



Quarterly Scientific Journal of *Strategic Management Thought (Management Thought)*,
Research Article, Vol. 17, No. 3 (Serial 37) Fall 2023

Explaining the Effect of Strategic Learning on the Exploitation of International Business Opportunities with the Mediation of Organizational Maturity and Dynamic Export Capabilities

Reza Saeedi *

Received: 06/05/2024

Accepted: 13/06/2024

Abstract

The most important way to survive and cope with economic stresses is to use knowledge to let the organization mature and grow its export capabilities in accordance with the changes in the international environment. The purpose of this study is present a model to test the effectiveness of knowledge acquisition related to international businesses in internationalization. Businesses enter the field of international activities in order to take advantage of growth opportunities, reach new customers and adapt to changes in the overseas environment. Since there is no detailed information about small and medium manufacturing companies involved in export, by using Cochran's modified formula for the unknown statistical population, the sample size of the research was estimated to be 160 samples based on the variance of the expert group. The type of research is applied, and the qualitative mixed method of interview and snowball and quantitative structural equations has been used for questionnaire analysis to explain the model. With the help of a group of experts, the reliability was estimated with Cronbach's alpha of 78% for the research questionnaire. The results of the analysis showed that the presented model has a good fit and the injection of knowledge obtained from organizational learning leads to organizational maturity and more effective use of dynamic export capabilities, and as a result, the organization benefits more effectively from international business opportunities.

Keywords

Strategic Learning; Dynamic Export Capabilities; Organizational Maturity; Exploitation of International Business Opportunities; Knowledge.

* Assistant Professor, Department of Business Administration, Faculty of Management and Economics, Shahid Bahonar University of Kerman, Kerman, Iran. (Corresponding Author).
reza.saeidi@uk.ac.ir



فصلنامه علمی اندیشه مدیریت راهبردی (اندیشه مدیریت)، مقاله علمی پژوهشی
سال هفدهم، شماره سوم (پیاپی ۳۷)، پاییز ۱۴۰۲، صص. ۱۱۱-۱۵۰

تبیین تأثیر یادگیری راهبردی بر بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی با میانجیگری بلوغ سازمانی و قابلیت‌های پویای صادراتی

رضا سعیدی *

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۲/۱۷ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۳/۲۴
مقاله برای اصلاح به مدت ۴ روز نزد نویسنده (گان) بوده است.

10.30497/SMT.2024.246221.3564

چکیده

مهم‌ترین مسیر برای بقا و به‌دور ماندن از تکانه‌های اقتصادی، استفاده از دانش برای بلوغ سازمان و رشد قابلیت‌های صادراتی آن متناسب با تغییرات محیط بین‌المللی است. هدف از این مطالعه آن است که با ارائه مدلی اثرگذاری اکتساب دانش مربوط به کسب‌وکارهای بین‌المللی به درون سازمان در بین‌المللی شدن آن را بیازماید. کسب‌وکارها به‌منظور بهره‌برداری از فرصت‌های رشد، دسترسی به مشتریان جدید و تطبیق با تغییرات محیط برون‌مرزی وارد عرصه فعالیت‌های بین‌المللی می‌شوند. از آنجا که اطلاعات تفصیلی در مورد شرکت‌های کوچک و متوسط تولیدی صادرکننده وجود ندارد، با استفاده از فرمول تعدیل شده کوکران برای جامعه آماری نامعلوم، حجم نمونه تحقیق بر اساس واریانس گروه خبرگان، ۱۶۰ نمونه برآورد شد. نوع پژوهش کاربردی و از روش آمیخته کیفی مصاحبه و گلوله‌برفی و کمی معادلات ساختاری به‌عنوان ابزار تحلیل پرسش‌نامه برای تبیین مدل بهره‌برده شده است. به کمک گروه خبرگان پایایی با آلفای کرونباخ ۰/۷۸ برای پرسش‌نامه تحقیق برآورد گردید. نتایج تحلیل‌ها نشان داد که مدل ارائه شده برازش خوبی دارد و تزریق دانش حاصل از یادگیری سازمانی موجب بلوغ سازمانی و استفاده مؤثرتر از قابلیت‌های پویای صادراتی و در نتیجه بهره‌مندی مؤثرتر سازمان از فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی می‌شود.

واژگان کلیدی

یادگیری راهبردی، قابلیت‌های پویای صادراتی، بلوغ سازمانی، بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی، دانش.

* استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده مدیریت و اقتصاد، دانشگاه شهید باهنر کرمان، کرمان، ایران.

مقدمه

معنا و مفهوم کسب و کار بین‌المللی این است که یک حرفه فراتر از محیط جغرافیایی کشور خود، محصولات و خدماتش را ارائه می‌دهد؛ که عموماً سود بسیار خوبی را برای این نوع کسب و کارها به دنبال دارد. بهره‌برداری از فرصت‌های بین‌المللی که به‌عنوان پیوندی جهانی از افراد و فرصت‌ها (Di Gregorio, Musteen & Thomas., 2022, p. 640) در نظر گرفته می‌شود، محیط منحصربه‌فردی را فراهم می‌کند که در آن شرکت‌ها با ایجاد ارزش به تغییرات بین‌المللی در منابع و بازارها پاسخ می‌دهند (Cavusgil and Knight, 2015, p. 6). برای پاسخ مناسب به تغییرات بین‌المللی شرکت‌ها نیازمند جذب دانش‌های نوین مربوط به بازار جهانی و اشاعه آن در بین بخش‌های مختلف سازمان خود هستند و این هدف از طریق یادگیری راهبردی محقق می‌شود (Oyedele & Firat, 2020, p. 164).

یادگیری راهبردی یک نیروی قدرتمند برای پیش‌گامی در بازار (Garrett, Covin & Slevin, 2009, p. 785)، بهره‌برداری از فرصت‌های کسب و کار بین‌المللی و ایجاد شیوه‌های جایگزین جدید (Moon & Lee, 2015, p. 633) است. محققین (Kenny, 2006, p. 357) سعی کرده‌اند یادگیری سازمانی را با راهبرد مرتبط کنند. محققین دیگری نیز هستند که بین دانش با راهبرد (Grant & Phene, 2022) و بین دانش و یادگیری (Macpherson & Holt, 2007, p. 176; Goldie, 2016, p. 1066, Troussas, Krouska & Sgouropoulou, 2023, p. 97) ارتباط برقرار نموده‌اند. به این ترتیب یادگیری راهبردی مفهومی است که انتقال دانش در بطن آن جای دارد. به منظور تطبیق با تغییرات محیط بین‌المللی بهره‌جستن سازمان‌ها از دانش مربوط به نحوه مواجهه با تغییرات این بازارها (Wang, Pellegrini, Xue, Wang, & Peng, 2024, p. 150) حیاتی است. انتقال دانش مربوط به بازارهای بین‌المللی در بلوغ سازمانی و در نتیجه بهره‌برداری سازمان از فرصت‌های کسب و کار بین‌المللی مؤثر است.

یادگیری دانش کسب و کار به‌طور بین‌المللی باید بر روی فرایند، سازمان و افراد شرکتی که قصد بین‌المللی شدن دارد تأثیر بگذارد و به این ترتیب شرایط اولیه تحقق بلوغ در محیط بین‌المللی فراهم شود (Pinto & Rua, 2023, p. 107). از آنجایی که فشار بر

شرکت‌ها در عرصه رقابت بین‌المللی بیشتر می‌شود، آنها باید به بلوغ سازمانی خود برای تحلیل دقیق‌تر تغییرات محیط بین‌الملل بیفزایند (Ali, Mancha & Pachamanova, 2018, p. 214). انباشت و یادگیری دانش بازار خارجی برای شرکت‌های بین‌المللی فعال در صنعت تولید صادراتی برای بهره‌برداری از فرصت‌های بین‌المللی جدید بسیار ضروری است (Mostafiz, Sambasivan & Goh, 2022, p. 188). بلوغ سازمانی از طریق شناسایی تغییرات محیطی و ارتقای راهبردهای سازمانی برای تطبیق با آن تحقق می‌یابد. دانش مهم‌ترین منبع راهبردی سازمان‌ها محسوب می‌شود (Rezaeemanesh, 2012, p. 991). بهره‌گیری سازمان‌ها از دانش بازارهای بین‌المللی موجب بلوغ سازمانی و بهبود بهره‌برداری سازمان‌ها از فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی می‌شود.

قابلیت‌های پویای صادراتی شامل کسب، یکپارچه‌سازی و ترکیب مجدد منابع برای دستیابی به پیکربندی‌های جدید و تطابق با ایجاد تغییر در بازار است (Vanderstraeten, 2020, p. 273). هدف آن کسب مزیت رقابتی در بازارهای خارجی و ارتقای عملکرد صادراتی است (Efrat, Hughes, 2018, p. 107). نیازهای جوامع مختلف همواره ثابت نمی‌ماند و با گذشت زمان تغییر می‌کند. صنایعی که قصد بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار در عرصه بین‌المللی را دارند باید شیوه تحقیقات بازار بین‌المللی برای تطابق تولیداتشان با نیازهای در حال تغییر را بیاموزند و استانداردهای محصولات تولیدی‌شان را ارتقا دهند (Giacosa, Crocco, Kubálek & Culasso, 2024, p. 109). ویژگی بازارهای جهانی غیرقابل‌پیش‌بینی بودن آن است (Tang, 2023, p. 347)، لذا شرکت‌هایی که قصد حضور در عرصه بین‌المللی را دارند باید از طریق یادگیری رموز و خصائص کسب‌وکار در حیطه بین‌الملل دانش خود را به‌روز کرده تا بتوانند محصولات خود را با این تغییرات سازگار ساخته و از گردونه رقابت شدید جهانی حذف نشوند.

این مقاله با ارائه مدلی به مطالعه تأثیر یادگیری راهبردی بر بلوغ سازمانی و قابلیت‌های پویای صادرات و برآیند آنها بر بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی پرداخته است. ساختار مقاله به این صورت است که در بخش مبانی نظری، تعاریف سازه‌های

مدل و مؤلفه‌هایشان (شکل ۱)، مبتنی بر فرضیه‌های تحقیق آورده شده است و در ادامه روش‌شناسی آمیخته و آزمون فرضیه‌های تحقیق تشریح شده و در آخر هم نتایج حاصل از تحقیق ارائه شده است.

۱. بیان مسئله

هیچ کشوری در خلأ و بدون حضور در بازارهای بین‌المللی به توسعه دست نمی‌یابد و برای کشورها و کسب‌وکارها اهمیت راهبردی دارد. کشورها با بین‌المللی شدن به تنوع اقتصادی، منابع سرشار ارزی، افزایش رقابت‌پذیری و جلوگیری از وابستگی زیاد به بازارهای داخلی و رهاشدن از اقتصاد تک‌محصولی (صفری تخت شیرینی و تهامی‌پور زرنندی، ۱۳۹۶، ص. ۳۱) می‌رسند.

همچنین، این حضور می‌تواند رشد اقتصادی، ایجاد اشتغال و افزایش درآمد ملی را در پی داشته باشد. بین‌المللی شدن کسب‌وکارها نیز به آنها امکان دسترسی به مشتریان جدید و فرصت‌های رشد بیشتر را ارائه می‌دهد. شرکت‌ها با بین‌المللی شدن می‌توانند از فناوری‌ها، تجربیات و منابع جدید بهره‌مند شوند و رشد بیشتری را تجربه کنند.

ایران در اواخر سال ۱۳۹۶ شاهد اقدام خصمانه طرف مذاکرات هسته‌ای و خروج یک‌جانبه آنها از برجام و برقرار شدن مجدد تحریم‌ها بود. به یک‌باره قیمت ارز در اقتصاد کشور بالا رفت؛ چراکه فروش نفت و بانک‌ها تحریم شدند. تقریباً تمامی بخش‌های اقتصادی کشور تحت تأثیر شوک وارده، به ناگاه با افزایش قیمت روبه‌رو شدند. اما سؤال اینجاست که چرا تاب‌آوری کشور در برابر تکانه‌های اقتصادی این‌قدر کم است؟ اقتصاددانان کشور در تحقیقات خود دلایل متعددی برای آن عنوان کردند. کم‌بودن تولید داخل نسبت به تقاضای داخل کشور (صفری تخت شیرینی و تهامی‌پور زرنندی، ۱۳۹۶، ص. ۲۸)، اجرای سیاست مزیت نسبی اقتصاد توسط دولت‌ها (کماجیان، برزانی و حیدری، ۱۴۰۲، ص. ۲۳۲)، وابستگی شدید صنایع به شرکای خارجی برای تأمین ماشین‌آلات، مواد اولیه و تجهیزات عمدتاً فناورانه (توفیق و متین، ۱۳۹۵، ص. ۱۱۸) برخی از دلایل عنوان شده هستند. این عوامل عمدتاً با دید اقتصادی بیان شده‌اند و تاکنون مطالعات کمی از چشم‌انداز مدیریتی پیرامون این مسئله انجام شده است.

در این تحقیق از دیدگاه مدیریتی به مسئله چرایی عدم بهره‌مندی صنایع کشور از فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی و تأثیر زیاد تحریم بر شرکت‌های کوچک و متوسط ایرانی پرداخته شده است. در صورتی‌که، دانش محیط بین‌المللی به لایه‌های مختلف سازمان وارد می‌شد، بلوغ سازمانی و پویایی در قابلیت‌های صادراتی شرکت‌ها اتفاق می‌افتاد؛ از این رهگذر می‌توانستند با شرکای خارجی‌شان نوعی تعامل بلندمدت شکل دهند که با تغییر شرایط محیط کسب‌وکار بین‌المللی (مثل شرایط تحریم)، ایران از عرصه بین‌المللی به این سادگی‌ها قابل حذف نباشد.

