‌سازی مفهوم	شاخص‌های کلیدی در ادبیات پژوهش	مصادیق کشورها مطالعات منتخب
ویژگی‌های ساختاری و اقتصادی	- رشد سریع اقتصادی و پتانسیل بالای بازار - گذار از اقتصاد دولتی/متمرکز به بازار رقابتی - تغییرات مداوم در قوانین تجاری و تعرفه‌ای	اقتصادهای نوظهور آسیایی و خاورمیانه: چین، هند، مصر، مالزی
ویژگی‌های نهادی (خلأ نهادی)	- ضعف در اجرای دقیق قراردادها و حقوق مالکیت - بی‌ثباتی قوانین، بروکراسی پیچیده و فساد اداری - اتکای اجباری بنگاه‌ها به شبکه‌های غیررسمی	اقتصادهای در حال گذار اروپای شرقی: رومانی، لهستان، کوزوو، صربستان
ویژگی‌های محیطی و بازار	- تلاطم و نوسانات شدید در متغیرهای کلان (نظیر نرخ ارز) - پیش‌بینی‌پذیری پایین و ریسک بالای محیطی - وابستگی به صادرات سنتی یا منابع محور	اقتصادهای نوظهور آفریقا و آمریکای لاتین: نیجریه، برزیل

پس از این ریزش، متن کامل ۵۰ مقاله باقی‌مانده مورد بررسی قرار گرفت. در این مرحله از ارزیابی عمیق، ۲ مقاله دیگر نیز کنار گذاشته شدند؛ دلیل خروج این مقالات، ابهام در روش‌شناسی، عدم ارائه یافته‌های شفاف تجربی و نامشخص بودن ابزارهای سنجش برای متغیرهای شناختی بود. در نهایت، پیکره‌ای متشکل از ۴۸ مقاله که دارای بالاترین سطح از انسجام علمی و تناسب موضوعی بودند، برای ورود به مرحله ارزیابی کیفیت نهایی تأیید گردیدند.



نمودار ۱. فرایند گزینش مقالات

در گام چهارم، به‌منظور ارزیابی دقیق کیفیت متون منتخب، تضمین روایی درونی فراترکیب و غربالگری نهایی، از ابزار استاندارد ارزیابی مهارت‌های حیاتی یا کسپ^۱ استفاده شد. در این مرحله، مقالات بر اساس ده شاخص کلیدی ارزیابی شدند که عبارتند از: (۱) وضوح اهداف پژوهش؛ (۲) منطق و ضرورت نظری انجام مطالعه؛ (۳) تناسب طرح و روش‌شناسی تحقیق؛ (۴) استراتژی نمونه‌گیری؛ (۵) کفایت و دقت در فرایند جمع‌آوری داده‌ها؛ (۶) ملاحظات بازتابی (کنترل سوگیری‌ها)؛ (۷) ملاحظات اخلاقی؛ (۸) استحکام در تجزیه و تحلیل داده‌ها؛ (۹) شفافیت در بیان یافته‌ها؛ و (۱۰) ارزش و مشارکت علمی پژوهش.

به‌منظور کمی‌سازی و دقت در غربالگری، هر یک از این ده شاخص بر اساس یک مقیاس پنج معیاره (از ۱= بسیار ضعیف تا ۵= بسیار عالی) توسط دو ارزیاب مستقل امتیازدهی شد (حداکثر امتیاز ممکن برای هر مقاله ۵۰ بود). بر اساس پروتکل کیفیت این پژوهش، مقالاتی که امتیاز زیر ۳۰ (سطح ضعیف و متوسط) کسب می‌کردند، به دلیل فقدان صلابت روش‌شناختی یا ضعف در گزارش‌دهی داده‌ها باید از فرایند خارج می‌شدند. در نهایت، پس از بررسی توافق میان ارزیابان، از میان ۵۰ مقاله راه‌یافته به این مرحله، ۲ مقاله فاقد استانداردهای لازم تشخیص داده شده و حذف گردیدند (مطابق با نمودار ۱). بدین ترتیب، تعداد ۴۸ مطالعه با

کسب امتیازهای خوب (۳۰ تا ۴۰) و عالی (۴۱ تا ۵۰) تأیید شده و مجوز ورود به گام پنجم (استخراج و تحلیل محتوای داده‌ها) را دریافت نمودند (احمدی و بهبودی، ۱۴۰۲).

گام پنجم شامل استخراج نظام‌مند داده‌ها و کدگذاری آن‌ها بود. در مرحله سنتز، تحلیل کیفی داده‌ها مبتنی بر «کدگذاری جهت‌دار» برخاسته از متون انجام گرفت. بدین‌صورت که ابتدا کدهای باز (شامل مفاهیم خرد نظیر حس کردن فرصت، تفکر شهودی، و محدودیت‌های ساختاری) استخراج شدند. سپس این کدها بر اساس قرابت معنایی در قالب مقوله‌های محوری طبقه‌بندی گردیده و نهایتاً با انتزاع بیشتر، به تم‌های اصلی (روایت‌های نظری یکپارچه) تبدیل شدند.

گام ششم، که یکی از حیاتی‌ترین مراحل در تضمین صلابت علمی پژوهش‌های کیفی است، به کنترل کیفیت فرایند کدگذاری و اعتبارسنجی^۱ یافته‌ها اختصاص داشت. در بسیاری از مطالعات فراترکیب، برای سنجش پایایی از رویکردهای کمی نظیر محاسبه ضریب توافق کاپای کوهن^۲ میان دو کدگذار مستقل استفاده شده است. با این وجود، از آنجا که در پژوهش حاضر داده‌های میدانی جدیدی گردآوری نشده و ماهیت کار صرفاً سنتز و تفسیر ادبیات موجود است، استفاده از شاخص‌های کمی یا انجام مصاحبه‌های رسمی ساختاریافته لزومی نداشت.

به‌منظور تأمین قابلیت اتکا و تضمین استقلال تفسیری پژوهشگر، سازوکار بازبینی همتایان (خبرگان)^۳ با دقت بالایی اجرا گردید. در این فرایند، نتایج کدگذاری‌ها و مرزبندی تم‌ها در اختیار دو نفر از اعضای هیئت علمی دانشگاه با حداقل ده سال سابقه پژوهشی تخصصی در حوزه «استراتژی و کسب‌وکار بین‌الملل» و مسلط به روش‌های کیفی قرار گرفت. فرایند بازبینی شامل بررسی انتقادی نحوه تخصیص کدها به مقوله‌ها و میزان تناسب تم‌های استخراج‌شده با ادبیات پایه بود. در این مرحله، اختلاف‌نظرهای جزئی (به‌ویژه در خصوص مرزبندی دقیق میان قابلیت‌های پویای مدیریتی و متغیرهای شناختی صرف) از طریق بحث‌های عمیق و تا زمان رسیدن به توافق نظری کامل برطرف گردید. این رویکرد، ضمن رفع سوگیری‌های احتمالی پژوهشگر، شفافیت سازه‌ها را به‌شدت افزایش داد و انسجام منطقی چارچوب نهایی را به‌طور کامل تضمین نمود (ابیلی، نارنجی‌ثانی و مزاری، ۱۳۹۹).

تحلیل داده‌ها و یافته‌های پژوهش

تحلیل محتوای عمیق و نظام‌مند^{۴۸} مقاله منتخب در این فراترکیب، نشان‌دهنده چشم‌انداز پژوهشی گسترده‌ای است که به بررسی اثر قابلیت‌های شناختی مدیران بر فرایند بین‌المللی‌شدن بنگاه‌های کوچک و متوسط در اقتصادهای در حال گذار می‌پردازد. رویکردهای روش‌شناختی در این مطالعات، طیفی متنوع از پیمایش‌های کمی با بهره‌گیری از مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM و PLS) تا مطالعات موردی کیفی و رویکردهای پیکربندی‌محور (نظیر fsQCA) را دربرمی‌گیرد. فرایند کدگذاری داده‌ها بر اساس الگوی تفسیری و با استخراج کدهای اولیه، تجمیع در مقوله‌های فرعی و نهایتاً انتزاع در قالب تم‌های اصلی صورت پذیرفت. در راستای پاسخگویی دقیق به سه سؤال اصلی پژوهش، کدهای باز (شامل مفاهیم خرد استخراج‌شده از متون) در قالب چهار روایت نظری (تم‌های نهایی) سازمان‌دهی شده‌اند. این چهار روایت، به‌ترتیب به تبیین مؤلفه‌های شناختی (پاسخ به سؤال اول)، سازوکار

1 Reliability

2 Cohen's Kappa

3 Peer Debriefing

میانجی قابلیت‌های پویا (پاسخ به سؤال دوم) و تأثیر شرایط نهادی در اقتصادهای در حال گذار (پاسخ به سؤال سوم) می‌پردازند که هر روایت، بخشی از مدل پویای بین‌المللی‌سازی را تبیین می‌کند.

