

تصميم نموذج لريادة الأعمال الدولية في الشركات العائلية الصغيرة والمتوسطة في إيران (صناعة الغذاء نموذجا)

زهرا آقازاده^١، سيد مهدي ألواني^٢، حسن إسماعيل بور^٣، سيد رسول حسيني^٤

١. طالبة دكتوراه، قسم ريادة الأعمال، جامعة آزاد الإسلامية، وحدة قزوین، قزوین، إيران

٢. أستاذ في جامعة العلامة طباطبائي، وفي كلية الإدارة والمحاسبة في جامعة آزاد الإسلامية، قزوین، إيران

٣. أستاذ مساعد في جامعة آزاد الإسلامية، وحدة طهران مركز، طهران، إيران

٤. أستاذ مساعد في جامعة فهنكيان، قسم الإدارة التعليمية، طهران، إيران

تاريخ القبول: ١٤٠٠/٢/١٩

تاريخ الوصول: ١٣٩٩/١١/٤

الملخص

إنّ ريادة الأعمال الدولية تُعدّ أحد أهم حقول الدراسات في عالم الاقتصاد، ولها تأثير كبير على الشركات العائلية الصغيرة والمتوسطة. تُهدف الدراسة الحالية إلى تقديم نموذج لريادة الأعمال الدولية في الشركات العائلية الصغيرة والمتوسطة في إيران باستخدام إستراتيجية نظرية البيانات. هذه الدراسة من حيث الهدف هي دراسة تنموية ومن حيث المنهج المعتمد تُعدّ دراسةً وصفية تحليلية باتجاه اكتشافها. مجتمع البحث هو المديرين والموظفين العاملين في الأعمال العائلية النشطة في صناعة الغذاء، وقد تم اختيارهم من خلال طريقة أخذ العينات الهادفة. كما أن البيانات وعبر أداة المقابلة تمّ تحليلها خلال ثلاث مراحل من الترميز المفتوح والمحوري والانتقائي. ولتحليل البيانات والمعلومات استفدنا من إستراتيجية نظرية البيانات وبرنامج أطلس تي المعتمدة في إجراء التحليل الإحصائي للبيانات المهمة. إن موثوقية أداة البحث تمّ التأكد منها بالاستفادة من طريقة الموافقة بين كودين من الكودات. إن بيانات البحث في المقولات الست هي: إستراتيجيات السوق، صناعة الشبكات، الثقافة الإيرانية السائدة في الشركات العائلية، القابلية الريادية، العوامل الأساسية (العوامل الداخلية، العوامل الخارجية، منطقة نشاط الأعمال، الظروف السياسية، الحماية الحكومية)، الموارد (الموارد المالية، التكنولوجية والإنسانية)، والتنمية المستدامة، الحصول على العملات المستدامة، والتدريب العالمي. كما قُدمت عددٌ من التوصيات والمقترحات في هذا الخصوص.

الكلمات المفتاحية: ريادة الأعمال الدولية، الصناعة الغذائية، الشركات العائلية الصغيرة والمتوسطة

١. المقدمة

لم يعد خافيا على أحد أهمية ودور ريادة الأعمال في التنمية والتطور الاقتصادي والرفاه الاجتماعي في البلد؛ وعلى هذا الأساس تصبح مساعي وجهود القطاع الحكومي والقطاع الخاص والنشاطات على الساحة الاقتصادية والاجتماعية الرامية إلى تحسين الأجواء الداخلية للمشاغل والأعمال ذات أهمية ملحوظة. من جانب آخر فإنه وبالنظر إلى التطورات العالمية والأجواء التنافسية في العالم فإن مفهوم الريادة بات يحظى بأفق دولي واسع. انطلاقا من هذا فقد ازداد الاهتمام بالأدبيات الدولية خلال العقود الماضية بشكل كبير. وقد أصبح ينظر إلى ريادة الأعمال الدولية في كافة أنحاء العالم باعتبارها إستراتيجية هامة للشركات. كما أن ريادة الأعمال الدولية يمكن النظر إليها برؤية إستراتيجية في البيئات الدولية النشطة والقرية العالمية التي بات الإنسان الحديث يعيش فيها، وهي قضية تبرز معها مقولة الأمن كذلك. واستنادا إلى عوامة النشاطات الاقتصادية وتأثير التحولات والأحداث الدولية الكبرى على الأعمال والمشاغل فإنه لا مندوحة للشركات من السعي وراء الحصول على أهداف التنمية الاقتصادية العالية من أجل الحفاظ على بقائها واستمراريتها، ولا يتحقق ذلك إلا من خلال ريادة الأعمال الدولية. وعليه قامت هذه الدراسة لمناقشة ريادة الأعمال الدولية في أحد أهم وأكثر الأعمال تأثيرا في عالم الاقتصاد ألا وهي الشركات العائلية الصغيرة والمتوسطة (مرادي وزملاؤه، ١٣٩٤: ٢٣).

إن أهم نقطة في هذا الخصوص هي أنه وبعد تطور العوامة أصبحت البيئات التنافسية للأعمال تتطور من المستوى الوطني والمحلي إلى المستوى العالمي والدولي. وتكون الدول الناجحة في هذا المجال هي تلك الدول التي تسيطر على الأسواق في المستوى الدولي وتكون قادرة على إنتاج السلع والبضائع وتقديم الخدمات التنافسية في هذا الصعيد. في هذه الحالة إذا كان بلد ما غير قادر على التنافس في هذه البيئة الدولية فإن الدول المتقدمة تسيطر على أسواقه (مرادي وزملاؤه، ١٣٩٤: ٢٣). القضية الهامة الأخرى في هذا السياق هي مكانة الشركات الصغيرة والمتوسطة في تنمية اقتصاد الدول. هذه الشركات تعد أكثر العوامل تأثيرا في تنمية وتطوير النظام الاقتصادي والاجتماعي لكل بلد من البلدان. وعلى الرغم من وجود ٨٤ ألف وحدة صناعية ناشطة في إيران إلا أن ٩٣ بالمئة من صناعة البلاد تشكلها الصناعات الصغيرة. لكن اعتماد إيران في وقتها الحالي على النفط في اقتصادها أدى إلى أن تعاني الشركات الصغيرة والمتوسطة من فقدان للإدارة الإستراتيجية في البيئة الدولية النشطة؛ لأن تعريفنا للأساليب الاقتصادية مقصور على الشركات الكبيرة والبيئة الجغرافية الداخلية، ولما يتم استجلاء ونقد الإنتاج والخدمات الوطنية في البلاد. ولهذا لو نظرنا إلى تجارب الدول والأفراد والشركات والمؤسسات الدولية نظرة إستراتيجية وجريفة نستطيع أن ندرك حجم التطور الذي أدخلته ريادة الأعمال على الشركات الصغيرة والمتوسطة. وإذن فإن دخول الشركات الصغيرة والمتوسطة إلى ساحة التنافس الدولي بتعقيدها الكبير من شأنه أن يجعل الشركات الصغيرة والمتوسطة أكثر خبرة وإبداعا. نركز في هذا البحث من بين هذه الأعمال على أعمال الشركات العائلية الصغيرة والمتوسطة التي تحتاج إلى مساندة هذا التطور إذا أرادت البقاء والاستمرار.

