



Liste de conținut disponibile la ScienceDirect

Revista de afaceri internaționale

pagina de pornire a jurnalului: www.elsevier.com/locate/ibusrev

Cinci decenii de cercetare privind barierele la export: revizuire și direcții viitoare

Eldrede T. Kahiya



Școala de Marketing și Afaceri Internaționale, Universitatea Victoria din Wellington, 23 Lambton Quay, Pipitea, Wellington, Noua Zeelandă

INFORMAȚII ARTICOL

Cuvinte cheie:

Bariere la export

bariere în calea internaționalizării

exportator

Internaționalizarea

revizuire sistematică a literaturii

ABSTRACT

Deși cercetarea privind barierele la export se întinde pe cinci decenii, niciun studiu anterior nu a fost revizuit sistematic constatări în acest domeniu. Acest studiu îmbogățește discursul despre internaționalizare printr-o revizuire sistematică a factorii asociați cu barierele la export, teoriile care stau la baza acestui lucru și natura exactă a relațiilor.

Constatări indică faptul că cea mai mare parte a studiilor empirice se concentrează pe factorii care determină barierele la export. Studiul identifică trei și șase astfel de variabile, care se încadrează în categoriile demografice a firmelor, caracteristicile întreprinderii de export, factorii manageriali, factorii de mediu și operaționali și mediul comercial internațional. Subluxuri mai mici de cercetare investighează barierele de export ca predictorii, mediatorii și moderatorii. O abordare de numărare a voturilor disecă asociațiile (adică pozitive, negative și slabe) dintre diverșii factorii și bariere la export. Mai mult, cel

Studiul identifică patru explicite (de exemplu, viziune bazată pe resurse, internaționalizare incrementală, rețea și instituțional).

teorii și două teorii implicite (adică atribuirea și raționalizarea) care stau la baza asociațiilor. Cu privire la designul și metodologia cercetării, studiul evidențiază subreprezentarea piețelor emergente, studii longitudinale, comparații transnaționale și instrumente analitice multivariate avansate. În cele din urmă, studiul reține implicații cheie pentru manageri, factorii de decizie politică și educatori, înainte de a stabili o agendă pentru cercetările viitoare.

1. Introducere

Cele peste 800 concentrate pe export (de exemplu, performanța la export, determinanții organizaționali ai exportului, atitudinea/comportamentul la export și exportul) bariere studii publicate în ultimele șase decenii, subliniază importanța dezvoltării exporturilor (vezi Chabowski et al., 2018; Leonidou & Katsikeas, 2010). Peste 500 dintre acestea se concentrează pe întreprinderile mici și mijlocii (IMM-uri) Ribau, Moreira și Raposo, 2016.

volumul cercetărilor sugerează că evaluarea cunoștințelor acumulate „merită o prioritate mai mare acum decât adăugarea unui nou experiment sau sondaj la grămadă” (Glass, 1976, p.4). Cu toate acestea, numărul evaluărilor anterioare este denaturat către factorii și măsurile performanței la export (de exemplu, Aaby & Slater, 1989; Chen, Sousa, & He, 2016; Katsikeas, Leonidou și Morgan, 2000; Sousa, Martí nez-López și Coelho, 2008; Zou & Stan, 1998) și determinanții organizaționali ai exportului (de ex. Leonidou 1995a; Leonidou, 1998; Leonidou, Katsikeas și Piercy, 1998). Două dintre principalele sub-fluxuri - atitudinii/comportamentul la export și bariere la export, au primit puțină atenție. Această lucrare se concentrează pe barierele la export.

Studiul lui Leonidou (1995b), care analizează constrângerile frecvent întâlnite, este cea mai veche revizuire a barierele la export. Mai departe, Leonidou (2004) au construit taxonomie pe impact și categorii de bariere la export. Tesfom și Lutz (2006) au adunat barierele relevante pentru apariția firmelor de piață, în timp ce Arteaga-Ortiz și Fernández-Ortiz (2010) s-au concentrat pe dezvoltarea la scară. Kahiya (2017) și Morgan (1997) au elaborat limitele conceptuale și categoriile de bariere la export.

Două dintre recenziile mai recente (adică Doern, 2009; Paul, Parthasarathy, & Gupta, 2017) examinează barierele generice cu care se confruntă IMM-urile. Cu toate acestea, trecut evaluările au trecut cu vederea factorii asociați cu barierele la export. La pentru a aborda acest decalaj, se adoptă o abordare sistematică bazată pe dovezi (a se vedea Greenhalgh și colab. (2005); Jones și Gattrell (2014); Pawson, Greenhalgh, Harvey și Walshe, 2005; Tranfield și colab. (2003)). The perioada de căutare nu este legată de timp, ceea ce permite această revizuire identificarea unui eșantion mult mai mare (n = 100) de cercetare privind barierele la export, decât utilizat în oricare dintre studiile anterioare. De exemplu, a lui Leonidou (1995b, 2004) recenzii foarte citate utilizează dimensiuni ale eșantionului de 35 și 32, respectiv. Prin includerea cercetărilor publicate după 2000 și care nu au fost surprinse în recenzii anterioare, acest studiu prezintă o imagine cuprinzătoare și actualizată.

Revizuirea răspunde de următoarele întrebări: (1) care sunt factorii asociați cu barierele la export, (2) ce teorii explică acest lucru și (3) ce este natura asociației? Savanții studiază barierele de export ca rezultate, predictorii și mediatorii/moderatorii. Cea mai mare parte a acestei literaturi (adică 91 de studii) investighează barierele la export ca rezultate. Sunt 36 de variabile asociate cu barierele la export. Patru teorii explicite (de ex internaționalizare incrementală, teoria instituțională, teoria rețelelor, și viziunea bazată pe resurse) omniprezentă în IB, explicați asociația(e). Revizuirea deschide căile pentru cercetări suplimentare, sugerând două teorii implicite - atribuire și raționalizare. Numărul voturilor agregate natura relațiilor dintre aceste variabile și bariere la export. Mai mult, proprietăți bibliometrice și metodologice

Adresă de e-mail: eldrede.kahiya@vuw.ac.nz.<https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.04.008>

Primit 19 aprilie 2017; Primit în formă revizuită 13 martie 2018; Acceptat 28 aprilie 2018

Disponibil online pe 11 mai 2018

0969-5931/ © 2018 Elsevier Ltd. Toate drepturile rezervate.

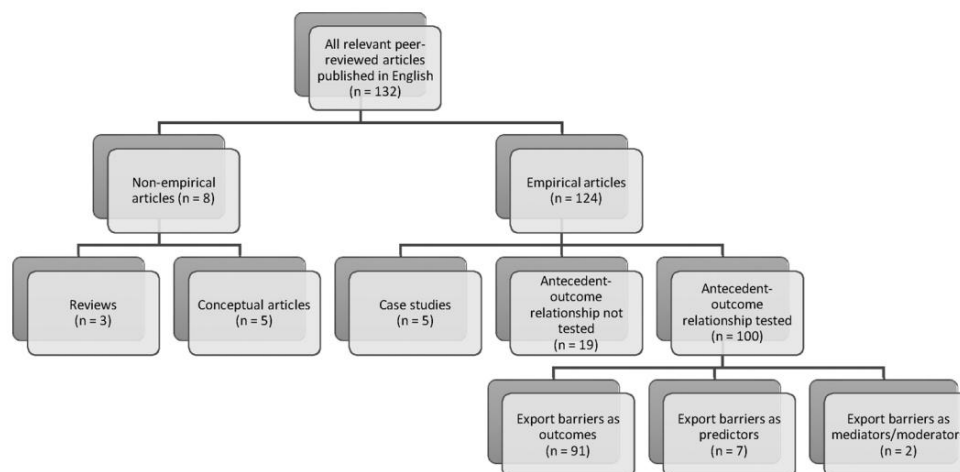


Fig. 1. Prezentare generală a listei inițiale de studii luate în considerare.

aspectele cercetării barierelor la export sunt analizate folosind istoricitatea și multitudinea. Astfel, prin asamblarea acestei literaturi fragmentate într-un mod coerent de cunoștințe, această recenzie ajută la eliminarea „utilizării greșite a existenței cercetare, suprautilizarea unor constatări limitate și neconcludente și subutilizarea de dovezi de cercetare cu implicații de fond” (Rousseau, Manning și Denyer, 2008, p.477).

Revizuirea contribuie la educație, cercetare, practica managerială și elaborarea politicilor privind dezvoltarea exporturilor. Oferă educatorilor un rezumat al subiectelor tematice pentru includerea în resursele de predare și învățare. Pentru cercetătorii de export, oferă nomenclatură și referință punct pentru studii viitoare. Managerii de export obțin informații despre „mecanismele de adaptare” pentru depășirea barierelor la export. Factorii politici se bazează pe acest lucru cunoștințe pentru a dezvolta stimulente eficiente la export bazate pe nevoi. Următorul secțiunea oferă context înainte de detaliarea căutării, codificarea și proceduri de extragere a datelor. Rezultatele descriptive se adresează profilurilor bibliografice și metodologice. De la a sinteza constatările. În cele din urmă, concluziile și implicațiile pregătesc scena pentru trasarea direcțiilor pentru cercetările viitoare.