پیش از ورود به تبیین تم‌ها، ذکر یک نکته روش‌شناختی ضروری است؛ ارقام ارائه‌شده در خصوص فراوانی مقوله‌ها و مفاهیم در این بخش (نظیر ۱۶ مطالعه از ۴۸ مورد)، ادعایی بر اثبات قطعی روابط علی یا قدرت تبیینی مطلق یک متغیر نیستند. از آنجا که ماهیت فراترکیب مبتنی بر تفسیر ثانویه است، این کسرها صرفاً بازتاب‌دهنده‌ی «میزان تمرکز، چگالی و توجه ادبیات موجود» بر یک مسیر مفهومی خاص در میان مقالات منتخب می‌باشند و شواهد سنتز شده، روابط را به‌صورت استنتاجی تبیین می‌کنند.

افزون بر این، هدف از ارائه این یافته‌ها صرفاً دسته‌بندی توصیفی ادبیات نیست، بلکه ایجاد یک «سنتز روایتی» است تا روابط پنهان میان متغیرها کشف گردد. بر پایه کدهای استخراج‌شده، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که فرایند بین‌المللی‌شدن شرکت‌های کوچک و متوسط در اقتصادهای در حال گذار، بیش از آنکه واکنشی مکانیکی به متغیرهای ساختاری باشد، محصول بازنمایی ذهنی مدیران از محیط است. در ادامه، این تم‌های استخراج‌شده به‌صورت روایتی تبیین می‌گردند. جدول ۲، نمایانگر ساختار کدگذاری و فرایند تقلیل داده‌ها از عبارات کلیدی متون به تم‌های نهایی است که استخوان‌بندی مفهومی این پژوهش را تشکیل می‌دهند.

جدول ۳. ساختار کدگذاری و استخراج تم‌های پژوهش

کدها / عبارات اصلی	مقوله‌های فرعی	مقوله / تم نهایی
پیچیدگی شناختی؛ ادراک ریسک؛ تئوری دوفراپندگی؛ سبک منطقی/تحلیلی؛ سبک تجربی/شهودی؛ شناسایی فرصت؛ واکنش به عدم قطعیت.	عملیاتی‌سازی‌های سبک شناختی؛ بنیان‌های شناختی تصمیم/فرصت؛ تقابل استدلال تحلیلی و تجربی.	تم ۱: سبک‌ها و معماری شناخت مدیریتی
ذهنیت جهانی؛ هوش فرهنگی؛ ادراک بازارهای مختلف؛ سازگاری فرهنگی؛ تعامل اثربخش چندفرهنگی؛ تصمیم‌های راهبردی.	ادراک ساختارهای دانشی و مناسب‌سازی مدیریتی؛ تسهیل شناسایی فرصت و عملکرد صادراتی.	تم ۲: ذهنیت جهانی و شایستگی‌های بین‌فرهنگی
سرمایه انسانی؛ سرمایه اجتماعی؛ سرمایه شناختی؛ حس‌کردن؛ تصاحب؛ بازپیکربندی؛ نوآوری مدل کسب‌وکار.	اجزای قابلیت‌های پویای مدیریتی؛ نقش میانجی/تعدیل‌گر قابلیت‌های پویا؛ سازوکار تبدیل شناخت به کنش.	تم ۳: قابلیت‌های پویای مدیریتی
تجربه پیشین مدیریتی؛ تحصیلات و مهارت‌ها؛ شبکه‌ها؛ پیش‌فعالیت؛ تهاجمی بودن راهبردی؛ خودکارآمدی.	تجربه بین‌المللی مدیران؛ مسیرهای میانجی‌شده تجربه به سمت پیامد.	تم ۴: پیش‌آیندهای رفتاری و تجربی
کیفیت نهادی؛ پویایی بازار؛ ساختار مالکیت؛ خلأ نهادی؛ نوع صنعت (فناوری‌بالا/ تولیدی سنتی)؛ ویژگی‌های اقتصادهای در حال گذار.	تعدیل‌گرهای زمینه‌ای؛ شرایط مرزی؛ محدودیت‌های اکوسیستم.	تم ۵: تعدیل‌گرهای زمینه‌ای و محیطی
شدت صادرات؛ دامنه بازار؛ سرعت/تقدم در ورود؛ عملکرد ادراک‌شده؛ الگوهای سریع در برابر تدریجی.	پیامدهای عملکردی؛ پیامدهای زمانی/الگوی بین‌المللی‌شدن.	تم ۶: پیامدهای بین‌المللی‌شدن و شاخص‌ها

بر پایه کدهای استخراج‌شده در جدول بالا، یافته‌های این پژوهش شامل شش تم اصلی است که به‌منظور انسجام در ارائه یافته‌ها، در قالب پنج محور تحلیلی کلان سازمان‌دهی شده‌اند (به‌طوری که تم‌های پنجم و ششم در قالب یک محور مشترک علت و معلولی تبیین می‌گردند). در ادامه، هر یک با استناد دقیق به متون و شواهد تجربی کالبدشکافی و تبیین می‌گردد.

سبک‌ها و معماری شناخت مدیریتی در تقابل با ابعاد زمانی بین‌المللی‌شدن

نخستین و پربسامدترین تم استخراج‌شده، به معماری شناختی و ساختارهای دانشی تصمیم‌گیرندگان اشاره دارد. مطالعات مرور شده، شناخت مدیریتی را فراتر از یک ویژگی تک‌بعدی ثابت در نظر گرفته و آن را در قالب «سبک‌ها» و «نظام‌های پردازشی» مفهوم‌پردازی کرده‌اند. در این میان، بهره‌گیری از «نظریه دوفرایندی» برای تبیین ارتباط میان شناخت و متغیر «سرعت بین‌المللی‌شدن» بسیار برجسته است. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که مدیران به‌طور هم‌زمان از دو سیستم پردازش اطلاعات استفاده می‌کنند: سیستم تفکر منطقی / تحلیلی که مبتنی بر منطق، ارزیابی دقیق ریسک و جمع‌آوری نظام‌مند داده‌هاست، و سیستم تفکر تجربی / شهودی که سریع، خودکار، کل‌نگر و مبتنی بر الگوهای ذهنی پیشین است.

یافته‌های تجربی حاکی از آن است که این سبک‌های شناختی، اثرات کاملاً متفاوتی بر الگوهای ورود به بازارهای خارجی دارند. مطالعات کیفی و کمی نشان داده‌اند که شناخت تجربی و استدلال شهودی، مدیران را قادر می‌سازد تا در محیط‌های دارای عدم قطعیت بالا و در غیاب داده‌های متقن بازار، بر «فلج تحلیلی» غلبه کرده و تصمیمات سریعی اتخاذ کنند. از این رو، سبک شهودی با زود هنگامی در ورود، سرعت بالای گسترش و شکل‌گیری الگوهای بین‌المللی‌شدن سریع (نظیر شرکت‌های جهانی‌زاد) پیوند ناگسستنی دارد (ولاچیچ و همکاران^۱، ۲۰۲۲؛ سیلوا و همکاران^۲، ۲۰۲۱). در نقطه مقابل، مدیرانی که سبک شناختی منطقی و تحلیلی در آن‌ها غالب است، تمایل بیشتری به برنامه‌ریزی‌های طولانی‌مدت و ارزیابی محتاطانه بازارها نشان می‌دهند که این امر به گسترش تدریجی و مرحله‌ای (نظیر مدل‌های سنتی آپسالا) منجر می‌گردد (ولاچیچ، گونزالس-لوریرو و ادواردسن^۳، ۲۰۲۳). با این وجود، ادبیات تأکید می‌کند که هیچ‌یک از این سبک‌ها به‌تنهایی تضمین‌کننده موفقیت نیستند؛ بلکه پیچیدگی شناختی^۴ و توانایی مدیر در نوسان و تعادل میان استدلال شهودی و تحلیلی، متناسب با میزان پویایی محیط، کلید دستیابی به مزیت رقابتی پایدار است.

ذهنیت جهانی، هوش فرهنگی و معناسازی راهبردی

تم محوری دوم، بر قابلیت‌های شناختی مرتبط با ادراک بین‌فرهنگی و گشودگی ذهنی تمرکز دارد. ذهنیت جهانی در ادبیات به‌عنوان آمادگی شناختی برای درک تنوع بازارها، پردازش پیچیدگی‌های فراملی و شناسایی فرصت‌ها در محیط‌های ناآشنا صورت‌بندی می‌شود. شواهد تجربی، به‌ویژه در بستر بنگاه‌های کوچک و متوسط چینی و سایر اقتصادهای در حال گذار، تأیید می‌کنند که ذهنیت جهانی نقش یک فیلتر ادراکی قدرتمند را ایفا می‌کند که به مدیران اجازه می‌دهد سیگنال‌های ضعیف بازار را پیش از رقبا دریافت کنند (علی و همکاران^۵، ۲۰۲۳؛ هه و همکاران^۶، ۲۰۲۰).

افزون بر این، هوش فرهنگی و هوش هیجانی به‌عنوان سازه‌های مکمل ذهنیت جهانی، ظرفیت سازمان را برای سازگاری با محیط‌های چندفرهنگی ارتقا می‌دهند. مدیرانی که از شایستگی‌های بین‌فرهنگی بالایی برخوردارند، نه تنها در مذاکرات بین‌المللی موفق‌تر عمل می‌کنند، بلکه می‌توانند استراتژی‌های بازاریابی خود را با دقت بیشتری با ترجیحات بومی کشورهای مقصد تطبیق دهند.

