



ارزیابی نقش ذهنیت کارآفرینانه بر بهبود عملکرد صادراتی اکوسیستم‌های استارت‌آپی با تأکید بر قابلیت‌های نوآورانه

حمید علیزاده ^۱	تاریخ چاپ: ۱ شهریور ۱۴۰۴	شبهه استناددهی: علیزاده، حمید، بهرادفر، عباس، و دماوندی نژاد، مینا. (۱۴۰۴). ارزیابی نقش ذهنیت کارآفرینانه بر بهبود عملکرد صادراتی اکوسیستم‌های استارت‌آپی با تأکید بر قابلیت‌های نوآورانه. یادگیری هوشمند و تحول مدیریت، ۳(۳)، ۲۰-۱.
عباس بهرادفر ^۱	تاریخ پذیرش: ۱۲ مرداد ۱۴۰۴	
مینا دماوندی نژاد ^۲	تاریخ بازنگری: ۴ مرداد ۱۴۰۴	
	تاریخ ارسال: ۱۰ اردیبهشت ۱۴۰۴	

چکیده

هدف این پژوهش بررسی تأثیر ذهنیت کارآفرینانه بر عملکرد صادراتی استارت‌آپ‌های فناوری اطلاعات با تأکید بر نقش میانجی قابلیت‌های نوآورانه و عوامل محیطی است. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش توصیفی-پیمایشی است که داده‌های آن از طریق پرسشنامه محقق ساخته ۴۷ سؤالی و مصاحبه جمع‌آوری شده است. جامعه آماری شامل استارت‌آپ‌های فناوری اطلاعات مستقر در پارک‌های علم و فناوری بوده و نمونه‌ای متشکل از ۳۸ مدیر و بنیان‌گذار این شرکت‌ها انتخاب شده است. روایی پرسشنامه از طریق نظر خبرگان و پایایی آن با استفاده از آلفای کرونباخ (بیش از ۰.۷) تأیید شد. برای تحلیل داده‌ها از مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی (PLS) استفاده شد که به دلیل حجم نمونه محدود و عدم نرمال بودن داده‌ها انتخاب گردید. نتایج نشان داد که ذهنیت کارآفرینانه و مؤلفه‌های آن شامل نوآوری، پیش‌کنشگری و ریسک‌پذیری تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد صادراتی دارند. همچنین قابلیت‌های پویا نقش واسطه‌ای مهمی در این رابطه ایفا می‌کنند و تحت تأثیر نوآوری اکتشافی و بهره‌برداری قرار دارند. علاوه بر این، هنجارهای اجتماعی و فرهنگ عملکردمحور با تأثیرپذیری از حمایت جامعه محلی و مشارکت‌های خارجی، به‌طور معناداری عملکرد صادراتی و قابلیت‌های پویا را تقویت می‌کنند. تمامی فرضیه‌ها بر اساس آماره t بزرگ‌تر از ۱.۹۶ تأیید شدند و شاخص برازش مدل ($GOF=0.506$) بیانگر برازش قوی مدل بود. یافته‌ها نشان می‌دهد که توسعه ذهنیت کارآفرینانه در کنار تقویت قابلیت‌های نوآورانه و ایجاد بسترهای حمایتی اجتماعی، نقش کلیدی در بهبود عملکرد صادراتی استارت‌آپ‌ها دارد و می‌تواند به‌عنوان چارچوبی راهبردی برای سیاست‌گذاران و مدیران اکوسیستم‌های نوآوری مورد استفاده قرار گیرد.

واژگان کلیدی: ذهنیت کارآفرینانه، عملکرد صادراتی، قابلیت‌های پویا، نوآوری، اکوسیستم استارت‌آپی

مشخصات نویسندگان:

۱. گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران
۲. گروه مدیریت بازرگانی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

پست الکترونیکی: ham.alizadeh.mng@iauctb.ac.ir

© ۱۴۰۴ تمامی حقوق انتشار این مقاله متعلق به نویسنده است.

انتشار این مقاله به‌صورت دسترسی آزاد مطابق با گواهی CC BY-NC 4.0 صورت گرفته است.



Evaluating the Role of Entrepreneurial Mindset in Enhancing Export Performance of Startup Ecosystems with Emphasis on Innovative Capabilities

Hamid Alizadeh ^{1*} Abbas Behradfar ¹ Mobina Damavandi Nejad ²	Submit Date: 30 April 2025 Revise Date: 26 July 2025 Accept Date: 03 August 2025 Publish Date: 23 August 2025	How to cite: Alizadeh, H., Behradfar, A., & Nejad, M. D. (2025). Evaluating the Role of Entrepreneurial Mindset in Enhancing Export Performance of Startup Ecosystems with Emphasis on Innovative Capabilities. <i>Intelligent Learning and Management Transformation</i> , 3(3), 1-20.
---	--	--

Abstract

This study aims to examine the impact of entrepreneurial mindset on the export performance of IT startups, emphasizing the mediating role of innovative capabilities and environmental factors. This research is applied in purpose and descriptive–survey in methodology. Data were collected using a researcher-made questionnaire consisting of 47 items along with interviews. The statistical population included IT startups located in science and technology parks, with a sample of 38 founders and managers. Content validity was confirmed by expert judgment, and reliability was established using Cronbach’s alpha coefficients above 0.7. Data analysis was conducted using structural equation modeling based on the partial least squares (PLS) approach, selected due to the small sample size and non-normal data distribution. The results indicate that entrepreneurial mindset and its dimensions—innovation, proactiveness, and risk-taking—have a significant positive effect on export performance. Dynamic capabilities play a mediating role and are significantly influenced by both exploratory and exploitative innovation. Furthermore, social norms and performance-based culture, shaped by local community support and external partnerships, significantly enhance both export performance and dynamic capabilities. All hypotheses were supported with t-values exceeding 1.96, and the model demonstrated strong goodness of fit (GOF = 0.506). The findings suggest that strengthening entrepreneurial mindset, enhancing innovative capabilities, and fostering supportive socio-cultural environments are critical drivers of export performance in startup ecosystems, providing a strategic framework for policymakers and innovation managers.

Keywords: *Entrepreneurial Mindset, Export Performance, Dynamic Capabilities, Innovation, Startup Ecosystem*

Authors’ Information:

ham.alizadeh.mng@iauctb.ac.ir

1. Department of Business Management, NT.C., Islamic Azad University, Tehran, Iran
2. Department of Business Management CT.C., Islamic Azad University, Tehran, Iran



© 2025 the authors. This is an open access article under the terms of the [CC BY-NC 4.0 License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/).

مقدمه

در دهه‌های اخیر، گسترش جهانی سازی و تشدید رقابت در بازارهای بین‌المللی، نقش بنگاه‌های کوچک و متوسط و به‌ویژه استارت‌آپ‌ها را در توسعه صادرات و رشد اقتصادی کشورها به‌طور چشمگیری افزایش داده است. در این میان، عملکرد صادراتی به‌عنوان یکی از شاخص‌های کلیدی موفقیت سازمان‌ها، توجه گسترده‌ای را در ادبیات کارآفرینی و کسب‌وکار بین‌الملل به خود جلب کرده است. عملکرد صادراتی نه تنها بیانگر توانایی بنگاه‌ها در ورود به بازارهای خارجی است، بلکه نشان‌دهنده سطح رقابت‌پذیری، نوآوری و بهره‌وری آن‌ها نیز محسوب می‌شود (Nguyen et al., 2022). از سوی دیگر، افزایش تنوع صادراتی و توسعه فعالیت‌های بین‌المللی می‌تواند به تقویت تراکم کارآفرینی در سطح ملی منجر شود و پیوندی دوسویه میان کارآفرینی و صادرات ایجاد نماید (Nguyen et al., 2022).

در چنین بستری، مفهوم ذهنیت یا جهت‌گیری کارآفرینانه به‌عنوان یکی از عوامل کلیدی در موفقیت کسب‌وکارها مطرح شده است. این مفهوم که شامل ابعادی نظیر نوآوری، پیش‌کنشگری و ریسک‌پذیری است، به سازمان‌ها کمک می‌کند تا فرصت‌های جدید را شناسایی کرده و در محیط‌های نامطمئن به‌صورت اثربخش عمل کنند (Worm et al., 2017). مطالعات مختلف نشان داده‌اند که جهت‌گیری کارآفرینانه تأثیر مستقیم و مثبتی بر عملکرد صادراتی بنگاه‌ها دارد، زیرا چنین سازمان‌هایی تمایل بیشتری به ورود به بازارهای جدید و بهره‌برداری از فرصت‌های بین‌المللی دارند (Kalinic & Brouthers, 2021). علاوه بر این، رفتارهای کارآفرینانه با ایجاد مزیت رقابتی پایدار، امکان توسعه کانال‌های صادراتی مناسب را نیز فراهم می‌آورند (Parhonar & Ahmadian, 2017).