2. Context

Studiul barierelor la export a început pe sfârșitul anilor 1960/începutul anilor 1970. (vezi Groke & Kreidle, 1967; Pinney, 1971; Simpson & Kujawa, 1974), influențată parțial de corpurile de cunoștințe în curs de dezvoltare pe plan internațional comerțul și investițiile străine directe. În timp ce a lui Groke & Kreidle (1967) cercetarea este articolul fundamental pentru acest flux de cercetare, Simpson și Kujawa (1974) este primul studiu empiric revizuit de colegi. Cercetarea a crescut substanțial de atunci, creând nevoia de integrare recenzii. Recenzii anterioare (de exemplu, Leonidou, 1995b, 2004; Tesfom & Lutz, 2006) a contribuit la înțelegerea legăturii dintre barierele și internaționalizarea, totuși, au abordat în mod fundamental aceeași întrebare de cercetare – care sunt barierele comune întâlnite și cum influențează acestea activitățile internaționale. Astfel, barierele la export afectează internaționalizarea firmelor în patru moduri: (1) descurajează neexportatorii de la internaționalizare, (2) inhibă expansiunea internațională în curs a exportatorilor actuali, (3) induce dezinternționalizarea și (4) descurajează ex-exportatorii de la reangajarea piețelor internaționale.

Niciuna dintre recenziile anterioare nu examinează factorii care explică impacturile diferențiate ale barierelor la export și mecanismele prin care acestea apare. În abordarea acestor lacune, această revizuire empirică ajută la „scăderea ratei de producție a cunoștințelor izolate și (ar putea) promova armonizarea elemente de cunoaștere parțial fragmentate (Oesterle și Wolf 2011, p.742). Restul analizei detaliază abordarea sistematică bazată pe dovezi adaptată, începând cu o descriere a căutărilor literaturii.

2.1. Căutare de literatură

Definiția lui Leonidou, Katsikeas și Coudounari (2010, p.79) a studiilor axate pe export, care acoperă cumpărarea și/sau vânzarea transfrontalieră de bunuri/servicii folosind un canal de export direct sau indirect, este adoptat. The revizuirea exclude literatura economică și comercială (de exemplu, Porto, 2005), modelarea barierelor comerciale ca costuri sau denaturări ale eficienței pieței).¹ Din această revizuire sunt omise studiile care examinează provocările unice pentru a mod specific de intrare (de exemplu, joint venture internațional).

2.1.1. Termeni de căutare și baze de date accesate

Faza inițială sa concentrat pe identificarea de înlocuitori pentru „barierele la export”. Termenii de căutare au cuprins „bariere în calea exportului”, „bariere în calea internaționalizării”, „bariere la export”, „provocări la export”, „export”, „constrângeri”, „obstacole la export”, „obstacole la export”, „obstacole la export” și „probleme de export”. Trei baze de date academice; ABI Inform, JSTOR și Science Direct au fost căutate pentru literatură relevantă. La completarea căutării, bazele de date specifice editorilor (de exemplu, Blackwell-Wiley, Elsevier, Emerald, Palgrave, Sage, Springer și Taylor și Francis) au fost incluse. Căutarea a cuprins cuvinte cheie, abstract; și plina text. A fost adăugată o metodă manuală pentru a găsi literatură mai veche; unele care nu a fost încă complet digitalizat.² În cele din urmă, printr-o solicitare prin e-mail, 6733 de savanți afiliați la Academia de Afaceri Internaționale (AIB), au avut ocazia să ofere studii suplimentare celor deja identificate.³ Aceste proceduri de căutare au dat 177 de reviste revizuite de colegi articole. Nesocotite din motive de relevanță, sunt patruzeci și cinci de articole, care menționează barierele la export ca o construcție marginală. Fig. 1 oferă un rezumat al cercetării privind barierele la export; întrucât ulterioare discuția subliniază criteriile adoptate pentru a califica fiecare studiu pentru includerea în această revizuire.

2.1.2. Criterii de includere pentru analize ulterioare

Valabilitatea eșantionului rezultat depinde de criteriile pentru studii de calificare (Glass, 1976; Krippendorff, 1989). Pentru a fi eligibil pentru codificare și analiză, au fost stabilite patru criterii:

- (1) Barierele la export sunt un construct focal și factorii asociați cu acestea sunt identificate.
- (2) Se emite o legătură între factorii specifici și barierele la export și testat.

¹ Vezi Leonidou et al. (2010) pentru o abordare similară.

² Acesta a fost în special cazul literaturii diseminate în reviste Emerald anterior 1990.

³ Pe baza confirmării din partea AIB-listserve (10 noiembrie 2015).

- (3) Studiul este de natură empirică și raportează pe criterii metodologice parametrii.
- (4) Sunt furnizate informații adecvate față de (1), (2) și (3) pentru a permite comparații valide.

Acest lucru a redus eșantionul cu treizeci și două de studii (vezi Fig. 1). Eșantionul final cuprinde 100 de articole de reviste empirice revizuite de colegi, publicate în limba engleză și se compară cu mai multe studii recente (vezi Canabal și White (2008) – n = 126; Leonidou și colab. (2014) – n = 76; Li și colab. (2016) – n = 47; Martineau și Pastoriza (2016) – n = 121; Sousa și colab. (2008) – n = 52).

2.2. Extragerea și codificarea datelor

Extragerea, codificarea și organizarea datelor din cele 100 de articole empirice, derivă din analiza conținutului. În căutarea obiectivității și sistematizării (vezi Kassarjian, 1997), o schiță de protocol de codificare care se concentrează pe (1) aspecte bibliometrice – autor, citări și publicație, (2) proiectarea cercetării – cadru și metodă, (3) metodologie – colectarea datelor, dimensiunea eșantionului, ratele de răspuns, analiza statistică și (4) variabile – factori, mediatori/moderatori și rezultate, au fost stabilite. Protocolul este în conformitate cu studiile din acest domeniu (vezi Canabal & White, 2008; Chen et al., 2016; Li, He, & Sousa, 2016; Leonidou & Katsikeas, 2010; Leonidou et al., 2010; Leonidou, Samiee, Aykol și Talias, 2014; Sousa și colab., 2008). Un manual de codare asistat codificatori cu un cadru comun de referință. Acesta a specificat definiții operaționale pentru a ghida codificatorii să interpreteze informațiile din studii. Proiectul de manual a fost pretestat folosind cincisprezece studii selectate aleatoriu, cu scopul de a rafina pentru a facilita codificarea coerentă. Aceste îmbunătățiri suplimentare au fost esențiale pentru asigurarea funcționalității, consistenței și fluxului în codificare.

Doi codificatori umani, care au publicat în export/internaționalizare, au fost preferați datorită capacității lor superioare de a procesa „texte complexe din punct de vedere semantic” (Krippendorff 1989, p. 407). Lucrând independent, codificatorii au transcris datele din articole pe foile de codare. Acordul între codificatori pentru dimensiunile din manual, a variat între 0,85 și 0,91, ceea ce este adecvat.⁴ Discuția și rezoluția comună au rezolvat dezacordurile care decurg din codificare. Transcrierea datelor din foile de codificare axată pe acuratețe și completitudine. Un fișier de date suplimentar (adică portofoliul de dovezi) prezintă setul de date pentru această revizuire.

Este vital să se elucideze protocolul urmat pentru codificarea variabilelor independente și dependente, deoarece acesta a servit drept preludiv pentru sinteza. Procedura a implicat (a) identificarea factorilor asociați cu barierele la export, (b) documentarea naturii asocierii, (c) stabilirea unei metode de cuantificare a asocierii. Barierele la export sunt studiate ca rezultate (n = 91), antecedente (n = 7) și mediatori/moderatori (n = 2). Din cele 91 de articole care conceptualizează barierele la export ca rezultate, există 42 de factori. Acestea au fost rafinate în raport cu definițiile operaționale și verificate pentru a eradică suprapunerea. Șase variabile au fost eliminate în urma rafinării suplimentare și a validării încrucișate față de mai multe recenzii anterioare (de exemplu, Aaby și Slater, 1989; Chen și colab., 2016; Leonidou și colab., 2010; Li și colab., 2016; Sousa și colab., 2008; Tan și Sousa, 2011; Wheeler, Ibeh și Dimitratos, 2008; Zou și Stan, 1998). Variabilele se încadrează în patru categorii și anume; demografia firmei, caracteristicile întreprinderii de export, factorii manageriali, factorii de mediu și operaționali și mediul comercial internațional. Ulterior, revizuirea a stabilit natura asocierii dintre acești factori și barierele la export. Inițial, aceasta a fost surprinsă ca o narațiune-sinteză, dar imperativul de a aduna și cuantifica direcția asociațiilor (Kassarjian, 1997), a dictat adoptarea unei metode, pentru a agrega rezultatele.