1 Vlačić et al.

2 Silva et al.

3 Vlačić, González-Loureiro & Eduardsen

4 Cognitive Complexity

5 Ali et al.

6 He et al.

این ادغام قابلیت‌های شناختی و مبتنی بر اطلاعات در چارچوب‌های چندفرهنگی، نشان می‌دهد که چگونه شناخت از یک ویژگی ذهنی انتزاعی، به یک قابلیت عملیاتی برای کاهش «فاصله روانی و نهادی» تبدیل می‌شود (میوسویچ و کرنیاک-کارانوویچ^۱، ۲۰۱۱؛ کابرال و همکاران^۲، ۲۰۲۰؛ فخرالدین^۳، ۲۰۲۱).

پیش‌آیندهای تجربی و نقش متغیرهای اجتماعی-شناختی

سنتز شواهد در این فراترکیب حاکی از آن است که دستگاه شناختی مدیران در خلأ عمل نمی‌کند، بلکه ریشه در انباشت تجربیات و شایستگی‌های رفتاری پیشین دارد. تجربه بین‌المللی مدیران، سابقه کار در خارج از کشور و سطح تحصیلات، به‌عنوان مهم‌ترین پیش‌آیندهای شکل‌گیری قابلیت‌های شناختی شناسایی شده‌اند. تجربه پیشین به‌طور غیرمستقیم بر بین‌المللی‌شدن اثر می‌گذارد؛ بدین صورت که ادراک ریسک^۴ را در ذهن مدیر کاهش داده و اعتمادبه‌نفس او را برای ورود به قلمروهای ناشناخته افزایش می‌دهد (سندوال^۵، ۲۰۲۴؛ بوئرمنز و همکاران^۶، ۲۰۱۳).

با این حال، تحلیل انتقادی ادبیات آشکار می‌سازد که تجربه به‌تنهایی برای تضمین موفقیت بین‌المللی کافی نیست. متغیرهای رفتاری و اجتماعی-شناختی نظیر «قصد و نیت گسترش صادرات»، «خودکارآمدی» و ویژگی «پیشگامی و تهاجمی بودن در بازار»^۷، نقش کاتالیزور و میانجی را میان تجربه خام و عملکرد نهایی ایفا می‌کنند. به عبارت دیگر، تجربه تنها زمانی به استراتژی‌های بین‌المللی تهاجمی منجر می‌شود که با سطح بالایی از خودکارآمدی و شایستگی‌های رفتاری کارآفرینانه ترکیب شده باشد (میتان و همکاران^۸، ۲۰۲۳؛ کورتلازو و همکاران^۹، ۲۰۲۰؛ ووچکیک و سیسزفسکا-ملیناریک^{۱۰}، ۲۰۲۰).

قابلیت‌های پویای مدیریتی به‌عنوان سازوکار تبدیل و میانجی

یکی از مهم‌ترین و پرتکرارترین یافته‌های استخراج‌شده از این مرور نظام‌مند، تأکید مقالات بر نقش حیاتی «قابلیت‌های پویای مدیریتی» است که به‌عنوان پل ارتباطی میان روان‌شناسی فردی مدیر و خروجی‌های کلان سازمانی عمل می‌کند. بر اساس سنتز داده‌ها، ۲۵ مطالعه از ۴۸ مقاله منتخب، با ارائه شواهد تجربی گزارش کرده‌اند که قابلیت‌های پویای مدیریتی نقش میانجی را در این فرایند ایفا می‌کنند. به عبارت دیگر، این مطالعات استدلال می‌کنند که شناخت مدیران به‌خودی‌خود مزیت رقابتی خلق نمی‌کند، بلکه این شناخت خام باید از طریق اجزای سه‌گانه قابلیت‌های پویای مدیریتی (یعنی قابلیت‌های حس کردن، تصاحب و بازیگری) در عمل ترجمه شود.

1 Miocevic & Crnjak-Karanović

2 Cabral et al.

3 FakhrEldin

4 Risk Perception

5 Sandoval

6 Boermans et al

7 Proactiveness and Aggressiveness

8 Mitan et al.

9 Cortellazzo et al.

10 Wójcik & Ciszewska-Mlinaric

مدیران با بهره‌گیری از سرمایه‌شناسی خود، فرصت‌ها و تهدیدهای بازارهای خارجی را «شناسایی می‌کنند»؛ سپس با استفاده از سرمایه اجتماعی و شبکه‌های ارتباطی، منابع لازم را تجهیز کرده و فرصت‌ها را «تصاحب می‌نمایند»؛ و در نهایت با اتکا به سرمایه انسانی و تخصص خود، دارایی‌ها و مدل کسب‌وکار سازمان را متناسب با بازارهای جدید «بازپیکربندی می‌کنند» (کریزیو و همکاران^۱، ۲۰۲۳). در این راستا، مفهوم «نوآوری مدل کسب‌وکار»^۲ نیز به‌عنوان یکی از خروجی‌های کلیدی بازپیکربندی شناختی برجسته شده است. سرمایه‌شناسی و اجتماعی مدیرعامل از تغییرات راهبردی لازم برای سازگار کردن فرایندهای خلق و ارائه ارزش در بازارهای بین‌المللی پشتیبانی می‌کند (مرین-رودریگانیز و همکاران^۳، ۲۰۲۴).

با این وجود، یافته‌های مربوط به نقش «سرمایه اجتماعی» در درون چارچوب قابلیت‌های پویای مدیریتی، با ناهمگونی‌هایی همراه است. در حالی که بسیاری از مطالعات بر نقش مثبت شبکه‌سازی در تسهیل ورود به بازار تأکید دارند، برخی پژوهش‌ها در اقتصادهای درحال‌گذار به اثرات فاقد معنا یا حتی منفی اتکای افراطی به شبکه‌های غیررسمی اشاره کرده‌اند. این امر حاکی از آن است که پیچیدگی در شبکه‌سازی و اتکای بیش‌ازحد به روابط محلی، ممکن است بنگاه را دچار «قفل‌شدگی شناختی» کرده و از کشف فرصت‌های نوآورانه بازدارد (مستفیض و همکاران^۴، ۲۰۱۹).

پیامدهای عملکردی بین‌المللی‌شدن و نقش تعدیل‌گرهای زمینه‌ای

تم‌نهایی پژوهش که تلفیق تم‌های ۵ و ۶ است، به بررسی نحوه ترجمه قابلیت‌های شناختی به خروجی‌های عملکردی و نقش متغیرهای محیطی اختصاص دارد. پیامدهای بین‌المللی‌شدن معمولاً از طریق شاخص‌هایی نظیر شدت صادرات، دامنه بازار، سرعت ورود و شناسایی فرصت‌ها سنجیده می‌شود. متون بررسی‌شده قویاً تأیید می‌کنند که شناخت مدیریتی به‌طور اساسی رابطه میان قابلیت‌های پویا و این پیامدهای عملکردی را میانجی‌گری و تقویت می‌نماید (علی و همکاران^۵، ۲۰۲۳؛ میوسویچ و کرنیاک-کارانوویچ^۶، ۲۰۱۱).

با این حال، اثربخشی این فرایندهای شناختی به‌شدت «زمینه‌مند» است. اقتصادهای درحال‌گذار به دلیل دارا بودن ویژگی‌هایی نظیر کیفیت پایین نهادی (خلاء نهادی)، تلاطم بالای بازار و عدم قطعیت‌های نظام‌مند، اثربخشی قابلیت‌های شناختی را تعدیل می‌کنند. در محیط‌های دارای خلاء نهادی، شناخت مدیریتی و شبکه‌های غیررسمی غالباً به‌عنوان نهادهای جایگزین برای تسهیل مبادلات عمل می‌کنند. اما پویایی بیش‌ازحد بازار می‌تواند رابطه میان ذهنیت جهانی و شناسایی فرصت‌ها را تضعیف نماید؛ زیرا در محیط‌های بی‌ثبات، پیش‌بینی‌پذیری کاهش یافته و اتکا به شناخت تجربی گذشته ممکن است گمراه‌کننده باشد (اولارواجو و همکاران^۷، ۲۰۲۳؛ آگبو و همکاران^۸، ۲۰۲۳؛ جئونگ و لی^۹، ۲۰۲۴). علاوه بر ساختارهای کلان، متغیرهای سطح خرد نظیر ساختار

1 Kryeziu et al.

2 Business Model Innovation (BMI)

3 Merín-Rodríguez et al.

4 Mostafiz et al.

5 Ali et al.

6 Miocevic & Crnjak-Karanović

7 Olarewaju et al.

8 Agbo et al.

9 Jeong & Lee

مالکیت، اندازه بنگاه و نوع صنعت (فناوری پیشرفته در برابر تولیدی سنتی) نیز به‌عنوان شرایط مرزی^۱ عمل کرده و تعیین می‌کنند که شناخت مدیر تا چه اندازه می‌تواند به استراتژی‌های بین‌المللی موفق ترجمه شود (طالبی و همکاران^۲، ۲۰۱۷). به‌منظور ایجاد یک تصویر کلان و یکپارچه از وزن و توزیع مضامین تحلیلی در ادبیات، جدول ۴، فراوانی و شرح تفصیلی مضامین اصلی شناسایی‌شده در پیکره متون را خلاصه می‌نماید.