إن ريادة الأعمال الدولية تسهل عمل الشركات الصغيرة والمتوسطة والتي تعد ذات أهمية كبيرة للاقتصادات الحديثة. وعلى

هذا الأساس فإنّ الاهتمام بزيادة الأعمال الدولية في الشركات الصغيرة والمتوسطة وبهدف الحصول على انسجام الأسواق وعمولة الاقتصاد والدخول إلى الأسواق الخارجية تحوّل إلى قضية هامة في التشريعات التي تقوم بها الحكومات والدول (برني ولوزونز^١، ٢٠١٨: ٤٥). وبسبب هذه الأهمية الكبيرة تقوم العديد من الدول بتخطيط دقيق وهادف لهذه الشركات وذلك نظرا إلى دورها في تنمية وتطوير الاقتصاد، وكذلك خلق فرص الأعمال الجديدة. (ميلر^٢، ٢٠١٥: ٣١-٣٤). وعلى هذا الأساس نلاحظ أن البحوث والدراسات باتت تهتم بشكل متزايد بزيادة الأعمال الدولية للشركات العائلية.

ومع وجود هذه الأهمية للشركات العائلية ودورها الكبير في تنمية اقتصاد الدول بما فيها إيران إلا أننا نلاحظ وجود شح في الدراسات حول إدارة هذه الأعمال لاسيما في الجانب النظري لتنمية الشركات. ونظرا إلى الظروف الاقتصادية التي تحكم البلد والقائم على فكرة الاقتصاد المقاوم حيث تعد تنمية الصادرات أحد استراتيجيات هذا النوع من الاقتصاد فإنّ تحسين الأجواء الاقتصادية وتنمية النشاطات الريادية ونقلها إلى المستويات الدولية وزيادة العائدات من العملات إلى البلد تصبح ذات أهمية متزايدة. ولكون عمولة الشركات العائلية يختلف عن عمولة باقي الشركات بسبب الطبيعة المختلفة للنظام الحاكم فإنّ دراسة هذه الشركات وطبيعتها باعتبارها مؤسسة مستقلة يصبح ذات أهمية كبيرة (روبر^٣، ٢٠١٦: ١-٢). وبسبب قلة الدراسات التي ناقشت عمولة وتدويل هذه الشركات ولم تجري دراسات حول نموذج زيادة الأعمال للشركات العائلية الصغيرة والمتوسطة في إيران فإننا نسعى إلى تقديم نموذج لزيادة الأعمال الدولية للشركات العائلية الصغيرة والمتوسطة وذلك لما لهذه الشركات من دور في زيادة العائدات المالية وخلق فرص العمل. يسعى البحث الراهن إلى تقديم نموذج لزيادة الأعمال الدولية للشركات العائلية الصغيرة والمتوسطة في مجال المكسرات والزعفران.

٢. الإطار النظري وخلفية البحث

٢.١. زيادة الأعمال الدولية

لقد ظهرت زيادة الأعمال الدولية في نهاية ثمانينيات القرن الماضي باعتبارها مجالاً بحثياً يهدف إلى معرفة الظواهر في الأعمال الدولية الجديدة والأعمال التي بدأت نشاطها على المستوى الدولي منذ انطلاقتها (زوكلا، اسكايبي ومكناي^٤، ٢٠١٦: ٧٧). وبمرور الوقت اتسع نطاق هذا المجال البحثي وتوسعت آفاقه في تقاطع مع الأعمال الدولية (مك دوكل، كوين، جونز^٥، ٢٠١٤: ٧). إنّ زيادة الأعمال الدولية يمكن اعتبارها ظاهرة ذات إطارين، الأول أنّها مجال بحثي داخل التنظير الريادي أو

1. Perenyi and Losoncz
2. Miller
3. Reuber
4. Zucchella , Scabini and Magnani
5. Covin, Jones

التنظير المتعلق بالعمولة. الثاني يمكن اعتبارها مجالاً مستقلاً من مجالات البحوث والدراسات (واج وهرمان^١، ٢٠١٤: ٥). إن دراسة ريادة الأعمال الدولية وبسبب وجود البيئة الاقتصادية الحالية يتطلب معرفة وسرعة ودقة (رايان^٢ وزملاؤه، ٢٠١٦: ٦)، إن ريادة الأعمال الدولية هي عملية تحويلية جديدة في الأعمال والمشاغل، وتستفيد منها جميع الشركات من خلال التركيز على تحسين كافة أبعاد نظامها وأساليبها في الأسواق الخارجية (كويملر^٣، ٢٠١٥: ١١-١٣). تساعد ريادة الأعمال الدولية المؤسسات في التغلب على الموانع التي تعوق الوصول إلى المستويات العليا من النجاح التجاري في الساحة الدولية (أوتيو^٤ وزملاؤه، ٢٠١٥: ٢٩).

إن نسبة الوعي والمعرفة بريادة الأعمال الدولية في الشركات والأعمال التجارية آخذ بالنمو والزيادة وخلال العقد الأخير تحولت ريادة الأعمال الدولية إلى ظاهرة واسعة في عالم المال والأعمال. وفي الغالب فإن الشركات متعددة الجنسيات والتي تعد القوة الفاعلة في العمولة هي المسؤولة عن مسار التجارة الدولية والاستثمار الخارجي المباشر (FDI)، (بل^٥، ٢٠١٥: ٥٥). وريادة الأعمال الدولية هي عبارة عن عملية ينبغي على رائد الأعمال القيام بها وإدارتها في نطاق أوسع من النطاق الوطني والمحلي. في الواقع فإن ريادة الأعمال الدولية تشمل نشاطات تستهدف وجوباً كسب رضا العملاء المستهدفين وحاجاتهم، وتقع في الغالب في أكثر من بلد. عندما يمارس رائد الأعمال نموذجاً في الأعمال والتجارة في أكثر من بلد فإننا نكون في هذه الحالة أمام ريادة أعمال دولية (هيسريش، ٢٠١٥: ٣٤). إن ريادة الأعمال الدولية تتكون من خلال تداخل حقلين رئيسيين هما ريادة الأعمال والمشاغل الدولية (مك دوكال واويات، ٢٠٠٠: ٧١). بعبارة أخرى إن ريادة الأعمال الدولية تعتبر فرعاً بحثياً ظهر من خلال دراسة النشاطات الدولية للمشاغل والأعمال (فوانتس وزملاؤه^٦، ٢٠١٩: ١٩). لقد نالت هذه الظاهرة الظاهرة منذ عقود اهتمام الباحثين والدراسين في المجالات الاقتصادية والتجارية التي تقع في أكثر من بلد، وطورت بسرعة كبيرة العمولة والتقدم التكنولوجي للمشاغل والأعمال في نطاق جغرافي واسع شمل عدداً كبيراً من المتنافسين الدوليين في الأسواق العالمية (فلزنستين^٧، ٢٠١٦: ٢٢).