بلوغ سازمانی به سازمان‌ها این امکان را می‌دهد که در مواجهه با چالش‌ها و فرصت‌های مختلف، بتوانند تصمیم‌های مناسب‌تری بگیرند و راهبردهای منطبق با شرایط فعلی را پیاده‌سازی کنند. هیچ سازمانی بدون استفاده از دانش مرتبط با بازار بین‌المللی به بلوغ در این عرصه نمی‌رسد. اگر دانش مربوط به بازارهای خارجی در درون شرکت‌های کوچک و متوسط ایران رسوخ می‌کرد و اولویت‌شان بود، این انتظار چندان دور از ذهن نبود که آنها می‌توانستند در مواجهه با تغییرات حاصل از تحریم‌ها انعطاف لازم در فرایندهای تولیدی خود را به وجود آورند و چنین تأثیر زیادی از آن را متحمل نمی‌شدند؛ ولی نتیجه عکس انتظارات بود. پس باید سطح و میزان اهمیت رسوخ دانش مربوط به بین‌المللی شدن به سطوح مختلف سازمان از دیدگاه مدیریتی مورد سنجش قرار گیرد. اگر شرکت‌های کوچک و متوسط ایرانی به بلوغ رسیده بودند جایگاه پایداری در بازارهای خارجی داشتند و با تحریم این موقعیت قابل حذف شدن نبود. امروزه در عرصه جهانی و به خصوص در کشورهای صنعتی، شاهد حرکت از صنعت ۴،۰ به سمت صنعت ۵،۰ هستیم. در حالی که در اکثر صنایع حتی غیر دولتی کشور صحبت از آن هم بی‌معناست. این امر نشان دهنده آن است که دانش و بلوغ لازم در مورد الزام حرکت به سمت داشتن زبان مشترک با دنیا و رقابت در عرصه جهانی هنوز در صنایع کشور شکل نگرفته است.

از طرف دیگر، صادرات یک فعالیت پویا و پیچیده است که نیازمند توانایی سازمان‌ها برای تطبیق با شرایط متغیر جهانی، شناخت بازارها، انعطاف‌پذیری و نوآوری است. این قابلیت‌ها برای موفقیت در بازارهای بین‌المللی کلیدی هستند. قابلیت پویای صادراتی

اهمیت راهبردی دارد؛ چراکه به سازمان‌ها کمک می‌کنند تا در محیط پویا و پیچیده مانور دهند و از فرصت‌های جدید استفاده کنند. عدم ارائه راهکار در شرایط تحریم توسط شرکت‌ها نشان از عدم نوآوری و روزمرگی در آنهاست. شرکت‌های کوچک و متوسط ایران هیچ راهبرد و راه جایگزینی برای شرایط مختلف اقتصادی ندارند و اولویت و اهمیت آن برای‌شان مشخص نیست. در چنین شرایطی کاملاً مشخص است که قابلیت‌های صادراتی‌شان را نمی‌توانند متناسب با شرایط تغییر دهند. نکته قابل تأمل در مورد اهمیت سنجش پویایی قابلیت‌های صادراتی شرکت‌های کوچک و متوسط ایرانی این است که آنها حتی در شرایط عدم تحریم و آزاد بودن واردات هم با مشکل نبود بازار برای عرضه و فروش محصولاتشان روبه‌رو می‌شوند.

در این تحقیق، استفاده شرکت‌ها از دانش بازارهای بین‌المللی (یادگیری راهبردی) برای بالغ شدن و استفاده بهینه از قابلیت‌های صادراتی موجب بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی می‌شود. این امر در قالب مدل تحقیق پیاده و سنجیده شده است.

۲. مبانی نظری

در این بخش، به بسط مؤلفه‌های تحقیق پرداخته شده و در انتهای هر بخش، فرضیه متناظر با آن آورده شده است.

۲-۱. ارتباط بین یادگیری راهبردی و فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی

بر اساس بررسی گسترده ادبیات موضوع، بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی (آی. بی. او)^۱ را به‌عنوان «وضعیتی تعریف می‌کنند که هم عناصری از محیط خارج را در برمی‌گیرد و هم عناصری از زمینه‌های ملی چندگانه را که در آن کنش و تعامل مدیران شکل فعالیت اقتصادی را تغییر می‌دهد» (Di Gregorio, Musteen & Thomas, 2022, p. 639).

بهره‌برداری از فرصت کسب‌وکار بین‌المللی به‌عنوان «کشف، خلق یا هم - خلقی موقعیتی که کنش و واکنش افراد، سازمان‌ها و محیط جلوه‌های فعالیت اقتصادی شامل فعالیت‌های مالی، اجتماعی و محیطی برای خلق ارزش را فراتر از مرزهای بین‌المللی دگرگون می‌سازد» (Tabares, 2021, p. 356) تعریف می‌شود. نظریه بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی در قالب سه رویکرد درهم تنیده شده شناسایی، توسعه

و عملکرد (به‌کارگیری) فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی ترسیم می‌شود (Ardichvili, Cardozo & Ray, 2003, p. 109; Foss & Klein., 2012, p. 83; Haynie, Shepherd & McMullen, 2009, p. 347; McMulle & Shepherd, 2006, p. 142). درکل، فرایند تشخیص فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی را می‌توان بر اساس شناسایی یک فرصت سوم‌شخص^۲ در محیط خارجی شرکت تعریف کرد. در اینجا، شرکت شرایطی (فرصت‌هایی) را در محیط خارجی‌اش شناسایی می‌کند که با بهره‌برداری از آنها می‌تواند سودآوری‌اش را افزایش دهد (Haynie, Shepherd & McMullen, 2009, p. 345; McMulle & Shepherd, 2006, p. 139). مدیران ارشد باید فرصت‌های محیط خارجی را به‌صورت اولویت کسب‌وکار تعریف کنند (Ardichvili, Cardozo & Ray, 2003, p. 111). برخی محققان بین تشخیص فرصت و توسعه تفاوت قائل شده‌اند تا بر این واقعیت تأکید کنند که تشخیص فرصت مستقیماً با ادراک از محیط خارجی مرتبط است (Baron, 2006, p. 107)؛ درحالی‌که توسعه، فرصت محیط بیرونی را با محیط داخلی ادغام می‌کند (Gregoire, Barr & Shepherd, 2009, p. 422). فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی در صورتی به‌صورت موفقیت‌آمیز بهره‌برداری می‌شوند که نیروی انسانی درون سازمان‌ها دانش، نگرش و توانایی بهره‌برداری از آن را داشته باشند. برای توانمندسازی نیروی انسانی، می‌توان از یادگیری راهبردی استفاده کرد.

یادگیری راهبردی مستلزم «تغییر ساختارهای اساسی معناسازی و دانش سازمان به روش‌های بالقوه رادیکال» است (Gupta & Bose, 2019, p. 872). با انتقال دانش در زمینه تغییرات و فرصت‌های محیط کسب‌وکار بین‌المللی، یادگیری فعالانه‌ای در آماده‌سازی شرکت در برابر عدم اطمینان محیطی شکل می‌گیرد که نشان‌دهنده اهمیت راهبردی یادگیری است (Haarhaus & Liening, 2020, p. 1207). در مطالعه ادبیات، دریافت شده که بین یادگیری راهبردی با اجرا، تفسیر، توزیع و خلق دانش راهبردی پیوندی برقرار شده است (Al-Hawary & Al-Rasheedy, 2021, p. 430; Shahri, 2022, p. 163). سپه‌وند و کولیوند، (۱۴۰۱، ص. ۱۲۶). دانش نسبت به بازارهای خارجی بر بین‌المللی شدن کسب‌وکارها و عملکردشان در تشخیص و توسعه فرصت‌های بین‌المللی تأثیرگذار است (نوروزی، داودآبادی فراهانی و بهامین، ۱۳۹۸، ص. ۱۸). با فعالیت‌های

تحقیق و توسعه دانش بازارهای کسب و کاری بین‌المللی به درون سازمان تزریق شده و دانش جدیدی خلق می‌شود (Evers & Andersson, 2021, p. 193). در مرحله بعد، دانش به دست آمده، حاصل از تزریق کاوش محیط کسب و کار بین‌المللی توسط متخصصان تفسیر می‌شود تا فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی آشکار شوند (Bolton, Zheng & Kang, 2021, p. 478). توزیع مؤثر دانش برای مقاصد راهبردی به این وابسته است که از قبل کسب شده باشد و برحسب نیاز تیم‌های تخصصی توزیع شود (Siren, Kohtamäki & Kuckertz, 2012, p. 27). اجرای راهبرد مدیریت دانش عملی است که به ایجاد یا فعال‌سازی فرایندهای تحقیق و توسعه در سازمان نیازمند است (Adhab, Neves de, 2021, p. 4520). بلوغ سازمانی تحت‌الشعاع یادگیری راهبردی بسط می‌یابد (Sá Freire & Silva, 2022, p. 357).

یادگیری راهبردی به‌عنوان یک فرایند جمع‌آوری و تحلیل اطلاعات است که باهدف تصمیم‌گیری به‌منظور رسیدن به اهداف مشخص انجام می‌شود. این نوع یادگیری، مهارت‌هایی را به شخص می‌آموزد که او را قادر می‌سازد تا برای بهترین بهره‌برداری از فرصت‌های کسب و کار بین‌المللی، مهارت‌های راهبردی مختلفی را به کار ببرد. از این رو، می‌توان گفت که وجود افرادی با مهارت‌های راهبردی، توانایی شکل‌دادن به آینده یک کشور یا سازمان و بهره‌برداری در بهترین شرایط از فرصت‌های کسب و کار بین‌المللی را بیشتر می‌کند. پس بنابراین می‌توان این ارتباط را به‌صورت فرضیه زیر سنجید.

فرضیه دوم: یادگیری راهبردی بر فرصت‌های کسب و کار بین‌المللی تأثیر معنی‌داری دارد.

۲-۲. ارتباط بین یادگیری راهبردی و بلوغ سازمانی

بلوغ سازمانی بیشتر با تعامل سازمان با محیطش تا پویایی درونی آن تعریف می‌شود (Belzberg, 2006, p. 14). برای سازمانی که می‌خواهد در عرصه کسب و کار بین‌المللی وارد شود، مهم است که بتواند دانش کسب شده حاصل از تعامل سازمان با محیط پویای بین‌المللی‌اش را در جهت بلوغ سازمانی بکار گیرد. بلوغ سازمانی دارای سه مؤلفه اساسی است، بلوغ تجاری، بلوغ فرایند و بلوغ محصول (Pickshaus, Kandt, Hesse, Fleischer & Schmitt, 2016, p. 267). به بازار پسندی و مقبولیت محصول در کسب

نظر مساعد خریداران در مصرف آن، بلوغ تجاری می‌گویند (Shewfelt, 2014, p. 396). بلوغ فرایند، معیاری است که نشان می‌دهد فرایندهای یک شرکت چقدر خوب تعریف شده و کنترل شده است. سطح بالایی از بلوغ فرایند نشان می‌دهد که یک شرکت به‌خوبی فرایندها را مستندسازی می‌کند، کارکنان فرایندها را درک می‌کنند و از آنها پیروی می‌کنند، و بهبود مستمر فرایند وجود دارد (Fischer, Imgrund, Janiesch & Winkelmann, 2020, p. 204).

یادگیری راهبردی به معنای آموزش و فراگیری نحوه استفاده از روش‌ها، تکنیک‌ها، فنون و استراتژی‌هایی است که بهترین نتیجه را در یک فرایند یا وظیفه خاصی به دست می‌دهد. بلوغ سازمانی نیز به معنای استقرار و به‌کارگیری کامل عملکردها و سیستم‌های مدیریتی و سازمانی در یک سازمان است تا بتواند به بهینه‌ترین شکل از نیروها، منابع و فرصت‌های موجود استفاده کند و به‌وفور سودآوری کند (Bryson Crosby & Danbi, 2022, p. 131). یادگیری راهبردی یکی از روش‌های مؤثر برای توسعه مهارت‌های علمی، شغلی و زندگی است که ممکن است به بهبود بلوغ تجاری کمک کند. بلوغ تجاری به معنای توانایی یک فرد یا سازمان در تعقیب اهداف تجاری مهم است. صنایع کوچک و متوسط نیز باید توانایی کارکردن و یادگیری خود را از شرکا و طرف‌های خارجی ارتقا دهند. در نتیجه شرکت دادوستد با طرف خارجی را می‌آموزد (بلوغ تجاری) و در طرز تفکر و نگرش کارکنان (بلوغ فردی) و مدیران ارشد نسبت به نحوه تعامل با طرف خارجی تحول ایجاد شده، بلوغ سازمانی محقق می‌گردد.

یادگیری راهبردی می‌تواند توانایی سازمان‌ها را در اجرای استراتژی‌های تجاری تقویت کند و بهبود بلوغ تجاری را به همراه داشته باشد (Koul, Taylor & Falebita, 2022, p. 1385; Frerich, Calabrò & Torchia, 2023, p. 83).

شش حوزه کلید فرایند که در تعامل با یادگیری راهبردی باید به بلوغ برسند عبارت‌اند از: (۱) ساخت مدل تجزیه و تحلیل، (۲) استقرار مدل‌های تجزیه و تحلیل، (۳) مدیریت و عملیات زیرساخت تجزیه و تحلیل، (۴) حفاظت از دارایی‌های تحلیلی از طریق سیاست‌های مناسب، (۵) اجرای یک ساختار حاکمیتی تحلیلی، (۶) شناسایی فرصت‌های تحلیلی، تصمیم‌گیری و تخصیص منابع بر اساس یک استراتژی تحلیلی (Menukin, 2022, p. 1385).