جدول ۴. مضامین اصلی در ادبیات، میزان تکرار و توصیف تحلیلی آن‌ها

شرح و تحلیل مضمون	میزان تکرار	مضمون (تم موضوعی)
قابلیت‌های پویای مدیریتی شامل شناخت، سرمایه انسانی و اجتماعی، موتور محرک بهره‌برداری از فرصت‌های فرامرزی در بنگاه‌های کوچک و متوسط هستند. مطالعات نقش میانجی این قابلیت‌ها را میان سبک‌های شناختی و پیامدهای بین‌المللی برجسته کرده و بر تعامل ظرفیت‌های حس کردن، تصاحب و بازیگربندی در بازارهای نوظهور تأکید دارند.	۱۶ مقاله (از ۴۸)	قابلیت‌های پویای مدیریتی و عملکرد بین‌المللی
پژوهش‌ها میان شناخت تجربی (شهودی) و منطقی (تحلیلی) تمایز قائل شده‌اند. شواهد حاکی از آن است که استدلال شهودی محرک بین‌المللی‌شدن زود هنگام و سریع است، در حالی که شناخت منطقی از استراتژی‌های گسترش تدریجی و سنجیده حمایت می‌کند.	۱۴ مقاله (از ۴۸)	سبک‌های شناختی مدیران و ابعاد زمانی بین‌المللی‌شدن
ذهنیت جهانی مدیران در بنگاه‌های کوچک و متوسط که با پیچیدگی شناختی و گشودگی فرهنگی مشخص می‌شود، برای غلبه بر محدودیت‌های منابع و شناسایی فرصت‌های بازار حیاتی است. این ویژگی به‌ویژه در اقتصادهای درحال گذار، مستقل از اندازه بنگاه، عملکرد صادراتی را تسهیل می‌نماید.	۱۳ مقاله (از ۴۸)	ذهنیت جهانی و شناسایی فرصت‌های برون‌مرزی
اثرات ترکیبی دانش مدیریتی، شبکه‌ها و هوش فرهنگی بر پیامدهای بین‌المللی‌شدن بنگاه‌های کوچک و متوسط تعیین‌کننده است. یافته‌ها هشدار می‌دهند که برخلاف اثر همواره مثبت دانش، اتکای افراطی به سرمایه اجتماعی (شبکه‌های غیررسمی) می‌تواند به اثرات منفی بر عملکرد منجر شود که بیانگر تعاملات ظریف منابع شناختی است.	۱۲ مقاله (از ۴۸)	تعامل سرمایه انسانی، اجتماعی و روان‌شناختی
خاأ‌های نهادی، پویایی بازار و عوامل صنعتی در اقتصادهای درحال گذار مشخص می‌کنند که قابلیت‌های شناختی چگونه به عملکرد ترجمه می‌شوند. برای مثال، پویایی شدید بازار ممکن است اثر ذهنیت جهانی را تعدیل منفی کند که نشان‌دهنده نیاز به پایداری شناخت در محیط‌های بی‌ثبات است.	۷ مقاله (از ۴۸)	تعدیل‌گرهای زمینه‌ای و محیطی قابلیت‌های شناختی

تحلیل جامع یافته‌ها نشان می‌دهد که تبیین پدیده بین‌المللی‌شدن در بنگاه‌های کوچک و متوسط اقتصادهای درحال گذار، مستلزم عبور از نگاه‌های خطی و تک‌متغیره، و اتخاذ رویکردی نظام‌مند و چندبعدی است که تعامل پیوسته میان شناخت فردی، ساز و کارهای سازمانی (قابلیت‌های پویای مدیریتی) و اقتضائات نهادی را به‌طور یکپارچه لحاظ نماید.

بحث، بررسی و چارچوب مفهومی

هدف غایی از انجام این مطالعه فراترکیب، عبور از توصیف صرف مقالات پیشین و دستیابی به یک تفسیر یکپارچه، انتقادی و کلان‌نگر از چگونگی اثرگذاری قابلیت‌های شناختی مدیران بر فرایند بین‌المللی‌شدن بنگاه‌های کوچک و متوسط در اقتصادهای درحال گذار بود. واکاوی عمیق ۴۸ مطالعه منتخب نشان داد که تبیین موفقیت یا شکست در بازارهای بین‌المللی، نیازمند گذار از تئوری‌های

1 Boundary Conditions

2 Talebi et al.

تقلیل گرایانه (نظیر دیدگاه سنتی مبتنی بر منابع) و اتخاذ رویکردی چندبعدی است که روان‌شناسی تصمیم‌گیرنده، قابلیت‌های سازمانی و اقتضائات نهادی را به‌طور هم‌زمان لحاظ نماید. در این بخش، ضمن ارائه تفسیری جامع از یافته‌ها، نقاط همگرایی (توافقات) و واگرایی (اختلافات) در ادبیات موجود کالبدشکافی شده و ریشه‌های روش‌شناختی و زمینه‌ای این تناقضات مورد بحث قرار می‌گیرد. سهم متمایز این پژوهش فراتر از یک دسته‌بندی توصیفی ادبیات است؛ بلکه با ایجاد یک «سنتز روایتی»، روابط پنهان میان متغیرها را کشف می‌نماید. در تطبیق یافته‌های این پژوهش با ادبیات جریان اصلی، تفاوت‌های معناداری مشاهده می‌شود که قدرت تبیینی این چارچوب را برجسته می‌سازد. در حالی که تئوری‌های سنتی نظیر مدل اویسالا، بر انباشت تدریجی دانش بازار تأکید دارند، سنتز یافته‌های این پژوهش نشان داد که در محیط‌های به‌شدت متلاطم اقتصادی در حال گذار، تکیه افراطی بر عقلانیت سیستماتیک می‌تواند به از دست رفتن پنجره‌های فرصت منجر شود. این پژوهش استنتاج نمود که سبک شناختی شهودی، یک خطای ادراکی نیست، بلکه یک «راهکار انطباقی استراتژیک» برای غلبه بر فلج تحلیلی در محیط‌های پرابهام است.

از سوی دیگر، واکاوی انتقادی ادبیات هشدار می‌دهد که اقتصادهای در حال گذار را نباید به‌عنوان یک کل کاملاً همگن در نظر گرفت. تفاوت در میزان «خال‌های نهادی»، ساختارهای قانونی و پویایی بازار در کشورهایی با اقتصاد در حال گذار، اثرات متفاوتی بر کارآمدی سازوکارهای شناختی می‌گذارد و استراتژی‌های جبرانی متفاوتی را می‌طلبد.

تفسیر یافته‌ها و همگرایی‌های بنیادین در ادبیات

در میان مطالعات مرورشده، اجماع گسترده و خدشه‌ناپذیری پیرامون اهمیت حیاتی «شناخت مدیریتی» و «قابلیت‌های پویای مدیریتی» به‌عنوان موتور محرک بین‌المللی شدن وجود دارد. رویکردهای غریب‌پویا در تبیین بین‌المللی شدن شرکت‌های کوچک و متوسط در محیط‌های پرنوسان ناکارآمد هستند؛ لذا طراحی الگویی که پویایی خود را از بازخوردهای متقابل میان متغیرهای سازمانی و تنوع شرایط محیطی بازارهای در حال گذار دریافت کند، یک ضرورت استراتژیک برای موفقیت این بنگاه‌هاست (معقولی‌حسنجانی و همکاران، ۱۴۰۲). از طرفی در محیط‌های پیچیده و متلاطم، کسب و کارها با تکیه بر قابلیت‌های شناختی مدیران خود جهت شبکه‌سازی اثربخش و یادگیری فناورانه، بر محدودیت منابع غلبه کرده و با اتخاذ رویکردهای اقتضایی، سرعت رشد و تاب‌آوری خود را در بازارهای بین‌المللی تضمین می‌کنند (چی و همکاران^۱، ۲۰۲۲؛ بیانچی و استویان^۲، ۲۰۲۲؛ ذاکری و صارمی^۳، ۲۰۲۴).

پژوهشگران هم‌نظرند که متغیرهای ساختاری بنگاه به‌خودی‌خود به مزیت رقابتی منجر نمی‌شوند، بلکه این ذهنیت و دستگاه شناختی مدیر است که ارزش استراتژیک این منابع را درک و فعال می‌سازد. یکی از پررنگ‌ترین نقاط همگرایی، تأثیر بلامنازع «ذهنیت جهانی» و «سرمایه انسانی مدیریتی» بر تسهیل شناسایی فرصت‌های فرامرزی است. مطالعات متعددی تأیید کرده‌اند که مدیران دارای گشودگی شناختی و شایستگی‌های بین‌فرهنگی، از ظرفیت بالاتری برای پردازش سیگنال‌های ضعیف بازار برخوردارند و می‌توانند بر نزدیک‌بینی منطقه‌ای غلبه کنند (علی و همکاران^۴، ۲۰۲۳؛ میوسویچ و کرنیاک-کارانوویچ^۵، ۲۰۱۱).