از منظر نظری، نقش کارآفرینی در توسعه صادرات به‌ویژه در کشورهای در حال توسعه اهمیت دوچندان دارد، زیرا این کشورها برای کاهش وابستگی به صادرات سنتی و منابع طبیعی، نیازمند تقویت فعالیت‌های کارآفرینانه هستند (Shahabadi et al., 2021). پژوهش‌ها نشان می‌دهند که کارآفرینی می‌تواند از طریق افزایش بهره‌وری، توسعه نوآوری و بهبود ساختارهای اقتصادی، به رشد صادرات غیرنفتی کمک کند (Shahabadi et al., 2020). همچنین، شایستگی‌های کارآفرینانه از جمله مهارت‌های مدیریتی، دانش بازار و توانایی تصمیم‌گیری، نقش تعیین‌کننده‌ای در موفقیت صادراتی بنگاه‌ها ایفا می‌کنند (Rahmani et al., 2021).

در کنار این عوامل، مفهوم قابلیت‌های پویا به‌عنوان یکی از چارچوب‌های تحلیلی مهم در تبیین عملکرد سازمان‌ها مطرح شده است. قابلیت‌های پویا به توانایی بنگاه‌ها در تطبیق با تغییرات محیطی، بازپیکربندی منابع و بهره‌برداری از فرصت‌های جدید اشاره دارد (Nasahi Far et al., 2018). این قابلیت‌ها به سازمان‌ها امکان می‌دهند تا در شرایط عدم قطعیت، انعطاف‌پذیری بیشتری از خود نشان داده و عملکرد صادراتی خود را بهبود بخشند (Nasehifar et al., 2019). مطالعات پیشین نشان داده‌اند که قابلیت‌های پویا نقش واسطه‌ای مهمی در رابطه بین عوامل کارآفرینانه و عملکرد صادراتی ایفا می‌کنند (Nasahi Far et al., 2017).

علاوه بر عوامل درون‌سازمانی، محیط نهادی و اجتماعی نیز تأثیر قابل توجهی بر عملکرد صادراتی دارد. فرهنگ کارآفرینانه و سیاست‌های حمایتی دولت می‌توانند بستر مناسبی برای توسعه صادرات فراهم کنند (Abadli et al., 2020). در همین راستا، حمایت‌های دولتی و سیاست‌های اقتصادی نقش مهمی در تقویت عملکرد صادراتی بنگاه‌ها ایفا می‌کنند، به‌ویژه زمانی که این حمایت‌ها در جهت ارتقای توانمندی‌های کارآفرینانه سازمان‌ها هدایت شوند (Adebayo & Alheety, 2019). همچنین، شرایط محیطی و نوسانات بازار می‌توانند بر بقای صادرکنندگان تأثیر بگذارند و در این میان، تاب‌آوری سازمانی به‌عنوان عاملی کلیدی در مقابله با این چالش‌ها مطرح می‌شود (Damoah, 2025).

در سطح بین‌المللی، روندهای نوین کارآفرینی نشان می‌دهد که شرکت‌های نوآور کوچک و متوسط نقش مهمی در توسعه تجارت جهانی ایفا می‌کنند. در این میان، قابلیت‌های مدیریتی پویا و نوآوری در مدل کسب‌وکار به‌عنوان عوامل کلیدی در موفقیت صادراتی مطرح شده‌اند (Merín-Rodrigáñez et al., 2024). همچنین، کارآفرینان با اتخاذ رویکردهای استراتژیک انعطاف‌پذیر و دوسوتوان، می‌توانند تمایل بیشتری به بین‌المللی شدن از خود نشان دهند (Vaillant & Lafuente, 2019).

از سوی دیگر، بازاریابی کارآفرینانه به‌عنوان یکی از رویکردهای نوین مدیریتی، تأثیر قابل توجهی بر عملکرد صادراتی دارد. این رویکرد با تأکید بر خلاقیت، نوآوری و تعامل با مشتریان، به بنگاه‌ها کمک می‌کند تا مزیت رقابتی خود را در بازارهای بین‌المللی تقویت کنند (Movahedi et al., 2022). همچنین، توسعه سرمایه انسانی و سرمایه مشتری به‌عنوان منابع کلیدی سازمانی، می‌تواند کارآفرینی سازمانی را تقویت کرده و در نهایت به بهبود عملکرد صادراتی منجر شود (Ghasemi & Farghani, 2022).

با این حال، عملکرد صادراتی تحت تأثیر مجموعه‌ای از عوامل پیچیده و چندبعدی قرار دارد که شامل ویژگی‌های فردی کارآفرینان، منابع سازمانی، شرایط محیطی و ساختارهای نهادی است. برای مثال، مطالعات نشان داده‌اند که عوامل کلیدی مانند دسترسی به منابع مالی، دانش بازار، شبکه‌های ارتباطی و زیرساخت‌های نهادی می‌توانند به‌طور مستقیم بر عملکرد صادراتی بنگاه‌ها تأثیر بگذارند (Kasema, 2022). علاوه بر این، ریسک‌پذیری و انطباق با الزامات صادراتی نیز از جمله عوامل مهمی هستند که می‌توانند موفقیت در بازارهای بین‌المللی را تعیین کنند (Jafari-Sadeghi, 2021).

در این میان، نقش مهاجرت و تنوع فرهنگی نیز در توسعه کارآفرینی و عملکرد صادراتی مورد توجه قرار گرفته است. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که تعاملات بین‌فرهنگی و جریان‌های مهاجرتی می‌توانند به انتقال دانش و تجربه منجر شده و ظرفیت‌های کارآفرینانه را در سطح کشورها افزایش دهند (Wellalage et al., 2023). این امر به‌ویژه در اقتصادهای در حال توسعه می‌تواند به تقویت حضور در بازارهای جهانی کمک کند.

با وجود پیشرفت‌های قابل توجه در ادبیات پژوهشی، هنوز شکاف‌های مهمی در درک جامع از رابطه بین ذهنیت کارآفرینانه، قابلیت‌های نوآورانه و عملکرد صادراتی وجود دارد. بسیاری از مطالعات به بررسی این عوامل به‌صورت جداگانه پرداخته‌اند و کمتر به تحلیل همزمان و یکپارچه آن‌ها

توجه کرده‌اند. علاوه بر این، تفاوت‌های نهادی، فرهنگی و اقتصادی میان کشورها می‌تواند بر نحوه تأثیرگذاری این عوامل تأثیرگذار باشد و ضرورت انجام مطالعات بیشتر در این زمینه را برجسته می‌سازد.

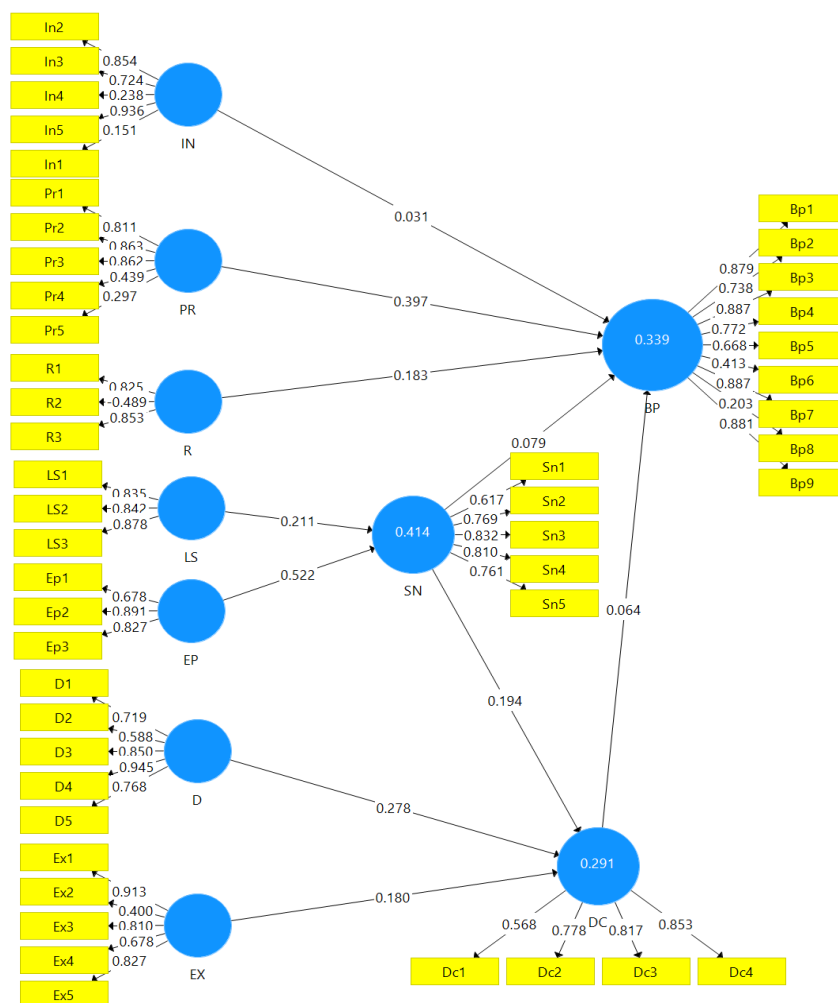
بر این اساس، پژوهش حاضر با هدف بررسی نقش ذهنیت کارآفرینانه در بهبود عملکرد صادراتی اکوسیستم‌های استارت‌آپی با تأکید بر قابلیت‌های نوآورانه انجام می‌شود.