Mandungu & Shahgholian, 2023, p. 381) نکته مهم در بلوغ فرایند ایجاد انبارهای مناسبی از داده‌هاست که با استفاده بخش‌ها و کارکنان بخش‌های راهبردی سازمان در تصمیم‌گیری‌های راهبردی بر مبنای آنها، امکان بلوغ فرایندهای مختلف کسب‌وکار را به وجود می‌آورد (Surbakti, Wanga, Indulska, & Sadiq, 2020, P. 127). یادگیری راهبردی می‌تواند با انتقال داده‌های مناسب بلوغ فرایند را تسهیل کند (Mishra, Das & Murray, 2015, p. 222). پس فرضیه نخست را به شرح ذیل می‌توان بیان نمود: فرضیه اول: یادگیری راهبردی بر بلوغ سازمانی تأثیر معنی‌داری دارد.

۲-۳. ارتباط بین یادگیری راهبردی و قابلیت‌های پویای صادراتی

قابلیت‌های پویای صادراتی مجموعه‌ای از توانایی‌های انعطاف‌پذیری است که صاحبان/مدیران شرکت‌های صادراتی برای بهره‌برداری از فرصت‌های تجاری بین‌المللی دارند (Ali & Selvachandran, 2017, P. 2822). استفاده مناسب از قابلیت‌های پویای صادراتی یکی از پرکاربردترین راهکارها برای بین‌المللی شدن شرکت‌ها است. قابلیت‌های پویای صادراتی متناسب با تغییرات محیط شرکت باید تغییر کنند. منظور از قابلیت‌های پویای صادراتی لزوم تطبیق با تغییرات محیط شرکت است. وقتی صحبت از محیط بین‌الملل می‌شود، این تغییرات به مراتب وسیع‌تر است و باید به گونه‌ای راهبردی سازمان بتواند خود را با چالش‌های محیط بین‌الملل سازگار سازد (Katsikeas, Leonidou & Zeriti, 2019, p. 412). باهدف آمادگی جهت رویارویی با تغییرات گسترده بازارهای بین‌المللی شرکت‌ها باید تعدیل قابلیت‌های پویای صادراتی را فراگیرند (Pongelli et al, 2023, p. 403). باید همگام با تغییرات عرصه بین‌الملل فناوری داخلی و بومی کشورها نیز ارتقا یابد (Iyer & Henderson, 2010, p. 158). برای قابلیت‌های پویای صادراتی، چهار مؤلفه انطباق‌پذیری، نوآوری، انعطاف‌پذیری و غیرقابل پیش‌بینی بودن؛ در بسیاری از تحقیقات مطالعه شده‌اند (کنجکاو منفرد، هدایتی و فرقانی الله‌آبادی، ۱۳۹۹، ص. ۴۵۶)؛ (Miller, 2022, p. 205). با جهانی‌شدن و در نتیجه پویایی عرصه کسب‌وکار، سازمان‌ها باید توانایی‌های خود را با تقاضاها و شرایط بازار بین‌المللی تطبیق دهند (Efrat, Hughes, Nemkova, Souchon, Sy-Changco, 2018, p. 122). با توجه به تغییرات شدید بازار بین‌المللی و تغییر فرصت‌های آن، شرکت‌ها باید توانایی نوآوری

در محصولات صادراتی برای تطبیق با تغییرات عرصه جهانی را داشته باشند. همچنین شرکت‌های انعطاف‌پذیر می‌توانند دانش به‌دست‌آمده از شرایط بازار بین‌الملل را صرف تولید و عرضه محصولات می‌کنند که مورد تقاضای شرایط جدید بازار است. مثلاً در شرایط رکود اقتصادی، با انعطاف‌پذیری محصولات ارزان‌تر تولید و صادر کنند (شاه‌آبادی، جعفری و امامی، ۱۳۹۸، ص. ۱۴۵).

یادگیری راهبردی به‌عنوان یکی از ابزارهای اصلی برای ارتقای کیفیت و بهبود عملکرد سازمان‌ها شناخته شده است. این نوع یادگیری با شناسایی مسائل موجود در سازمان، تحلیل آنها و پیشنهاد راه‌حل‌های جدید به‌عنوان یک فرایند انعطاف‌پذیر مبتنی بر داده‌ها و تجربیات است.

یادگیری راهبردی به معنای فرایندی است که در آن فرد به دنبال بازیابی و پردازش اطلاعات جدید است تا بتواند به اهداف خود در بهترین شکل ممکن دست یابد. انطباق‌پذیری در زمینه قابلیت‌های پویای صادراتی به معنای توانایی سازمان‌ها در ارائه پاسخ به تغییرات رویدادهای خارجی از جمله تحریم‌ها، روابط تجاری و نوسانات نرخ ارز است (Muneeb, Khattak, Wahba, Abdalla & Ahmad, 2023, p. 828). ارتباط بین یادگیری راهبردی و انطباق‌پذیری در زمینه قابلیت‌های پویای صادراتی این است که مطالعه و یادگیری راهبردی با توجه به تغییرات جهانی و بروز رویدادهای ناگوار، می‌تواند باعث بهبود انطباق‌پذیری صادراتی سازمان‌ها شود. بهبود توانایی سازمان‌ها در ارائه پاسخ به تغییرات رویدادهای خارجی، باعث افزایش انعطاف‌پذیری صادراتی و کاهش تأثیرات نوسانات بازار می‌شود (Singh & Gautam, 2022, p. 173; Miocevic, 2021, p. 30). رابطه مستقیمی بین یادگیری راهبردی و انعطاف‌پذیری در زمینه قابلیت‌های صادراتی پویا وجود دارد. یادگیری راهبردی به‌مانند چارچوبی است که به کارآفرینان کمک می‌کند تا بهترین راهبردهای صادراتی را برای شرکت خود پیدا کنند. با توسعه آموزش و یادگیری راهبردی، کارآفرینان می‌توانند با نوآوری و ایجاد فرصت‌های جدید در بازارهای بین‌المللی بهترین نتیجه را کسب کنند و بسیار سریع‌تر به تغییرات بازار واکنش نشان دهند.

این ادعا در مورد ارتباط بین یادگیری راهبردی و غیرقابل پیش‌بینی بودن در زمینه قابلیت‌های صادراتی پویا که می‌تواند زمان و هزینه ظرفیت صادراتی را بهبود بخشد، بسیار جالب است. بر اساس جستجوهای صورت گرفته در پایگاه‌های مقالات علمی، می‌توان گفت تا کنون بر روی این ارتباط کار نشده است. هدف محقق از تحلیل غیرقابل پیش‌بینی بودن شرایط بازار کسب‌وکارها به عنوان یکی از مؤلفه‌های قابلیت‌های پویای صادراتی، در نظر گرفتن چالش‌های متعددی است که قابل پیش‌بینی نیستند. مثلاً تغییرات گسترده و عدم ثبات نرخ ارز و قوانین حوزه کارگر و کارفرما و همچنین نوسانات قیمت محصولات اولیه و بسیاری از موارد دیگر را که در قیمت تمام شده محصول خود را نشان می‌دهد و همچنین عدم امکان سهولت دادوستد ارز حاصل از صادرات به خاطر شرایط تحمیل شده بر ایران را می‌توان نام برد. بر اساس استدلال‌های صورت گرفته فرضیه سوم به صورت زیر تدوین می‌شود.

فرضیه سوم: یادگیری راهبردی بر قابلیت‌های پویای صادراتی تأثیر معنی‌داری دارد.

۲-۴. ارتباط بلوغ سازمانی و فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی

ارتباط بلوغ سازمانی و فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی بسیار با اهمیت است. با بلوغ سازمانی، سازمان‌ها قادر خواهند بود تا از فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی بهتر بهره‌مند شوند. این فرصت‌ها شامل بازارهای جدید، فناوری‌های جدید و همکاری با سایر سازمان‌ها در سطح بین‌المللی است. با این حال، برای بهره‌مندی از این فرصت‌ها، سازمان‌ها باید بلوغ سازمانی خود را به وسیله انعطاف‌پذیری، اطلاعات و دانش لازم، توانایی‌های رهبری قوی، و روحیه همکاری و هماهنگی با سایر سازمان‌ها، افزایش دهند. بلوغ تجاری به تحول و تطور صنعت و تجارت در سطح جهان اشاره دارد که باعث ایجاد فرصت‌های کسب‌وکار جدید، افزایش شاخص‌های اقتصادی و بومی‌سازی اقتصادهای ملی می‌شود (Franco, Haase & Rodini, 2023, p. 493). این بلوغ با ترکیب فناوری‌های نوین، ارتباطات گسترده و تجارت جهانی به وجود آمده است (Cammarano, Varriale, Michelino & Caputo, 2023, p. 14). یکی از مهم‌ترین تأثیرات بلوغ تجاری بر دنیای کسب‌وکار، افزایش رقابت بین شرکت‌ها و کمک به توسعه کسب‌وکار به طور بین‌المللی است. در واقع، بازار جهانی توانسته است اقتصادهای

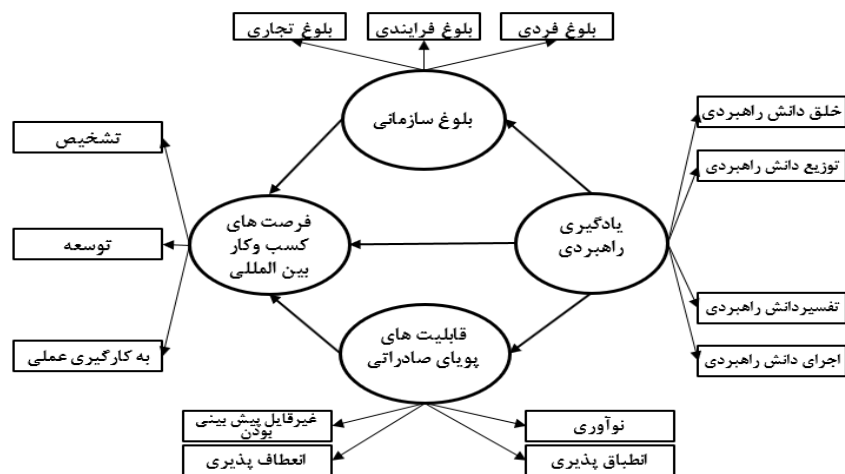
کشورهای مختلف را با هم ارتباط بدهد و به شرکت‌ها فرصتی برای مشارکت در این بازارها و دستیابی به مشتریان جدید را فراهم آورد (Pervez, Aman, Iqbal, Siddiqui, 2014, p. 27). به‌طور مشابه، بلوغ تجاری همچنین بهبود قابل‌توجهی در استفاده از منابع و فناوری‌های جدید برای بهبود کارایی، کاهش هزینه‌های تولید و افزایش بازدهی و ارزش‌افزوده به شرکت‌ها داده است. این روند منجر به رشد شرکت‌های کوچک و متوسط، تشکیل شرکت‌های جدید و حتی نفوذ بیشتر شرکت‌های بزرگ به بازارهای جهانی شده است (Keegan & Green, 2018, p. 307). پس در این بخش فرضیه زیر را می‌توان متصور شد.

فرضیه چهارم: بلوغ سازمانی بر فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی تأثیر معنی‌داری دارد.

۵-۲. ارتباط قابلیت‌های پویای صادراتی و فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی

ارتباط قابلیت‌های پویای صادراتی با فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی به‌عنوان یک رابطه متقابل می‌تواند تأثیر قابل ملاحظه‌ای در رشد اقتصادی یک کشور داشته باشد. در واقع، توانایی یک کشور برای تولید و صادرات محصولات و خدمات رقابتی، زمینه را برای گسترش تجارت بین‌المللی، ایجاد شرکت‌های چندملیتی و به دنبال آن رشد اقتصادی در بلندمدت فراهم می‌آورد. در مطالعه‌ای، نویسندگان به بررسی تأثیر قابلیت‌های پویای صادراتی بر عملکرد صادراتی شرکت‌های ایرانی پرداخته و نشان داده‌اند که این قابلیت‌ها، عملکرد صادراتی را افزایش می‌دهند (Kazemi, Rousta & NA'AMI, 2023, p. 768). ارتباط نوآوری در زمینه قابلیت‌های پویای صادراتی با فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی بسیار گسترده و پویاست. با داشتن قابلیت‌های پویای صادراتی، شرکت‌ها می‌توانند به‌راحتی در بازار جهانی پویایی‌های فعلی را شناسایی نموده و به دنبال فرصت‌های جدید برای گسترش کسب‌وکار خود باشند (طیعی، زمانی، نوروزی طالخونچه و شکری، ۱۳۹۳، ص. ۱۶). در این پژوهش، ارتباط بین قابلیت‌های پویای صادراتی و فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی در قالب فرضیه زیر مورد آزمون قرار می‌گیرد.

فرضیه پنجم: قابلیت‌های پویای صادراتی بر فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی تأثیر معنی‌داری دارد.



شکل (۱): مدل تحقیق

منبع: یافته‌های تحقیق

جدول (۱): پیشینه تحقیقات داخلی و خارجی

نویسنده / (گان)	تشابه تحقیقاتی	فاصله تحقیقاتی
Pierre et al, 2023	به مطالعه ارتباط بلوغ سازمانی با عملکرد صادراتی پرداخته است.	- تحقیق حاضر IBO متغیر وابسته است و نه عملکرد صادراتی
Kim, 2022	ارتباط بلوغ سازمانی با بهترین عملکرد صادراتی سنجیده شده است.	- در IBO عملکرد صادراتی تنها یکی از مؤلفه‌ها است. - در تحقیق کیم بلوغ سازمانی تحت‌تأثیر یادگیری راهبردی نیست.
Russo et al, 2023	ارتباط بلوغ سازمانی در ارتباط بهتر سازمان‌ها با هم سنجیده شده است.	- بلوغ سازمانی متأثر از یادگیری راهبردی باعث IBO می‌شود.
Monteiro et al, 2019	- رابطه یادگیری با قابلیت‌های صادراتی پویا سنجیده شده است. - عملکرد صادراتی به یادگیری راهبردی وابسته است.	- متغیر وابسته تحقیق IBO نیست.
Cui et al, 2005	یادگیری راهبردی می‌تواند با بهبود قابلیت‌های صادراتی پویا موجب افزایش عملکرد صادراتی شود	- متغیر وابسته در تحقیق حاضر IBO است و نه عملکرد صادراتی
Gkypali, Love & Roper, 2021	به بررسی تأثیر یادگیری راهبردی بر نوآوری فناوری در شرکت‌های کوچک و متوسط پرداخته شده	- نوآوری یکی از مؤلفه‌های قابلیت‌های پویای صادراتی تحقیق حاضر است.