1 Chebbi et al.

2 Bianchi & Stoian

3 Zakery & Saremi

4 Ali et al.

5 Miocevic & Crnjak-Karanović

نقطه همگرایی دوم در این فراترکیب، تکرار و تأیید مستمر نقش میانجی قابلیت‌های پویای مدیریتی در شواهد تجربی پیشین است. سنتز ادبیات به‌طور منسجمی نشان می‌دهد که پژوهشگران حوزه کسب‌وکار بین‌الملل، عموماً تبدیل شناخت فردی مدیران (به‌عنوان یک متغیر روان‌شناختی) به عملکرد صادراتی (به‌عنوان یک متغیر اقتصادی) را بدون عبور از فیلتر قابلیت‌های پویای مدیریتی ناممکن می‌دانند. به عبارت دیگر، شواهد نشان می‌دهند که مدیران برای اثربخشی، باید شناخت خود را برای «حس کردن/ شناسایی» تغییرات بازار، استفاده از شبکه‌های ارتباطی برای «تصاحب» فرصت‌ها و در نهایت «بازپیکربندی» مدل کسب‌وکار به کار گیرند (دوران و آگودو، ۲۰۲۲). این توافق میان پژوهشگران، نشان‌دهنده یک بلوغ نظری در ادبیات است که بنیان‌های خرد سطح فردی را با استراتژی‌های سطح کلان پیوند می‌دهد.

کالبدشکافی واگرایی‌ها و تناقضات در پیشینه پژوهش

با وجود توافقات یاد شده، واکاوی انتقادی متون نشان‌دهنده واگرایی‌ها و تناقضات معناداری در خصوص شدت، جهت و نحوه اثرگذاری برخی سازه‌های شناختی است که نیازمند تبیین دقیق‌تری است. نخستین و بارزترین عرصه اختلاف، مربوط به اثرگذاری «سبک‌های شناختی دوفراپیندی» بر سرعت و الگوی بین‌المللی‌شدن است. در حالی که طیفی از پژوهشگران نظیر؛ ولاچیچ و همکاران^۱ (۲۰۲۲)، قویاً استدلال می‌کنند که سبک شناختی تجربی/شهودی، محرک اصلی برای تسریع فرایند ورود و شکل‌گیری الگوهای سریع در محیط‌های پرابهام است، گروه دیگری از مطالعات استنباط متفاوتی ارائه می‌دهند. این دسته از پژوهشگران بر این باورند که استدلال شهودی اگرچه سرعت تصمیم‌گیری را می‌افزاید، اما در بلندمدت منجر به خطاهای ادراکی و شکست در بازارهای خارجی می‌گردد؛ از این‌رو، آن‌ها سبک منطقی/تحلیلی را که مبتنی بر ارزیابی سیستماتیک ریسک است، ضامن موفقیت و بقا در بین‌المللی‌شدن تدریجی می‌دانند. تبیین محتمل برای این تناقض آن است که کارآمدی سبک‌های شناختی، یک امر مطلق نیست، بلکه کاملاً اقتضایی و وابسته به «مرحله عمر بنگاه» و «میزان تلاطم صنعت» است. در صنایع فناوری‌بالا و در مراحل اولیه ورود، شهود کارساز است، در حالی که در مراحل توسعه و تثبیت بازار، تفکر تحلیلی ضرورت می‌یابد.

دومین واگرایی بنیادین، در ارزیابی نقش «سرمایه اجتماعی» (شبکه‌های غیررسمی) نهفته است. در تئوری‌های جریان اصلی، سرمایه اجتماعی همواره به‌عنوان یک دارایی استراتژیک برای کاهش هزینه‌های مبادله معرفی می‌شود (مستفیض و همکاران^۲، ۲۰۱۹). با این وجود، برخی از پژوهش‌های اخیر که مختص اقتصادهای درحال گذار بوده‌اند، اثرات فاقد معنا یا حتی منفی سرمایه اجتماعی را بر عملکرد صادراتی گزارش کرده‌اند (کریزیو و همکاران^۳، ۲۰۲۳). این تناقض ظاهری را می‌توان با مفهوم «قفل‌شدگی شناختی»^۴ تفسیر نمود. در اقتصادهای دارای خلأ نهادی، اتکای افراطی و طولانی‌مدت به یک شبکه بسته از شرکای محلی و غیررسمی، جریان ورود اطلاعات جدید را مسدود کرده و توانایی مدیر برای شناسایی فرصت‌های نوآورانه در بازارهای توسعه‌یافته را به‌شدت محدود می‌سازد.

1 Vlačić et al.

2 Mostafiz et al.

3 Kryeziu et al.

4 Cognitive Lock-in

نقش تعدیل‌گر اقتصادهای در حال گذار و ریشه‌های روش‌شناختی تناقضات

تفسیر جامع این واگرایی‌ها نیازمند توجه به بستر پژوهش‌هاست. اقتصادهای در حال گذار دارای کیفیتی دوگانه هستند: از یک سو رشد اقتصادی پرشتابی دارند و از سوی دیگر با بی‌ثباتی‌های نهادی و عدم قطعیت‌های قانونی دست‌به‌گریبان‌اند. در این محیط‌ها، اثربخشی شناخت مدیریتی مستمراً توسط عواملی نظیر کیفیت نهادی، پویایی بازار و ساختار مالکیت تعدیل می‌گردد (آگبو و همکاران^۱، ۲۰۲۳؛ اولارواجو و همکاران^۲، ۲۰۲۳). برای نمونه، پویایی شدید بازار می‌تواند اثر مثبت ذهنیت جهانی را خنثی سازد، زیرا در محیطی که قواعد بازی هر روز تغییر می‌کند، انباشت دانش قبلی به سرعت منسوخ می‌شود (جنونگ و لی^۳، ۲۰۲۴).

علاوه بر تفاوت‌های زمینه‌ای، بخش عمده‌ای از این واگرایی‌ها ریشه در محدودیت‌های روش‌شناختی مطالعات پیشین دارد. اتکای بیش‌ازحد بسیاری از پژوهش‌ها به طرح‌های مقطعی و استفاده از داده‌های خوداظهاری، موجب بروز سوگیری روش مشترک^۴ و مطلوبیت اجتماعی شده است (سندوال و رنک^۵، ۲۰۲۱). همچنین، تفاوت در اندازه نمونه‌ها، تنوع بخش‌های صنعتی بررسی شده (صنایع تولیدی سنتی در برابر خدمات یا فناوری پیشرفته) و تفاوت در عملیاتی‌سازی متغیرهای پیچیده‌ای نظیر قابلیت‌های پویای مدیریتی، انسجام نتایج را کاهش داده است. عبور از این تناقضات نیازمند اتخاذ رویکردهای طولی، چندسطحی و ترکیبی در پژوهش‌های آتی است تا پویایی زمان‌مند شناخت و عمل در فرایند بین‌المللی‌شدن به درستی به تصویر کشیده شود.

تبیین چارچوب مفهومی یکپارچه

برآیند تحلیل‌های صورت‌گرفته و کالبدشکافی مقالات منتخب، به تدوین یک چارچوب مفهومی یکپارچه و چندسطحی منجر گردید. برخلاف رویکردهای تقلیل‌گرایانه پیشین که اثر شناخت را صرفاً خطی و تک‌بعدی می‌دانستند، چارچوب مفهومی مستخرج از این فراترکیب نشان‌دهنده یک شبکه پیچیده از روابط علی-استنتاجی و اقتضایی است. این الگو به گونه‌ای طراحی شده است که قدرت تبیینی بالایی برای آزمون‌های کمی آتی (مانند تحلیل عاملی تأییدی و مدل‌سازی معادلات ساختاری) داشته باشد. به‌منظور انسجام‌بخشی به یافته‌ها، این روابط در قالب یک مدل مفهومی شماتیک (شکل ۱) صورت‌بندی شده است، که متغیرهای پنهان و مسیرهای ارتباطی میان آن‌ها را به‌وضوح تفکیک می‌نماید.

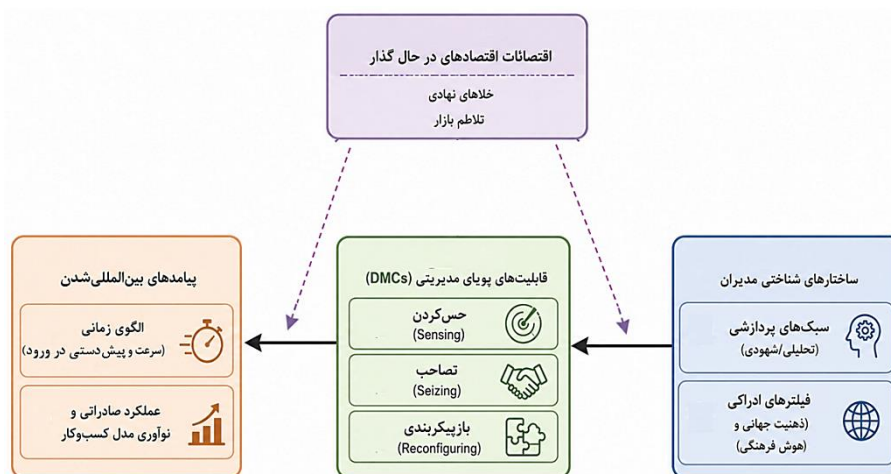
1 Agbo et al.