روش‌شناسی

با توجه به آنکه نتایج این پژوهش قابلیت به‌کارگیری در استارت‌آپ‌های فعال در حوزه فناوری اطلاعات را دارد، ماهیت تحقیق کاربردی است. از سوی دیگر، به دلیل استفاده از پرسشنامه و مصاحبه برای گردآوری داده‌ها و حضور پژوهشگران در محیط واقعی شرکت‌ها، روش مطالعه در دسته توصیفی-پیمایشی قرار می‌گیرد. این تحقیق در میان استارت‌آپ‌های فناوری اطلاعات مستقر در پارک‌های علم و فناوری انجام شده و جامعه نمونه شامل ۳۸ نفر از بنیان‌گذاران و مدیران این شرکت‌ها بوده است. تحلیل ویژگی‌های پاسخ‌دهندگان نشان داد که ۷۱ درصد دارای مدرک کارشناسی، ۲۴ درصد کارشناسی ارشد و ۵ درصد دارای مدرک دکتری یا بالاتر بوده‌اند. همچنین همه شرکت‌کنندگان کمتر از ۱۰ سال سابقه کاری داشته‌اند. برای گردآوری داده‌ها از یک پرسشنامه محقق‌ساخته بهره گرفته شد. گویه‌های مربوط به سنجش سازه‌ها با استفاده از سنجش‌های معتبر پژوهش‌های قبلی تدوین شده و در مجموع ۴۷ سؤال بر اساس طیف ۱۰ گزینه‌ای طراحی گردید. پایایی پرسشنامه با استفاده از آلفای کرونباخ و بر اساس یک نمونه اولیه سنجیده شد که در همه سازه‌ها مقدار آلفا بیش از ۰.۷ به دست آمد. برای ارزیابی روایی نیز از داوری خبرگان و اساتید حوزه جهت تأیید روایی ظاهری و صوری استفاده شد. جهت آزمون مدل مفهومی و فرضیه‌ها، از تحلیل عاملی تأییدی و مدل‌سازی معادلات ساختاری با رویکرد حداقل مربعات جزئی (PLS) بهره گرفته شد. انتخاب این روش به دلیل حجم محدود نمونه و نرمال نبودن داده‌ها انجام شد؛ چرا که نرم‌افزار PLS نسبت به عدم نرمالیت حساسیت کمتری دارد.

یافته‌ها

در این پژوهش، با توجه به تعداد ۴۷ شاخص شناسایی شده، پرسشنامه اصلی طراحی و بین جامعه آماری توزیع و جمع‌آوری گردید و نتایج با نرم‌افزار PLS تحلیل شد. شکل ۱، مدل اندازه‌گیری اولیه همراه با ضرایب بارهای عاملی را نشان می‌دهد.



شکل ۱: مدل اندازه‌گیری پژوهش در حالت تخمین ضرایب استاندارد

ملاک مناسب بودن مقادیر برای ضرایب بارهای عاملی در PLS، ۰.۷ و بالاتر است. در این نرم‌افزار، هرچه بارعاملی ۰.۷ و بالاتر در نظر گرفته شود، دقت مدل را بیشتر نشان می‌دهد. در این پژوهش و بر اساس نتایج حاصل از نرم‌افزار، ۱۴ شاخص، فاقد حداقل سطح مطلوبیت بارعاملی بوده و در نتیجه، از مدل حذف شدند. شاخص‌های باقی‌مانده دارای ضریب بار عاملی قابل قبول بودند و مورد تایید واقع شدند؛ لذا همگن بودن و برازش مدل اندازه‌گیری تایید می‌شود. نتایج حاصل از تحلیل عاملی تاییدی برای کلیه متغیرها پس از اصلاح مدل، در جدول ۱ ارائه شده است.

جدول ۱: شاخص‌ها و عوامل کلیدی موثر بر عملکرد صادراتی کسب‌وکارهای استارت‌آپی

منابع	بار عاملی	کد شاخص	شاخص‌ها	مؤلفه‌ها	بعد
ویتیل و همکاران (۲۰۰۳)؛ سو و ساهن (۲۰۱۵)؛ کراپ و همکاران (۲۰۰۸)؛ گو و سو (۲۰۱۸). کیم و همکاران (۲۰۱۸)	عدم تایید	In1	یافتن کسب‌وکار یا بازارهای جدید برای هدف گذاری نوآوری در محصول: ایجاد محصولات جدید که ارزشی را به مشتریان فعلی یا جدید ارائه خواهد کرد.	نوآوری	نگرش‌های کارآفرینانه
	۰.۸۳۸	In2			

سو و ساهن (۲۰۱۵)؛ کیم و همکاران (۲۰۱۸)؛ مگا و پریادارشیننی (۲۰۱۶)؛ ویتیل و همکاران (۲۰۰۳)؛ گو و سو (۲۰۱۸).	۰.۷۷۰	In۳	نوآوری در فرایند: شرکت به طور فعال فعالیت R&D را پیاده-سازی می کند.	پیش کشی گری
سو و ساهن (۲۰۱۵)؛ کیم و همکاران (۲۰۱۸)؛ مگا و پریادارشیننی (۲۰۱۶)؛ ویتیل و همکاران (۲۰۰۳)؛ گو و سو (۲۰۱۸).	عدم تایید	In۴	ایجاد راه‌های غیر از محصول برای ایجاد ارزش برای مشتریان فعلی یا جدید. همچون کانال‌های توزیع، نیروهای فروش، تبلیغات	
سو و ساهن (۲۰۱۵)؛ کیم و همکاران (۲۰۱۸)؛ گو و سو (۲۰۱۸).	۰.۹۱۲	In۵	به کارگیری و استخدام استعدادهاى تحقیق و توسعه سطح بالا	
سو و ساهن (۲۰۱۵)؛ کیم و همکاران (۲۰۱۸)؛ کراپ و همکاران (۲۰۰۸).	۰.۸۰۶	Pr۱	شرکت دارای استراتژی پیش‌بینی روند آینده بازار است.	
سو و ساهن (۲۰۱۵)؛ کیم و همکاران (۲۰۱۸)؛ مگا و پریادارشیننی (۲۰۱۶)؛ ویتیل و همکاران (۲۰۰۳).	۰.۸۶۴	Pr۲	بهبود کیفیت و تعداد ویژگی محصول یا خدمات قبل از رقبا	
سو و ساهن (۲۰۱۵)؛ کیم و همکاران (۲۰۱۸)؛ مگا و پریادارشیننی (۲۰۱۶)؛ ویتیل و همکاران (۲۰۰۳).	۰.۸۷۶	Pr۳	شناسایی فرصت‌های کارآفرینی و به دنبال فرصت‌های جدید بازار	ریسک‌پذیری
سو و ساهن (۲۰۱۵)؛ کیم و همکاران (۲۰۱۸)؛ مگا و پریادارشیننی (۲۰۱۶)؛ ویتیل و همکاران (۲۰۰۳).	عدم تایید	Pr۴	قیمت‌گذاری فعالانه به طوری که رقبا نسبت به قیمت‌های شما واکنش نشان دهند و کاهش سریع‌تر قیمت نسبت به رقبا	
سو و ساهن (۲۰۱۵)؛ کیم و همکاران (۲۰۱۸)؛ مگا و پریادارشیننی (۲۰۱۶)؛ ویتیل و همکاران (۲۰۰۳).	عدم تایید	Pr۵	پیشگام در معرفی چند ویژگی محصول	
سو و ساهن (۲۰۱۵)؛ کیم و همکاران (۲۰۱۸)؛ مگا و پریادارشیننی (۲۰۱۶).	۰.۸۷۵	R۱	شرکت ما ریسک‌پذیری را به عنوان یک مورد مهم فعالیت کسب و کار مطرح می کند.	حمایت اجتماعی
سو و ساهن (۲۰۱۵)؛ کیم و همکاران (۲۰۱۸)؛ مگا و پریادارشیننی (۲۰۱۶).	عدم تایید	R۲	محصولی با ریسک بالا در توسعه اولیه و فاکتورهای ریسکی زیاد	
سو و ساهن (۲۰۱۵)؛ کیم و همکاران (۲۰۱۸)؛ مگا و پریادارشیننی (۲۰۱۶).	۰.۹۳۵	R۳	تأمین بودجه برای یک تجارت جدید	
سو و ساهن (۲۰۱۵)؛ کیم و همکاران (۲۰۱۸)؛ مگا و پریادارشیننی (۲۰۱۶).	۰.۸۳۸	LS۱	حمایت دولت محلی از کسب و کارهای جدید	مشارکت خارجی
سو و ساهن (۲۰۱۵)؛ کیم و همکاران (۲۰۱۸)؛ مگا و پریادارشیننی (۲۰۱۶).	۰.۸۴۸	LS۲	حمایت مالی بانک برای کسب و کار جدید	
سو و ساهن (۲۰۱۵)؛ کیم و همکاران (۲۰۱۸)؛ مگا و پریادارشیننی (۲۰۱۶).	۰.۸۷۲	LS۳	حمایت گروهی جامعه برای کسب و کار جدید	
سو و ساهن (۲۰۱۹)؛ گو و سو (۲۰۱۸).	عدم تایید	Ep۱	تمایل شرکای خارجی برای تامین منابع با اولویت	بنای و حمایت جامعه
سو و ساهن (۲۰۱۹)؛ گو و سو (۲۰۱۸).	۰.۹۰۹	Ep۲	دریافت حمایت از شتاب‌دهنده‌های کسب و کار	
سو و ساهن (۲۰۱۹)؛ گو و سو (۲۰۱۸).	۰.۹۰۷	Ep۳	رابطه ثابت با شرکای فناوری همچون دانشگاه و انستیتوهای تحقیقاتی	
سو و ساهن (۲۰۱۹)؛ هوپ و استفان (۲۰۱۲).	عدم تایید	Sn۱	هنجارهای اجتماعی و فرهنگ جامعه‌ای که شما در آن زندگی می کنید، از موفقیت حاصل از تلاش شخصی حمایت بالایی می-کنند.	هنجارهای اجتماعی و عملکرد صادراتی مبتنی بر فرهنگ
سو و ساهن (۲۰۱۹)؛ هوپ و استفان (۲۰۱۲).	۰.۷۴۶	Sn۲	هنجارهای اجتماعی و فرهنگ جامعه شما بر خودکفایی، استقلال و ابتکار شخصی تاکید دارد.	
سو و ساهن (۲۰۱۹)؛ هوپ و استفان (۲۰۱۲).	۰.۸۴۳	Sn۳	هنجارهای اجتماعی و فرهنگ جامعه شما ریسک‌پذیری کارآفرینی را تشویق می کند.	
سو و ساهن (۲۰۱۹)؛ هوپ و استفان (۲۰۱۲).	۰.۸۵۴	Sn۴	هنجارهای اجتماعی و فرهنگ جامعه شما خلاقیت و نوآوری را تشویق می کند.	
سو و ساهن (۲۰۱۹)؛ هوپ و استفان (۲۰۱۲).	۰.۷۷۳	Sn۵	هنجارهای اجتماعی و فرهنگ جامعه شما بر مسئولیت‌پذیری فرد در مدیریت زندگی خود تاکید دارد.	