نویسنده / (گان)	تشابه تحقیقاتی	فاصله تحقیقاتی
		- متغیر وابسته IBO است و نه نوآوری فناوری
Islam & Munir, 2023	مطالعه تأثیر یادگیری استراتژیک بر نوآوری اکتشافی و بهره‌برداری استراتژیک از آن	- متغیر وابسته IBO است و نه نوآوری فناوری
ناصری فر و همکاران، ۱۳۹۷	از روش کیفی عوامل قابلیت‌های پویای صادراتی شرکت‌های صنایع غذایی را شناسایی کرده است.	- جامعه آماری به شرکت‌های صنایع غذایی محدود شده است. یادگیری راهبردی و IBO تنها در مدل تحقیق حاضر ارائه شده‌اند.
Koul et al, 2022; Frerich et al, 2023	ارتباط یادگیری راهبردی با بلوغ تجاری سنجیده شده است.	- بلوغ تجاری یکی از مؤلفه‌های بلوغ در مدل تحقیق حاضر است - متغیر وابسته در مدل حاضر IBO است.
Karami et al, 2023; Mainela et al, 2015	به مطالعه ارتباط یادگیری راهبردی با انتقال دانش پرداخته است.	- در تحقیق حاضر، اکتساب، انتقال و بهره‌گیری از دانش بازارهای خارجی در مدل لحاظ شده است.
Alghail et al, 2022	رابطه مستقیم عدم بلوغ سازمانی در شکست تیم‌های پروژه دانشگاهی تأیید شده است.	- رابطه بلوغ سازمانی تحت تأثیر یادگیری راهبردی بر IBO سنجیده شده است.
Ramdan et al, 2022	ارتباط یادگیری راهبردی با قابلیت‌های پویای صادراتی سنجیده و تأیید شده است.	ارتباط تأثیر قابلیت‌های پویای صادراتی تحت تأثیر یادگیری راهبردی بر IBO آزمون شده
Clark & Covin, 2021	- به مطالعه چرایی تمایل شرکت‌ها برای سرمایه‌گذاری در کسب‌وکارهای خارجی پرداخته - ارتباط یادگیری راهبردی با موفقیت در کسب‌وکار بین‌المللی تأیید شده است.	- ارتباط یادگیری راهبردی با IBO تحت تأثیر میانجی‌گری قابلیت‌های پویای صادراتی و بلوغ سازمانی سنجیده شده است.
نوروزی و همکاران، ۱۳۹۸	تأثیر سرمایه اجتماعی بر بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی شرکت‌های کوچک و متوسط آزمون شده است.	تأثیر یادگیری راهبردی بر IBO سنجیده شده است.

منبع: یافته‌های پژوهش

۳. روش‌شناسی

با توجه به هدف کلی پژوهش، روش پژوهش آمیخته برای تحقیق انتخاب شده است که بخش کیفی مبتنی بر مصاحبه نیمه‌ساختاریافته با تأکید بر رویکرد اکتشافی می‌باشد. در شکل شماره (۲) پیاز پژوهش آورده شده است. این تحقیق دارای دو جامعه آماری است. جامعه آماری اول (بخش کیفی مطالعه) شامل چند تن از مدیران خبره و صاحب‌نظر در زمینه صادرات و حضور در بازارهای بین‌المللی بوده‌اند. روش نمونه‌گیری در بخش کیفی، ترکیبی از روش‌های غیراحتمالی هدفمند قضاوتی و گلوله‌برفی است. در این روش، کار مصاحبه و مطرح کردن پرسش‌های تحقیق با صاحب‌نظران خبره موضوع پژوهش آغاز می‌شود و از آنها خواسته می‌شود تا سایر افراد خبره در زمینه مطالعه را معرفی کنند؛ بنابراین به جز چند نفر نخست که مستقیماً توسط محقق بر اساس معیارهای مطرح شده انتخاب شدند، سایر خبرگان علاوه بر معیارهای خبرگی توسط سایر خبرگان نیز انتخاب شدند. تا جایی این مصاحبه‌ها با جامعه خبرگانی ادامه یافت که محاسبه پایایی پرسش‌نامه خودساخته محقق تکمیل شده در مصاحبه با خبرگان آلفای کرونباخ $0/78$ تأیید شد. جامعه آماری دوم (بخش کمی)، با بررسی پایگاه‌های مرکز آمار ایران و سازمان بورس اوراق بهادار و سایت گمرک هیچ‌گونه اطلاعات تفصیلی مربوط به شرکت‌های کوچک و متوسط که صادرات نیز دارند یافت نشد.



شکل (۲): پیاز پژوهش

منبع: (Saunders, Lewis & Thornhill, 2019, p. 384)

از فرمول تعدیل شده کوکران برای جامعه آماری نامعلوم برای تعیین حجم نمونه تحقیق استفاده شد. بر اساس واریانس ۲۰ پرسش‌نامه‌ای که به خبرگان داده شد؛ و در سطح خطای ۵٪ طبق فرمول کوکران تعدیل شده برای جامعه آماری نامعلوم حجم نمونه تحقیق برآورد شد.

$$n = \frac{Z^2 S^2}{d^2}$$

در رابطه فوق مربع Z مقداری ثابت است و به فاصله اطمینان و به سطح خطا (d) که در اینجا ۵٪ است بستگی دارد، و مقدار Z در اینجا ۱/۹۶ است. مربع S برابر با واریانس نمونه اولیه (۰/۱۰۳) است (Soh; Tay & Darjee, 2023, p. 1711; Sinh, Nguyen & Pham, 2023, p. 28). محاسبه فرمول بر اساس اطلاعات به‌دست‌آمده حجم نمونه تحقیق را ۱۵۹ یا تقریباً ۱۶۰ پرسش‌نامه برآورد نمود. برای آزمون کفایت نمونه جهت تحلیل عاملی آزمون کی ام او^۳ و بارتلت انجام شد. شاخص به‌دست‌آمده ۰/۸۷۹ را نشان می‌داد که از ۰/۷ بزرگ‌تر بود و کفایت نمونه را نشان می‌دهد. برای رسیدن به این حجم از نمونه، ابتدا پرسش‌نامه در پرس آنلاین طراحی شد و از طریق ایمیل برای ۳۵۰ شرکت ارسال شد. بعد از ۵ ماه انتظار تحلیل پرسش‌نامه‌ها آغاز شد.

برای تدوین سؤالات مربوط به بلوغ سازمانی، از پرسش‌نامه استاندارد (پوطی و تقوا، ۱۳۹۸؛ ص ۵) با آلفای کرونباخ ۰/۸۲ و برای سؤالات یادگیری راهبردی از پرسش‌نامه استاندارد (Ehsanpur & Razavi, 2020, p. 11) با آلفای کرونباخ ۰/۸۶، استفاده شد. سؤالات قابلیت‌های پویای صادراتی و فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی با توجه به نتایج مصاحبه‌های به‌عمل‌آمده با خبرگان و همچنین مطالعه مقالات مرتبط تنظیم شدند. برای تجزیه و تحلیل متن مصاحبه‌ها، از روش تجزیه و تحلیل تم که در تحقیقات کیفی کاربرد وسیعی دارد و روش کدگذاری بسته بهره‌جسته شده است. به این ترتیب مفاهیم قابلیت‌های پویای صادراتی و فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی تعیین شدند. اعتبار پرسش‌نامه با استفاده از روش‌های کمی برآورد شد. روش معادلات ساختاری با رویکرد تحلیل عاملی تأییدی برای سنجش اعتبار مدل و گویه‌های پرسش‌نامه به‌کار گرفته شد. در جستجوهای صورت گرفته موارد زیر از روش‌شناسی مشابه با این مقاله استفاده کرده‌اند (Sezgin, 2022, p. 9; Zhang, Liu & Wilson, 2024, p. 17). آلفای کرونباخ و معیار

هماهنگی درونی سؤالات هر عامل معیارهای اصلی سنجش پایایی محتوای پرسش‌نامه است. روایی همگرا^۴ زمانی وجود دارد که پایایی ترکیبی از ۰/۷ بزرگ‌تر و همچنین، شاخص پایایی ترکیبی^۵ از شاخص متوسط واریانس استخراج شده (آ وی ای) بزرگ‌تر بوده و متوسط واریانس استخراج شده هم از ۰/۵ بزرگ‌تر باشند.

جدول (۲): ضریب پایایی و روایی همگرای متغیرهای پژوهش

متغیرها	تعداد گویه‌ها	پایایی ترکیبی (CR)	شاخص CV- Red	شاخص CV- Com	شاخص متوسط واریانس استخراج شده (AVE)	ضریب آلفا کرونباخ
یادگیری راهبردی	۱۲	۰/۹۶۲	*	۰/۶۰۶	۰/۶۹۲	۰/۹۵۶
بلوغ سازمانی	۹	۰/۹۰۲	۰/۱۶۹	۰/۳۹۳	۰/۵۱۱	۰/۸۷۸
قابلیت‌های پویای صادراتی	۱۰	۰/۸۸۲	۰/۱۲۸	۰/۳۵۴	۰/۵۲۱	۰/۸۴۵
بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی	۶	۰/۹۱۱	۰/۴۳۶	۰/۴۷۸	۰/۶۳۲	۰/۸۸۳

منبع: یافته‌های تحقیق

همان‌طور که در جدول شماره (۲) آورده شده است، ضریب آلفای کرونباخ و پایایی ترکیبی متغیرها بالاتر از مقدار ۰/۷ است و این مبین این است که مدل اندازه‌گیری پژوهش از پایایی مناسبی برخوردار است. همچنین AVE تمامی متغیرهای پژوهش از ۰/۵ بالاتر و همچنین میزان پایایی ترکیبی از AVE بزرگ‌تر است که نشانگر روایی همگرایی مناسب مدل پژوهش است. شاخص اعتبار پیش بین (Q^2) قدرت پیش‌بینی مدل در سازه‌های درون‌زا را مشخص می‌کند که خود دارای دو معیار CV-Red و CV-Com است. شاخص کیفیت روایی متقاطع (CV-Red) کیفیت مدل اندازه‌گیری تحقیق را نشان می‌دهد که این شاخص برای متغیرهای تحقیق اعداد مثبت است، پس مدل از کیفیت مناسبی برخوردار است. بارعاملی بین ۰,۳ تا ۰,۶ قابل قبول است و اگر بزرگ‌تر از ۰,۶ باشد خیلی مطلوب است (حبیبی و عدن‌پور، ۱۳۹۶، ص. ۵۹).

در جدول شماره (۳) بارهای عاملی و سطح معنی‌داری تمامی سؤالات پرسش‌نامه آورده شده است. علیرغم اینکه تمامی سؤالات پرسش‌نامه معنی‌دار هستند ولی AVE مربوط به سازه قابلیت‌های پویای صادراتی از ۰/۵ کمتر شد. بنابراین سه متغیر EC1,3,6 حذف شدند.

جدول (۳): بارهای عاملی، آماره t و سطح معنی‌داری تمامی سؤالات پرسش‌نامه

کدها	گویه‌های پرسش‌نامه	بارهای عاملی	آماره t	انحراف معیار	میانگین	P Values
IB1	تیم مدیریت ارشد در چارچوب چشم‌انداز بین‌المللی سازمان رهبری می‌کنند.	۰/۷۵۶	۱۵/۴۳۳	۰/۰۴۹	۰/۷۵۲	۰,۰۰۰
IB2	تیم مدیریت ارشد شرکت نفوذ در بازارهای بین‌المللی را محور کسب‌وکار قرار داده است.	۰/۷۴۹	۱۳/۴۸۵	۰/۰۵۶	۰/۷۴۲	۰,۰۰۰
IB3	آگاهی از نیازهای مشتریان داخلی و بین‌المللی و تسری آن به خطوط تولید جزئی از فرهنگ سازمان است.	۰/۷۶۸	۱۵/۳۶۴	۰/۰۵۰	۰/۷۶۵	۰,۰۰۰
IB4	کارکنان تحول برای حضور در بازارهای بین‌المللی را امری اجتناب‌ناپذیری می‌دانند.	۰/۸۲۵	۱۷/۷۲۳	۰/۰۴۷	۰/۸۲۱	۰,۰۰۰
IB5	شرکت، واحدها و گروه‌هایی را برای راهبری پروژه‌های باز طراحی و تطبیق با نیازهای بین‌المللی در اختیار دارد.	۰/۸۱۳	۱۷/۰۷۸	۰/۰۴۸	۰/۸۱۲	۰,۰۰۰
IB6	مدیران ارشد قراردادهای بلندمدت قوی با شرکای اقتصادی قابل‌اعتماد منعقد کرده‌اند.	۰/۸۵۲	۲۴/۶۲۸	۰/۰۳۵	۰/۸۴۸	۰,۰۰۰
SL1	سازمان به افراد به‌خاطر یادگیری پاداش می‌دهد.	۰/۷۹۷	۱۵/۵۸۵	۰/۰۵۱	۰/۷۹۱	۰,۰۰۰