După cum va fi discutat mai târziu, sinteza constată rilor pentru „barierele la export ca rezultate” a folosit numărarea voturilor. Din cauza restricțiilor privind dimensiunea eșantionului, o metodă narativă a fost considerată adecvată pentru a condensa constatările referitoare la barierele la export ca „predictori” și „mediatori/moderatori”.

⁴ Pe baza coeficientului Kappa al lui Cohen (k), așa cum este recomandat de Tinsley și Weiss (1975).

3. Rezultate

Rezultatele abordează mai întâi profilul bibliometric al studiilor (adică autor, citări, publicații), înainte de a trece la o privire de ansamblu asupra teoriilor relevante. O descriere a cadrului și metodelor de cercetare (adică țările acoperite, colectarea datelor și analiza statistică) urmează după aceea.

3.1. Profilul studiilor

3.1.1. Posturi de publicații

Tabelul 1 arată că 12 magazine – European Journal of Marketing (EJM), International Business Review (IBR), International Marketing Review (IMR), International Small Business Journal (ISBJ), Journal of Business Research (JBR), Journal of Global Marketing (JGM), Journal of International Business Studies (JIBS), Journal of International Entrepreneurship (JIEnt), Journal of Marketing Management (JMM), Journal of Small Business Management (JSBM) și Management International Review (MIR) au difuzat cele mai multe a acestei cercetări. IMR (nouă), EJM (opt) și MIR (șapte) sunt primele trei.

Deși această listă este în concordanță cu recenziile recente (de exemplu, Chen și colab., 2016; Leonidou și colab., 2010; Li și colab., 2016; Paul și colab., 2017; Sousa și colab., 2008; Tan & Sousa, 2011), cercetarea migrează de la reviste generale de marketing și de afaceri (de exemplu, EJM, JBR, JIBS, JMM, MIR), către publicații specializate în antreprenoriat și managementul întreprinderilor mici (de exemplu, ISBJ, JIEnt și JSBM).⁵ Gândirea savantă poate evolua de la a vedea barierele la export ca factori largi care modelează expansiunea internațională, până la o înclinare nuanțată, concepându-le ca constrângeri în calea internaționalizării IMM-urilor.

3.1.2. Tabelul 2 de

autor enumeră cele mai influente zece articole, pe baza citărilor. Bilkey și Tesar (1977) și Cavusgil (1984) sunt cele mai influente atât din punct de vedere al numărului total, cât și al numărului mediu de citări. Opt dintre studii sunt în top zece pentru ambele măsuri. Pinho și Martins (2010) și Uner, Kocak, Cavusgil și Cavusgil (2013) sunt excepții, deoarece figurează în primele zece referințe anuale. Acest lucru, probabil, indică că unele studii recente au la fel de impact ca și cercetarea fundamentală.

3.1.3. Tendințele de publicare de-a lungul timpului

Fig. 2 arată că primele studii empirice datează din anii 1970, dar abia în anii 1980 a apărut un corp de cercetare. Deși anii 1990 au fost perioada de vârf pentru acest flux de cercetare (adică 32 de studii publicate în 1989-1997), interesul pentru subiect nu a scăzut. De exemplu, mai mult de jumătate din studiile din această revizuire sunt din 1998 încoace.

3.2. Teorii privind barierele la export

Analiza identifică teorii explicite și implicite ale barierele la export. Teoriile explicite sunt evidente de la sine în studiile relevante, în timp ce teoriile implicite există prin inferență. Teoriile explicite includ viziunea bazată pe resurse, internaționalizarea incrementală, rețelele și teoriile instituționale. Teoriile implicite (adică atribuirea și raționalizarea) emană din ipotezele „larg împărțite”, luate de la sine înțeleși și rar puse la îndoială pe care le fac actorii sociali, pentru a explica sau justifica rezultatele (Johnson, 2008 p.4). Următoarea discuție oferă un rezumat al teoriilor înainte de a trece la profilul metodologic.⁶

⁵ Acest lucru este în concordanță cu Cavusgil, Deligonul și Yaprak (2005) care sugerează că „Marketingul internațional” migrează de la reviste de masă la publicații specializate.

⁶ Sunt excluse din această discuție teoriile care se concentrează preponderent pe expansiunea internațională a întreprinderilor multinaționale (adică internalizarea, costul tranzacției, paradigma eclectică, ciclul de viață internațional al produsului și avantajul monopolist).

tabelul 1

Reviste care difuzează cercetarea barierelor la export.

Jurnal	#	Articole
Revista de marketing internațional (IMR)	9	Albaum (1983), Czinkota și Ursic (1983), Yaprak (1985), Karafakioglu (1986), Keng și Jiuan (1989), Eshghi (1992), Leonidou (1995c), Bennett (1997), Da Silva și da Rocha (2001)
Jurnalul European de Marketing (EJM)	8	Barrett și Wilkinson (1985), Schlegelmilch (1986), Tseng și Yu (1991), Barker și Kaynak (1992), Katsikeas și Morgan (1994), Katsikeas i colab. (1996), Ibeh și Young (2001), Fillis (2002)
Management International Review (MIR)	7	Rabino (1980), Kaynak și Kothari (1984), Kedia și Chhokar (1986), Sharkey și colab. (1989), Sullivan și Bauerschmidt (1989), Sullivan și Bauerschmidt (1990), Kwon și Hu (1996)
Jurnalul de Studii de Afaceri Internaționale (JIBS)	5	Simpson i Kujawa (1974), Bilkey i Tesar (1977), Christensen i colab. (1987), Dichtl i colab. (1990), Gripsrud (1990)
International Business Review (IBR)	4	Ramaseshan și Soutar (1996), Bell (1997), Tesar și Moini (1998), Uner și colab. (2013)
Jurnalul de Management al Afacerilor Mici (JSBM)	4	Holden (1986), Campbell (1996), Karagozoglu și Lindell (1998), Crick (2002)
Jurnalul de antreprenoriat internațional (JIEnt)	4	Shaw și Darroch (2004), Pinho și Martins (2010), Kahiya (2013), Kahiya și colab. (2014)
Inteligentă și planificare de marketing (MIPa)	4	Crick și Chaudhry (1997), Crick și colab. (1998), Crick și Chaudhry (2000), Al-Hyari și colab. (2012)
Jurnalul internațional pentru afaceri mici (ISBJ)	4	Cheong și Chong (1988), Suarez-Ortega (2003), Arranz și de Arroyabe (2009), Baum și colab. (2013)
Jurnalul de Marketing Global (JGM)	4	Katsikeas (1994), Moini (1997), Korneliusen și Blasius (2008), Julian și Ahmed (2005)
Jurnalul de cercetare în afaceri (JBR)	3	Cavusgil (1984), Czinkota și Ursic (1991), Naidu și Rao (1993),
Jurnalul de Management de Marketing (JMM)	3	Diamantopoulos, Schlegelmilch și Allpress, 1990, Kaleka și Katsikeas (1995), Katsikeas și Leonidou (1996)
Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics (APJML)	2	Kö ksal și Kettaneh (2011), Kahiya și Dean (2014)
Managementul marketingului industrial (IMM)	2	Morgan și Katsikeas (1998), Dean și colab. (2000)
Jurnalul de Management Transnațional (JTM)	2	Smith i colab. (2006), Saeed și Vincent (2011)
Jurnalul Internațional al Piețelor Emergente (JJEM)	2	Adu-Gyamfi și Korneliusen (2013), Tesfom și colab. (2006)
Alte ^b	10	Vezi, de exemplu, Jones (1980), Shoham și Albaum (1995), Leonidou (2000), Crick (2004)
Alte ^c	23	Vezi de exemplu Al-Aali (1995), Crick (2007), Hornby et al. (2002)
Total	100	

^A Studiile au fost publicate în Journal of Marketing Practice, care a fuzionat cu Marketing Intelligence and Planning în 1999.

^b Categoria include alte reviste principale care au publicat un articol despre barierele la export. Acestea includ Asia Pacific Journal of Management, Australian

Journal de marketing, British Food Journal, Business Horizons, Journal of Business Venturing, Journal of International Management, Journal of International Marketing, Journal de Marketing, Omega și Thunderbird International Business Review.