2 Olarewaju et al.

3 Jeong & Lee

4 Common Method Bias

5 Sandoval & Rank



شکل ۱. مدل مفهومی شماتیک پژوهش

همان گونه که در مدل شماتیک (شکل ۱) مشاهده می‌شود، استخوان‌بندی این چارچوب با «پیشران‌های شناختی و فردی» به‌عنوان متغیر مستقل و پیش‌بین (در سمت راست مدل) آغاز می‌گردد. این بُعد نشان می‌دهد که چگونه تقابل سبک‌های پردازشی (تحلیلی در برابر شهودی) درهم‌آمیختگی با فیلترهای ادراکی نظیر ذهنیت جهانی و هوش فرهنگی، ظرفیت اولیه کشف فرصت‌ها را در ذهن تصمیم‌گیرندگان شکل می‌دهد. با این وجود، یکی از دستاوردهای کلیدی این چارچوب، تبیین این موضوع است که شناخت خام ذهنی به‌صورت مستقیم به مزیت رقابتی تبدیل نمی‌شود. در اینجا، «قابلیت‌های پویای مدیریتی» نقش متغیر میانجی (بلوک میانی) و حلقه واسط را ایفا می‌کنند. مدیران از طریق این قابلیت‌ها، ادراکات ذهنی خود را به کنش‌های راهبردی، یعنی حس کردن فرصت‌های فرامرزی، تصاحب منابع و بازپیکربندی مدل کسب‌وکار، ترجمه می‌کنند.

این بلوک میانی، بار انتقال اثرات شناختی را بر دوش کشیده و آن‌ها را به سمت بلوک نهایی، یعنی «پیامدهای بین‌المللی‌شدن» (به‌عنوان متغیر وابسته) هدایت می‌کند که خروجی آن در قالب الگوی زمانی (تقدم و سرعت ورود)، عملکرد صادراتی و نوآوری در مدل کسب‌وکار متبلور می‌شود. نکته کلیدی و متمایزکننده این چارچوب، قرارگیری کل این زنجیره در یک بستر اقتضایی است؛ جایی که ویژگی‌های نهادی اقتصادهای در حال گذار (نظیر خلأهای نهادی و تلاطم بازار) به‌عنوان متغیر تعدیل‌گر عمل می‌کنند. پیکان‌های نقطه‌چین در مدل به‌خوبی نشان می‌دهند که این فیلترهای محیطی چگونه شدت و جهت اثرگذاری قابلیت‌های شناختی و پویای مدیریتی را بر پیامدهای نهایی تنظیم می‌نمایند. این چارچوب بسط‌یافته، نه تنها پراکندگی ادبیات پیشین را در یک ساختار منسجم یکپارچه می‌سازد، بلکه مسیر روشنی را برای صورت‌بندی فرضیات قابل‌آزمون در پژوهش‌های آتی فراهم می‌آورد.

نتیجه‌گیری و پیشنهادها

جمع‌بندی پژوهش

پژوهش حاضر با اتخاذ رویکرد فراترکیب و مرور نظام‌مند ۴۸ مطالعه معتبر، گامی اساسی در جهت انسجام‌بخشی به ادبیات پراکنده پیرامون نقش شناخت مدیریتی در بین‌المللی‌شدن شرکت‌های کوچک و متوسط در اقتصادهای در حال گذار برداشت. در پاسخ به پرسش‌های اصلی پژوهش، برآیند تحلیل‌ها سه دستاورد کلیدی را در تطبیق با ادبیات پیشین نمایان ساخت:

نخست، الگوهای بین‌المللی شدن در این بنگاه‌ها ارتباط تنگاتنگی با معماری شناختی مدیران دارد؛ به گونه‌ای که شواهد سنتز شده نشان می‌دهد تقابل سبک‌های شناختی (شهودی در برابر تحلیلی) نقش جهت‌دهنده‌ای در سرعت و الگوی ورود (سریع در برابر تدریجی) ایفا می‌کند. این یافته، در تقابل با نگاه صرفاً مرحله‌ای و جبرگرایانه در مدل‌های سنتی نظیر آپسالا (جوهانسون و والنه، ۲۰۰۹) قرار دارد و در عوض، همسو با جریان نوین رفتارگرایی (ولاچیچ و همکاران، ۲۰۲۲؛ سیلوا و همکاران، ۲۰۲۱) تأیید می‌کند که غلبه بر فلج تحلیلی از طریق ادراک شهودی مدیران، موتور محرک اصلی برای الگوهای ورود زود هنگام و پرشتاب است. دوم، برآیند مطالعات نشان داد که شناخت فردی به‌تنهایی برای خلق مزیت رقابتی کافی نیست. این نتیجه، دیدگاه‌های تقلیل‌گرایانه در روان‌شناسی فردی را به چالش کشیده و هم‌راستا با تئوری «بنیان‌های خرد» (دوران و آگواو، ۲۰۲۲)، استدلال می‌کند که قابلیت‌های پویای مدیریتی به‌عنوان سازوکار حیاتی میانجی عمل می‌کنند. در واقع، همان‌طور که پژوهش‌های اخیر (مرین-رودریگانیز و همکاران، ۲۰۲۴؛ مودالیگ و همکاران، ۲۰۱۹) نیز گزارش کرده‌اند، این شناخت خام تنها زمانی به عملکرد صادراتی برتر ختم می‌شود که به اقدامات راهبردی و سازمانی اثربخش (شامل حس/شناسایی سیگنال‌ها، تصاحب فرصت‌ها و بازپیکربندی مدل کسب‌وکار) ترجمه شود.

در نهایت و در پاسخ به پرسش سوم، مشخص شد که اثربخشی این زنجیره شناختی-عملیاتی به‌شدت زمینه‌مند است. برخلاف جریان غالب مطالعات متمرکز بر اقتصادهای توسعه‌یافته که شبکه‌سازی را همواره یک دارایی مثبت تلقی می‌کنند (آگبو و همکاران، ۲۰۲۳)، سنتز حاضر همگام با پژوهشگران زمینه‌گرایی انتقادی (مستفیض و همکاران، ۲۰۱۹؛ کریزیو و همکاران، ۲۰۲۳) هشدار می‌دهد که در اقتصادهای در حال گذار، تلاطمات بازار و کیفیت پایین نهادی می‌توانند این اثرات را تعدیل منفی کنند؛ تا جایی که اتکای افراطی به شبکه‌های غیررسمی برای جبران خلأهای قانونی، بنگاه را دچار «قفل‌شدگی شناختی» نماید.

دلالت‌های نظری و کاربردی

از منظر دلالت‌های نظری، مطالعه حاضر با ایجاد پیوندی مستحکم میان روان‌شناسی شناختی، نظریه قابلیت‌های پویای مدیریتی و کارآفرینی بین‌المللی، به بسط دیدگاه بنیان‌های خرد در استراتژی کمک شایانی نمود. این تلفیق مفهومی نشان داد که تبیین پدیده‌های کلان نظیر الگوهای بین‌المللی شدن سریع، بدون واکاوی متغیرهای سطح خرد، ناقص است.

از بُعد دلالت‌های کاربردی، نتایج این پژوهش توصیه‌های راهبردی ارزشمندی برای مدیران و سیاست‌گذاران به همراه دارد. مدیران شرکت‌های کوچک و متوسط باید آگاه باشند که تکیه صرف بر تجربه یا شهود در بازارهای متلاطم کافی نیست؛ بلکه پرورش یک «کارنامه متوازن شناختی» که امکان نوسان میان تفکر تحلیلی (برای ارزیابی ریسک) و شهودی (برای واکنش سریع) را فراهم کند، الزامی است. همچنین، سازمان‌های توسعه تجارت و نهادهای حامی صادرات در اقتصادهای در حال گذار باید راهبردهای حمایتی خود را از ارائه صرف یارانه‌های مالی، به سمت برگزاری برنامه‌های هدفمند آموزش شناختی، توسعه ذهنیت جهانی و ارتقای هوش فرهنگی مدیران تغییر دهند.

محدودیت‌های پژوهش‌های پیشین و مسیرهای تحقیقاتی آینده

تحلیل انتقادی ادبیات نشان می‌دهد که بخشی از ناهمگونی یافته‌های مطالعات پیشین به محدودیت‌های روش شناختی آنها بازمی‌گردد. غلبه طرح‌های مقطعی و داده‌های خوداظهاری، امکان تبیین دقیق روابط علی و پویایی تغییرات شناختی مدیران در فرایند

بین‌المللی‌شدن را محدود کرده است. همچنین، تفاوت در اندازه نمونه، صنایع مورد بررسی و نحوه عملیاتی‌سازی سازه‌هایی مانند شناخت مدیریتی و قابلیت‌های پویای مدیریتی، مقایسه مستقیم نتایج را دشوار ساخته است. از این رو، استفاده از طرح‌های طولی^۱، رویکردهای چندسطحی و روش‌های ترکیبی می‌تواند در پژوهش‌های آینده به تبیین دقیق‌تر تعامل میان شناخت فردی، قابلیت‌های سازمانی و شرایط نهادی کمک کند.