SL2	کارکنان در یادگیری به هم کمک می کنند.	۰/۸۷۹	۳۳/۰۰۹	۰/۰۲۷	۰/۸۷۶	۰,۰۰۰
SL3	سازمان به افراد برای یادگیری وقت می دهد.	۰/۷۸۰	۱۵/۷۷۳	۰/۰۴۹	۰/۷۷۵	۰,۰۰۰
SL4	کارکنان به یکدیگر بازخورد روشن و صادقانه می دهند	۰/۸۴۵	۲۲/۷۸۱	۰/۰۳۷	۰/۸۴۱	۰,۰۰۰
SL5	یادگیری مستمر به کارکنان احساس آسودگی و اعتماد به نفس می دهد.	۰/۸۲۲	۱۸/۲۹۸	۰/۰۴۵	۰/۸۱۶	۰,۰۰۰
SL6	یادگیری در شکستن کلیشه های ذهنی قدیمی کارکنان مؤثر است.	۰/۸۶۳	۲۳/۵۵۵	۰/۰۳۷	۰/۸۵۸	۰,۰۰۰
SL7	یادگیری در تحلیل ایده های سایر همکاران در گروه های کاری مؤثر است.	۰/۴۹۲	۶/۴۷۲	۰/۰۷۶	۰/۴۹۳	۰,۰۰۰
SL8	یادگیری در مشارکت کارکنان در حل مسائل به طور گروهی مفید است.	۰/۷۹۶	۱۷/۷۵۳	۰/۰۴۵	۰/۷۹۲	۰,۰۰۰
SL9	تیم ارشد مدیریت برنامه منسجمی برای آموزش و ارتقای کارکنان تصویب کرده است.	۰/۸۳۳	۱۹/۹۱۳	۰/۰۴۲	۰/۸۲۸	۰,۰۰۰
SL10	یادگیری باعث شده کارکنان به اشتراک گذاشتن آموخته های خود ترغیب شوند.	۰/۸۵۳	۲۳/۹۰۷	۰/۰۳۶	۰/۸۴۸	۰,۰۰۰
SL11	دوره های یادگیری تدوین شده سازمان نیازهای کارکنان را پوشش می دهد.	۰/۸۰۵	۱۴/۴۴۱	۰/۰۵۶	۰/۸۰۱	۰,۰۰۰
SL12	امکان ذخیره تجربیات و دانش کارکنان که به صورت فردی و گروهی ایجاد می شود در سازمان وجود دارد.	۰/۸۵۲	۲۱/۷۰۳	۰/۰۳۹	۰/۸۴۸	۰,۰۰۰

OM1	کار تیمی با مشتریان و شرکای داخلی و خارجی فرهنگ شده است.	۰/۶۳۱	۷/۳۶۴	۰/۰۸۶	۰/۵۲۷	۰,۰۰۰
OM2	کارکنان از طریق همکاری با همدیگر نیازهای مشتری داخلی و خارجی را برآورده می‌کنند.	۰/۴۸۱	۴/۴۶۹	۰/۱۰۸	۰/۴۷۹	۰,۰۰۰
OM3	برنامه‌ریزی برای تحول و نوآوری به صورت مهارت‌های کلیدی در سازمان درآمده است	۰/۶۲۶	۸/۱۳۵	۰/۰۷۷	۰/۶۳۴	۰,۰۰۰
OM4	صاحب‌کارها با همکاران خود در جهت هماهنگی بین کسب‌وکارهای مشتریان و تأمین‌کنندگان همکاری دارند.	۰/۸۱۸	۱۴/۳۹۲	۰/۰۵۷	۰/۸۰۹	۰,۰۰۰
OM5	تیم مدیریت ارشد شرکت فرایندگرایی را محور کسب‌وکار قرار داده است.	۰/۵۹۳	۸/۳۵۱	۰/۰۷۱	۰/۶۰۲	۰,۰۰۰
OM6	برنامه‌ریزی برای نوآوری به صورت مهارت‌های کلیدی در سازمان درآمده است.	۰/۷۹۹	۱۰/۵۴۰	۰/۰۷۶	۰/۷۸۶	۰,۰۰۰
OM7	کارکنان در ارائه خدمات بیش از انتظارات مشتری دارای رسالت هستند.	۰/۸۴۷	۱۳/۵۰۰	۰/۰۶۳	۰/۸۳۵	۰,۰۰۰
OM8	کارکنان دارای مهارت حل مسئله هستند	۰/۷۶۲	۹/۵۸۲	۰/۰۷۹	۰/۷۴۶	۰,۰۰۰
OM9	کارکنان و مدیران خط تولید از انتقاد سازنده استقبال می‌کنند	۰/۷۹۴	۱۱/۶۶۶	۰/۰۶۸	۰/۷۸۱	۰,۰۰۰
EC1	تیم مدیریت ارشد، گروه تخصصی برای رصد تغییرات بازار بین‌المللی محصول تشکیل داده است.	۰/۴۹۹	۳/۹۴۴	۰/۱۲۶	۰/۴۸۷	۰,۰۰۰

EC2	آمادگی سازمان برای پاسخ به تغییرات محیطی مطلوب است.	۰/۶۹۶	۱۱/۳۹۴	۰/۰۶۱	۰/۶۸۲	۰,۰۰۰
EC3	خط تولید انعطاف پذیری لازم برای تولید محصولات متنوع را دارد.	۰/۴۸۶	۴/۲۱۳	۰/۱۱۵	۰/۴۷۷	۰,۰۰۰
EC4	کارکنان از انعطاف پذیری برای کار با ماشین ها و مواد اولیه مختلف برخوردارند.	۰/۵۴۸	۶/۷۵۱	۰/۰۸۱	۰/۵۴۹	۰,۰۰۰
EC5	مدیران ارشد برنامه های عملیاتی برای نوآوری را توسعه داده اند.	۰/۷۸۲	۱۱/۸۲۳	۰/۰۶۶	۰/۷۶۶	۰,۰۰۰
EC6	کارکنان توان اجرای روش های کاری جدید و بدیع را دارند.	۰/۵۲۹	۵/۸۲۳	۰/۰۹۱	۰/۵۲۴	۰,۰۰۰
EC7	سازمان توان مواجهه با تحولات غیرقابل پیش بینی را دارد.	۰/۵۵۰	۵/۷۰۱	۰/۰۹۶	۰/۵۲۷	۰,۰۰۰
EC8	مدیران ارشد استراتژی های صادراتی در شرایط مختلف اقتصادی را توسعه داده اند.	۰/۸۴۶	۱۹/۷۶۳	۰/۰۴۳	۰/۸۳۳	۰,۰۰۰
EC9	سازمان شرکای قابل اتکای بین المللی برای خرید مایحتاج و صادرات محصولات دارد.	۰/۶۶۳	۹/۰۳۳	۰/۰۷۳	۰/۶۵۶	۰,۰۰۰
EC10	به کارگیری دانش در انجام امور محوله سازمانی می تواند انطباق محصول با شرایط بازار صادراتی را بهبود بخشد.	۰/۷۱۲	۸/۸۳۹	۰/۰۸۱	۰/۶۹۲	۰,۰۰۰

منبع: یافته های تحقیق

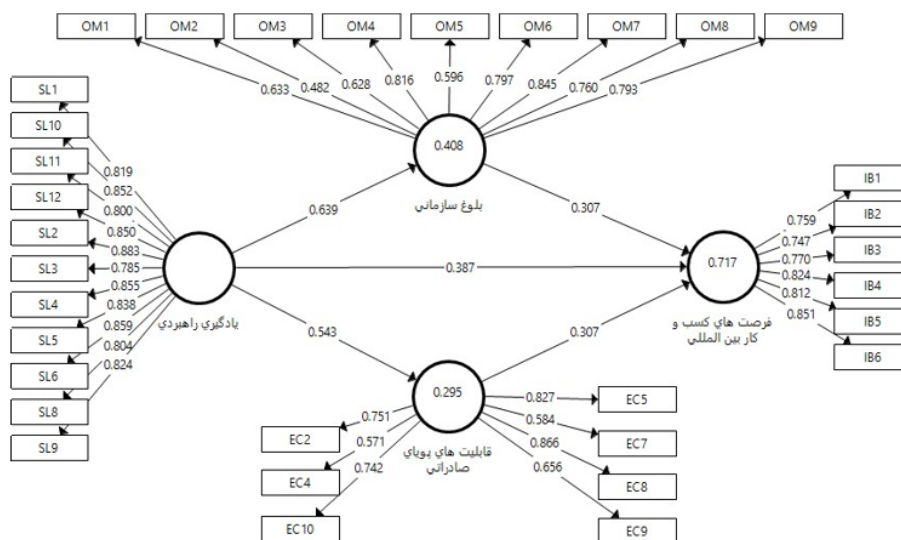
۴. یافته ها

۴-۱. آزمون فرضیه ها

پس از سنجش معیارهای روایی و برازش مدل، در ادامه به بررسی فرضیه های تحقیق می پردازیم. شکل شماره (۳) معیارهای ضریب مسیر و آماره تی را نشان می دهد که برای

آزمون فرضیه‌های تحقیق موردنیاز است. جدول شماره (۴) خلاصه‌ای از آزمون فرضیه‌ها را ارائه می‌دهد.

با توجه به اینکه فاصله اطمینان مورد قبول این پژوهش ۵ درصد است ($\alpha=0.05$)؛ در این فاصله اطمینان مقدار آماره تی باید مساوی و یا بزرگ‌تر از $1/96$ باشد. در جدول (۴)، آماره تی برای فرضیه اول پژوهش مبنی بر تأثیر یادگیری راهبردی بر بلوغ سازمانی $8/827$ و ضریب مسیر $0/639$ است پس چون آماره تی این فرضیه از $1/96$ بزرگ‌تر است، فرضیه اول تأیید می‌شود.



شکل (۳): ضرایب مسیر و بارهای عاملی

منبع: یافته‌های تحقیق

آماره تی و ضریب مسیر برای فرضیه دوم به ترتیب $12/275$ و $0/387$ است و این نتیجه نشان می‌دهد که یادگیری راهبردی بر فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی تأثیرگذار است. آماره تی و ضریب مسیر برای فرضیه سوم به ترتیب برابر با $8/149$ و $0/543$ است و تأثیرگذاری متغیر مستقل یادگیری راهبردی بر قابلیت‌های کسب‌وکار پویا را تأیید می‌کند. فرضیه چهارم دارای آماره تی و ضریب مسیر به ترتیب $3/594$ و $0/307$ است.

جدول (۴): آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه‌ها	ضریب مسیر	آماره t	نتیجه
فرضیه ۱: یادگیری راهبردی بر بلوغ سازمانی تأثیر معنی‌داری دارد.	۰/۶۳۹	۸/۸۲۷	تأیید
فرضیه ۲: یادگیری راهبردی بر فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی تأثیر معنی‌داری دارد.	۰/۳۸۷	۱۲/۳۷۵	تأیید
فرضیه ۳: یادگیری راهبردی بر قابلیت‌های پویای صادراتی تأثیر معنی‌داری دارد.	۰/۵۴۳	۸/۱۴۹	تأیید
فرضیه ۴: بلوغ سازمانی بر فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی تأثیر معنی‌داری دارد.	۰/۳۰۷	۳/۵۹۴	تأیید
فرضیه ۵: قابلیت‌های پویای صادراتی بر فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی تأثیر معنی‌داری دارد.	۰/۳۰۷	۴/۳۰۶	تأیید

منبع: یافته‌های تحقیق

پس تأیید می‌شود که بلوغ سازمانی بر فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی تأثیرگذار است. آماره تی و ضریب مسیر برای فرضیه پنجم به ترتیب برابر ۴/۳۰۶ و ۰/۳۰۷ است و تأثیرگذاری قابلیت‌های پویای صادراتی بر فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی را تأیید می‌کند. از طرفی همان‌طور که در جدول (۲) آورده شده است، مقادیر مجذور کیو^۸ هر دو مقادیری مثبت هستند که مبین توانایی پیش‌بینی متغیرهای مدل است. به عبارت دیگر، یادگیری راهبردی با بهره‌گیری از توانایی پیش‌بینی بلوغ سازمانی و قابلیت‌های پویای صادراتی توانسته است تأثیر مثبتی بر بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی داشته باشد. در ادامه به مقایسه نتایج این تحقیق با نتایج مطالعات داخلی و خارجی مشابه می‌پردازیم.

۴-۲. تحلیل متغیرهای میانجی

در مدل تحقیق حاضر، بلوغ سازمانی و قابلیت‌های پویای صادراتی دو متغیر میانجی مدل هستند. در این قسمت، از طریق دو معیار شدت متغیر میانجی یا شمول واریانس (VAF)^۹ و سوبل به سنجش تأثیر متغیرهای میانجی مدل پرداخته می‌شود. آماره شمول واریانس نشان می‌دهد که تا چه اندازه واریانس متغیر وابسته مستقیماً توسط متغیر مستقل تشریح می‌شود و چه مقدار واریانس هدف به‌وسیله روابط غیرمستقیم تشریح می‌شود. اگر آماره

VAF مقداری بین ۰/۲ تا ۰/۸ داشته باشد، تأثیر متغیر میانجی بر وابسته متوسط و اگر بیشتر از ۰/۸ باشد، تأثیر میانجیگری کامل است.

جدول (۵): نتایج آماره‌های سوبل و واف (VAF)

نتیجه آزمون	سوبل > ۱/۹۶	VAF	متغیرهای میانجی
تأیید	۳/۳۲۷	۰/۳۴	فرضیه ۶: میانجیگری بلوغ سازمانی بین یادگیری سازمانی و بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی معنی دار است.
تأیید	۳/۷۹۳	۰/۳۱	فرضیه ۷: میانجیگری قابلیت‌های پویای صادراتی بین یادگیری سازمانی و بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی معنی دار است.