ردیف	کد	شرح	نوع	تاریخ	وضعیت	بخش
اکتشاف	D1	تفکر در مورد یک ایده تجاری یا تعدادی از ایده‌های تجاری که به طور بالقوه می‌توانند به تجارت واقعی تبدیل شوند.	عدم تایید	۰.۷۲۱	سنو و لی (۲۰۱۹).	سیستم نوآوری
	D2	شرکت در کلاس‌ها و پیشنهادهاى مربوطه به نحوه شروع یک تجارت جدید	عدم تایید			
	D3	تعریف محصولات یا خدمات برای تجارت جدید	عدم تایید	۰.۸۴۹		
	D4	تعریف فرصت بازار برای تجارت	عدم تایید	۰.۹۴۶		
	D5	اختصاص زمان قابل توجه برای ایده تجاری	عدم تایید	۰.۷۷۱		
بهره برداری	Ex1	مطالعه منابع مالی تجارت	عدم تایید	۰.۹۱۹		سیستم نوآوری
	Ex2	سرمایه‌گذاری در ریسک تجارت از طریق خود و موسسات مالی	عدم تایید			
	Ex3	درخواست ثبت اختراع، حق چاپ یا مارک تجاری مرتبط با کسب و کار	عدم تایید	۰.۸۳۵		
	Ex4	استخدام چند نفر برای همکاری در زمینه یک ایده کسب و کار	عدم تایید			
	Ex5	انجام هماهنگی‌های لازم جهت فراهم نمودن زمان شروع کسب و کار	عدم تایید	۰.۸۲۱		
قابلیت‌های پویا	Dc1	قابلیت ادغام منابع (کافی - ناکافی)	عدم تایید		سنو و لی (۲۰۱۹)؛ وو (۲۰۰۷).	سیستم نوآوری
	Dc2	قابلیت پیکربندی مجدد منابع (کافی - ناکافی)	عدم تایید	۰.۷۷۶		
	Dc3	قابلیت یادگیری (کند - سریع)	عدم تایید	۰.۷۸۷		
	Dc4	قابلیت پاسخ‌گویی به محیط در حال تغییر (کند - سریع)	عدم تایید	۰.۸۹۳		
عملکرد مالی	Bp1	قابلیت سوددهی اقتصادی	عدم تایید	۰.۸۶۳	سنو و لی (۲۰۱۹)؛ سو و ساهن (۲۰۱۵)؛ آمدوفو و همکاران (۲۰۱۹).	سیستم نوآوری
	Bp2	نرخ رشد (رشد سهم بازار - رشد فروش)	عدم تایید	۰.۷۸۴		
	Bp3	قدرت برند و شهرت	عدم تایید	۰.۹۱۲	سنو و لی (۲۰۱۹)؛ یاکوب و همکاران (۲۰۱۶)؛	
	Bp4	رضایت مشتری از محصولات	عدم تایید	۰.۸۰۲	آمدوفو و همکاران (۲۰۱۹)؛ مگا و پریادارشینى (۲۰۱۶)؛ به (۲۰۱۸)؛ گو و سو (۲۰۱۸).	
	Bp5	تعداد کارکنان	عدم تایید			
	Bp6	عملکرد صادراتی سازمانی	عدم تایید			
	Bp7	عملکرد صادراتی نوآوری	عدم تایید	۰.۸۷۳		
	Bp8	بهره‌وری کارکنان	عدم تایید			
	Bp9	رضایت کارکنان	عدم تایید	۰.۸۵۵		

خروجی نرم‌افزار مطابق جدول ۲، آلفای کروناخ، پایایی اشتراکی، پایایی ترکیبی و میانگین واریانس استخراج شده را برای متغیرهای پژوهش نشان می‌دهد. مطابق با یافته‌های جدول، پایایی ترکیبی، آلفای کروناخ و پایایی اشتراکی به دست آمده برای تمامی متغیرها، نشان می‌دهد که سازگاری درونی در حد مطلوب قرار دارد. همچنین در خصوص روایی همگرا با توجه به نتایج، کلیه بارهای عاملی شاخص‌ها، بعد از برازش مناسب هستند، یعنی مقدار بارهای عاملی از ۰.۷ بزرگتر بودند. همچنین میانگین واریانس استخراج شده بزرگتر از ۰.۵ بوده و در مقایسه پایایی ترکیبی با میانگین واریانس استخراج شده برای هر یک از عوامل، **CR>AVE** است؛ لذا می‌توان نتیجه گرفت که مدل پژوهش از روایی همگرای مناسبی نیز برخوردار است.

جدول ۲: نتایج پایایی، روایی همگرا و کیفیت مدل

متغیرهای مکنون	پایایی		روایی همگرا	
	آلفای کرونباخ	پایایی اشتراکی (Communality)	پایایی ترکیبی (CR)	میانگین واریانس استخراجی (AVE)
نوآوری	۰.۷۹۶	۰.۷۰۹	۰.۸۷۹	۰.۷۰۹
پیش‌کنش‌گری	۰.۸۰۶	۰.۷۲۱	۰.۸۸۶	۰.۷۲۱
ریسک‌پذیری	۰.۷۸۵	۰.۸۲۰	۰.۹۰۱	۰.۸۲۰
حمایت جامعه محلی	۰.۸۲۶	۰.۷۲۸	۰.۸۸۹	۰.۷۲۸
مشارکت خارجی	۰.۷۸۷	۰.۸۲۵	۰.۹۰۴	۰.۸۲۵
هنجارهای اجتماعی	۰.۸۱۸	۰.۶۴۸	۰.۸۸۰	۰.۶۴۸
اکتشاف	۰.۸۴۱	۰.۶۸۳	۰.۸۹۵	۰.۶۸۳
بهره‌برداری	۰.۸۲۱	۰.۷۳۹	۰.۸۹۴	۰.۷۳۹
قابلیت‌های پویا	۰.۷۶۳	۰.۶۷۳	۰.۸۶۰	۰.۶۷۳
عملکرد صادراتی کسب‌وکارها	۰.۹۲۴	۰.۷۲۱	۰.۹۳۹	۰.۷۲۱

آزمون‌های روایی و اگرایی مدل اندازه‌گیری

بار تقاطعی، بار عاملی هر یک از شاخص‌ها را بر عامل خود و دیگر عامل‌ها نشان می‌دهد. یکی از شروط لازم جهت برقراری روایی و اگرایی این است که بار عاملی هر شاخص بر عامل خود، حداقل ۰.۱ بیشتر از بار عاملی آن بر دیگر شاخص‌ها باشد (فورنر و لارکر^۱، ۱۹۸۱) که در کلیه موارد، خروجی نرم‌افزار نشان دهنده تایید این موضوع بود.

شرط دیگر برقراری روایی همگرا این است که در ماتریس فورنل و لارکر، که به بررسی همبستگی مربوط به متغیرهای پنهان می‌پردازد، تمامی اعداد قطر اصلی از اعداد زیرستون خود بیشتر باشند. در این ماتریس، اعداد روی قطر اصلی، جذر AVE هستند و اعداد زیر قطر ماتریس، ضریب همبستگی متغیرهای پژوهش با یکدیگر را نشان می‌دهند. در جدول ۳، ماتریس فورنر لارکر ارائه شده است. همان‌طور که ملاحظه می‌شود، ضریب همبستگی تمام متغیرها با یکدیگر، مثبت و معنادار است و از آنجایی که جذر AVE برای تمامی متغیرها، بیشتر از همبستگی آن‌ها با متغیرهای دیگر است، بنابراین روایی و اگرایی متغیرهای پژوهش نیز برقرار است.