٢.٢.٢. عولمة الشركات العالمية

إن الشركات والأعمال التي تديرها العوائل والأسر تشكل معظم الأطر الإنتاجية في العالم. هذه الشركات أصبحت سائدة ومنتشرة في جميع الصناعات والمستويات حيث تشمل أصغر المنتجين وكذلك أكبر الشركات متعددة الجنسيات النشطة بدءاً

1. Wach and Wehrmann
2. Runyan
3. Kuemmerle
4. Autio
5. Bell
6. Baier-Fuentes
7. Felzensztein

بالصناعات الزراعية وانتهاء بالخدمات، وهي تتسم بنوع كبير من التنوع والتعددية. وهذا النوع من الشركات بات شائعاً ويعد العمود الفقري للصناعات الخاصة وبات هدفاً هاماً للسياسات التي تستهدف زيادة التشغيل والنمو الاقتصادي (أندرسون^١ وزملاؤه، ٢٠١٧: ١١). أصبحت الشركات العائلية اليوم تواجه واقعا تنافسياً ومعقداً للغاية وباتت عملة الأسواق والتطورات التكنولوجية تؤثر بشكل كبير على بقائها ومستقبلها (شائوهان، سنجر، مورال^٢، ٢٠١٨: ٢٢). وعلى هذا الأساس فكلما تظهر الشركات العائلية بمظهر دولي فإنه ينبغي التركيز على المجالات الإيجابية في عملة هذه الشركات من خلال ظهور الأسواق الجديدة. إن امتلاك اتجاه ريادي في عملة الشركات العائلية يعد أمراً هاماً وخطيراً (راتن، رمداني، دانا، هوى وفريز، ٢٠١٧: ٢٢-٢٥).

هذه الشركات العائلية تشكل أعلى نسبة من بين الشركات عموماً، وهي مصدر رئيس لخلق الوظائف والمهن في معظم دول العالم (رمداني وهوى، ٢٠١٥: ١). واستقرار هذه الشركات ودوامها يعد أمراً هاماً بالنسبة لنمو الاقتصاد العالمي وأهميتها لاقتصاد الدول بات أمراً ملحوظاً. إن الدراسات والبحوث التي تجري في هذا المجال أثبتت النفوذ الكبير للشركات العائلية في جميع دول العالم. ووفق النتائج المتحصلة في هذا القطاع فإن الشركات العائلية لها نفوذ في كلا المجالين الاقتصادي والاجتماعي (بريكام^٣، ٢٠١٣: ٢؛ رمداني، بكستي، ركسي^٤، راتن وإبراهيم^٥، ٢٠١٧: ٤٤-٤٥). إن عملة نشاط الشركات العائلية هو الطريق الذي يمكن أصحاب هذه الشركات من الحفاظ على السيطرة والتواصل مع الاقتصاد والمجتمعات (راتن، دانا ورمداني، ٢٠١٧: ١٥). من جانب آخر فإن عملة الشركات العائلية في السنوات الأخيرة أصبح أكثر شعبية وشكل بداية لنجاح هذه الشركات (نكوين تي تو هان^٦، ٢٠١٧: ١١). من جهة أخرى تظهر أدبيات الشركات العائلية أن هذه المؤسسات لديها طبيعة خاصة، ويعتقد بعض الخبراء والباحثين أن الإبداع والابتكار وعملة الشركات العائلية لا تؤثر فقط على العوامل المرتبط بالشركة بل تؤثر كذلك على خصائص أفراد الأسرة ومالكي هذه الشركات (براكا^٧ وزملاؤه، ٢٠١٧: ١٢).

على صعيد آخر يمكن لنا معرفة أن الشركات الصغيرة والمتوسطة (SME) تعد ذات أهمية بالنسبة للتجارة العالمية، ومعظم هذه الشركات هي شركات عائلية (آنجلو، ماجوجي، باك^٨، ٢٠١٦: ١٨). إن الشركات العائلية التي تعتبر نوعاً من النشاط الريادي والذي يملك سجلاً من التنمية بعيدة المدى الخاصة في كل الدول والبلدان، تلعب دوراً هاماً في التكامل

1. Andersson
2. Chauhan, Sánchez , Moral
3. Brigham
4. Bexheti, Rexhepi
5. Ibraimi
6. Nguyen Thi Thu Ha
7. Braga
8. Angelo a, Majocchi , Buck

الاقتصادي والاجتماعي. والبحوث التي أجريت على المستوى العالمي أو الأروبي أو الإقليمي تظهر أن هذا النوع من الأعمال هي ذات طبيعة مستدامة ومرنة ولديها قوة عالية على الإبداع المتنوع وتنفيذ ذلك. إذن من المفيد أن تتم حماية هذا النوع من الأعمال باعتبارها شكلا من أشكال النشاطات الريادية (اس تيهي لودميلا^١، ٢٠١٨: ١). في الواقع إن الثورة الصناعية والاقتصادية قد ساعدت الشركات العائلية لكي تتحول إلى قطاع خاص من النشاطات الريادية. هذا النوع من الشركات كانت سابقا عبارة عن قطاعات صغيرة ومتوسطة التي بدأت عملها تدريجيا، وقد حققت مستوى عاليا من الإبداع والابتكار ليس في المجالات الاقتصادية التقليدية بل في مستويات ومجالات متطورة وحديثة. فمراجعة عدد من نماذج الجهود والمسااعي لهذه الشركات تكشف أن الشركات العائلية قد تطورت ونمت بشكل سريع وأوصلت نشاطها إلى إنتاج تكنولوجيا معقد. أصبحت هذه الشركات ناححة نجاحا يضاهاي نجاح الشركات الكبرى (اس تيهي لودميلا، ٢٠١٨: ١٠). لقد أصبح الحضور الواسع والناجح للشركات العائلية في الساحة الدولية أمرا شائعا ومتعارفا عليه. وإذا نظرنا إلى الأسواق الجديدة في الصين والهند والتي تملك ثقافة مختلفة عن الدول الغربية ندرك أن هذه الأسواق هي بيئات تثير تحديات خاصة أمام الشركات الخارجية (هوسكيسون^٢ وزملاؤه، ٢٠٠٠: ٨٠). إن العولمة قد أصبحت ضرورة للشركات من أجل البقاء والاستمرارية في الاقتصاد الدولي الحالي، ويصدق هذا الأمر على الشركات العائلية التي زادت من نشاطها خلال العقدين الماضيين. عملية العولمة للشركات العائلية هي عملية تكون في الغالب تدريجية وتبدأ من نشاطات تملك نسبة صغيرة من التعهد والالتزام مثل الصادرات (كالابرو وموسولينو^٣، ٢٠١٣: ٢٢؛ كالابرو وزملاؤه، ٢٠٠٩: ٥٨) وتتجه بعد ذلك نحو التعهدات الكبرى في الأسواق مثل الاستثمار المشترك^٤ والاستثمار الأخضر^٥ (بونكلي^٦ وزملاؤه، ٢٠١٦: ١١).

٣. منهجية البحث

إن البحث الراهن من حيث الهدف يعد بحثا تنمويا، ومن حيث طريقة جمع البيانات والمعلومات اللازمة فهو بحث توصيفي نظرا إلى أننا لم نجر أي تغيير في متغيرات البحث (سرمد، بازركان، ١٣٨٧: ٧٨). إن مجتمع البحث في الدراسة يتكون من الخبراء ومدراء الأعمال في الشركات العائلية الصغيرة والمتوسطة والناشطة في قطاع صناعة الغذاء (المكسرات والزعفران) والتي دخلت في الأسواق الدولية ونشطت فيها. من أجل أخذ العينات استخدمنا الاتجاه الهادف. ونظرا إلى اعتماد اتجاه نظرية البيانات^٧، تم إشباع الكودات المستخرجة في الخطوة الأولى (الترميز المفتوح) في المقابلة الثامنة عشرة (Birks, Ysanne

1. Liudmila STIHI
2. Hoskisson
3. Mussolino
4. Joint Ventures
5. Greenfield Investments
6. Pongelli
7. Grounded theory

Chapman, and FACMHN 2014: 23-30)، وإن إجراء المزيد من المقابلات لم يكن ينتهي بنا إلى خلق كودات جديدة ومع ذلك ومن أجل التأكد والحصول على نسبة عالية من الموثوقية استمر إجراء المقابلات حتى المقابلة العشرين. أما أداة جمع البيانات فكانت هي المقابلات المعدة وفق دراسة خلفية البحث وأدبياته النظرية. لقد تم تأييد الصدق الصوري والمحتوائي للأداة اعتماداً على آراء خمسة أشخاص من الخبراء الجامعيين، كما تم التأكد من موثوقية الأداة من خلال الاستفادة من طريقة الموافقة بين الكودين^١ وكانت نسبته تعادل ٠.٨٦. استخدمت ثلاث مراحل من عمليات الترميز والتي يتم الاعتماد عليها في اتجاه نظرية البيانات وهذه المراحل تشمل: الترميز المفتوح^٢، والترميز المحوري^٣، والترميز الانتقائي^٤. في هذه الدراسة استفدنا من برنامج أطلس تي أي^٥، نسخة ٧.٥، من أجل القيام بالترميزات المذكورة.