منبع: یافته‌های تحقیق

آزمون سوبل^۲ روشی برای سنجش معناداری اثر متغیر میانجی است. چنانچه مقدار آماره آزمون سوبل از مقدار بحرانی ۱/۹۶ بیشتر باشد، اثر میانجی معنادار است. قبل از تحلیل متغیر میانجی، بدون حضور متغیرهای میانجی ارتباط بین متغیر مستقل (یادگیری راهبردی) با متغیر وابسته (فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی) سنجیده شد. آماره تی‌در این آزمون ۲/۰۷ محاسبه شد که از ۱/۹۶ بالاتر است و این رابطه معنی دار است (حییبی و عدن‌پور، ۱۳۹۶، ص. ۵۳). نتایج آزمون مطابق جدول شماره (۵) نشان می‌دهد که از آنجا که میزان آماره سوبل در هر دو متغیر میانجی بلوغ سازمانی و قابلیت‌های پویای صادراتی از ۱/۹۶ بالاتر است، میانجیگری آنها معنی دار است. از طرفی، نتایج آماره VAF دلالت بر قدرت میانجیگری می‌کند. به عبارت دیگر نشان می‌دهد ۳۴ درصد تأثیر متغیر یادگیری سازمانی بر فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی مربوط به میانجیگری بلوغ سازمانی است؛ و ۳۱ درصد تأثیر آن مربوط به میانجیگری قابلیت‌های پویای صادراتی است.

۳-۴. برازش مدل

شاخص‌های برازش مدل، عملکرد کلی مدل را می‌سنجند و با این هدف، نکویی اندازه‌گیری و ساختاری مدل را می‌آزمایند. معیار ضریب تعیین (مجذور آر)^۲ که معیار اصلی آزمایش نکویی متغیرهای مکنون درون‌زا (میانجی و وابسته) است و دیگری معیار نکویی برازش (جی او اف)^۳ که شاخص برازش کلی مدل است. سه مقدار ۰/۱، ۰/۲۵،

و ۰/۳۶ به ترتیب به عنوان معیار ضعیف، متوسط و قوی برای جی او اف معرفی شده است. همچنین برای معیار ضریب تعیین سه مقدار ۰/۱-۰/۲۵ ضعیف، ۰/۲۵-۰/۳۶ متوسط و از ۰/۳۶ به بالا قوی بیان شده است. این معیارها در قالب جدول شماره (۶) گزارش می شوند.

جدول (۶): شاخص های نکویی برازش کلی مدل تحقیق

متغیرهای پژوهش	ضریب تعیین	شاخص نکویی برازش (GOF)
یادگیری راهبردی	*	
بلوغ سازمانی	۰/۴۰۸	
قابلیت های پویای صادراتی	۰/۲۹۵	
فرصت های کسب و کار بین المللی	۰/۷۱۷	
میانگین و GOF	۰/۴۷۳	۰/۶۶

* ضریب R^2 برای متغیرهای مکنون برونزا محاسبه نمی شود.

منبع: یافته های تحقیق

جدول شماره (۶) نظرات پاسخ دهندگان را بازمی تاباند و مبین این است که عوامل تأثیرگذار بر بهره برداری از فرصت های کسب و کار بین المللی در مدل حاضر با ضریب تعیین ۰/۷۱۷، توانایی پیش بینی ۷۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته را دارد. به عبارت دیگر، تغییرات این متغیر تحت تأثیر عوامل دیگری نیز هست که مدنظر این پژوهش نبوده است. همچنین ۴۱ درصد عوامل تأثیرگذار بر فرصت های کسب و کار بین المللی توسط بلوغ سازمانی و ۳۰ درصد عوامل تأثیرگذار بر همین متغیر وابسته توسط قابلیت های پویای صادراتی پیش بینی شده است که نشان می دهد این دو متغیر در پژوهش به خوبی توصیف شده اند. علاوه بر R^2 و GOF دو شاخص مهم دیگر نیز در ادامه تشریح می شوند. اندازه اثر^۱ (F^2) شاخصی برای سنجش میزان اثرگذاری یک متغیر مستقل بر یک متغیر وابسته است و باید همراه با ضریب مسیر استاندارد گزارش شود. اندازه اثر در رگرسیون و مدلیابی معادلات ساختاری نشان می دهد اگر یک متغیر مستقل از مدل حذف شود چه میزان در برآورد متغیرهای وابسته تغییر ایجاد می شود. یکی از کاربردهای این شاخص استفاده به عنوان یکی از شاخص های برازش حداقل مربعات جزئی می باشد. مقادیر ۰/۰۲، ۰/۱۵ و ۰/۳۵ اندازه اثر به ترتیب نشان از اندازه تأثیر کوچک، متوسط و

بزرگ یک سازه بر سازه دیگر است. جدول مربوط به این شاخص در پیوست (۱) ارائه شده است. نتایج نشان می‌دهد که یادگیری راهبردی بر بلوغ سازمانی و قابلیت‌های پویای صادراتی اثر بسیار بزرگی دارد. اثر یادگیری راهبردی، قابلیت‌های پویای صادراتی و بلوغ سازمانی بر بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی نیز از ۰/۱۵ بیشتر است که نشان از اثر قوی متغیر برون‌زا بر درون‌زا دارد. پس می‌توان نتیجه گرفت تمامی ضرایب مسیر معنادار بوده متغیرهای میانجی مدل به‌خوبی تعریف شده‌اند.

معیار مهم دیگری که با روایی واگرا^۵ مشخص می‌گردد، میزان رابطه یک سازه با شاخص‌هایش در مقایسه رابطه آن سازه با سایر سازه‌ها است؛ به‌طوری‌که روایی واگرای قابل قبول یک مدل حاکی از آن است که یک سازه در مدل تعامل بیشتری با شاخص‌های خود دارد تا با سازه‌های دیگر. روایی همگرا به همبستگی سؤالات یک سازه باهم اشاره دارد و روایی واگرا بر عدم همبستگی بین سؤالات یک سازه با سؤالات سازه دیگر دلالت دارد. مقادیر موجود در روی قطر اصلی ماتریس، باید از کلیه مقادیر موجود در ستون مربوطه بزرگ‌تر باشد. معیار فورنل و لاکر^۶ برای سنجش روایی واگرا ارائه شده است. نتایج این آزمون در پیوست (۲) ارائه شده است. نتایج معیار حاکی از این است که مدل تحقیق دارای روایی واگرا است.

نتیجه‌گیری

فرصت‌های بین‌المللی درحقیقت دانش‌های بازار و کسب‌وکارهای جهانی هستند (Elenurm, 2019, p. 96) که برای بهره‌مندسازی صنایع از آنها باید استخراج، ذخیره‌سازی، اکتشاف و به سازمان‌ها نفوذ داده شوند. فرصت‌های کسب‌وکار در حیطه جهانی تغییرات گسترده‌ای را تجربه می‌کنند. همان‌طور که دانش‌ها بعد از مدتی ممکن است منسوخ شوند، فرصت‌ها نیز کم‌اثرتر می‌شوند. بر همین اساس، در نظریه فرصت‌های کسب‌وکار بین‌الملل بر تشخیص و توسعه این فرصت‌ها به‌صورت امری مداوم تأکید شده است. به این دلیل، سازمان‌ها باید برنامه‌های مدون و بلندمدت برای آموزش کارکنانشان داشته باشند و این برنامه‌ها را بر اساس تغییرات جهانی باید به‌روز کنند. تنها با یادگیری راهبردی است که کسب‌وکارهای سنتی به سمت تطبیق با الگوهای جهانی گام برمی‌دارند. بر همین اساس، در صنایع انطباق‌پذیری محصولات صادراتی با بازارهای هدف، نوآوری

در تولید محصولات، غیرقابل پیش‌بینی بودن تغییرات بازارهای بین‌المللی و انعطاف‌پذیری خط تولید تولیدکنندگان برای تطابق با تغییرات بازارهای جهانی دانشی را می‌طلبد که از طریق یادگیری راهبردی به سازمان منتقل می‌شود. وقتی مدیران فعالانه درگیر بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی می‌شوند، برداشت ارزشمند آنها از بلوغ سازمانی و حکمرانی کارآمد تجارت بین‌الملل در شناسایی فرصت‌های جهانی تأثیرگذار است. با نشر دانش حاصل از یادگیری راهبردی به سطوح سازمانی؛ این دانش در فرایند، محصول و دادوستد تزریق شده و موجبات بلوغ سازمانی منطبق با بهره‌برداری از فرصت‌های بین‌المللی فراهم می‌شود. فرصت‌های جهانی ثابت نیستند و تغییراتشان غیرقابل پیش‌بینی است. اگر صنایع با این تغییرات همگام نشوند، توسط رقبا بلعیده شده و حذف خواهند شد.

ارتباط بین بلوغ سازمانی و بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی به‌وضوح نقش مهمی در رقابت‌پذیری و پایداری شرکت‌ها دارد. یک سازمان بالغ دارای ساختارها و راهبردهای کاملاً منسجم و کارآمد است که امکان بهره‌وری از فرصت‌ها و رقابت با رقبا را فراهم می‌کند. برای اینکه سازمان بر نوآوری، انعطاف‌پذیری و یادگیری مداوم تأکید داشته باشد؛ ایجاب می‌کند که سازمان بتواند به بهترین شکل ممکن با شرایط متغیر بازار بین‌المللی سازگاری یابد. این روند ادامه‌پذیری و تطابق با فرصت‌ها و تهدیدهای جدید را تسهیل می‌کند که در نهایت به افزایش بهره‌وری و سودآوری در کسب‌وکارهای بین‌المللی منجر می‌شود.

از منظر مدیریتی و بر اساس نتایج حاصل از مدل تحقیق می‌توان نتیجه گرفت که از عمده دلایل ضعف شرکت‌های کوچک و متوسط ایران که عمدتاً مربوط به بخش خصوصی هستند در مواجهه با تغییرات شرایط بازار به علت عدم توجه به بازارهای بین‌المللی و معطوف شدن عمده توجهشان به بازار داخلی، نمی‌توانند در مواجهه با تغییرات بین‌المللی انعطاف‌پذیری لازم را دارا باشند. همچنین دانش مربوط به بازارهای بین‌المللی را کمتر مورد توجه قرار داده‌اند و به ارتقای قابلیت‌های صادراتی خود کمتر توجه می‌کنند. توانایی اعمال تغییرات فناورانه برای تطبیق کالاهای تولیدی‌شان متناسب با تغییرات بازار بین‌المللی را ندارند. به علت عدم توجه به اکتساب و توزیع دانش به لایه‌های مختلف

سازمانی، بلوغ سازمانی در آنها اتفاق نیفتاده و به این ترتیب شرایط پایدار اقتصادی را نمی‌توانند برای خود متصور شوند و هنوز در مواجهه و رقابت در شرایط بازار بین‌المللی بسیار نابالغ و خام هستند. پس در تأمین ارز موردنیاز خود نیز دچار مشکل هستند. به همین دلیل، حتی با رفع تحریم‌های بین‌المللی و آزادشدن واردات، و کاهش حمایت‌های دولتی مربوط به ممنوعیت واردات کالاهای ساخت داخل، مجدداً بسیاری از این شرکت‌ها اعلام ورشکستگی خواهند کرد.

از محدودیت‌های این پژوهش می‌توان متکی بودن نتایج حاصل به پرسش‌نامه را ذکر کرد. وقتی ابزار جمع‌آوری داده‌ها پرسش‌نامه باشد، برخی عوامل مانند ذهنیت و پیش‌داوری پاسخگو در کنترل محقق نیست. همچنین شاید متغیرهای دیگری در حوزه مطالعه مهم باشند که باید در تحقیقات آتی موردتوجه قرار گیرند. برای فرضیه‌های چهارم و سوم این تحقیق به‌سختی می‌توان پژوهش‌های انجام شده را یافت که عیناً در مقاله آورده شده‌اند و نشان‌دهنده آن است که برای کارهای آتی جای بسط و تشریح بیشتر دارند.

پیشنهادهای کاربردی

در این بخش به تفکیک گروه‌های مخاطبی که می‌توانند از نتیجه این مقاله استفاده کنند، بر اساس یافته‌های مقاله پیشنهاداتی ارائه می‌شود.

مدیران

مدیران شرکت‌های صادراتی اصلی‌ترین مخاطبان این تحقیق هستند. برای موفقیت در امر ورود به بازارهای بین‌المللی شناخت رموز و پیچیدگی‌های بازار بین‌الملل از اهم مسائل موفقیت است. هرچند مشکلات پیش‌آمده در مسیر نقل و انتقال ارز حاصل از صادرات بر مشکلات صادرکنندگان افزوده است، اما نباید از انتقال دانش حضور در بازارهای بین‌المللی به‌تمامی سطوح سازمانی غافل شد. برای موفقیت در عرصه بین‌الملل کارکنان و مدیران تمام سازمانی باید بین‌المللی بیندیشند و عمل کنند.

سرمایه‌گذاران

به سرمایه‌گذارانی که به‌تازگی عزم راه‌اندازی کسب‌وکارهای بین‌المللی را دارند، توصیه می‌شود که ایجاد خطوط تولید انعطاف‌پذیر را ملاک راه‌اندازی خطوط تولید خود قرار

دهند. چراکه فناوری تولید محصولات ثابت نیست و ذائقه مصرف‌کنندگان دائماً تغییر می‌کند. از طرفی، عرصه کسب‌وکارها از ملی به بین‌المللی تغییر کرده است و از همه مهم‌تر اینکه برای رشد و بالندگی ایران نیاز به درآمدهای ارزی اهمیت و ارزش روزافزونی دارد.

سهام‌داران

به سهام‌داران نیز توصیه می‌شود که برای سرمایه‌گذاری در شرکت‌ها، به وجود مواردی مانند هزینه تحقیق و توسعه و هزینه تحقیقات بازار در گزارش‌های صورت‌حساب سود و زیان شرکت‌ها اهتمامی ویژه داشته باشند.