^۱ Fornell-Larcker

جدول ۳: ماتریس فورنر لارکر

همچارهای اجتماعی	ریسک پذیری	پیش کنش گری	حمایت جامعه محلی	نوآوری	بهره‌داری	مشارکت خارجی	قابلیت‌های پویا	اکتشاف	عملکرد صادراتی	کسب و کارها
									۰.۸۴۹	عملکرد صادراتی کسب و کارها -
								۰.۸۲۶	۰.۳۵۸	اکتشاف
							۰.۸۲۰	۰.۵۴۲	۰.۲۹۴	قابلیت‌های پویا
						۰.۹۰۸	۰.۱۱۴	۰.۵۰۶	۰.۲۲۱	مشارکت خارجی
					۰.۸۵۹	۰.۴۹۸	۰.۴۱۶	۰.۵۱۷	۰.۴۱۱	بهره‌داری
				۰.۸۴۲	۰.۲۴۶	۰.۲۳۳	۰.۰۷۱	۰.۱۷۰	۰.۲۰۱	نوآوری
			۰.۸۵۳	۰.۱۴۱	۰.۱۰۸	۰.۳۸۸	۰.۰۳۸	۰.۳۰۹	۰.۰۹۷	حمایت جامعه محلی
		۰.۸۴۹	۰.۱۵۷	۰.۲۶۶	۰.۵۵۲	۰.۱۴۱	۰.۴۸۳	۰.۵۷۹	۰.۵۴۵	پیش کنش گری
	۰.۹۰۵	۰.۵۴۷	۰.۱۶۴	۰.۲۲۶	۰.۳۰۳	۰.۳۰۹	۰.۴۸۴	۰.۵۴۰	۰.۳۹۹	ریسک پذیری
۰.۸۰۵	۰.۴۵۲	۰.۳۸۴	۰.۴۲۴	۰.۲۷۳	۰.۳۰۵	۰.۵۸۷	۰.۴۷۷	۰.۵۹۶	۰.۳۱۷	همچارهای اجتماعی

در جدول ۴ مقادیر شاخص بررسی اعتبار اشتراک^۱ (CV-Com) برای متغیرهای پژوهش گزارش شده است. CV-Com، کیفیت مدل اندازه-گیری هر بلوک را می‌سنجد که چنانچه مثبت باشد، نشان می‌دهد مدل اندازه‌گیری کیفیت مناسبی دارد. همان‌طور که در جدول ۴ مشاهده می‌شود، تمامی مقادیر CV-Com مثبت هستند که بیان‌گر کیفیت مناسب و قابل قبول مدل اندازه‌گیری است.

جدول ۴: مقادیر CV-Com متغیرهای پژوهش

متغیر	نوآوری	پیش کنش گری	ریسک‌پذیری	حمایت جامعه محلی	مشارکت خارجی	همچارهای اجتماعی	اکتشاف	بهره‌داری	قابلیت‌های پویا	کسب و کار	عملکرد صادراتی
CV-Com	۰.۳۵۰	۰.۴۰۶	۰.۴۰۰	۰.۴۱۰	۰.۳۹۴	۰.۳۸۹	۰.۴۴۷	۰.۴۵۷	۰.۳۶۳	۰.۵۶۴	

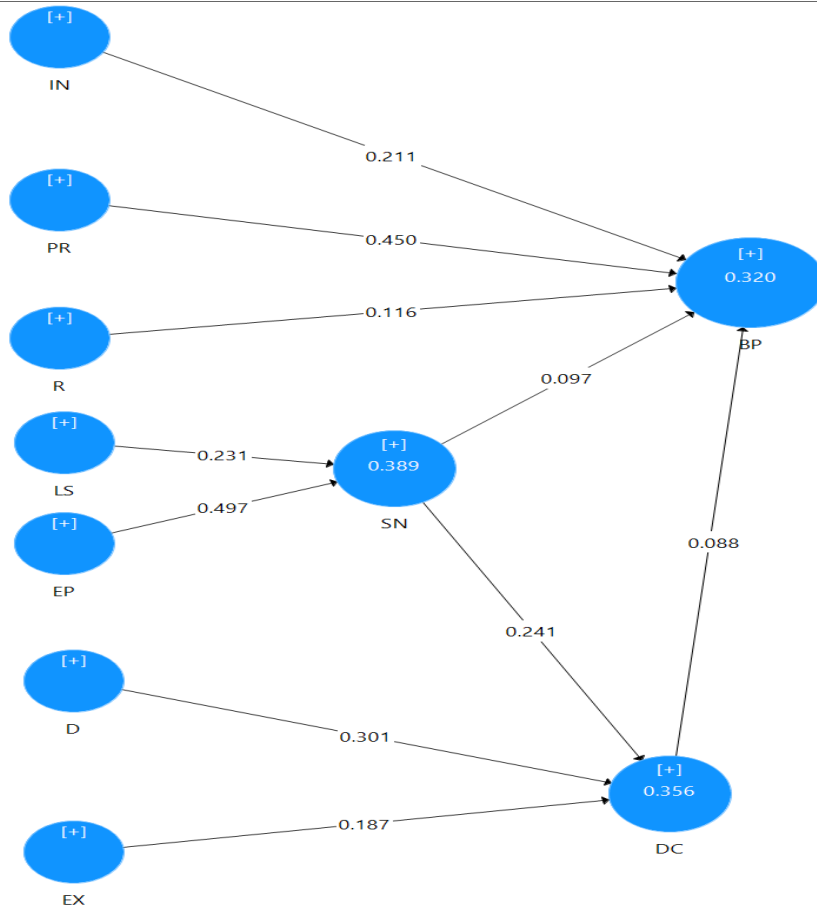
برآوردهای روایی و پایایی مدل اندازه‌گیری، اجازه ارزیابی مدل ساختاری را می‌سازد. شکل ۳ مدل ساختاری در حالت تخمین ضرایب مسیر است که نشان‌دهنده سهم هر یک از عامل‌ها در مدل بوده و شکل ۴ مدل ساختاری در حالت معناداری ضرایب مسیر است که نشان‌دهنده معنادار بودن رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته است.

¹ Construct Crossvalidated Communality (CV-Com)

در جدول ۵ مقادیر شاخص بررسی اعتبار حشو یا افزونگی^۱ (CV-Red) برای متغیرهای پژوهش گزارش شده است. CV-Red که به آن ضریب Q^۲ استون-گیسر^۲ نیز می‌گویند، برای بررسی توانایی پیش‌بینی متغیرهای وابسته از روی متغیرهای مستقل استفاده می‌شود که با در نظر گرفتن مدل اندازه‌گیری، کیفیت مدل ساختاری را برای هر بلوک درون‌زا اندازه‌گیری می‌کند (هیر و همکاران، ۲۰۱۴). همان‌طور که در جدول ۵ مشاهده می‌شود، تمامی مقادیر CV-Red مثبت هستند که بیان‌گر کیفیت مناسب و قابل قبول مدل ساختاری است.

جدول ۵: مقادیر CV.Red متغیرهای پژوهش

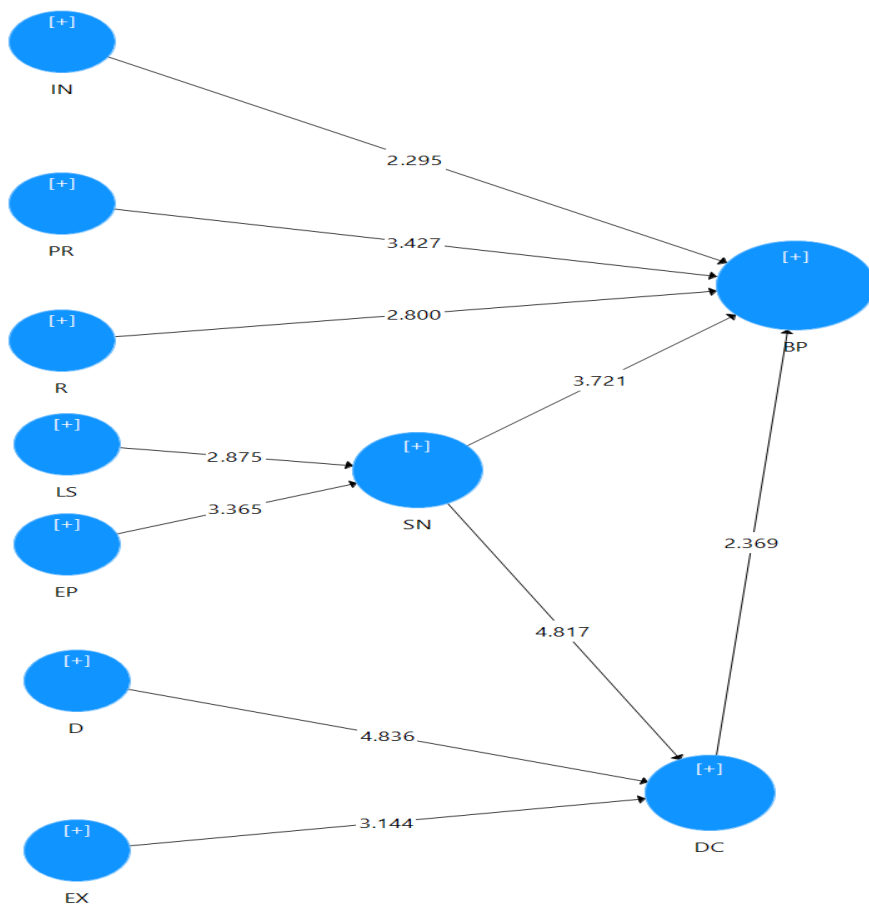
متغیرها	هنجارهای اجتماعی	قابلیت‌های پویا	عملکرد صادراتی کسب‌وکار
CV-Red	۰.۲۱۵	۰.۱۷۴	۰.۱۷۶