^c În această categorie sunt incluse reviste de nișă care se concentrează pe comerțul electronic (de exemplu, Journal of Electronic Commerce Research; Journal of Internet Commerce), produse alimentare marketing (de exemplu, Journal of International Food and Agribusiness Marketing), silvicultură (de exemplu, Journal of Forestry Products), consumabile medicale (de exemplu, Journal of Medical Marketing) și antreprenoriat de nișă (de exemplu, Jurnalul Comunității Întreprinzătoare; Journal of Small Business and Entrepreneurship), printre altele.

masa 2

Cele mai citate zece studii.a

	Autor(i)	Total citate		Autor(i)	Citate pe an
1	Bilkey și Tesar (1977)	2203	1	Bilkey și Tesar (1977)	56,49
2	Cavusgil (1984)	877	2	Cavusgil (1984)	27,41
3	Dichtl i colab. (1990)	524	3	Karagozoglu și Lindell (1998)	24,17
4	Christensen i colab. (1987)	490	4	Katsikeas și colab. (1996)	20,35
5	Sullivan și Bauerschmidt (1990)	441	5	Dichtl i colab. (1990)	20,15
6	Karagozoglu și Lindell (1998)	435	6	Pinho și Martins 2010 Sullivan	19,00
7	Katsikeas și colab. (1996)	407	7	și Bauerschmidt (1990)	16,96
8	Simpson și Kujawa (1974)	325	8	Christensen i colab. (1987)	16,90
9	Katsikeas și Morgan (1994)	300	9	Uner i colab. (2013)	16,67
10	Leonidou (1995c)	291	10	Leonidou (1995c)	13,86

^A Bazat pe Google Academic (09/01/2017).

^b Anul curent (2016) minus anul publicării.

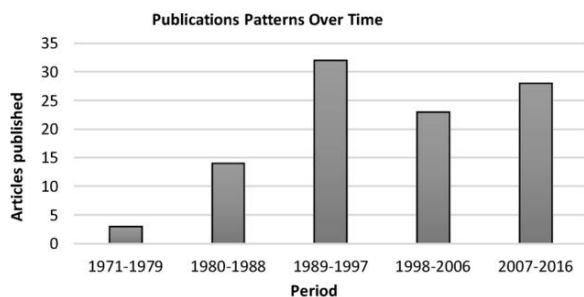


Fig. 2. Tendințe de publicare de-a lungul timpului.

3.2.1. Teoria internaționalizării incrementale

Modelele Uppsala și de adoptare a inovației sunt principalele variante ale internaționalizării incrementale (Bilkey, 1978; Czinkota & Johnston, 1981; Johanson & Vahlne, 1977; Johanson & Wiedersheim-Paul, 1975). Ei postulează că internaționalizarea este experiențială și

firmele devin mai sigure cu implicarea internațională (MacGarvie, 2006). Învățarea experiențială crește nivelul tacitei cunoștințe și reduce incertitudinea percepută pe piețele internaționale (Forsgren 2002). În cadrul discursului barierei la export, internaționalizarea progresivă este sinonimă cu modelele de scenă și cele mai vechi. menționați urme la Bilkey și Tesar (1977), care au studiat exportul activității firmelor din Wisconsin. Toate studiile cu excepția unui singur (adică Sullivan și Bauerschmidt, 1990) testează modelele etapelor de inovare-adopție. Leonidou și Katsikeas (1996) condensează bariera model-export de scenă conexiune prin avansarea că influența barierelor la export se risipește cu extinderea internațională sporită. Cincisprezece studii (de exemplu, Bilkey și Tesar, 1977; Cavusgil, 1984; Kahiya & Dean, 2016; Naidu & Rao, 1993; Sharkey, Lim și Kim, 1989; Suarez-Ortega, 2003; Sullivan și Bauerschmidt, 1990; Uner et al., 2013) testează această ipoteză universală. Ei propun că, pe măsură ce rezervorul de experiență/cunoaștere crește, angajamentul de dezvoltare a exporturilor devine gestionabil. După cum va fi explicat mai târziu, variabile precum implicarea exporturilor și strategia de extindere a pieței se aliniază, de asemenea, cu această viziune.

3.2.2. Teoria instituțională

Teoria instituțională presupune că actorii instituționali ca guvernul departamentele sau organismele comerciale stabilesc politici economice „formale”, reglementări bancare și acorduri comerciale (Peng, Wang și Jiang, 2008) care acionează ca „regulile jocului” (North, 1990). La fel, aspectele „informale”, cum ar fi valori, credințe, norme, atitudini și moduri de a face afaceri, modelează mediul instituțional. Cercetări privind internaționalizarea se concentrează preponderent pe componenta normativă a instituționalului mediu – „regulile” formale care facilitează sau constrâng expansiunea internațională (Welter & Smallbone 2011; Whitelock & Jobber, 2004). Cercetarea avansează că o instituție stabilă și de susținere mediu, în care oportunități de finanțare, asistență guvernamentală, iar reglementările comerciale favorabile sunt abundente, este fundamentală pentru internaționalizare (Matanda & Freeman 2009; Morgan 1999). Barrett iar Wilkinson (1985) a introdus mai întâi perspectiva instituțională la discursul barierei la export, sugerând că greul barierei la export rezultă din calitatea mediului instituțional. În orice caz, teste empirice (de exemplu, Awan 2011; Da Rocha, Freitas și Da Silva, 2008) este mai recentă. Puținele studii longitudinale (de exemplu, Bjarnason, Marshall și Eyjólfsson, 2015; Kahiya, Dean și Heyl, 2014) în această revizuire adoptă teoria instituțională pentru a lumina asupra schimbării influenței barierei la export în timp. În total, șaisprezece studii (de exemplu, Awan, 2011; Bjarnason și colab., 2015; Da Rocha et al., 2008; Hornby, Goulding, & Poon, 2002; Kahiya și colab., 2014; Korneliusen & Blasius, 2008; Schlegelmilch, 1986; Sullivan & Bauerschmidt, 1989) motivează că, diferențele în cadrul instituțional sau schimbările în calitatea instituțională, impact asupra barierei la export.

3.2.3. Perspectiva rețelei

Conform lucrării de pionierat a lui Johanson și Mattson (1988), teoria rețelelor atrage atenția în internaționalizare (vezi Coviello & Munro, 1995, 1997; Sharma & Blomstermo, 2003). Rețelele oferă o piatră de temelie pentru ca o firmă să câștige un punct de sprijin pe piețe îndepărtate (Freeman, Edwards și Schroder, 2006; Johanson și Vahlne, 2009). Manolova și colab. (2010) subliniază importanța atât personalului, cât și rețelele inter-firme la internaționalizare. În ceea ce privește rețelele personale, factorii de decizie au călătorit intens, cu studii străine sau experiență expatriată, au o capacitate mai mare de a construi rețele mari și diverse (Leonidou et al., 1998). Ghauri et al. (2003) sunt primele studii pentru a utiliza teoria rețelelor pentru a informa cercetările privind barierele la export. ei ilustrează faptul că o anumită măsură de „coeziune, solidaritate și angajament” este imperativ pentru ca beneficiile să se acumuleze (Ghauri, Lutz și Tesfom, 2003, p.739). Astfel, crearea de rețele este eficientă în special dacă rețeaua este determinată de cerere (adică are ca scop rezolvarea unor probleme specifice de export) și relațiile sunt profunde și de durată (Ghauri et al., 2003; Manolova, Manev, & Gyoshev, 2010; Sharma & Blomstermo, 2003). Cu toate acestea, aplicarea teoriei rețelelor la cercetarea barierei la export este limitată la trei studii (vezi Ghauri et al., 2003; Freeman et al., 2006; Milanzi 2012).

Tabelul 3

Cele mai frecvente țări chestionate.

Țară	1971–1979	1980–1988	1989–1997	1998–2006	2007–2016	Total
-----	3	9	11	2		25
-----		1	4	6	1	12
Noua Zeelandă 358						
Canada 12126						
Australia 5		1	1	3		
Grecia			4 15			
Curcan		1			3	5
Germania		1	2		1	4
Brazilia		1		1	1	3
Cipru			21 3			
Finlanda			3			3
Norvegia			2 13			

3.2.4. Vizualizare bazată pe resurse

Viziunea bazată pe resurse (RBV) este o teorie bine stabilită (vezi Andersen & Kheam, 1998; Barney, 2001; Wernerfelt, 1984). Avantajele bazate pe resurse sunt puternice acolo unde dotările sunt valoroase, rare, inimitabile și nesubstituibile (VRIN) (Barney 1991). Ei creează „tampon de poziție a resurselor” care izolează o firmă de forțele pieței, încurajând astfel expansiunea rapidă (Andersen & Kheam, 1998; Wernerfelt, 1984). RBV este relevant pentru cercetarea barierei la export, dacă este cazul abordează internaționalizarea din perspectiva Internaționalului Antreprenoriat (Peng, 2001). Mai exact, aforismul care firmă Datele demografice sunt proxy pentru resurse, explică aplicarea RBV internaționalizării IMM-urilor (Dhanaraj & Beamish, 2003; Mittelstaedt, Harben, & Ward, 2003; Westhead, Wright și Ucbasaran, 2001). Pentru de exemplu, firmele mai mari și cu experiență posedă avantajele duble ale „legitimitate” și „reproductibilitate”, care se manifestă prin stabilitate rutine (Singh, Tucker și House, 1986). Acolo unde astfel de rutine stabilite sunt VRIN, beneficiile bazate pe resurse sunt amplificate. Treizeci și trei studii (ex. Albaum, 1983; Crick & Chaudhry, 1997; Da Silva & da Rocha, 2001; Jones, 1980; Leonidou, 1995; Morgan & Katsikeas, 1994; Tesfom, Lutz și Ghauri, 2006; Kaputa, Paluš și Vlosky, 2016) teoretizează că, cu cât fondul de resurse proxy este mai mare (de exemplu, dimensiunea firmei, vârsta și proprietatea) cu atât impactul barierei la export este mai puțin influent.