یادداشت‌ها

1. International Business Opportunity (IBO)		
2. Third-Person Opportunity		
3. KMO		
4. Convergent Validity		
5. Composite Reliability (CR)		
6. Average Variance Extraction	(AVE)	
	$\alpha =$	۵٪.۷
8. Q2 (CV-Com, CV- Red)		
9. Variance Accounted For	(VAF)	
1 . Sibel Z-Pvalue	0	
1 . T-student	1	
1 .	2 R2	
1 . Good of Fit (GOF)	3	
1 . Effect Size	4	
1 . Discriminant validity	5	
1 . Fornell-Larcker	6	

کتابنامه

پوطی، نسیمه و تقوا، محمدرضا (۱۳۹۸). بررسی بلوغ سازمانی فناوری اطلاعات با رویکرد همسویی کسب و کار و فناوری اطلاعات با استفاده از دو روش مدل بلوغ توانمندی یکپارچه و به روش‌های کتابخانه زیرساخت فناوری اطلاعات مطالعه موردی: شرکت توزیع نیروی برق استان کرمانشاه. پژوهش‌نامه پردازش و مدیریت اطلاعات. ۳۵ (۲). ۵۱۹-۵۵۲.

توفیق، فیروز و متین، شهاب (۱۳۹۵). بررسی آثار تحریم‌های نفتی بر رشد بخش‌های اقتصادی ایران با استفاده از الگوی متغیر مختلط داده - ستانده. *فصلنامه اقتصاد دفاع و توسعه پایدار*. ۱ (۲). ۱۱۱-۱۳۳.

حبیبی، آرش و عدن‌پور، مریم (۱۳۹۶). *مدل‌یابی معادلات ساختاری و تحلیل عاملی (آموزش کاربردی نرم‌افزار LISREL)*. تهران: سازمان انتشارات جهاد دانشگاهی.
سپه‌وند، رضا و کولیوند، حسن (۱۴۰۱). یادگیری راهبردی و اثر آن بر قابلیت‌های رقابتی عملیاتی (با تأکید بر نقش میانجی چابکی راهبردی دانش‌محور) مورد مطالعه: سازمان تحقیقات و جهاد خودکفایی نیروی پدافند هوایی آجا. *فصلنامه آموزش علوم دریایی*. ۹ (۱). ۱۳۹-۱۰۸.
شاه‌آبادی، ابوالفضل؛ جعفری، مهدی و فاطمه، امامی (۱۳۹۸). تأثیر مدیریت راهبردی پایداری و محیط صادرات بر عملکرد صادرات خاویار ایران. *مجله علمی شیلات ایران*. ۲۸ (۲). ۱۳۰-۱۵۲.

صفری تخت شیرینی، میثم و تهامی‌پور زرنندی، مرتضی (۱۳۹۶). بررسی راهبردی اثرگذاری تحریم بر نرخ ارز از کانال حساب مالی. *فصلنامه علمی راهبرد اقتصادی*. ۶ (۱۸). ۴۱-۲۲.
طیعی، سید کامیل؛ زمانی، زهرا؛ نوروزی طالخونچه، محسن و شکری، محمود (۱۳۹۳). اثر نوآوری بر توسعه صادرات خدمات فنی و مهندسی کشورهای منتخب نوظهور: درسی برای اقتصاد ایران. *اقتصاد مالی (اقتصاد مالی و توسعه)*. ۸ (۲۷). ۲۷-۱۱.
کماجیان، زهرا؛ برزانی، محمد واعظ و حیدری، محمدرضا (۱۴۰۲). تحلیل تأثیر تحول فناورانه بر اثربخشی تحریم‌های اقتصادی علیه ایران؛ مطالعه موردی صنعت تجهیزات پزشکی استان اصفهان. *دوفصلنامه جستارهای اقتصادی ایران با رویکرد اقتصاد اسلامی*. ۲۰ (۳۹). ۲۲۷-۲۵۰.

کنجکاو منفرد، امیررضا؛ هدایتی، محمد و فرقانی الله‌آبادی، فهیمه (۱۳۹۹). تأثیر قابلیت‌های پویای صادراتی زعفران خراسان بر مزیت رقابتی و عملکرد با تأکید بر دانش صادراتی. *نشریه اقتصاد و توسعه کشاورزی*. ۳۴ (۴). ۴۴۷-۴۶۱.
ناصری‌فر، وحید؛ دهدشتی شاه‌رخ، زهره؛ تقوی‌فر، محمدتقی و فرزانه حسن‌زاده، ژاله (۱۳۹۷). شناسایی عوامل مؤثر بر صادرات کارآفرینانه از دیدگاه قابلیت‌های پویا. *مدیریت کسب‌وکار بین‌المللی*. ۱ (۳). ۴۲-۲۳.

نوروزی، حسین؛ داودآبادی فراهانی، فاطمه و بهامین، فریبا (۱۳۹۸). بررسی تأثیر سرمایه اجتماعی بر بهره‌برداری از فرصت‌های کسب‌وکار بین‌المللی شرکت‌های کوچک و متوسط. مدیریت کسب‌وکارهای بین‌المللی. ۲ (۱). ۳۱-۱.

- Adhab, A. N. (2021). Strategic Learning and its Impact on Human Resource Management Practices: Analytical research in the Directorate of Training and Rehabilitation of the Ministry of the Interior. *Turkish Journal of Computer and Mathematics Education*. (TURCOMAT). 12 (12). 4517-4526.
- Akbari, Peyman and Mohammadi Janbazlofar, Siros. (1400). Analysis of the effect of knowledge management on export performance with emphasis on the mediating role of innovation, case study: small and medium enterprises of Isfahan province. *Management of information resources and services*. 9 (1). 1-12.
- Al-Hawary, S. I. S., & Al-Rasheedy, H. H. (2021). The effect of strategic learning for human resources on dynamic capabilities of airlines companies in Kuwait. *Int. J. Bus. Inf. Syst.* 37 (4). 421-441.
- Alghail, A., Yao, L., Abbas, M. and Baashar, Y. (2022). Assessment of knowledge process capabilities toward project management maturity: an empirical study. *Journal of Knowledge Management*. 26 (5). 1207- 1234. <https://doi.org/10.1108/JKM-03-2021-0180>
- Ali, A., Mancha, R., & Pachamanova, D. (2018). Correcting analytics maturity myopia. *Business Horizons*. 61 (2). 211-219.
- Ali, H. A. R., & Selvachandran, G. (2017). A dynamic capabilities perspective of small and medium-sized enterprises' internationalization: A conceptual model. *Advanced Science Letters*. 23 (4). 2821-2824.
- Ardichvili, A., Cardozo, R. and Ray, S. (2003). A theory of entrepreneurial opportunity identification and development. *Journal of Business Venturing*. 18 (1). 105-123.
- Baron, R.A. (2006). Opportunity recognition as pattern recognition: how entrepreneurs 'connect the dots' to identify new business opportunities. *Academy of Management Perspectives*. 20 (1). 104-119.
- Belzberg, L. (2006). *PENCIL (Public Education Needs Civic Involvement in Learning): A case study of civic involvement in New York City*. 1995-2005. New York University.
- Bolton, M. L., Zheng, X., & Kang, E. (2021). A formal method for including the probability of erroneous human task behavior in system analyses. *Reliability Engineering & System Safety*. (21) 3. 107-764.
- Bryson, John M., Barbara C. Crosby & Danbi Seo (2022). Strategizing on behalf of social enterprises: the case of the Metropolitan Economic Development Association and Catalyst. *Public Management Review*. 24 (1). 124-141. DOI: 10.1080/14719037.2020.1798128

- Cammarano, A., Varriale, V., Michelino, F., & Caputo, M. (2023). A Framework for Investigating the Adoption of Key Technologies: Presentation of the Methodology and Explorative Analysis of Emerging Practices. *IEEE Transactions on Engineering Management*. 1 (1). 1-24. DoI:10.1109/TEM.2023.3240213
- Cavusgil, S.T. and Knight, G. (2015). The born global firm: an entrepreneurial and capabilities perspective on early and rapid internationalization. *Journal of International Business Studies*. 46 (1). 3-16.
- Clark, D.R. and Covin, J.G. (2021). International Entrepreneurial Orientation Disposition: Insights into Venture Internationalization. Corbett, A.C., Kreiser, P.M., Marino, L.D. and Wales, W.J. (Ed.) *Entrepreneurial Orientation: Epistemological, Theoretical, and Empirical Perspectives (Advances in Entrepreneurship, Firm Emergence and Growth*. Vol. 22), Emerald Publishing Limited, Leeds. 7 (5). 87-120. <https://doi.org/10.1108/S1074-754020210000022004>
- Cui, A. S., Griffith, D. A., & Cavusgil, S. T. (2005). The Influence of Competitive Intensity and Market Dynamism on Knowledge Management Capabilities of Multinational Corporation Subsidiaries. *Journal of International Marketing*. 13 (3). 32-53. doi:10.1509/jimk.13.3.32
- Di Gregorio, D., Musteen, M. C., & Thomas, D. (2022). International business opportunity recognition and development. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*. 28 (3). 628-653.
- Dibirov, M. (2016, September). Corporate Entrepreneurship in Pharma R&D Organizational Transformations. In *9th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business*.
- Efrat, Kalanit & Hughes, Paul & Nemkova, Ekaterina & Souchon, Anne L. & Sy-Changco, Joseph. (2018). Leveraging of Dynamic export capabilities for competitive advantage and performance consequences: Evidence from China. *Journal of Business Research*. Elsevier. 84 (C). 114-124.
- Ehsanpur, S., & Razavi, M. R. (2020). A Comparative analysis of learning, retention, learning and study strategies in the traditional and M-learning systems. *European Review of Applied Psychology*. 70 (6). 100-125.
- Elenurm, T. (2019). Developing International Networking Readiness for Innovative Entrepreneurship. In *European Conference on Innovation and Entrepreneurship* (pp. 296-XVII). Academic Conferences International Limited.
- Evers, N., & Andersson, S. (2021). Predictive and effectual decision-making in high-tech international new ventures—A matter of sequential ambidexterity. *International Business Review*. 30 (1). 101 65.
- Fischer, M., Imgrund, F., Janiesch, C., & Winkelmann, A. (2020). Strategy archetypes for digital transformation: Defining meta objectives using business process management. *Information & Management*. 57 (5). 103-262.

- Foss, N.J. and Klein, P.G. (2012). *Organizing Entrepreneurial Judgment: A New Approach to the Firm*. Cambridge University Press. Cambridge.
- Franco, M., Haase, H., & Rodini, A. (2023). The Role of Incubators in the Internationalization Process of Incubated SMEs: A Perspective of International Cooperation. *Global Business Review*. 24 (3). 488-509. doi:10.1177/0972150920919381
- Frerich, S., Calabrò, A. & Torchia, M. (2023). Commitment Helps: The Positive Effects of Long-Term Orientation and Family Ownership on Firms' International Expansion. *Entrepreneurship Research Journal*. doi:10.1515/erj-2022-0005
- Garrett, R.P., Covin, J.G. and Slevin, D.P. (2009). Market responsiveness, top management risk taking, and the role of strategic learning as determinants of market pioneering. *Journal of Business Research*. 62 (8). 782-788.
- Giacosa, E., Crocco, E., Kubálek, J., & Culasso, F. (2024). Additive manufacturing in international business: Bridging academic and practitioners' perspectives. *Journal of International Management* 32 (11). 101-151.
- Gkyali, A., Love, J. H., & Roper, S. (2021). Export status and SME productivity: Learning-to-export versus learning-by-exporting. *Journal of Business Research*. 12 (8). 486-498. doi:10.1016/j.jbusres.2021.02.026
- Goga, S., Mondliwa, P., & Roberts, S. (2020). *Economic power and regulation: the political economy of metals, machinery and equipment industries in South Africa*. In *Inequality studies from the Global South* (pp. 75-98). Routledge.
- Goldie, J. G. S. (2016). Connectivism: A knowledge learning theory for the digital age?. *Medical teacher*. 38 (10). 1064-1069.
- Grant, R., & Phene, A. (2022). The knowledge based view and global strategy: Past impact and future potential. *Global Strategy Journal*. 12 (1). 3-30.
- Gregoire, D.A., Barr, P.S. and Shepherd, D.A. (2009). Cognitive processes of opportunity recognition: the role of structural alignment. *Organization Science*. 21 (2). 413-431.
- Gupta, G., & Bose, I. (2019). Strategic learning for digital market pioneering: Examining the transformation of Wishberry's crowdfunding model. *Technological Forecasting and Social Change* 14 (6). 865-876.
- Haarhaus, T., & Liening, A. (2020). Building dynamic capabilities to cope with environmental uncertainty: The role of strategic foresight. *Technological Forecasting and Social Change*. 15 (5). 1200-1233.
- Habibi, Arash; Adenpour, Maryam. (2016). *Structural equation modeling*. Jihad University Press. 6th edition. P. 120. (In Persian).
- Haynie, J.M., Shepherd, D.A. and McMullen, J.S. (2009). An opportunity for me? The role of resources in opportunity evaluation decisions. *Journal of Management Studies*. 46 (3). 337-361.