شکل ۲: مدل ساختاری در حالت تخمین ضرایب مسیر

¹ Construct Crossvalidated Redundancy (CV-Red)

² Stone-Giesser



شکل ۲: مدل ساختاری در حالت معناداری ضرایب مسیر

نتایج حاصل از برآورد مدل ساختاری در حالت تخمین ضرایب مسیر نشان می‌دهد ۳۸.۹٪ واریانس هنجارهای اجتماعی، ۳۵.۶٪ واریانس قابلیت‌های پویا و ۳۲٪ واریانس عملکرد صادراتی کسب و کارهای استارت‌آپی، توسط مدل پژوهش تبیین شده است. همچنین شاخص نیکویی برازش مدل^۱ (GOF) که با استفاده از رابطه (۱) محاسبه می‌شود، در پژوهش حاضر، برابر با ۰.۵۰۶ حاصل شده که نشان‌دهنده برازش قوی و مناسب الگوی آزمون شده است.

$$GOF = \sqrt{AVE \times R^2}$$

معیار این پژوهش، جهت تایید یا رد هر فرضیه، آماره t است. چنانچه قدرمطلق آماره t بزرگتر از ۱.۹۶ حاصل شود، نشان می‌دهد فرضیه، معنادار و مورد تایید است. نتایج آزمون فرضیه‌ها در جدول ۶ ارائه شده است. مطابق با نتایج جدول، مقدار آماره t برای تمام فرضیه‌های پژوهش، بزرگتر از ۱.۹۶ حاصل شد، لذا چنین نتیجه گرفته می‌شود که همه فرضیه‌ها مورد تایید هستند.

^۱ Goodness of Fit

جدول ۶. نتیجه آزمون فرضیه‌های پژوهش

نتیجه	ضریب مسیر	آماره t	توضیح فرضیه
تایید	۰.۰۸۸	۲.۳۶۹	H۱: قابلیت‌های پویا ← عملکرد صادراتی کسب و کارهای استارت‌آپی
تایید	۰.۳۰۱	۴.۸۳۶	H۱a: اکتشاف ← قابلیت‌های پویا
تایید	۰.۱۸۷	۳.۱۴۴	H۱b: بهره‌برداری ← قابلیت‌های پویا
تایید	۰.۳۲۰	۳.۷۲۱	H۲: هنجارهای اجتماعی و عملکرد صادراتی مبتنی بر فرهنگ ← عملکرد صادراتی کسب و کارهای استارت‌آپی
تایید	۰.۲۳۱	۲.۸۷۵	H۲a: حمایت جامعه محلی ← هنجارهای اجتماعی و عملکرد صادراتی مبتنی بر فرهنگ
تایید	۰.۴۹۷	۳.۳۶۵	H۲b: مشارکت خارجی ← هنجارهای اجتماعی و عملکرد صادراتی مبتنی بر فرهنگ
تایید	۰.۲۴۱	۴.۸۱۷	H۲c: هنجارهای اجتماعی و عملکرد صادراتی مبتنی بر فرهنگ ← قابلیت‌های پویا
تایید	۰.۲۱۱	۲.۲۹۵	H۳a: نوآوری ← عملکرد صادراتی کسب و کارهای استارت‌آپی
تایید	۰.۴۵۰	۳.۴۲۷	H۳b: پیش‌کنش‌گری ← عملکرد صادراتی کسب و کارهای استارت‌آپی
تایید	۰.۱۱۶	۲.۸۰۰	H۳c: ریسک‌پذیری ← عملکرد صادراتی کسب و کارهای استارت‌آپی

بحث و نتیجه‌گیری

نتایج این پژوهش نشان داد که ذهنیت کارآفرینانه به‌عنوان یکی از مهم‌ترین متغیرهای تبیین‌کننده عملکرد صادراتی استارت‌آپ‌ها، تأثیر مثبت و معناداری بر این متغیر دارد. به‌طور مشخص، ابعاد نوآوری، پیش‌کنش‌گری و ریسک‌پذیری توانسته‌اند سهم قابل توجهی در بهبود عملکرد صادراتی ایفا کنند. این یافته با ادبیات نظری کارآفرینی همسو است که تأکید می‌کند سازمان‌های دارای جهت‌گیری کارآفرینانه، با شناسایی فرصت‌های جدید و ورود فعال به بازارهای بین‌المللی، عملکرد بهتری در حوزه صادرات دارند (Worm et al., 2017). همچنین نتایج با پژوهش‌های پیشین که رابطه مثبت بین جهت‌گیری کارآفرینانه و عملکرد صادراتی را تأیید کرده‌اند، همخوانی دارد (Kalinic & Brouthers, 2021). در همین راستا، می‌توان استدلال کرد که استارت‌آپ‌هایی که از سطح بالاتری از ذهنیت کارآفرینانه برخوردارند، از انعطاف‌پذیری بیشتری در مواجهه با عدم قطعیت‌های بازارهای جهانی بهره‌مند بوده و در نتیجه، توانایی بیشتری در دستیابی به مزیت رقابتی دارند (Parhonar & Ahmadian, 2017).

از سوی دیگر، نتایج نشان داد که قابلیت‌های پویا نقش واسطه‌ای مهمی در رابطه بین متغیرهای کارآفرینانه و عملکرد صادراتی ایفا می‌کنند. این یافته بیانگر آن است که صرف داشتن نگرش کارآفرینانه برای موفقیت در بازارهای صادراتی کافی نیست، بلکه سازمان‌ها باید قادر باشند منابع و توانمندی‌های خود را به‌صورت پویا بازپیکربندی کنند. این نتیجه با دیدگاه‌های نظری مبتنی بر قابلیت‌های پویا همسو است که بر اهمیت تطبیق‌پذیری سازمان‌ها در محیط‌های متغیر تأکید دارند (Nasahi Far et al., 2018). همچنین پژوهش‌های تجربی نشان داده‌اند که قابلیت‌های پویا می‌توانند به‌عنوان مکانیزمی برای تبدیل منابع داخلی به عملکرد صادراتی برتر عمل کنند (Nasehifar et al., 2019). در همین راستا، یافته‌های این

پژوهش با نتایج مطالعاتی که نقش میانجی قابلیت‌های پویا را در بهبود عملکرد سازمانی تأیید کرده‌اند، همخوانی دارد (Nashi Far et al., 2017).

در ادامه، نتایج نشان داد که نوآوری اکتشافی و بهره‌برداری تأثیر مثبت و معناداری بر قابلیت‌های پویا دارند. این امر بیانگر آن است که استارت‌آپ‌هایی که به‌طور همزمان به توسعه دانش جدید و بهره‌برداری از منابع موجود می‌پردازند، توانایی بیشتری در ایجاد قابلیت‌های پویا دارند. این یافته با ادبیات موجود در حوزه کارآفرینی بین‌الملل همسو است که بر اهمیت نوآوری در توسعه مزیت رقابتی تأکید دارد (Merín-Rodríguez et al., 2024). همچنین، این نتیجه با مطالعاتی که نشان می‌دهند نوآوری یکی از محرک‌های اصلی عملکرد صادراتی است، سازگار است (Andovar et al., 2020).

یافته‌های پژوهش همچنین نشان داد که هنجارهای اجتماعی و فرهنگ عملکردمحور تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد صادراتی و قابلیت‌های پویا دارند. این نتیجه بیانگر نقش کلیدی محیط اجتماعی و فرهنگی در شکل‌گیری رفتارهای کارآفرینانه و موفقیت صادراتی استارت‌آپ‌ها است. در واقع، وجود فرهنگ حمایتی و هنجارهای مثبت اجتماعی می‌تواند انگیزه کارآفرینان را برای ورود به بازارهای بین‌المللی افزایش دهد. این یافته با پژوهش‌هایی که بر اهمیت فرهنگ کارآفرینانه در توسعه صادرات تأکید دارند، همسو است (Abadli et al., 2020). همچنین، نقش عوامل اجتماعی در تقویت عملکرد کارآفرینانه در مطالعات دیگر نیز مورد تأیید قرار گرفته است (Wellalage et al., 2023). علاوه بر این، نتایج نشان داد که حمایت جامعه محلی و مشارکت‌های خارجی تأثیر معناداری بر هنجارهای اجتماعی و فرهنگ عملکردمحور دارند. این یافته نشان می‌دهد که تعامل با نهادهای بیرونی، از جمله دولت، دانشگاه‌ها و شرکای بین‌المللی، می‌تواند به تقویت بسترهای فرهنگی و اجتماعی مورد نیاز برای توسعه صادرات کمک کند. این نتیجه با مطالعاتی که بر نقش سیاست‌های حمایتی و همکاری‌های بین‌سازمانی در بهبود عملکرد صادراتی تأکید دارند، همخوانی دارد (Adebayo & Alheety, 2019). همچنین، دسترسی به منابع و شبکه‌های خارجی به‌عنوان یکی از عوامل کلیدی موفقیت در صادرات معرفی شده است (Kasema, 2022).