٤. بيانات البحث

في هذا البحث لقد تم تحليل البيانات المتحصلة من المقابلات خلال ثلاث مراحل. وهذه المراحل شملت الترميز المفتوح والترميز المحوري والترميز الانتقائي. في المرحلة الأولى (الترميز المفتوح) استخرجت ٣٢٦ عامل أولي تم تصنيفها في قالب من ١٥٧ كوداً أولياً. في الخطوات التالية وبالتزامن مع عملية الترميز المحوري للبيانات تم الوصول إلى النتيجة النهائية للكودات المدججة والمفتوحة وبلغت ١٣٩ كوداً. وفي نهاية المطاف بلغت أبعاد نموذج ريادة الأعمال في الشركات العائلية الصغيرة المتوسطة في إيران ٧ مؤلفات هي: العوامل الأساسية، وصناعة الشبكات، والقابلية الريادية، والموارد، وإستراتيجيات السوق، والثقافة الإيرانية السائدة في الشركات العائلية وريادة الأعمال الدولية. وتم تحديد لكل من هذه المؤلفات الرئيسية مؤلفات فرعية أخرى. يمكن ملاحظة نتائج هذا الترميز في الجدول رقم ١.

1. Intercoder reliability
2. Open Coding
3. Axial
4. Selective coding
5. Atlas.ti V6

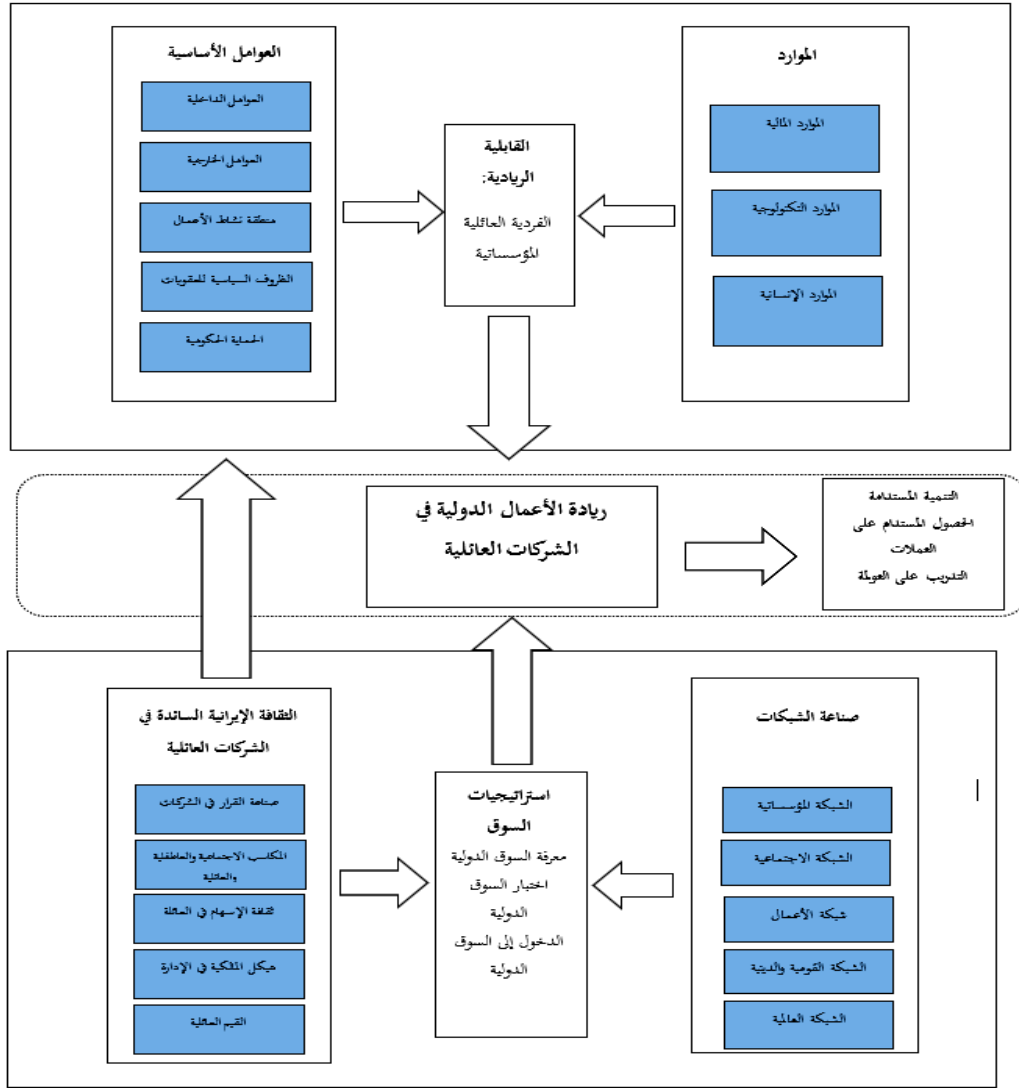
الجدول رقم ١: نتائج الترميز

المكون	المقولة	الترميز المفتوح
العوامل الأساسية	العوامل الخارجية	الجانزية لدخول السوق الأجنبية، والقدرة التنافسية في الأسواق الخارجية، والسيولة المبكرة للسوق الأجنبية، وزيادة وعي العملاء تجاه الأسواق الخارجية، والبقاء طويل الأجل للسوق الأجنبية، وحجم ونطاق السوق الخارجية، وتعقيد بيئة السوق الخارجية، والمزيد من ولاء العملاء في الأسواق الخارجية، أمن السوق الأجنبي، دور الجودة في دخول الأسواق الخارجية
	العوامل الداخلية	فائض الناتج المحلي، مشكلة السيولة الائتمانية في السوق المحلية، سوق الأعمال التجارية، انخفاض العائد بسبب ظروف البلد، إمكانية إساءة استخدام العملاء الأجانب لزيادة سعر الصرف، المشاكل المتعلقة بتسويق وبيع المنتجات في الشركات العائلية، إساءة استخدام توريد المواد الخام المحلية، عدم استقرار السوق المحلية، قيود السوق المحلية، انخفاض مستوى الثقة في السوق المحلية، إساءة استخدام المنافسين أو الموردين الآخرين
	منطقة نشاط الأعمال	دور المنطقة في النشاط التجاري الدولي، ودور التجمعات المحلية في الصادرات التجارية
	الظروف السياسية	العوائق السياسية أمام تقدم المصدرين ودور العقوبات في دخول الساحة الدولية
	الحماية الحكومية	تقدم التسهيلات الحكومية للشركات للمشاركة في المعارض الخارجية وحواجز النقد الأجنبي للشركات الصغيرة والمتوسطة
صناعة الشبكة	شبكة الأعمال	شبكة العملاء: اتصالات تجارية طويلة الأمد مع العملاء والموجهة نحو العملاء، شبكة الموردين: التواصل مع الموردين، شبكة المنافسين: إقامة علاقة سليمة مع المنافسين
	الشبكة الاجتماعية	التواصل مع العميل من خلال شبكات التواصل الاجتماعي، ومحاولة التواصل بصدق بين الإدارة والموظفين، والتواصل بين الموظفين، والتواصل مع العميل من خلال المعارض
	الشبكة المؤسسية	أهمية التواصل مع الجهات الحكومية كالبانك المركزي والتواصل مع الشركات والمؤسسات
	الشبكة القومية والمذهبية	شبكة الإيرانيين الذين يعيشون في الخارج، وتشكيل اتصالات على أساس المعتقدات الدينية المشتركة، والتواصل القائم على التضامن العرقي واللغوي، والدور الفعال للتواصل اللغوي والقبلي في الأعمال العائلية
	الشبكة العالمية	التواصل مع المشترين والعملاء والموردين في مختلف البلدان، والمشاركة في المعارض الدولية والتواصل مع العملاء والمنافسين الأجانب
	القابلية الفرديّة لريادة الأعمال	الإصرار على ريادة الأعمال، وأهمية المعرفة الريادية والتعلم التجريبي، وتحفيز ريادة الأعمال لتحقيق الربح، والتحفيز الدولي لمؤسسي الأعمال، ودعم المؤسسين لنقل الخبرات إلى أفراد الأسرة