- Islam, T. and Munir, S. (2023). How important strategic learning capabilities are during COVID-19? A model for innovation ambidexterity. *Journal of Workplace Learning*. 35 (1). 35-56. doi 10.1108/JWL-11-2021-0144
- Iyer, B., & Henderson, J. C. (2010). Preparing for the future: understanding the seven capabilities cloud computing. *MIS Quarterly Executive*. 9 (2). 183-133
- Karami, Masoud, Ojala Arto & Saarenketo Sami (2023). Entrepreneurial orientation and international opportunity development by SMEs: The mediating role of decision-making logic. *Journal of Small Business Management*. 61 (2). 994-1022, DOI: 10.1080/00472778.2020.1824529
- Karimi, Haniyeh. (2016). Investigating the role of the petrochemical industry in Iran's economic development. *The second annual conference on economics, management and accounting in Ahvaz*. (In Persian).
- Katsikeas, C., Leonidou, L. and Zeriti, A. (2020). Revisiting international marketing strategy in a digital era: Opportunities, challenges, and research directions. *International Marketing Review*. 37 (3). 405-424.
- Kazemi, Ali; Rousta, Alireza; NA'AMI Abdullah. (2021). Analyzing the Impact of Export Orientations on Export performance Through Innovation and Internationalization: The Mwediation-Moderation Model. *Iranian Journal of Management Studies (IJMS)*. 14 (4). 761-776
- Keegan, W. J., & Green, M. C. (2018). *Global Marketing* (9th ed.). Pearson Education. ISBN13: 978-0134138183
- Kenny, J. (2006). Strategy and the learning organization: a maturity model for the formation of strategy. *The Learning Organization*. 13 (4). 353-368.
- Kim, H. (2022). Performance from building smart factories of small- and medium-sized enterprises: the moderating effects of product complexity and company size. *International Journal of Operations & Production Management*. 42 (10). 1497-1520. <https://doi.org/10.1108/IJOPM-10-2021-0654>
- Konjkav Mofard, Hedayati, Furqani Elahabadi (1400). The effect of dynamic export capabilities of Khorasan saffron on competitive advantage and performance with an emphasis on export knowledge. *Agricultural Economics and Development*. 34 (4). 447-461. (In Persian).
- Koul, S., Taylor, I.W., Falebita, O.A. et al. (2022). Examining the success of women of color-owned small and medium-sized enterprises in the United States: A system dynamics perspective. *Int Entrep Manag J*. 1 (8). 1373–1401. doi:10.1007/s11365-022-00806-5
- Kwon, S. (2021). Is it possible to improve social workers' program planning capability through organizational learning strategy? *Asian Social Work and Policy Review*. 1 (5). 292– 303.
- Lotfi, Hamidreza and Ebrahimzadeh, Mohammadreza (2019). Utilization of dynamic export capabilities and export performance for competitive advantage, competition intensity and cultural distance, *6th International*

- Conference on Modern Researches in Management, Economics, Accounting and Banking*. (In Persian).
- Macpherson, A., & Holt, R. (2007). Knowledge, learning and small firm growth: A systematic review of the evidence. *Research policy*. 36 (2). 172-192.
- Mainela, T., Puhakka, V. & Servais, P. (2015). Boundary crossing for international opportunities. *J Int Entrep*. 13. 173–185. doi:10.1007/s10843-015-0158-4
- McMullen, J.S. and Shepherd, D.A. (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management Review*. 31 (1). 132-152.
- Meng Qin, Xiuyan Liu & Xiaoxue Zhou (2020). COVID-19 Shock and Global Value Chains: Is There a Substitute for China?. *Emerging Markets Finance and Trade*. 56 (15). 3588-3598.
- Menukin, O., Mandungu, C., Shahgholian, A. et al. (2023). Guiding the integration of analytics in business operations through a maturity framework. *Ann Oper Res* . <https://doi.org/10.1007/s10479-023-05614-w>
- Miller Jr, J. W. (2022). *The Soft Skilled Good Soldier: Exploring Relationships Between US Army Veteran Experiences, Trait Emotional Intelligence, and Organizational Citizenship Behaviors* (Doctoral dissertation, Keiser University).
- Miocevic, D. (2021). Dynamic exporting capabilities and SME's profitability: Conditional effects of market and product diversification. *Journal of Business Research*. 13 (6). 21-32. doi:10.1016/j.jbusres.2021.07.025
- Mishra, A., Das, S. R., & Murray, J. (2015). Risk, process maturity, and Project Performance: An empirical analysis of US Federal Government Technology Projects. *Production and Operations Management*. 25 (2). 210–232.
- Monteiro, Albertino Paula; Soares, Ana Maria & Rua, Orlando lima .(2019). Linking intangible resources and entrepreneurial orientation to export performance: The mediating effect of dynamic capabilities. *Journal of Innovation & Knowledge*. 4 (3). 179-187.
- Moon, H. and Lee, C. (2015). Strategic learning capability: through the lens of environmental jolts. *European Journal of Training and Development*. 39 (7). 628-640.
- Mostafiz, M. I., Sambasivan, M., & Goh, S. K. (2022). Foreign market knowledge, international opportunity recognition, and the performance of export-manufacturing firms. *Strategic Change*. 31 (1). 179-191.
- Muneeb, D., Khattak, A., Wahba, K., Abdalla, S. and Ahmad, S.Z. (2023). "Dynamic capabilities as a strategic flexibility enabler: organizational responsiveness to COVID-19. *Journal of Asia Business Studies*. 17 (4). 824-849. doi:10.1108/JABS-01-2022-0023
- Neves, M. S., de Sá Freire, P., & Silva, T. C. (2022). The Corporate Education System and the Governance of Knowledge and Organizational Learning: A

- Method for Assessing the Maturity of the System. *In Knowledge Governance and Learning for Organizational Creativity and Transformation*. 14 (8) 345-364.
- Nowrozi, Dr. Hossein, Davabadi Farahani, Bahamin, Fariba. (2018). Examining the effect of social capital on the exploitation of international business opportunities of small and medium enterprises. *International Business Management*. 4 (2). 45-65. (In Persian)
- Oyedele, A., & Firat, F. (2020). Institutions, small local firms' strategies, and global alliances in sub-Saharan Africa emerging markets. *International Marketing Review*. 37 (1). 156-182.
- Papaioannou, S. K., & Dimelis, S. P. (2019). Does FDI increase productivity? The role of regulation in upstream industries. *The World Economy*. 42 (4). 1012-1031.
- Pervez, Sidra; Afsheen Aman; Samina Iqbal, Nadir Naveed Siddiqui & Shah Ali Ul Qader.(2014). Saccharification and liquefaction of cassava starch: an alternative source for the production of bioethanol using amylolytic enzymes by double fermentation process. *BMC Biotechnol*. 14 (49). 21-39. <https://doi.org/10.1186/1472-6750-14-49>
- Pickshaus, T., Kandt, A., Hesse, S., Fleischer, K., & Schmitt, R. (2016). A holistic approach to risk oriented lifecycle engineering: Assessing lifecycle risks in early phases. *Procedia CIRP*. 4 (8). 265-270.
- Pinto, J. C., & Rua, O. L. (2023). Incubators' practices influence in the born global startup's internationalization process. *Journal of Open Innovation: Technology, Market, and Complexity*. 9 (3). 100-134.
- Pongelli, C., Majocchi, A., Bauweraerts, J., Sciascia, S., Caroli, M., & Verbeke, A. (2023). The impact of board of directors' characteristics on the internationalization of family SMEs. *Journal of world business*. 58 (2). 401-412.
- Poti Nasibah, Taqwa Mohammadreza. (2018). Investigating the organizational maturity of information technology with the approach of aligning business and information technology using two methods of the integrated capability maturity model and using the methods of the information technology infrastructure library, a case study: Electricity Distribution Company of Kermanshah province. *Information processing and management research paper*. (35) 2. 552-519. (In Persian)
- Ramdan, M. R., Abd Aziz, N. A., Abdullah, N. L., Samsudin, N., Singh, G. S. V., Zakaria, T., & Ong, S. Y. Y. (2022). SMEs performance in Malaysia: The role of contextual ambidexterity in innovation culture and performance. *Sustainability*. 14 (3). 107-1157, <https://doi.org/10.3390/su14031679>
- Rezaeemanesh, reza; Mohammadnabi, sina; Mohammadnabi, saviz . (2012). Knowledge Management Application in Measurement of Organizational

- Maturity. *Iranian Journal of Information Processing and Management*. 27 (4). 985-1009.
- Russo, N., Reis, L., Silveira, C., & Mamede, H. S. (2023). Towards a Comprehensive Framework for the Multidisciplinary Evaluation of Organizational Maturity on Business Continuity Program Management: A Systematic Literature Review. *Information Security Journal: A Global Perspective*. 8 (3). 1-19. DOI: 10.1080/19393555.2023.2195577
- Saunders, M., Lewis, P. & Thornhill, A. (2019). *Research Methods for Business Students*. (8 ed.) Pearson p: 872 .ISBN: 9781292208787
- Sepahvand, and Kolivand. (2022). Strategic learning and its effect on operational competitive capabilities (with emphasis on the mediating role of knowledge-based strategic agility) studied: Ajah Air Defense Force Research and Self-Sufficiency Jihad Organization. *Marine Science Education*. 9 (1). 138-155. (In Persian)
- Sezgin, E. (2022). Development of Taband restaurant rating scale utilizing mixed methods. *International Journal of Gastronomy and Food Science*. 27 (3-4).
- Shahabadi Abolfazl, Jafari Mehdi, Emami Fatemeh. (2018). The effect of strategic sustainability management and export environment on the export performance of Iranian caviar. *Scientific Journal of Iranian Fisheries*. 28 (2). 93-85. (In Persian).
- Shahri, M. H. (2022). How Entrepreneurial Firms Learn from Competitors: An Examination in Strategic Learning Perspective. In *Contextual Strategic Entrepreneurship*. 2 (2). 155-171. Springer. Cham.
- Shewfelt, R. L. (2014). *Measuring quality and maturity*. In Postharvest Handling 387-410. Academic Press.
- Singh, V. K., & Gautam, A. (2022). Investigating the Relationship Between Export Antecedents and Export Performance of Handloom Industry. *FIIB Business Review*. 1 (1). 421-145. doi:10.1177/23197145221082853
- Sinh My, N., Nguyen, L.T.V. and Pham, H.C. (2023). An integrated model of social media brand engagement: an empirical study of the Vietnamese luxury residential property market. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*. 4 (3). <https://doi.org/10.1108/APJML-01-2023-0061>
- Siren, C. A., Kohtamäki, M., & Kuckertz, A. (2012). Exploration and exploitation strategies, profit performance, and the mediating role of strategic learning: Escaping the exploitation trap. *Strategic Entrepreneurship Journal*. 6 (1). 18-41.
- Soh, K. C., Tay, Y. H., & Darjee, R. (2023). Those Who Commit Violent Crimes can be Traumatized by Their Offences: A Systematic Review of Offence-Specific Post-Traumatic Stress Disorder. *Journal of Aggression, Maltreatment & Trauma*. 32 (12). 1705–1725. <https://doi.org/10.1080/10926771.2023.2186299>

- St-Pierre, J., Julien, P.-A. and Fadil, N. (2023). How do entrepreneurial firms behave in the face of environmental turbulence and uncertainty? Evidence from the manufacturing sector. *Journal of Small Business and Enterprise Development*. 30 (5). 880-901. doi:10.1108/JSBED-11-2022-0459
- Surbakti, F., Wanga, W., Indulska, M., & Sadiq, S. (2020). Factors influencing effective use of big data: A research framework. *Information & Management*. 5 (7). 102–146. doi:10.1016/j. im.2019.02.001.
- Pervez N. Ghauri, Philip R. Cateora . (2014). *EBOOK: International Marketing*. McGraw Hill. 635 pages. ISBN: 0077148150, 9780077148157
- Tabares, A. (2021). Opportunity-related behaviors in international entrepreneurship research: a multilevel analysis of antecedents, processes, and outcomes. *International Entrepreneurship and Management Journal*. 17 (1). 321-368.
- Tang, R. W. (2023). Institutional unpredictability and foreign exit– reentry dynamics: The moderating role of foreign ownership. *Journal of World Business*. 58 (2). 301-389.
- Troussas, C., Krouska, A., & Sgouropoulou, C. (2023). Employing FFNN and Learning Styles to Improve Knowledge Acquisition in Educational Digital Games. In *Novel & Intelligent Digital Systems Conferences* (pp. 95-103). Springer, Cham.
- Vanderstraeten, J., Loots, E., Hamelin, A. and van Witteloostuijn, A. (2020). Micro-foundations of small business internationalization: introduction to the Special Section. *Cross Cultural & Strategic Management*. 27 (3). 265-283.
- Wang, K., Pellegrini, M.M., Xue, K., Wang, C. and Peng, M. (2024) Digital resilience in the internationalization of small and medium companies: how does it work?. *Journal of Enterprise Information Management*. 4 (3). 132-160. <https://doi.org/10.1108/JEIM-02-2023-0100>
- Zhang, W., Liu, B., & Wilson, A. J. (2024). Examining Chinese EFL learners' online self-regulated learning: A mixed-methods approach. *System*. 12 (3). 1-27.

پیوست (۱): جدول شاخص اندازه اثر (F²)

یادگیری راهبردی	قابلیت‌های پویای صادراتی	فرصت‌های کسب و کار بین‌المللی	بلوغ سازمانی
		۰,۱۸۴	بلوغ سازمانی
			فرصت‌های کسب و کار بین‌المللی
		۰,۲۲۰	قابلیت‌های پویای صادراتی
	۰,۴۱۸	۰,۲۸۱	۰,۶۸۹ یادگیری راهبردی

پیوست (۲): روایی واگرا، معیار فورنل - لارکر

یادگیری راهبردی	قابلیت‌های پویای صادراتی	فرصت‌های کسب و کار بین‌المللی	بلوغ سازمانی	معیار فورنل - لارکر
			۰,۷۱۵	بلوغ سازمانی
		۰,۷۹۵	۰,۷۱۳	فرصت‌های کسب و کار بین‌المللی
	۰,۷۲۲	۰,۶۷۵	۰,۵۱۴	قابلیت‌های پویای صادراتی
۰,۸۳۴	۰,۵۴۳	۰,۷۵۰	۰,۶۳۹	یادگیری راهبردی