در بخش دیگری از نتایج، تأثیر مثبت و معنادار قابلیت‌های پویا بر عملکرد صادراتی تأیید شد. این یافته نشان می‌دهد که استارت‌آپ‌هایی که از توانایی بالاتری در تطبیق با تغییرات محیطی برخوردارند، عملکرد بهتری در بازارهای بین‌المللی دارند. این نتیجه با مطالعات پیشین که نقش قابلیت‌های پویا را در بهبود عملکرد سازمانی برجسته کرده‌اند، همسو است (Nasahi Far et al., 2018). همچنین، پژوهش‌ها نشان داده‌اند که قابلیت‌های پویا به سازمان‌ها کمک می‌کنند تا در شرایط رقابتی و ناپایدار، بقا و رشد خود را تضمین کنند (Damoah, 2025).

نتایج این پژوهش همچنین نشان داد که عوامل فردی و سازمانی مرتبط با کارآفرینی، از جمله سرمایه انسانی و مهارت‌های مدیریتی، می‌توانند به‌طور غیرمستقیم بر عملکرد صادراتی تأثیر بگذارند. این یافته با مطالعاتی که بر اهمیت سرمایه انسانی در توسعه کارآفرینی سازمانی تأکید دارند، همخوانی

دارد (Ghasemi & Farghani, 2022). علاوه بر این، نقش آموزش و توسعه مهارت‌های کارآفرینانه در بهبود عملکرد صادراتی نیز در پژوهش‌های پیشین مورد تأیید قرار گرفته است (Movahedi et al., 2022).

در مجموع، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که عملکرد صادراتی استارت‌آپ‌ها نتیجه تعامل پیچیده‌ای از عوامل درون‌سازمانی و برون‌سازمانی است. از یک سو، ویژگی‌های کارآفرینانه سازمان‌ها نقش مهمی در شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌های بین‌المللی دارند و از سوی دیگر، قابلیت‌های پویا به‌عنوان سازوکاری کلیدی، این ویژگی‌ها را به نتایج عملکردی تبدیل می‌کنند. همچنین، محیط اجتماعی و نهادی با فراهم‌سازی بسترهای مناسب، نقش مهمی در تسهیل این فرآیند ایفا می‌کند. این نتایج با چارچوب‌های نظری موجود در حوزه کارآفرینی بین‌الملل همسو بوده و نشان‌دهنده اهمیت رویکردهای یکپارچه در تحلیل عملکرد صادراتی استارت‌آپ‌ها است (Jafari-Sadeghi, 2021).

با توجه به یافته‌های به‌دست آمده، می‌توان نتیجه گرفت که توسعه صادرات در استارت‌آپ‌ها نیازمند توجه همزمان به ابعاد مختلفی از جمله تقویت ذهنیت کارآفرینانه، توسعه قابلیت‌های نوآورانه و ایجاد بسترهای حمایتی مناسب است. این رویکرد چندبعدی می‌تواند به بهبود عملکرد صادراتی و افزایش رقابت‌پذیری استارت‌آپ‌ها در بازارهای جهانی منجر شود. همچنین، یافته‌های این پژوهش با مطالعاتی که بر اهمیت کارآفرینی در توسعه صادرات غیرنفتی تأکید دارند، همخوانی دارد (Shahabadi et al., 2021).

از منظر محدودیت‌ها، این پژوهش با محدودیت‌هایی مواجه بوده است که می‌تواند بر تعمیم‌پذیری نتایج تأثیرگذار باشد. نخست، حجم نمونه نسبتاً محدود بوده و تنها شامل ۳۸ نفر از مدیران و بنیان‌گذاران استارت‌آپ‌ها است که ممکن است نماینده کامل جامعه آماری نباشد. دوم، تمرکز پژوهش بر استارت‌آپ‌های حوزه فناوری اطلاعات مستقر در پارک‌های علم و فناوری بوده و بنابراین نتایج آن ممکن است به سایر صنایع یا مناطق جغرافیایی قابل تعمیم نباشد. سوم، استفاده از ابزار پرسشنامه و داده‌های خودگزارشی می‌تواند با سوگیری پاسخ‌دهندگان همراه باشد و بر دقت نتایج تأثیر بگذارد.

در زمینه پیشنهادها برای پژوهش‌های آتی، توصیه می‌شود مطالعات آینده با استفاده از حجم نمونه بزرگ‌تر و در صنایع مختلف انجام شوند تا امکان تعمیم‌پذیری نتایج افزایش یابد. همچنین، بررسی نقش متغیرهای میانجی و تعدیل‌گر دیگر مانند فناوری‌های دیجیتال، یادگیری سازمانی و شبکه‌های بین‌المللی می‌تواند به درک عمیق‌تر روابط میان متغیرها کمک کند. علاوه بر این، استفاده از روش‌های ترکیبی (کمی و کیفی) می‌تواند ابعاد پنهان و پیچیده‌تر عملکرد صادراتی را آشکار سازد.

در نهایت، از منظر کاربردی، نتایج این پژوهش نشان می‌دهد که مدیران استارت‌آپ‌ها باید به توسعه ذهنیت کارآفرینانه در سازمان خود توجه ویژه‌ای داشته باشند و با تقویت نوآوری، پیش‌کشگری و ریسک‌پذیری، زمینه ورود موفق به بازارهای بین‌المللی را فراهم کنند. همچنین، سرمایه‌گذاری در توسعه قابلیت‌های پویا و ایجاد شبکه‌های ارتباطی با نهادهای داخلی و خارجی می‌تواند به بهبود عملکرد صادراتی کمک کند. سیاست‌گذاران

نیز می‌توانند با طراحی برنامه‌های حمایتی، ایجاد زیرساخت‌های مناسب و تسهیل دسترسی به منابع مالی و اطلاعاتی، نقش مهمی در توسعه صادرات استارت‌آپ‌ها ایفا نمایند.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ‌گونه تضاد منافی وجود ندارد.

موازین اخلاقی

در تمامی مراحل پژوهش حاضر اصول اخلاقی مرتبط با نشر و انجام پژوهش رعایت گردیده است.

تشکر و قدردانی

از تمامی کسانی که در انجام این پژوهش ما را همراهی کردند تشکر و قدردانی به عمل می‌آید.

Extended Abstract

Introduction

In recent decades, the rapid expansion of globalization and the intensification of international competition have significantly increased the importance of export performance as a key indicator of firm success, particularly for startups operating in knowledge-intensive sectors. Export performance is not only a reflection of firms' ability to penetrate foreign markets but also an indicator of their competitiveness, innovation capacity, and strategic adaptability (Nguyen et al., 2022). In this context, entrepreneurial mindset—often conceptualized through dimensions such as innovativeness, proactiveness, and risk-taking—has emerged as a critical determinant of firms' international success. Firms that exhibit a strong entrepreneurial orientation tend to be more opportunity-driven, flexible, and willing to engage in uncertain environments, thereby increasing their likelihood of success in export markets (Worm et al., 2017). Empirical studies have consistently demonstrated a positive relationship between entrepreneurial orientation and export performance, highlighting the role of proactive and innovative behaviors in facilitating internationalization (Kalinic & Brouthers, 2021).

Furthermore, the role of entrepreneurship in enhancing export performance is particularly pronounced in developing economies, where diversification away from traditional exports is essential for sustainable growth. Entrepreneurial activities contribute to export development by fostering innovation, improving productivity, and enabling firms to adapt to dynamic global markets (Shahabadi et al., 2021). In addition, entrepreneurial competencies—including managerial skills, market knowledge, and decision-making capabilities—have been

identified as crucial factors influencing export success (Rahmani et al., 2021). However, entrepreneurial mindset alone may not be sufficient to ensure export success. Firms must also possess the ability to reconfigure and leverage their resources effectively in response to environmental changes.

This brings into focus the concept of dynamic capabilities, which refers to a firm's ability to integrate, build, and reconfigure internal and external competencies to address rapidly changing environments (Nasahi Far et al., 2018). Dynamic capabilities enable firms to transform entrepreneurial intentions into tangible performance outcomes by facilitating innovation, adaptation, and resource optimization (Nasehifar et al., 2019). Prior research has emphasized the mediating role of dynamic capabilities in linking entrepreneurial orientation to export performance, suggesting that firms with stronger dynamic capabilities are better positioned to exploit international opportunities (Nashi Far et al., 2017).

In addition to internal organizational factors, external environmental conditions play a significant role in shaping export performance. Institutional support, entrepreneurial culture, and social norms can create a conducive environment for international business activities. A supportive entrepreneurial culture, combined with effective government policies, can significantly enhance firms' export capabilities (Abadli et al., 2020). Moreover, access to financial resources, networks, and external partnerships has been identified as a key driver of export success, particularly for small and medium-sized enterprises (Kasema, 2022).

Recent developments in international entrepreneurship research have also highlighted the importance of innovation systems and business model innovation in driving export performance. Innovative SMEs that leverage dynamic managerial capabilities and adopt flexible business models are more likely to achieve superior performance in global markets (Merín-Rodrigáñez et al., 2024). Additionally, entrepreneurial marketing practices and the development of human and customer capital have been shown to enhance firms' competitiveness and export outcomes (Ghasemi & Farghani, 2022; Movahedi et al., 2022). Environmental turbulence and uncertainty further underscore the importance of resilience, as firms with higher resilience are better able to survive and thrive in volatile export markets (Damoah, 2025).