المكون	المقولة	الترميز المفتوح
القابلية الريادية العائلية	جهود الجيل الحالي من المتعلمين للترويج للأسواق المستهدفة للشركة	الميل إلى الابتكار والإبداع في الجيل الجديد، المخاطرة المتزايدة لدى الجيل الجديد لدخول أسواق جديدة، إحساس أكبر بالمسؤولية في العائلة، دور سمعة الشركة العائلية في تشجيع الدخول إلى الأسواق الخارجية، الجيل الجديد المتعلم من العائلة وتحديث الأعمال، وجود ثقافة ريادة الأعمال في العائلة، وميل الجيل الجديد إلى تطوير السوق والعولمة، الجهود المشتركة في العائلة لتحقيق النجاح، أهمية المعرفة التجريبية للجيل القديم في نجاح الشركة العائلية، والتاريخ من الشركة العائلية.
القابلية الريادية المؤسسية	صورة الشركة والعلامة التجارية، والقدرة على تحديد فرص ريادة الأعمال والأسواق غير المعروفة، واستخدام فرص التعلم، واغتنام الفرص في الأسواق الدولية، وأهمية اللغة الدولية في نجاح الأعمال، وهيكلة الأعمال العائلية الرشيقة والمزيد من النمو (الهيكلة العضوي)، والالتزام المتزايد من الأسرة والتنظيم في الشركات العائلية، دور مصداقية الشركات العائلية في نجاح الأعمال	صورة الشركة والعلامة التجارية، والقدرة على تحديد فرص ريادة الأعمال والأسواق غير المعروفة، واستخدام فرص التعلم، واغتنام الفرص في الأسواق الدولية، وأهمية اللغة الدولية في نجاح الأعمال، وهيكلة الأعمال العائلية الرشيقة والمزيد من النمو (الهيكلة العضوي)، والالتزام المتزايد من الأسرة والتنظيم في الشركات العائلية، دور مصداقية الشركات العائلية في نجاح الأعمال
الموارد	الموارد المالية	تأثير الموارد المالية العائلية على دخول السوق الخارجية، رأس المال المالي من الشركات العائلية
	الموارد التكنولوجية	استخدام التقنيات الحديثة، دور تقنية المعلومات في الأعمال
	الموارد الإنسانية	الخبرة الصناعية والمعرفة التجريبية للمديرين، وسهولة الوصول إلى رأس المال البشري للأعضاء، ووجود أفراد من خارج العائلة في المنظمة، ووجود أفراد الأسرة في المنظمة، والمعرفة ورأس المال البشري للجيل الجديد
معرفة الأسواق الدولية	معرفة الأسواق الدولية	المعرفة والإلمام باستراتيجيات المنافسة، ومعرفة السوق العالمية بناءً على تاريخ العائلة، ومعرفة وتقييم الأسواق الجديدة، ودراسة السوق، ومعرفة السوق واحتياجاته، ومعرفة السلوكيات الدولية، والاعتراف بالأسواق الدولية من قبل الجيل الجديد
	اختبار الأسواق الدولية	الاستثمار في الشركات الصغيرة والمتوسطة ودخولها إلى السوق العالمية، والدخول خطوة بخطوة، وجدولة الدخول إلى السوق الدولية، والحاجة إلى اختبار السوق الصغيرة لدخول السوق الدولية، واختبار مدى ملاءمة المنتج دخول السوق الدولية، التعرف على منتج التصدير واختباره، اختبار الأسواق الخارجية عن طريق إنشاء وحدات متخصصة
	الدخول إلى الأسواق الدولية	دخول السوق الخارجية بالاستعانة بخبرات الجيل الأكبر سنًا، والتصدير بناءً على الخبرات التصديرية لأفراد الأسرة الأكبر سنًا التصدير من خلال وكيل مستقل، تصدير مباشر، تصدير وسيط، تصدير غير منتظم، إنشاء (تأسيس) وكالة مبيعات في الخارج
ريادة الأعمال الدولية في الشركات العائلية	التنمية المستدامة للمشاكل والأعمال	زيادة القدرة التجارية، وخلق المزيد من فرص العمل في الأعمال التجارية من خلال الصادرات، وتطوير الأعمال التجارية من خلال الصادرات، وبقاء الشركات العائلية على المدى الطويل
	الحصول	زيادة أرباح النقد الأجنبي، وربحية الصادرات بسبب نمو سعر الصرف، ونمو الدخل المستقر في الأعمال التجارية من