3.2.5. Teoria atribuirii

Creditat lui Heider (1958), atribuirea abordează modul în care actorii sociali atribuie cauzelor rezultatelor. Da Silva și da Rocha (2001) au fost primii pentru a sugera plauzibilitatea teoriei atribuirii în cercetarea barierei la export. Atribuirea se aplică discursului barierei la export la două niveluri: La nivel sumativ, rezultate precum performanța internațională slabă sau chiar eșecul operațiunilor internaționale sunt adesea atribuite barierei la export. Conceptul de loc de control este crucial pentru înțelegerea aplicării teoriei atribuirii la nivel secundar. În timp ce un loc de control intern atribuie cauze interne „controlabile”, un loc de control extern plasează atribuirea elementelor externe „necontrolabile”. Susținerea cercetării privind barierele la export este un „luat pentru ipoteza acceptată” că firmele în curs de internaționalizare sunt la cheremul mediului extern/sarcină. Douăzeci și unu de studii (de exemplu, Barnes, Chakrabarti, & Paliawadana, 2006; Barker & Kaynak 1992; Barrett & Wilkinson, 1985; Cavusgil, 1984; Da Silva & da Rocha, 2001; Gripsrud, 1990; Karagozoglu & Lindell, 1998; Tesfom et al., 2006), evidențiind barierele externe sunt mai confuze decât cele din cadrul firmei controlul se bazează pe acest model de atribuire. Ca atribuții cauzale, barierele externe la export joacă un rol de interes în explicarea de ce angajamentul de dezvoltare a exporturilor este „extern” și dincolo de a controlul firmei.

3.2.6. Teoria raționalizării

Esențial pentru teoria raționalizării este predispoziția umană că trebuie găsite justificări, scuze sau explicații pentru comportament (Cherepanov, Feddersen și Sandroni, 2013; Jones 1908). A desena pe

Tabelul 4

Schimbarea Profilului Metodologic în timp.

Element	1971–1979	1980–1988	1989–1997	1998–2006	2007–2016	Total
n	3	14	32	23	28	100
Metoda de anchetă						
Poștă /Poștă	2 (66,7%)	10 (71,4%) ²	28 (87,5%) ¹	22 (95,7%)	20 (71,4%)	82
Telefon		(14,3%) ⁴	(3,1%) ⁴			3
Personal	1 (33,3%)	(28,6%)	(12,5%)	1 (4,3%)	1 (3,6%) ⁷	11
Online/Electronic					(25,0%)	7
Analiza Statistica						
Descriptiv/univariat	1 (33,3%) ²	11 (78,6%) ³	11 (34,4%) ²³	9 (39,1%)	4 (14,3%)	36
Inferențial/multivariat	(66,7%)	(21,4%)	(71,9%)	17 (73,9%)	19 (67,8%) ⁵	64
Multivariat avansat					(17,9%)	5
Dimensiunea medie a eșantionului	215,7	170,9	254,1	169,3	235,6	
Rate medii de răspuns	42,0%	36,1%	42,2%	34,4%	45,7%	

^A Totalurile depășesc deoarece unele studii folosesc mai multe metode/instrumente.

Jones (1908), Shorr (1954) susțin că raționalizarea este în esență un mecanism defensiv al ego-ului și, folosind o serie de experimente, el subliniază zece moduri comune în care indivizii raționalizează „neimplicarea”. Motivele includ motivația slabă, percepția dificultăților,

și frica de disconfort. Teoria raționalizării este relevantă în explicație de ce unele firme se internaționalizează, în timp ce altele nu. Iată, 'luat ipoteza normală' este că a merge la internațional este întotdeauna mai dificil decât a deservi piața internă. Acest lucru se aliniază cu comunul cauzele neimplicării conform experimentelor lui Shorr (1954). Christensen et al. (1987) și Eshghi (1992) au fost printre primii savanți care au sugerează aplicabilitatea acestei teorii la cercetarea barierelor la export. Raționalizarea este implicită în 25 de studii (de exemplu, Bianchi și Wickramasekera, 2013; Eshghi 1992; Kaynak & Kothari, 1984; Ramaseshan & Soutar 1996; Shih și Wickramasekera 2011; Simpson & Kujawa 1974; Tseng & Yu, 199; Yaprak 1985), care indică neexportatorii evaluează exportul barierele fiind mai problematice decât exportatorii. Pentru non-exportatori, barierele oferă un mecanism de raționalizare pentru a justifica status quo-ul (de ex neimplicarea în operațiuni internaționale).

3.3. Profil metodologic

3.3.1. Setarea de cercetare

Cercetarea acoperă 32 de țări, iar Tabelul 3 arată cel mai frecvent chestionat. Douăzeci și cinci la sută din cercetare chestionează exportatorii din SUA. Toate, cu excepția unuia (adică Barrett & Wilkinson, 1985) dintre primele 10 studii din acest revizuirea a folosit un eșantion din SUA. Regiunea Midwest (de exemplu, Bilkey și Tesar, 1977; Cavusgil, 1984; Yaprak, 1985) este reprezentat în mod disproporționat, care vorbește despre influența timpurie a instituțiilor academice și a savanților în acest domeniu. În general, șapte țări (adică Australia, Canada, Grecia, Noua Zeelandă, Turcia, Marea Britanie și SUA) reprezintă 61% (adică 66 din 108) din probele utilizate în această cercetare.

3.3.2. Proiectarea cercetării și colectarea datelor

Toate studiile, cu excepția celor șase, utilizează o singură abordare transversală. The studiile longitudinale identificate sunt relativ recente, cu patru dintre ele fiind publicate începând cu 2008 – un semnal că cercetătorii încep pentru a răspunde acestui vid strălucitor. Comparajii transnaționale (de exemplu, Bell, 1997; Schlegelmilch, 1986) sunt limitate la cinci studii. Tabelul 4 arată sondajele prin e-mail sunt abordarea cea mai frecvent utilizată, care apar în 82 studii. În timp ce utilizarea lor a rămas stabilă, în ultimii ani s-au înregistrat o scădere a adopției rii metodelor personale și telefonice. Poate că Metodele online/electronice, a căror utilizare a crescut după 2007, înlocuiesc aceste abordări tradiționale.

⁷ Lipsa studiilor longitudinale este o temă recurentă, nu numai în ceea ce privește exportul bariere (Cahen, Lahiri și Borini, 2016), dar și în ceea ce privește exportul și internaționalizarea în general (Chen et al., 2016; Paul et al., 2017).

3.3.3. Dimensiunile eșantionului și ratele de răspuns

Tabelul 4 arată, de asemenea, cea mai mare dimensiune medie a eșantionului (n = 254,1), s-au înregistrat în perioada 1989–1997, în timp ce cele mai mari rate de răspuns (de ex 45,7%) au fost atinse în cea mai recentă perioadă. Există o gamă largă în dimensiunile eșantionului (adică cel mai mic – n = 33, și cel mai mare – n = 2159) și rate de răspuns, care se încadrează între șapte și 100%. Discrepanțele provin din diversele abordări ale designului cercetării. Dimensiuni mai mari ale eșantionului (de ex n > 400) se limitează la studii care includ mai multe industrii și atât exportatorii, cât și neexportatorii ca unitate (unități) de analiză. De asemenea, rate de răspuns mai mari sunt realizabile în studiile care utilizează eșantionarea non-probabilistică.

3.3.4. Măsurare și analiză

Douăzeci și șase de studii elucidează prejudecățile de non-răspuns. Informatorii cheie sunt o altă sursă potențială de părți. Jumătate dintre studii identifică informatorii cheie, iar 22 testează în mod expres părțile. Testarea metodei comune părților este limitată la nouă studii. Testul cu un singur factor este cel mai frecvent folosit. În cele din urmă, Tabelul 4 prezintă evoluția rigoarei analitice. În timp ce primele 20 de lucrări au folosit statistici descriptive, 21 din cele 25 cele mai recente folosesc analize statistice inferențiale sau multivariate avansate. Anii 1990 sunt punctul de inflexiune pentru rigoarea statistică și perioada 1989–1997, a văzut adoptarea pe scară largă a instrumentelor inferențiale/multivariate. Cu toate acestea, metode analitice multivariate avansate (de exemplu, analiza factorilor de confirmare (CFA) și modelarea ecuațiilor structurale (SEM)) sunt limitate la cinci studii.