Despite the growing body of literature, there remains a need for integrative studies that simultaneously examine the interplay between entrepreneurial mindset, innovative capabilities, and export performance within startup ecosystems. This study seeks to address this gap by investigating how entrepreneurial mindset influences export performance, with a particular emphasis on the mediating role of innovative capabilities and the broader ecosystem context.

Methods and Materials

This study adopts an applied research design with a descriptive-survey methodology. The target population consists of information technology startups located in science and technology parks. A sample of 38 founders and managers was selected using a purposive sampling approach. Data were collected through a researcher-developed questionnaire comprising 47 items measured on a ten-point Likert scale. The questionnaire items

were designed based on established constructs, covering entrepreneurial mindset, innovative capabilities, social and environmental factors, and export performance.

To ensure the reliability of the instrument, Cronbach's alpha coefficients were calculated, and all constructs demonstrated acceptable reliability levels above 0.7. Content validity was established through expert evaluation. Data analysis was conducted using structural equation modeling (SEM) with the partial least squares (PLS) approach, which is suitable for small sample sizes and non-normal data distributions. The analysis included both measurement model evaluation (validity and reliability) and structural model assessment (hypothesis testing and model fit).

Findings

The results of the measurement model indicated that all constructs met the required thresholds for reliability and convergent validity. Factor loadings were above the acceptable level after removing items with low loadings, and the average variance extracted (AVE) values exceeded 0.5 for all constructs. Discriminant validity was also confirmed using the Fornell–Larcker criterion, indicating that each construct was distinct from the others.

The structural model results demonstrated that entrepreneurial mindset has a significant positive effect on export performance. Specifically, the dimensions of innovativeness, proactiveness, and risk-taking were all found to significantly influence export outcomes. Among these, proactiveness showed the strongest effect, followed by innovativeness and risk-taking.

Dynamic capabilities were found to have a significant positive effect on export performance and also played a mediating role between entrepreneurial mindset and export performance. The analysis further revealed that both exploratory and exploitative innovation significantly contribute to the development of dynamic capabilities.

Additionally, social norms and performance-oriented culture were found to significantly influence both dynamic capabilities and export performance. Local community support and external partnerships were identified as key drivers of social norms, which in turn enhance the overall performance of startups.

The model demonstrated strong explanatory power, with substantial portions of variance explained in key endogenous variables. The goodness-of-fit index indicated that the model has a strong overall fit, confirming its robustness in explaining the relationships among the studied variables.

Discussion and Conclusion

The findings of this study highlight the critical role of entrepreneurial mindset in enhancing export performance within startup ecosystems. By fostering innovativeness, proactiveness, and risk-taking, startups can better navigate the complexities of international markets and capitalize on emerging opportunities. However, the results also indicate that entrepreneurial mindset alone is not sufficient; it must be complemented by dynamic capabilities that enable firms to adapt, innovate, and effectively utilize their resources.

The mediating role of dynamic capabilities underscores their importance as a mechanism through which entrepreneurial behaviors are translated into tangible performance outcomes. Startups that actively engage in both exploratory and exploitative innovation are better equipped to build these capabilities and sustain competitive advantage in global markets.

Moreover, the study emphasizes the significance of the broader ecosystem, including social norms, cultural factors, and external support mechanisms. A supportive environment that encourages entrepreneurship and facilitates access to resources can significantly enhance the export potential of startups. This finding reinforces the need for a holistic approach to fostering entrepreneurship, one that integrates individual, organizational, and environmental dimensions.

In conclusion, improving export performance in startup ecosystems requires a multifaceted strategy that combines the development of entrepreneurial mindset, the strengthening of innovative and dynamic capabilities, and the creation of a supportive institutional and social environment. Such an integrated approach can enable startups to achieve sustainable growth and competitiveness in the global marketplace.

References

- Abadli, R., Kooli, C., & Otmani, A. (2020). Entrepreneurial culture and promotion of exporting in Algerian SMEs: Perception, reality and challenges. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 41(2), 227-240. <https://doi.org/10.1504/IJESB.2020.109933>
- Adebayo, T. S., & Alheety, S. N. Y. (2019). Impacts of entrepreneurial competence and government policy on EEE s' non-oil export performance in the Southwest Nigeria. *The International Journal of Humanities & Social Studies*, 7(2), 181-186. <https://doi.org/10.24940/thejhss/2019/v7/i2/HS1902-061>
- Andovar, L., Albou Naeimi, E., Ghasemi Hamadani, I., & Atf, Z. (2020). Entrepreneurial Performance and Export Marketing Capabilities of Pistachio on Export Performance with the Moderating Role of Competition.
- Damoah, O. B. O. (2025). The effect of organizational resilience on the survival of SME exporters: The Role Of Entrepreneur Resilience And Environmental Turmoil. *Journal of International Entrepreneurship*, 1-32. <https://doi.org/10.1007/s10843-025-00372-1>
- Ghasemi, K., & Farghani, M. A. (2022). The impact of human capital and customer capital on organizational entrepreneurship considering the mediating role of employee burnout in Export Bank of Kerman city. *Research and New Theories in Public Management Journal*, 1(1), 94-104.
- Jafari-Sadeghi, V. (2021). Internationalisation, Risk-Taking and Export Compliance: A Comparative Study Between Economically Advanced and Developing Country. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 43(3), 384. <https://doi.org/10.1504/ijesb.2021.10039076>
- Kalinic, I., & Brouthers, K. D. (2021). Entrepreneurial orientation, export channel selection, and export performance of SMEs. *International Business Review*, 101901. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2021.101901>
- Kasema, R. (2022). Key factors influencing the export performance of SMEs in Rwanda: evidence from the non-traditional export sector. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 17(1), 64-78. <https://doi.org/10.1108/APJIE-02-2022-0014>
- Merín-Rodríguez, J., Alegre, J., & Dasí, À. (2024). International entrepreneurship in innovative SMEs: Examining the connection between CEOs' dynamic managerial capabilities, business model innovation and export performance. *International Business Review*, 102321. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2024.102321>
- Movahedi, M., Mandegar, S., Bahiraei, F., & Salehi Fargani, S. (2022). The Impact of Entrepreneurial Marketing on Export Performance with the Mediating Role of In-Service Training Courses (Case Study: Pak Pasteurized Dairy Company). *Pajoohesh-ha-ye 'Olum-e Modiriyat (Management Sciences Research)*(2), 292-310.
- Nasahi Far, S. D., Vahid, & Taghavi Far, Z. (2018). Identifying Factors Influencing Entrepreneurial Exports from the Perspective of Dynamic Capabilities. *International Business Management and Labor*, 3(1), 23-42.
- Nashif, V., Dehdastishahrokh, Z., Taghavifar, M. T., & Farzaneh Hasanzadeh, J. (2019). Identifying the effective factors on entrepreneurial export from the perspective of dynamic capabilities: The case of food industry. *Journal of International Business Administration*, 1(3), 23-42. https://jiba.tabrizu.ac.ir/article_7588.html?lang=en
- Nashi Far, S. D., Vahid, & Taqvi Far, Z. (2017). Identification of factors affecting entrepreneurial export from the perspective of dynamic capabilities. *International Business Management*, 3(1), 23-42.
- Nguyen, P. C., Bach, N., & Su Dinh, T. (2022). The importance of export diversification for national entrepreneurship density. *Structural Change and Economic Dynamics*, 62, 114-129. <https://doi.org/10.1016/j.strueco.2022.05.003>

- Parhonar, F., & Ahmadian, S. (2017). The Impact of Export Performance on Entrepreneurial Orientation. Second International Conference on Management and Accounting,
- Rahmani, S., Mosakhani, M., & Samari, D. (2021). Identifying and prioritizing the dimensions and components of entrepreneurial competence of investment applicants in Iran's free zones. *Journal of Development & Evolution Mngement*(1), 11-21. <http://sanad.iau.ir/fa/Article/948657>
- <http://sanad.iau.ir/fa/Article/Download/948657>
- Shahabadi, A., Khosh Taynet, B., Shah Maleki, R., & Moradi, A. (2020). the impact of entrepreneurship on non-oil exports in selected developing and developed countries. *international business management, Faculty of Economics and Management, Tabriz*, 4(1), 166-147.
- Shahabadi, A., Khoshtinat, B., Shah Maleki, R., & Moradi, A. (2021). The Impact of Entrepreneurship on Non-Oil Exports in Selected Developing and Developed Countries. *International Business Management, Faculty of Economics and Management, Tabriz University*, 4(1), 147-166.
- Vaillant, Y., & Lafuente, E. (2019). The increased international propensity of serial entrepreneurs demonstrating ambidextrous strategic agility. *International Marketing Review*, 36(2), 239-259. <https://doi.org/10.1108/IMR-01-2018-0015>
- Wellalage, N. H., Fernandez, V., & Bui, T. (2023). Immigration and entrepreneurship: Is there a uniform relationship across countries? *International Review of Economics & Finance*, 85, 270-285. <https://doi.org/10.1016/j.iref.2023.01.010>
- Worm, T., Griffiths, G., Worm, H., & Yunespur, Z. (2017). The effect of entrepreneurial orientation on the export performance of small and medium enterprises. *International Business Management*, 1(3), 43-57.