المكون	المقولة	الترميز المفتوح
	المستدام على العملات	خلال الصادرات، وخلق أرباح من النقد الأجنبي للأفراد، والدافع لدخول الأسواق الخارجية
	التدريب على العولمة	تطوير المعدات والبنية التحتية بناءً على احتياجات الأسواق الخارجية وإنتاج المنتجات بناءً على احتياجات الأسواق العالمية وزيادة جودة المنتج والحصول على معايير عالمية
الثقافة الإيرانية الساندة في الشركات العائلية	اتخاذ القرارات في الشركات العائلة	احترام كبار السن وحظر اتخاذ قرارات خاطئة، مواقف الإيرانيين قصيرة المدى تجاه الأعمال التجارية، القرارات العاطفية في الشركات العائلية الإيرانية، تجاهل آراء أفراد الأسرة الأصغر سناً في القرارات، قرارات أسرع وأسهل من أفراد الأسرة
	المكاسب الاجتماعية والعاطفية والعائلية	الارتباط العاطفي لأفراد الأسرة، والحفاظ على كرامة الأسرة واستقرار العمل، والدعم الأسري العالي للأطفال في الثقافة الإيرانية، وثقافة الأسرة القوية في العائلات الإيرانية وعدم الرغبة في فصل أفراد الأسرة، ودور اسم رائد الأعمال وهويته في تحديد الأعمال والمشاكل، وحساسية عالية في التحكم في الثروة، التكيف بين أفراد الأسرة، تقسيم الواجبات بين أفراد العائلة، الإيمان بالرعاية، التفاهم والتواصل الصادق بين أفراد العائلة
	ثقافة إسهام الجهود في العائلة	الإيمان بمبدأ العمل الجماعي في العائلة، ورغبة أفراد العائلة في العمل، والتأزر بين أفراد العائلة في الأعمال العائلية، وثقافة المشاركة في العائلات الإيرانية، واستعداد أفراد العائلة للتعاون في الأعمال التجارية، وتعاون قوي بين أفراد الأسرة. تفضيل المصالح الشخصية، وإدارة أسهل للنزاعات والخلافات داخل الأسرة
	هيكل الإدارة والملكية	ضرورة الفصل بين العمل وشؤون الأسرة، والفصل بين الإدارة والملكية في استمرار الأنشطة التجارية، وأهمية استقلالية النظام وهيكل الإدارة، وأهمية ملكية الأسرة في بداية دخول السوق الدولية
	القيم العائلية	معرفة وخبرة الجيل القديم (المعرفة التحريبية)، العلاقات السليمة بين أفراد الأسرة (دور الثقة)، الالتزام غير المشروط لأفراد الأسرة في إدارة الشؤون (دور الالتزام)

بعد الانتهاء من ترميز البيانات المتحصلة من المقابلة عبر برنامج أطلس تي آي في عملية ذهاب وإياب، تحولت الكودات إلى مؤلفات مفهومية في كل مقابلة من المقابلات وأخيراً تكون نموذج ريادة الأعمال الدولية للشركات العائلية الصغيرة والمتوسطة، ويمكن ملاحظة ذلك في الشكل رقم ١.



الشكل رقم ١: نموذج ريادة الأعمال الدولية في الشركات العائلية

٥. مناقشة النتائج

حاولنا في هذا البحث خلق نموذج مفهومي لظاهرة ريادة الأعمال الدولية في الشركات العائلية بالاستفادة من نظرية البيانات. لقد تم رسم النموذج المفهومي للبحث من خلال الاستفادة من برنامج أطلس تي وفي قالبٍ من العوامل التي تدلّ على وجود

علاقة بين المقولات الرئيسية. وفي النموذج النهائي للبحث اعتبرت ظاهرة ريادة الأعمال الدولية في الشركات العائلية متغيرا تابعا ومتأثرا بشكل مباشر وغير مباشر من عوامل مختلفة مثل: العوامل الأساسية، وصناعة الشبكات والقابلية الريادية، والموارد، وإستراتيجيات السوق، والثقافة الإيرانية السائدة في الشركات العائلية. في النموذج النهائي المذكور كانت العوامل الأساسية ومؤلفات مثل العوامل الخارجية والعوامل الداخلية، ومنطقة نشاط الأعمال، والظروف السياسية، والحماية الحكومية، قادرة على التأثير بشكل مباشر وغير مباشر على ظاهرة ريادة الأعمال الدولية في الشركات العائلية، وذلك من خلال التأثير على الموارد والقابلية الريادية وصناعة الشبكات والحماية الحكومية وإستراتيجيات السوق. في هذا السياق ووفق بحوث كديلو وتوريك^١ (٢٠٠٥)، ونكرس^٢ وزملائه (٢٠٠٥)، فإن الخلفية التاريخية الخاصة بكل بلد من شأنها التأثير على نمو وتطوير ريادة الأعمال. كما أن بحوثا أخرى مثل بحث ديميتراتوس وزملائه (٢٠٠٤)، أظهرت أن المشاكل والموانع البيئية الداخلية بإمكانها المساهمة في دفع الشركات نحو الأسواق الخارجية. وتوصل زوكلا واسكابيني (٢٠١٦) في بحث لهما إلى أن واقع البيئة الداخلية يمكن له أن يؤدي إلى ريادة الأعمال الدولية. إضافة إلى ذلك ففي النموذج الريادي المذكور فإن القابلية الريادية مع مؤلفات مثل القابلية الريادية الفردية، والمؤسسية والعائلية تؤثر على ظاهرة ريادة الأعمال في الشركات العائلية كما أنها هي أيضا تتأثر من العوامل الأساسية والموارد والثقافة الإيرانية السائدة في الشركات العائلية. في هذا البحث كانت المؤلفات الفرعية للقابلية الريادية المؤسسية تشمل القدرة على تحديد الفرص الريادية والأسواق غير المعروفة، واستخدام فرص التعلم، واغتنام الفرص في الأسواق الدولية. وهذه النتائج كانت متفقة مع نتائج بحوث زوكلا واسكابيني، ٢٠٠٧؛ باتلر وزملائه، ٢٠١٠؛ بيريس وزملائه، ٢٠١٢؛ لود وكالابرو، ٢٠١٩؛ بوكال وكالابرو، ٢٠١٤. كما في النموذج نلاحظ أن الموارد والتي هي الأخرى تتأثر في العوامل الأساسية يمكن لها أن تؤثر على ظاهرة ريادة الأعمال الدولية في الشركات العائلية وذلك مع وجود مؤلفات مثل الموارد الوطنية والإنسانية والتكنولوجية ومن جانب آخر تتأثر بالقابلية الريادية وتؤثر على صناعة الشبكات وإستراتيجيات الأسواق. إضافة إلى ذلك يظهر النموذج أن الثقافة الإيرانية السائدة في الشركات العائلية - وهو متغير مستقل - ومؤلفات مثل القيم العائلية، وهيكل الإدارة والملكية، وثقافة إسهام الجهود في العائلة، والمكاسب الاجتماعية والعاطفية والعائلية واتخاذ القرارات في الشركات العائلية، تؤثر على ظاهرة العولمة في الشركات العائلية من خلال التأثير على القابلية الريادية، وصناعة الشبكات وإستراتيجيات السوق. كما أن صناعة الشبكات مع مؤلفات مثل شبكة المشاغل والأعمال، والشبكات الاجتماعية والشبكات المؤسسية والشبكات القومية والمذهبية والشبكات العالمية تتأثر من العوامل الأساسية والموارد والقابلية الريادية، والثقافة الإيرانية السائدة في الشركات العائلية، وفي نفس الوقت تؤثر على ظاهرة العولمة في الشركات العائلية وذلك من خلال التأثير على إستراتيجيات السوق. اتفقت نتائج البحث في هذا الجانب مع نتائج بحوث سابقة مثل بحث فرناندز ونيو (٢٠٠٥) الذي أشار إلى دور الاتحاديات، وكذلك بحث كريوز وتوماس (٢٠٠٤) وكامبوري وزملائه (٢٠١٧) والتي أشارت

1. Grilo and Thurik

2. Wennekers

إلى أهمية صناعة الشبكات والتواصل مع الشركات الأخرى من أجل عوامة الأعمال والمشاغل التي تديرها العوائل والأسر. كما نرى في هذا البحث أن إستراتيجيات السوق مع مؤلفات مثل معرفة الأسواق الدولية، واختبار السوق الدولية والدخول إلى السوق الدولية تؤثر على ظاهرة ريادة الأعمال الدولية وذلك بشكل مباشر، وهي بدورها تتأثر من العوامل الأساسية، والموارد، والقابلية الريادية والثقافة الإيرانية السائدة في الشركات العائلية وصناعة الشبكات. وأخيرا وكما يمكن ملاحظة ذلك في الشكل الذي يوضح نموذج البحث فإن تحقق ظاهرة ريادة الأعمال الدولية في الشركات العائلية يمكن له أن يؤدي إلى نتائج خاصة في عالم التجارة والأعمال، وهي نتائج قد تؤدي إلى التنمية المستدامة في هذه الشركات، والتدريب على العوامة والأهم من كل ذلك الحصول على العملات المستدامة. ما يميز بحثنا الراهن من غيره من البحوث هو تركيزه في المقام الأول على طبيعة الأعمال والشركات العائلية في إيران والثقافة التي تميز إيران من غيره من الدول، وكذلك تركيزه على الشركات العائلية في ريادة الأعمال الدولية وأخيرا مناقشة ذلك في الجغرافيا الإيرانية باعتباره بلدا ناميا.