در نهایت، با توجه به تمرکز مفرط ادبیات بر بین‌المللی‌شدن خروجی (صادرات)، پیشنهاد می‌گردد پژوهش‌های آینده به بررسی نقش قابلیت‌های شناختی در بین‌المللی‌شدن ورودی^۲ به این معنا که آیا «شناخت مدیر» و «گشودگی ذهنی» او، همان‌طور که باعث موفقیت در صادرات می‌شود، آیا به او کمک می‌کند تا فناوری یا سرمایه‌گذار خارجی را هم راحت‌تر جذب کند؟ افزون بر این، تمرکز بخش قابل‌توجهی از مطالعات بر پیامدهای صادراتی، ضرورت بررسی سایر ابعاد بین‌المللی‌شدن، از جمله بین‌المللی‌شدن ورودی و نقش فناوری‌های دیجیتال و هوش مصنوعی در تقویت ظرفیت‌های شناختی مدیران را برجسته می‌سازد. علاوه بر این موارد در پژوهش‌های آتی، اعتبارسنجی مدل مفهومی ارائه‌شده پژوهش حاضر از طریق تحلیل عاملی تأییدی (CFA) و آزمون تجربی روابط میان سازه‌های آن نیز پیشنهاد می‌شود.

منابع

- ایبلی، خدایار. نارنجی‌ثانی، فاطمه. و مزاری، ابراهیم. (۱۳۹۹). کاربرد علوم شناختی در مدیریت (با بهره‌گیری از رویکرد فراترکیب). فصلنامه پژوهش‌های کاربردی روانشناختی، ۱۱(۳)، ۱۰۹-۱۳۲.
- احمدی، حامد. بهبودی، محمد رضا. (۱۴۰۲). شناسایی اثرات (نامطلوب) اجرای قانون هدفمندی یارانه‌ها در ایران: رهیافت فراترکیب. پژوهش‌های اقتصادی ایران، ۲۸(۹۴)، ۲۲۵-۲۸۰.
- ذاکری، امیر. خلوصی، محمد امین. صارمی، محمد صادق. (۱۴۰۲). مراکز رشد بین‌المللی به عنوان واسطه ارتباطی توسعه صادرات شرکت‌های دانش‌بنیان. مدیریت کسب‌وکارهای بین‌المللی، ۶(۴)، ۱-۲۰.
- رضائیان، صهبا. خرازی، سید کمال. جمالی، احسان. نادری، ابوالقاسم. (۱۳۹۸). الگوی مفهومی تصمیم‌گیری با رویکرد شناختی. تازه‌های علوم شناختی، ۲۱(۱)، ۱-۲۰.
- سرداری، احمد. شبیه‌زاده، محمد. (۱۴۰۳). شبکه‌سازی و کسب دانش بین‌المللی در شرکت‌های کوچک و متوسط: نقش ذهنیت جهانی و میانجی‌گری گرایش کارآفرینی بین‌المللی. مدیریت کسب‌وکارهای بین‌المللی، ۷(۳)، ۸۳-۱۰۳.
- علائی طباطبائی، سیداحمدرضا. الیاسی، مهدی. زندحسامی، حسام. ترابی، تقی. (۱۴۰۰). بین‌المللی‌شدن یکباره یا تدریجی؟ موردکاوی فرآیند بین‌المللی‌شدن سه کسب‌وکار دانش‌بنیان. مدیریت کسب‌وکارهای بین‌المللی، ۵(۲)، ۹۳-۱۰۸.
- علائی طباطبائی، سیداحمدرضا. الیاسی، مهدی. زندحسامی، حسام. ترابی، تقی. (۱۴۰۰). یک تحلیل کارکردی-ساختاری از سیاست‌های بین‌المللی‌شدن شرکت‌های دانش‌بنیان. سیاست‌نامه علم و فناوری، ۱۴(۳)، ۷۹-۹۸.
- قوامی‌فر، علی. حسن‌پور، حسین. (۱۴۰۰). شناسایی کارکردهای شناختی تأثیرگذار بر عملکرد شناختی مدیران راهبردی. مطالعات منابع انسانی، ۱۱(۲)، ۷۰-۵۰.
- کلایی، امیر محمد. قندی، سارا. (۱۴۰۳). بین‌المللی‌شدن کسب‌وکارها با تأکید بر کارآفرینی بین‌المللی؛ تبیین نقش میانجی قابلیت‌های سازمانی و تعدیل‌گری ذهنیت جهانی. مدیریت کسب‌وکارهای بین‌المللی، ۷(۲)، ۱-۲۲.

1 Longitudinal

2 Inbound Internationalization

معقولی حسنجانی، علیرضا. ماکوئی، احمد. بنیادی‌نایینی، علی. (۱۴۰۲). طراحی الگوی پویای بین‌المللی شدن شرکت‌های دانش بنیان کوچک و متوسط (مطالعه موردی: صنعت داروهای گیاهی). *نشریه علمی پژوهشی مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی*. ۶ (۲). ۱-۲۲.

نصیری، حامد. الیاسی، مهدی. (۱۳۹۷). شناخت استراتژیک و نقشه‌یابی شناختی: بررسی مفهوم قابلیت‌های شناختی و کاربرد نقشه‌یابی شناختی در مدیریت استراتژیک سازمان. *سیاست‌نامه علم و فناوری*، ۸ (۱)، ۱-۲۰.

References

- Abili, K., Naranji Sani, F., & Mazari, E. (2020). Application of cognitive sciences in management (using meta-synthesis approach). *Quarterly Journal of Applied Psychological Research*, 11(3), 109–132. (in Persian)
- Acedo, F. J., & Galán, J. L. (2011). Export stimuli revisited: The influence of the characteristics of managerial decision makers on international behaviour. *International Small Business Journal*, 29(6), 648–670.
- Agbo, J. J., Nyuur, R. B., Arakpogun, E. O., & Charles, D. (2023). The role of knowledge gatekeepers and knowledge absorptive capacity in SMEs' internationalisation: Insights from Nigeria. *SSRN Electronic Journal*.
- Ahmadi, H., & Behboudi, M. R. (2023). Identifying the (undesirable) effects of implementing the targeted subsidies law in Iran: A meta-synthesis approach. *Iranian Economic Research*, 28(94), 225–280. (in Persian)
- Alaei Tabatabai, S. A., Elyasi, M., Zand Hesami, H., & Torabi, T. (2021). Born global or gradual internationalization? A case study of the internationalization process of three knowledge-based businesses. *International Business Management*, 5(2), 93–108. (in Persian)
- Alaei Tabatabai, S. A., Elyasi, M., Zand Hesami, H., & Torabi, T. (2021). A functional-structural analysis of internationalization policies of knowledge-based companies. *Science and Technology Policy*, 14(3), 79–98. (in Persian)
- Ali, H., Li, M., Qiu, X., & Farooq, Q. (2023). Global mindset and adaptive marketing capabilities in the internationalization of mature Chinese SMEs: International opportunity perspective. *Sustainability*, 15(3), 2044.
- Alinasab, J., Mirahmadi, S. M. R., Ghorbani, H., & Caputo, F. (2021). Discovering knowledge and cognitive based drivers for SMEs internationalization. *Journal of the Knowledge Economy*, 13, 2490–2518.
- Alves, A., & Carvalho, F. (2025). Dynamic managerial capabilities and organizational change capacity as precursors of organizational dynamic capabilities in SMEs. *Journal of Strategy and Management*, 18(1), 105–128.
- Andersson, S., Evers, N., & Kuivalainen, O. (2014). International new ventures: Rapid internationalization across different industry contexts. *European Business Review*, 26(5), 390–405.
- Armstrong, S. J., Cools, E., & Sadler-Smith, E. (2011). Role of cognitive styles in business and management: Reviewing 40 years of research. *International Journal of Management Reviews*, 14(3), 238–262.
- Baishya, S., Karna, A., Mahapatra, D., Kumar, S., & Mukherjee, D. (2025). Dynamic managerial capabilities: A critical synthesis and future directions. *Journal of Business Research*, 186, 115015.
- Bianchi, C., & Stoian, M.-C. (2022). Exploring the role of managerial and organizational capabilities for the inbound internationalization of small and medium-sized enterprises. *Journal of Small Business Management*, 60(4), 812–840.