3.4. Numărul și tipurile de bariere la export

3.4.1. Bariere de export

Gradul de dificultate/severitate și nivelul de importanță/influență sunt cele mai utilizate ancoră pentru barierele de export, care apar în mai mult de trei sferturi din studii. Numărul total de exporturi elementele de barieră utilizate în aceste scale, depășesc 80. Tabelul 5 prezintă cel mai frecvent (adică de 10 ori sau mai mult) barierele la export cercetate. Conurența puternică pe piețele de peste mări este cea mai des cercetată barieră, care apare în aproape două treimi din studii, urmată de chestii neadecvate/neinstruite, localizarea unui agent/distribuitor adecvat, colectarea date/informații despre piețele externe și pregătirea/trecerea/prelucrarea exportului documentație. Majoritatea barierelor din primele 25 fac parte din a grup de bază de 18 constrângeri, comune în 52 de studii. Totuși, acolo rămâne nicio barieră la export validată la nivel transnațional, cu atât mai puțin a unul universal.

3.4.2. Grupuri de bariere la export

Domenii funcționale (adică distribuție, finanțe, resurse umane,

⁸ Această abordare derivă din Armstrong și Overton (1977).

⁹ Cu toate acestea, această revizuire ia în considerare toate barierele examinate în fiecare studiu.

Tabelul 5

Cele mai frecvent cercetate bariere la export.

	Obiecte de barieră	Perioada de timp					Totala
		'71-'79	'80-'88	'89-'97	'98-'06	'07-'16	
1	Concurență puternică pe piețele de peste mări		12	17	18	19	66
2	Personal inadecvat/neinstruit pentru export		8	14	15	14	51
3	Localizarea unui agent/distribuitor adecvat	1	10	11	16	12	50
4	Colectarea de date/informații despre piețele externe		10	15	8	13	46
5	Pregătirea/prelucrarea documentației de export		10	15	8	10	43
6	Riscul/fluctuațiile cursului de schimb	1	3	10	13	16	43
7	Întârzieri/dificultăți în încasarea plăților externe	1	4	10	12	16	43
8	Bariere tarifare ridicate		4	12	11	16	43
9	Costuri excesive de transport/asigurare	1	5	11	9	15	41
10	Lipsa stimulentei/srijinului guvernamental		9	11	9	12	41
11	Bariere lingvistice		6	10	11	13	40
12	Reguli și reglementări stricte		9	12	10	9	40
13	Oferind prețuri competitive		7	13	8	11	39
14	Capital de lucru limitat pentru a sprijini exporturile		8	9	8	12	37
15	Lipsa accesului la canalele de distribuție		7	9	10	11	37
16	Riscuri mari în vânzarea în străinătate		4	10	12	11	37
17	Îndeplinirea cerințelor de calitate a produselor de export		3	8	10	14	35
18	Diferențe culturale		6	7	10	12	35
19	Lipsa capacității de producție în exces/dedicate pentru export		6	6	9	11	32
20	Proiectarea/adaptarea produselor pentru piețele externe	1	6	11	5	9	32
21	Bariere netarifare ridicate		4	4	9	15	32
22	Oferă servicii tehnice/post-vânzare	1	6	7	6	10	30
23	Dificultăți de transport/transport		2	9	9	10	30
24	Lipsa de experiență/cunoștințe pe piețele de peste mări		4	6	11	8	29
25	Lipsa ajutorului financiar		4	5	7	11	27
26	Instabilitatea politică/economică pe piețele de peste mări		3	5	7	12	27
27	Proceduri și reglementări complexe de export	1	6	2	6	11	26
28	Valoarea mare a/aprecierea monedei interne		5	10	4	7	26
29	Incapacitatea de a identifica oportunitățile străine	1	5	6	6	7	25
30	Adaptarea publicitate/promovare pentru piețele de peste mări		4	9	6	6	25
31	Obiceiuri diferite ale clienților/comportament de utilizare a produsului		4	3	7	10	24
32	Comunicarea cu clienții din străinătate		3	12	3	5	23
33	Concentrații-vă pe piața internă		6	6	4	6	22
34	Practici de afaceri diferite pe piețele externe	1	1	3	6	11	22
35	Lipsa timpului managerial pentru a face față exporturilor	1	1	3	8	8	21
36	Costul dezvoltării pieței	1	3	1	7	8	20
37	Reglementări/politici nefavorabile pentru locuințe		2	3	3	11	19
38	Lipsa concentrării și angajamentului managementului		1	4	3	9	17
39	Furnizarea de stocuri în străinătate în mod continuu		1	7	4	4	16
40	Îndeplinirea cerințelor de ambalare	1	2	8	2	2	15
41	Costul ridicat al capitalului pentru finanțarea exporturilor			8	3	4	15
42	Lipsa expertizei manageriale			54413			
43	Lipsa cercetării de marketing la export			8	4		12
44	Inflația și ratele dobânzilor			23510			

^A Deoarece numărul de studii este egal cu 100, totalurile sunt egale cu procente.

logistica, marketingul și producția) oferă cea mai comună abordare pentru clasificarea barierelor la export (vezi Arranz & de Arroyabe, 2009; Christensen, Da Rocha și Gertner, 1987; Crick, 2002; Katsikeas și Morgan, 1994; Ramaseshan & Soutar, 1996; Uner et al., 2013). 10 Unii studii (vezi Kahiya et al., 2014; Kaleka & Katsikeas, 1995; Shoham & Albaum, 1995) adoptă dihotomia (adică intern-extern, acasă - gazdă). Piața, oameni-produs, controlabil-necontrolabil și static-dinamic, în timp ce altele (ex. Arteaga-Ortiz & Fernández-Ortiz, 2010;

Suarez-Ortega, 2003) combină barierele în patru grupe: cunoștințe și experiență, proceduri, resurse și exogene. Până în prezent, există nicio tipologie universală unică pentru încapsularea barierelor la export.

3.5. Barierele la export ca rezultate

Tabelul 6 evidențiază fiecare dintre predictorii și frecvența de utilizare. Optzeci și nouă la sută (adică 32 din 36) dintre predictorii din această revizuire sistematică sunt corobați de recenzii anterioare ale literaturii.

¹⁰ Consultați Leonidou (2004) pentru o descriere detaliată a clasificării rii barierelor la export.

3.5.1. Date demografice ale firmelor

Această analiză identifică opt factori demografici. Starea exportului (de exportator vs. neexportator), dimensiunea firmei și sectorul industrial sunt cele mai multe cercetate în mod curent. Starea exportului apare în mai mult de un sfert din studii. Factorii demografici se aliniază în general cu RBV. Cercetare ipotezează că baza de resurse este mai mare, cu atât influența este mai mică bariere la export.

3.5.2. Caracteristicile întreprinderii de export

Paisprezece caracteristici ale întreprinderii de export influențează barierele la export. Export studiul este cel mai frecvent studiat și apare în aproximativ de două ori mai mulți studii ca următorii factori - intensitatea exporturilor și nivelul de implicare. Aceste caracteristicile întreprinderii de export întrechipează gradul de internaționalizare (DOI) al unei firme și se aliniază cu perspectiva incrementală sau bazată pe proces.

3.5.3. Factori de management

Șapte caracteristici de management influențează barierele la export. Examinarea caracteristicilor managementului este rară și cea mai mare factor utilizat în mod regulat, linkul de proprietate, apare în două lucrări. De multe ori, caracteristicile manageriale vorbesc despre networking sau antreprenorial

Tabelul 6

Clasificarea și Frecvența Adopției șoferilor.a

Lista de variabile		Procentaj de frecvență a	
Intern	Demografia firmei		
Factori			
	Starea exportului	25	27,17%
	Dimensiunea fermă ^b	22	23,91%
	Sectorul industrial	11	11,96%
	Vârsta fermă	3	3,26%
	Structura proprietății	2	2,17%
	Organizare de fundal	1	1,09%
	Cota de piață internă	1	1,09%
	Rentabilitatea firmei	1	1,09%
	Caracteristicile întreprinderii de export		
	Etapa de export	15	16,30%
	Intensitatea exportului	7	7,61%
	Nivelul de implicare	7	7,61%
	Orientare spre export	6	6,52%
	Experiența internațională	5	5,43%
	Modul de intrare (EM)	4	4,35%
	Strategia de extindere a pieței	4	4,35%
	Tipul de risc	3	3,26%
	Utilizarea tehnologiei informației	3	3,26%
	Creșterea intensității exporturilor	1	1,09%
	Intenția de export	1	1,09%
	Contribuția la profitul exportului	1	1,09%
	Valoarea exportului	1	1,09%
	Utilizarea cercetării de piață	1	1,09%
	Caracteristici manageriale		
	Link de proprietate	2	2,17%
	Stilul de luare a deciziilor	1	1,09%
	Experiență de management	1	1,09%
	Compoziția rețelei	1	1,09%
	Dimensiunea rețelei	1	1,09%
	Angajamentul de resurse	1	1,09%
	Forța legată	1	1,09%
Extern	De mediu și operațional		
Factori			
	Diferențele instituționale	5	5,43%
	Distanța culturală /psihică	4	4,35%
	Schimbarea instituțională	3	3,26%
	Încrederea în afaceri	1	1,09%
	Mediul de comerț internațional		
	Asistență pentru export	1	1,09%
	Liberalizarea comerțului	1	1,09%
	Protecționismul comercial	1	1,09%

^A Calculată ca frecvență de utilizare împărțită la numărul total de studii în revizuire.

capacități.11 Literatura presupune cu cât managerul (rețea/apținut de antreprenorială), cu atât influența barierelor la export este mai mică.