٦. المقترحات والتوصيات

- أظهرت نتائج البحث أن الأخذ بعين الاعتبار للخصائص المميزة للثقافة الإيرانية السائدة في الشركات العائلية هو شرط مقدم على جميع أشكال ريادة الأعمال الدولية لهذه الشركات. لهذا توصي الدراسة المديرين والمؤسسين لهذه الشركات بأن يعملوا على التثقيف من خلال أخذ النماذج من الجوانب الإيجابية للثقافة الإيرانية.
- ينبغي الاهتمام وإبراز أهمية المعرفة التجريبية للجيل السابق في النشاطات الدولية ونقل هذه التجارب إلى الجيل الجديد في إطار تحقيق قاعدة تنشئة وإعداد الخلف من قبل المديرين ومؤسسي الشركات العائلية.
- يجب على المديرين ومؤسسي الشركات العائلية أثناء دخولهم إلى الأسواق الدولية أن يكونوا عارفين بواقع الأسواق الدولية ويختبروا أنفسهم قبل ذلك، ويظهروا حساسية في هذا الخصوص لكي يتم الدخول إلى الأسواق الدولية بشكل تدريجي وعبر مراحل متعددة.
- نظرا إلى الدور الذي تقوم به التجمعات المحلية في النشاطات الدولية بما فيها الشركات العائلية، وتأثير هذه التجمعات على جمع القدرات لهذه الأعمال والمشاغل لذا توصي الدراسة أن تقوم الحكومة بالعمل على تمهيد الظروف المناسبة لتنشئة هذه التجمعات في كل المناطق ودعمها في خططها ومشاريعها واستثماراتها.
- نظرا إلى أن العقوبات الاقتصادية المفروضة على إيران قد خلقت موانع اقتصادية واجتماعية وتحديات في عمليات النقل والتحويل المصرفي وحتى التسويق وبالتالي وضعت عراقيل كثيرة أمام جميع المصدرين بما فيهم الشركات العائلية الناشطة في الساحة الدولية فتوصي الدراسة الحكومة والمؤسسات التابعة لها بالعمل على رفع هذه العقوبات بشكل عاجل وسريع.

المصادر والمراجع

- [١] سرمد، زهره، بازركان، عباس، وحجازى، الهه (١٣٨٧)، مناهج البحث في العلوم السلوكية، طهران، نشر آكه.
- [٢] مرادي، محمد علي، داوري، علي، منوچهرى آملی، محمود (١٣٩٤)، تعريف وتصنيف سياسات ريادة الأعمال الدولية في قطاع الصناعة الإيرانية، سياست نامه علم و فناوری. (٢) ٥٠-٦٠.
- [3] Andersson, F. W., Johansson, D., Karlsson, J., Lodefalk, M., & Poldahl, A. (2018). The characteristics of family firms: exploiting information on ownership, kinship, and governance using total population data. *Small Business Economics*, 51(3), 539-556.
- [4] Autio, E., & Fu, K. (2015). Economic and political institutions and entry into formal and informal entrepreneurship. *Asia Pacific Journal of Management*, 32(1), 67-94.
- [5] Baier-Fuentes, H., Merigó, J. M., Amorós, J. E., & Gaviria-Marín, M. (2019). International entrepreneurship: a bibliometric overview. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(2), 385-429.
- [6] Birks, M., Ysanne Chapman, R. N., & FACMHN, B. (2014). Doing grounded theory: Experiences from a study on designing undergraduate nursing curricula in Australia.
- [7] Braga, V., Correia, A., Braga, A., & Lemos, S. (2017). The innovation and internationalisation processes of family businesses. *Review of International Business and Strategy*.
- [8] Brigham, K. H. (2013). Social and economic impact of family business. In *The landscape of family business*. Edward Elgar Publishing.
- [9] Calabrò, A., Brogi, M., & Torchia, M. (2016). What does really matter in the internationalization of small and medium-sized family businesses? *Journal of small business management*, 54(2), 679-696.
- [10] Calabrò, A., Mussolino, D., & Huse, M. (2009). The role of board of directors in the internationalisation process of small and medium sized family businesses. *International Journal of Globalisation and Small Business*, 3(4), 393-411.
- [11] Calabrò, A., Torchia, M., Pukall, T., & Mussolino, D. (2013). The influence of ownership structure and board strategic involvement on international sales: The moderating effect of family involvement. *International Business Review*, 22(3), 509-523.
- [12] Cesinger, B., Hughes, M., Mensching, H., Bouncken, R., Fredrich, V., & Kraus, S. (2016). A socioemotional wealth perspective on how collaboration intensity, trust, and international market knowledge affect family firms' multinationality. *Journal of World Business*, 51(4), 586-599.

- [13] Chauhan, A. A., Vargas-Sánchez, A., & Moral-Moral, M. (2018). The Largest European Blackberry Producer: A Research Case Study on Entrepreneurship and Family Business. *International Journal of Family Business Practices*, 1(1), 19-37.
- [14] D'Angelo, A., Majocchi, A., & Buck, T. (2016). External managers, family ownership and the scope of SME internationalization. *Journal of World Business*, 51(4), 534-547.
- [15] Felzensztein, C. (2016). International entrepreneurship in and from emerging economies. *Journal of International Entrepreneurship*, 14(1), 5-7.
- [16] Ha, N. T. T. (2017). Family Business Enterprises in International Trade—The Family Involvement and The Internationalization of The Companies. *FOR YOUNG RESEARCHERS IN ECONOMICS AND BUSINESS*, 2017, 203.
- [17] Hisrich, R. D. (2015). *International entrepreneurship: starting, developing, and managing a global venture*. SAGE publications.
- [18] Hoskisson, R. E., Eden, L., Lau, C. M., & Wright, M. (2000). Strategy in emerging economies. *Academy of management journal*, 43(3), 249-267.
- [19] McDougall, P. P., & Oviatt, B. M. (2000). International entrepreneurship: the intersection of two research paths. *Academy of management Journal*, 43(5), 902-906.
- [20] McDougall–Covin, P., Jones, M. V., & Serapio, M. G. (2014). High–potential concepts, phenomena, and theories for the advancement of international entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(1), 1-10.
- [21] Mensching, H., Calabrò, A., Eggers, F., & Kraus, S. (2016). Internationalisation of family and non-family firms: a conjoint experiment among CEOs. *European Journal of International Management*, 10(5), 581-604.
- [22] Miller, S. P. (2015). *Developing next-generation leadership talent in family businesses: The family effect* (Doctoral dissertation, Case Western Reserve University).
- [23] Perényi, Á., & Losoncz, M. (2018). A systematic review of international entrepreneurship special issue articles. *Sustainability*, 10(10), 3476.
- [24] Pongelli, C. (2016). *A new look on family business internationalization: noneconomic goals in family firms and strategic decisions* (Doctoral dissertation, LUISS Guido Carli).
- [25] Ramadani, V., Dana, L. P., Sadiku-Dushi, N., Ratten, V., & Welsh, D. H. (2017). Decision-making challenges of women entrepreneurship in family business succession process. *Journal of enterprising culture*, 25(04), 411-439.
- [26] Reuber, A. R. (2016). An Assemblage–Theoretic Perspective on the Internationalization Processes of Family Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 40(6), 1269-1286.