- Boermans, M. A., & Roelfsema, H. (2013). The effects of managerial capabilities on export, FDI and innovation: Evidence from Indian firms. *Asian Business & Management*, 12(4), 387–408.
- Cabral, Â. M. R., Carvalho, F. M. P. O., & Ferreira, J. A. V. (2020). International performance of SMEs' international strategic groups. *Administrative Sciences*, 10(3), 65.
- Chebbi, H., Ben Selma, M., Bouzinab, K., Papadopoulos, A., Labouze, A., & Desmarteau, R. (2022). Accelerated internationalization of SMEs and microfoundations of dynamic capabilities: Towards an integrated conceptual framework. *Review of International Business and Strategy*.
- Cortellazzo, L., Bonesso, S., & Gerli, F. (2020). Entrepreneurs' behavioural competencies for internationalisation: Exploratory insights from the Italian context. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 26(6), 1187–1207.
- Durán, W. F., & Aguado, D. C. (2022). CEOs' managerial cognition and dynamic capabilities: A meta-analytical study from the microfoundations approach. *Journal of Management & Organization*, 28(3), 486–512.
- FakhrEldin, H. (2021). Cultural intelligence and the internationalisation of SMEs: A study of the manufacturing sector in Egypt. *Journal for International Business and Entrepreneurship Development*, 12(4), 263–280.
- Felício, J. A., Caldeirinha, V. R., & Rodrigues, R. (2012). Global mindset and the internationalization of small firms. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 8, 467–485.
- Fernando, A. (2023). Unlocking the path to international expansion: Investigating the impact of managerial international experience on SME internationalization. *FIRM Journal of Management Studies*, 8(2), 274–306.
- Hambrick, D. C., & Mason, P. A. (1984). Upper echelons: The organization as a reflection of its top managers. *The Academy of Management Review*, 9(2), 193–206.
- He, C., Lin, Z., & Wei, W. (2020). From global mindset to international opportunities: The internationalization of Chinese SMEs. *Journal of Business Economics and Management*, 21(4), 967–986.
- Helfat, C. E., & Martin, J. A. (2014). Dynamic managerial capabilities: Review and assessment of managerial impact on strategic change. *Journal of Management*, 41(5).
- Helfat, C. E., & Peteraf, M. A. (2015). Managerial cognitive capabilities and the microfoundations of dynamic capabilities. *Strategic Management Journal*, 36(6), 831–850.
- Javidan, M., & Bowen, D. (2016). The 'global mindset' of managers. *Organizational Dynamics*, 42(2), 145–155.
- Jeong, H.-C., & Lee, S.-Y. (2024). A influence of internal organizational capabilities and external environmental factors on the international expansion intentions of small venture companies: Focusing on the moderating effect of overseas network orientation. *The Korean Career-Entrepreneurship & Business Association*, 8(5), 1–18.
- Johanson, J., & Vahlne, J.-E. (2009). The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership. *Journal of International Business Studies*, 40, 1411–1431.
- Kalabi, A. M., & Ghandi, S. (2024). Internationalization of businesses with emphasis on international entrepreneurship; Explaining the mediating role of organizational capabilities and the moderating role of global mindset. *International Business Management*, 7(2), 1–22. (in Persian)

- Kryeziu, L., Kurutkan, M. N., Krasniqi, B. A., Ramadani, V., Hajrullahu, V., & Haziri, A. (2023). Cognitive styles and dynamic managerial capabilities: Implications for SMEs in a transition economy. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 29(9), 115–135.
- Maghooli Hasanjani, A., Makooei, A., & Bonyadi Naeini, A. (2023). Designing a dynamic model of internationalization of small and medium-sized knowledge-based companies (Case study: Herbal medicine industry). *Scientific Research Journal of International Business Management*, 6(2), 1–22. (in Persian)
- Maitland, E., & Sammartino, A. (2015). Decision making and uncertainty: The role of heuristics and experience in assessing a politically hazardous environment. *Strategic Management Journal*, 36(10), 1554–1578.
- Mendes, T., González-Loureiro, M., & Braga, V. (2024b). The interplay between managerial cognition, earliness of internationalization, and post-internationalization speed: A qualitative study of experiential and analytical information processing. *Journal of the Knowledge Economy*.
- Merín-Rodríguez, J., Alegre, J., & Dasí, À. (2024). International entrepreneurship in innovative SMEs: Examining the connection between CEOs' dynamic managerial capabilities, business model innovation and export performance. *International Business Review*, 33(3), 102321.
- Miocevic, D., & Crnjak-Karanović, B. (2011). Cognitive and information-based capabilities in the internationalization of small and medium-sized enterprises. *Journal of Small Business Management*, 49(4), 570–595.
- Mitan, A., Vătămănescu, E.-M., & Stratone, M. E. (2023). A preliminary framework linking the managerial global mindset and the degree of internationalization of Romanian SMEs. *Proceedings of the International Management Conference*, 16(1), 67–80.
- Mostafiz, I., Sambasivan, M., & Goh, S. K. (2019). The antecedents and the outcomes of foreign market knowledge accumulation – the dynamic managerial capability perspective. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 34(8), 1735–1750.
- Mudalige, D., Ismail, N. A., & Malek, M. A. (2019). Exploring the role of individual level and firm level dynamic capabilities in SMEs' internationalization. *Journal of International Entrepreneurship*, 17, 41–74.
- Nasiri, H., & Elyasi, M. (2018). Strategic cognition and cognitive mapping: Examining the concept of cognitive capabilities and the application of cognitive mapping in strategic management of organizations. *Science and Technology Policy*, 8(1), 1–20. (in Persian)
- Niittymies, A., & Pajunen, K. (2020). Cognitive foundations of firm internationalization: A systematic review and agenda for future research. *International Business Review*, 29(4), 101686.
- Olarewaju, A. D., Adebisi, S. A., & George, O. J. (2023). SME internationalization and strategy tripod perspective – evidence from an emerging economy. *International Journal of Emerging Markets*, 18(4), 785–805.
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., ... & Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372(71).
- Paul, J., & Rosado-Serrano, A. (2019). Gradual internationalization vs born-global/ international new venture models: A review and research agenda. *International Marketing Review*, 36(6), 830–858.
- Qavamifar, A., & Hassanpour, H. (2021). Identifying cognitive functions affecting the cognitive performance of strategic managers. *Human Resource Studies*, 11(2), 50–70. (in Persian)

- Rezaeian, S., Kharazi, S. K., Jamali, E., & Naderi, A. (2019). A conceptual model of decision-making with a cognitive approach. *Modern Cognitive Sciences*, 21(1), 1–20. (in Persian)
- Sandelowski, M., & Barroso, J. (2007). *Handbook for synthesizing qualitative research*. Springer Publishing Company.
- Sandoval, C. A., & Rank, O. N. (2021). Managers' intentions to pursue export expansion: An entrepreneurial cognition perspective. *Journal of Entrepreneurship in Emerging Economies*, 13(5), 1140–1165.
- Sandoval-Álvarez, C. (2024). The role of international experience on SMEs' internationalization. *Tec Empresarial*, 19(1), 1–21.
- Sardari, A., & Shabihzadeh, M. (2024). Networking and international knowledge acquisition in small and medium-sized enterprises: The role of global mindset and the mediating role of international entrepreneurial orientation. *International Business Management*, 7(3), 83–103. (in Persian)
- Silva, C., González-Loureiro, M., & Braga, V. (2021). The influence of organizational ambidexterity on SME speed of internationalization. *Journal of Global Information Management*, 29(1), 1–21.
- Talebi, K., Tajeddin, M., Rastgar, A. A., & Emami, A. (2017). Internationalization of SMEs and organizational factors in emerging economies: High-tech industry of Iran. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 7(1), 215–233.
- Thoumrungroje, A., & Racela, O. C. (2020). Unveiling internationalization decision-making of Burmese managers: A strategic cognition perspective. *Journal of Asia-Pacific Business*, 21(1), 4–26.
- Vahlne, J.-E., & Johanson, J. (2019). Retrospective. The Uppsala model: Networks and micro-foundations. *Journal of International Business Studies*.
- Vasu, S. D. (2021). Rapid internationalisation: The critical role of internal and external factors on capabilities and business strategy. *European Journal of Management*, 6(2).
- Vlačić, B., González-Loureiro, M., & Eduardsen, J. S. (2022). Entrepreneurial cognition and internationalization speed: Towards a potential moderating effect of experiential and rational information processing. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 19(4), 1601–1628.
- Vlačić, B., González-Loureiro, M., & Eduardsen, J. S. (2023). The process of the process of internationalisation: Cognitive and behavioural perspectives in small ventures. *European Journal of International Management*, 19(3), 307–337.
- Vuorio, A., Faroque, A. R., & Kuivalainen, O. (2022). The role of slack resources and managerial capabilities in early and late internationalization: A configurational approach. *Small Enterprise Research*, 29(3), 227–249.
- Walsh, J. P. (1995). Managerial and organizational cognition: Notes from a trip down memory lane. *Organization Science*, 6(3), 280–321.
- Wasowska, A. (2019). Social-cognitive antecedents of new venture internationalization: The role of entrepreneur intention, self-efficacy, and positive orientation. *Baltic Journal of Management*, 14(3), 462–479.
- Wójcik, P., & Ciszewska-Mlinaric, M. (2020). The impact of cognitive and behavioral factors on the export performance: A dynamic capabilities perspective. *European Business Review*, 32(4), 589–610.
- Zakeri, A., Kholousi, M. A., & Saremi, M. S. (2023). International growth centers as communication intermediaries for export development of knowledge-based companies. *International Business Management*, 6(4), 1–20. (in Persian)

Zakery, A., & Saremi, M. S. (2024). The role of dynamic capabilities in internationalization performance of technology-based firms in Iran. *Journal of the Knowledge Economy*.