3.5.4. Factori de mediu și operaționali

Diferențele instituționale și distanța culturală sunt cei doi factori de mediu și operaționali cel mai frecvent cercetați, urmați de schimbarea instituțională și încrederea în afaceri. În ceea ce privește acești factori, studiile sugerează că, cu cât diferența/distanța este mai mare, cu atât este mai mare influența barierelor la export.

3.5.5. Mediul comercial internațional

Trei variabile – asistența la export, liberalizarea comerțului și comerțul protecționism, încapsulează legătura dintre comerțul internațional bariere de mediu și export. Cercetările arată că, cu cât mediul de tranzacționare este mai susținut/colaborativ, cu atât influența este mai mică a barierelor la export.

3.5.6. Rezumatul variabilelor independente

În general, fiecare studiu examinează o medie a doi predictori.

¹¹ Consultați Leonidou și colab. (1998) pentru un tratament cuprinzător al determinantilor manageriali ai exportului.

Lucrarea lui Leonidou (2000), care pune în față opt factori demografici un număr egal de caracteristici de risc de export, este de departe cea mai mare cuprinzătoare în acoperirea sa de predictori. Indiferent de specific categoriile, cei cinci predictori cel mai des cercetați sunt statutul de export, dimensiunea firmei, sectorul industrial, stadiul de export și intensitatea exportului/nivelul de implicare.

3.6. Barierele de export ca predictori

apte studii (vezi Altıntaş et al., 2007; Dean, Mengüç, & Myers, 2000; Julian & Ahmed, 2005; Kahiya & Dean, 2014; Katsikeas, Piercy și Ioannidis, 1996; Köksal & Kettaneh, 2011; Mavrogiannis, Bourlakis, Dawson, & Ness, 2008), se concentrează exclusiv pe barierele la export ca un antecedent performanței la export. Patru (de ex. Altıntaş și colab., 2007; Dean și colab., 2000; Katsikeas și colab., 1996; Köksal & Kettaneh, 2011) ipoteza că barierele la export împiedică performanța la export. În orice caz, există unele excepții (vezi Julian & Ahmed, 2005; Kahiya & Dean, 2014). Aceste studii teoretizează atât o relație negativă, cât și una pozitivă între barierele la export și performanța la export.

Există dovezi, pentru postularea generică că barierele la export au un efect negativ asupra performanței la export. Altıntaş și colab. (2007) și Mavrogiannis și colab. (2008) oferă cel mai puternic sprijin. Această dovadă se referă la barierele procedurale, de concurență și legate de comerț. Mai departe, aspirații și predispoziții de management (vezi Dean și colab., 2000; Julian & Ahmed 2005) și barierele de cunoaștere și experiență (vezi Kahiya & Decan 2014; Katsikeas et al., 1996) au o relație inversă cu performanța la export. Köksal și Kettaneh (2011) transnațional comparația dintre exportatorii libanezi și turci descoperă un analog modele. De exemplu, rezultatele lor arată că barierele legate de comerț au o influență negativă asupra performanței atât a libanezilor, cât și a turcilor exportatori – constatări în concordanță cu Kahiya și Dean (2014) și Mavrogiannis și colab. (2008). În timp ce barierele resurselor au un aspect negativ influența în ambele eșantioane, diferite subgrupuri de bariere de resurse cap-cap relația. Costurile de dezvoltare a pieței afectează exportatorii libanezi, în timp ce constrângerile operaționale și de capacitate îi afectează turcii omologii.

Patru (adică Dean și colab., 2000; Julian & Ahmed, 2005; Kahiya & Dean, 2014; Köksal & Kettaneh, 2011) dintre aceste șapte studii dezvăluie unele barierele au o asociere pozitivă cu performanța la export. Ei cuprind adaptarea la piețele externe (Julian & Ahmed, 2005; Kahiya & Dean, 2014), care se ocupă de riscul valutar (Dean et al., 2000) și competiție internațională (Köksal & Kettaneh, 2011). Sunt două explicații plauzibile: din perspectivă metodologică, diferențele lexicale în dezvoltarea scărilor pot explica acest lucru. Cântăre în toate patru studiile cer respondenților să evalueze importanța barierelor, a noțiune diferită de abordarea mai frecvent adoptată de a le evalua după gradul în care acestea împiedică/gradul de dificultate.¹³ Alternativ, barierele pot fi declanșatoare pentru mecanisme specifice de răspuns, al cărui efect este acela de a îmbunătăți performanța la export.

3.7. Barierele de export ca mediatori și moderatori

Karakaya și Yannopoulos (2012) sunt singurul studiu care încorporează mediere în analiză. Ei investighează relația dintre sprijin la export și performanță la export și propune bariere la export mediată acest link. Moderarea este limitată la Baum, Schwens și Kabst. (2013) studiu. Ei propun și testează trei ipoteze bazate pe a relație moderată între competențe/demografice și statutul de export. Obstacolele financiare și barierele pieței sunt moderatorii.

¹² În timp ce studiul lor se concentrează pe obstacolele la export ca rezultate, Adu-Gyamfi și Korneliusen (2013) testează, de asemenea, barierele de export ca predictori.

¹³ Atât Moini (1997), cât și Da Silva și da Rocha (2001) au încercat să orienteze cercetarea în această direcție, în trecut.

Tabelul 7

Influența factorilor determinanți asupra barierelor la export.

Antecedente	Bariere ale cunoașterii			Bariere legate de resurse			Bariere procedurale			Bariere exogene			În general, pentru toate barierele la export			
	+	0		+	0	-	+	0		+	0		Totala	+	0	
Date demografice ale firmelor (FD)																
Starea exportului (ES)	18	2	1	11	8	2	12	2	4	9	6	7	82	50	18	14
Dimensiunea firmei (FZ)	3	1	11	2	5	12	3	7	5	5	5	8	62	10	14	38
Sectorul industrial (IS)	6	2		7	4	1	3	3	1	7	2		36	23	11	2
Vârsta fermă (FA)			2			2			1		2	1	8		2	6
Structura proprietății (OS)			1			2			1			1	5			5
Organizație de fundal (BO)	1			1					1			1	4	2		2
Cota de piață internă (DMS)			1			1			1			1	4		1	3
Rentabilitatea firmei (FP)			1			1			1			1	4		1	3
Caracteristicile întreprinderii de export (EVC)																
Etapa de export (EST)	2	2	8	6	2	7	3	5	8	7	6	3	59	18	15	26
Intensitatea exporturilor (EI)		4	2	2	5	2	3	2		1	7	1	29	6	18	5
Nivel de implicare (LI)	1	2	1	1	1	1	1	1			3		12	3	7	2
Orientare la export (EO)	1	1	4	2	1	5	2	1	5	1	1	4	28	6	4	18
Experiență internațională (IE)		1	2	1	1	2		1	2	1	3		14	2	3	9
Modul de intrare (EM)	1	1		2			2	1	1	2	1		11	7	3	1
Strategia de extindere a pieței (MES)		1	3	2		1	3		1	1	1		13	6	2	5
Tipul de risc (VT)			1			2	1		1		2		8	1	2	5
Utilizarea tehnologiei informației (IT)			1	1	1			2	3		1	2	11		3	8
Creșterea intensității exporturilor (EIG)		1		1				1					3		3	
Intenția de export (EIN)	1			1						1		1	4	3		1
Contribuția la profitul exportului (EPC)		1			1			1			1		4		4	
Valoarea exportului (EV)																
Utilizarea cercetării de piață (UMR)								1			1		2		2	
Caracteristici manageriale (MC)																
Link de proprietate (OL)	2	1		2	1			1		1			8	5	3	
Stilul decizional (DM)		1		1				1			1		4		4	
Experiență în management (ME)				1									1		1	
Angajamentul de resurse (RC)				1									1		1	
Dimensiunea rețelei (NS)		1		1				1			1		4		4	
Compoziția rețelei (NC)			1			1			1		1		4		1	3
Rezistența legăturilor (TS)			1	1				1			1		4		1	3
Factori de mediu și operaționali (EOF)																
Diferențele instituționale (ID)	2	1		2	1		3	1		5	1	2	18	12	4	2
Schimbarea instituțională (IC)		1	2	3	2		1	1	1	2	2	1	16	6	6	4
Distanța culturală / psihică (CPD)			3						2		1		6		1	5
Încrederea în afaceri (BC)			1	1			1			1			4	1		3
Mediul de comerț internațional (ITE)																
Asistență pentru export (EA)		1						1			1		3		3	
Liberalizarea comerțului (TL)											11	1				
Protecționismul comercial (TP)										1	11					

(+) denotă o relație pozitivă, () denotă o relație negativă, (0) denotă o relație „slabă” sau „nu”.