- [27]Rexhepi, G., Ramadani, V., Rahdari, A., & Anggadwita, G. (2017). Models and strategies of family businesses internationalization. *Review of International Business and Strategy*.
- [28]Stihi, L. (2018). Development of family business as a form of entrepreneurial activity. *Romanian Journal of Economics*, 46(1 (55)), 96-110.
- [29]Wach, K., & Wehrmann, C. (2014). Entrepreneurship in international business: International entrepreneurship as the intersection of two fields. *International Entrepreneurship and Corporate Growth in Visegrad Countries*, 9.
- [30]Zucchella, A., & Magnani, G. (2016). Theoretical Foundations of International Entrepreneurship. In *International Entrepreneurship* (pp. 4-36). Palgrave Macmillan, London.

References

- [1] Sarmad, Z, Bazargan, A, & Hejazi, E (1387). Research Methods in Behavioral Sciences. Tehran: Agahe.
- [2] Moradi, MA, Davari, A, Manouchehri Amoli, M. (1394). Identifying and prioritizing international entrepreneurship development policies in Iran's industrial sector. *Science and Technology Policy*. (2) 05, 60-50.
- [3] Andersson, F. W., Johansson, D., Karlsson, J., Lodefalk, M., & Poldahl, A. (2018). The characteristics of family firms: exploiting information on ownership, kinship, and governance using total population data. *Small Business Economics*, 51(3), 539-556.
- [4] Autio, E., & Fu, K. (2015). Economic and political institutions and entry into formal and informal entrepreneurship. *Asia Pacific Journal of Management*, 32(1), 67-94.
- [5] Baier-Fuentes, H., Merigó, J. M., Amorós, J. E., & Gaviria-Marín, M. (2019). International entrepreneurship: a bibliometric overview. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 15(2), 385-429.
- [6] Birks, M., Ysanne Chapman, R. N., & FACMHN, B. (2014). Doing grounded theory: Experiences from a study on designing undergraduate nursing curricula in Australia.
- [7] Braga, V., Correia, A., Braga, A., & Lemos, S. (2017). The innovation and internationalisation processes of family businesses. *Review of International Business and Strategy*.
- [8] Brigham, K. H. (2013). Social and economic impact of family business. In *The landscape of family business*. Edward Elgar Publishing.
- [9] Calabrò, A., Brogi, M., & Torchia, M. (2016). What does really matter in the internationalization of small and medium-sized family businesses? *Journal of small business management*, 54(2), 679-696.

- [10] Calabrò, A., Mussolino, D., & Huse, M. (2009). The role of board of directors in the internationalisation process of small and medium sized family businesses. *International Journal of Globalisation and Small Business*, 3(4), 393-411.
- [11] Calabrò, A., Torchia, M., Pukall, T., & Mussolino, D. (2013). The influence of ownership structure and board strategic involvement on international sales: The moderating effect of family involvement. *International Business Review*, 22(3), 509-523.
- [12] Cesinger, B., Hughes, M., Mensching, H., Bouncken, R., Fredrich, V., & Kraus, S. (2016). A socioemotional wealth perspective on how collaboration intensity, trust, and international market knowledge affect family firms' multinationality. *Journal of World Business*, 51(4), 586-599.
- [13] Chauhan, A. A., Vargas-Sánchez, A., & Moral-Moral, M. (2018). The Largest European Blackberry Producer: A Research Case Study on Entrepreneurship and Family Business. *International Journal of Family Business Practices*, 1(1), 19-37.
- [14] D'Angelo, A., Majocchi, A., & Buck, T. (2016). External managers, family ownership and the scope of SME internationalization. *Journal of World Business*, 51(4), 534-547.
- [15] Felzensztein, C. (2016). International entrepreneurship in and from emerging economies. *Journal of International Entrepreneurship*, 14(1), 5-7.
- [16] Ha, N. T. T. (2017). Family Business Enterprises in International Trade—The Family Involvement and The Internationalization of The Companies. *FOR YOUNG RESEARCHERS IN ECONOMICS AND BUSINESS*, 2017, 203.
- [17] Hisrich, R. D. (2015). *International entrepreneurship: starting, developing, and managing a global venture*. SAGE publications.
- [18] Hoskisson, R. E., Eden, L., Lau, C. M., & Wright, M. (2000). Strategy in emerging economies. *Academy of management journal*, 43(3), 249-267.
- [19] McDougall, P. P., & Oviatt, B. M. (2000). International entrepreneurship: the intersection of two research paths. *Academy of management Journal*, 43(5), 902-906.
- [20] McDougall–Covin, P., Jones, M. V., & Serapio, M. G. (2014). High–potential concepts, phenomena, and theories for the advancement of international entrepreneurship research. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(1), 1-10.
- [21] Mensching, H., Calabrò, A., Eggers, F., & Kraus, S. (2016). Internationalisation of family and non-family firms: a conjoint experiment among CEOs. *European Journal of International Management*, 10(5), 581-604.
- [22] Miller, S. P. (2015). *Developing next-generation leadership talent in family businesses: The family effect* (Doctoral dissertation, Case Western Reserve

- University).
- [23] Perényi, Á., & Losoncz, M. (2018). A systematic review of international entrepreneurship special issue articles. *Sustainability*, 10(10), 3476.
- [24] Pongelli, C. (2016). A new look on family business internationalization: noneconomic goals in family firms and strategic decisions (Doctoral dissertation, LUISS Guido Carli).
- [25] Ramadani, V., Dana, L. P., Sadiku-Dushi, N., Ratten, V., & Welsh, D. H. (2017). Decision-making challenges of women entrepreneurship in family business succession process. *Journal of enterprising culture*, 25(04), 411-439.
- [26] Reuber, A. R. (2016). An Assemblage-Theoretic Perspective on the Internationalization Processes of Family Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 40(6), 1269-1286.
- [27] Rexhepi, G., Ramadani, V., Rahdari, A., & Anggadwita, G. (2017). Models and strategies of family businesses internationalization. *Review of International Business and Strategy*.
- [28] Stihl, L. (2018). Development of family business as a form of entrepreneurial activity. *Romanian Journal of Economics*, 46(1 (55)), 96-110.
- [29] Wach, K., & Wehrmann, C. (2014). Entrepreneurship in international business: International entrepreneurship as the intersection of two fields. *International Entrepreneurship and Corporate Growth in Visegrad Countries*, 9.
- [30] Zucchella, A., & Magnani, G. (2016). Theoretical Foundations of International Entrepreneurship. In *International Entrepreneurship* (pp. 4-36). Palgrave Macmillan, London