^ Total se referă la frecvența cu care a avut loc asocierea dintre variabile, spre deosebire de numărul de studii.

Karakaya și Yannopoulos (2012) ilustrează calea directă dintre sprijinul la export și performanța la export nu este semnificativă din punct de vedere statistic. Cu toate acestea, sprijinul la export are un impact indirect măsurabil prin reducerea constrângerilor de plată și a problemelor legate de resurse. Astfel, suportul pentru export are un impact asupra performanței, în măsura în care izolează firmele împotriva greutății barierelor la export. Baum și colab. (2013) constată că barierele financiare moderate și relațiile dintre fiecare dintre cei trei predictorii (de ex. orientare spre creștere, contacte internaționale în rețea și intensitate a cunoștințelor) și internaționalizare. Cu toate acestea, barierele bazate pe piață o fac nu moderată această relație.

4. Sinteză

Din perspectiva „ierarhiilor dovezilor”, o statistică a mărimii efectului meta-analiza este cea mai robustă metodă de punere în comun a rezultatelor din diferite studii (Glass, 1976; Rousseau et al., 2008; Tranfield, Denyer, & Smart, 2003). Deși această metodă câștigă teren în Internațional Afaceri (vezi Leonidou, Katsikeas și Samiee, 2002; Leonidou și colab., 2014), Tranfield și colab. (2003, p.213) conturează diferențele dintre medicină și management și folosiți-le pentru a sublinia cazurile unde această abordare poate fi problematică. Mai exact, cere a grad înalt de corespondență privind populația muncitoare din care se prelevează mostre, definirea și operaționalizarea

construcție și utilizarea metodelor statistice (Hedges & Olkin 1980; Tranfield și colab., 2003 p.217). După cum a subliniat discuția anterioară, există diversitatea metodologică în acest flux de cercetare. Deși lipsit de precizia unei meta-analize statistice (Rousseau et al., 2008; Tranfield et al., 2003), numărul rar al voturilor „poate avea un loc important în cutia de instrumente a meta-analistului” (Bushman și Wang, 2009 p. 208).

În numărul rar al convențional al voturilor, un studiu este unitatea de analiză și a Sistemul „un studiu un vot” numărul voturilor. Cu toate acestea, în cazul în care un studiu cuprinde mai multe experimente, este instructiv modificarea votului sistem astfel încât fiecare experiment să dea un vot (Dochy, Segers, Van den Bossche și Gijbels, 2003). Această abordare modificată se concentrează pe numărul de asocieri între variabile independente și dependente observate în toate experimentele din toate studiile. Leonidou și colab. (1998) a folosit această abordare pentru a numărul voturilor privind asocierea dintre managerii factori și patru dimensiuni de export, în timp ce Zou și Stan (1998) au utilizat pentru a detalia asocierea dintre mai mulți șoferi și șapte indicatori ai performanței la export. Logica este evidentă și în Li et al. (2016) recenzia recentă privind selecția canalului de export.

Evaluarea folosește numărul rar al modificărilor la voturile pentru a agrega asociațiile dintre 36 de predictorii și patru grupuri principale de bariere la export. „Cunoștințe și experiență”, „procedurale”, „resurse” și „exogene”. Barierele legate de cunoaștere sunt comunicarea, informațională și bazate pe experiență; barierele procedurale țin de logistică și

documentație; barierele legate de resurse se referă la constrângerile capacității umane, financiare și fizice, iar barierele exogene sunt instituționale și bazate pe industrie. Aceste patru clase constituie modalitatea cea mai robustă și mai parsimonioasă din punct de vedere empiric de a amalgama articolele cu barieră la export și factori în literatura existentă (per [Arteaga-Ortiz & Fernández-Ortiz, 2010](#), p. 404–406).

Sinteza prezentată în [Tabelul 7](#) adoptă convenția standard a direcției relațiilor semnificative statistic la ($p < .05$) (Light & Smith, 1971). Un vot surprinde frecvența cu care a apare o asociere semnificativă statistic. Numărul de voturi a modelele de studiu este o funcție a factorilor de conducere și a barierele examinate, în sensul că studiu. De exemplu, un studiu care investighează legătura dintre dimensiunea firmei iar cele patru grupuri de bariere, exprimă patru voturi, fiecare reprezentând modul în care dimensiunea firmei influențează un anumit grup de barieră. La fel, totalul numărului de voturi asociat fiecărei rui conducător auto este un multiplu al numărului de studii care examinează acel șofer și barierele acoperite. Pentru De exemplu, douăzeci și cinci de studii (a se vedea [tabelul 6](#)) investighează relația dintre statutul de export și barierele la export. Aceste studii pot exprimați până la 100 de voturi (adică 25 de factori în patru grupuri de bariere). The Numărul de 82 de voturi prezentat în [Tabelul 7](#) rezultă din faptul că nu toate studiile abordează toate grupurile de bariere. De exemplu, 18 studii (12 + 2 + 4 voturi) examinează asocierea dintre statutul de export și bariere procedurale. Secțiunea ulterioară subliniază tiparele de asocieri (de exemplu, „pozitiv”, „negativ” și „slab”, „nu” – relație) între oferiți barierele la export.14

4.1. Factori care exacerbează barierele la export

Există o asociere pozitivă între șapte factori (adică exportul statutul, sectorul industrial, modul de intrare, intenția de export, legătura de proprietate, diferențele instituționale și protecționismul comercial) și barierele la export. Nenumărate studii (de exemplu, [Al-Hyari, Al-Weshah, & Alnsour, 2012](#); [Barker & Kaynak, 1992](#); [Eshghi, 1992](#); [Pinho & Martins, 2010](#); [Rabino, 1980](#); [Rameshan & Soutar, 1996](#); [Yaprak, 1985](#)) care investighează statutul de export, testați afirmația conform căreia barierele la export sunt mai problematice pentru neexportatori decât pentru exportatori. Rezultate (adică 50 din 82 de voturi) în general susțin această ipoteză. Cu toate acestea, nu există o justificare universală acceptată pentru aceasta. [Korth \(1991\)](#) a respins acest lucru drept miopie managerială, în timp ce [Knight și Cavusgil \(2004\)](#) l-au văzut ca pe o menținere a pieței interne inerente. Mai mult, [Bilkey \(1978\)](#) afirmase că neexportatorii au făcut-o bază de a ști ce presupune exportul. Acesta este un domeniu în care teoria raționalizării ar trebui să genereze noi perspective.

Douăzeci și trei din 36 de voturi susțin ipoteza că „cu atât mai mult competitiv sau reglementat sectorul industrial, cu atât este mai mare influența bariere la export” (vezi [Al-Aali, 1995](#); [Da Silva & da Rocha, 2001](#); [Kedia & Chhokar, 1986](#); [Leonidou, 2000](#); [Silva, Franco și Magrinho, 2016](#); [Tesfom și colab., 2006](#)). Sectoare industriale care se confruntă cu o concurență substanțială sau blocați de cadrele de reglementare, considerați barierele mai influente decât cele în care aceste dinamice nu sunt predominante. Link-ul explică diferențele niveluri de participare și succes în dezvoltarea exporturilor observate în diferite sectoare industriale. Este compatibil cu [Fernhaber, McDougall și Oviatt \(2007\)](#), care elucidează cum caracteristicile sectoarelor industriale influențează internaționalizarea.

Referitor la modul de intrare (ex. [Crick, 2007](#); [Kwon & Hu, 1996](#); [Mahone & Choudhury, 1995](#)), există sprijin (adică șapte din 11 voturi) pentru ipoteza că „cu cât modul de intrare este mai avansat, cu atât influența barierele la export este mai mare. Un mod de intrare mai mare impune suplimentar solicitări ale firmei cu privire la resurse și angajament. Intenția de export, legătura de proprietate, diferențele instituționale și protecționismul comercial arată, de asemenea, o asociere pozitivă cu barierele la export. O intenție de a exporta (trei din patru voturi) generează un sentiment sporit de

¹⁴ (vezi [Chen și colab. \(2016\)](#); [Katsikeas și colab. \(2000\)](#); [Leonidou \(1998\)](#); [Leonidou și colab. \(1998\)](#); [Li și colab. \(2016\)](#); [Sousa și colab. \(2008\)](#); [Wheeler și colab. \(2008\)](#); și [Zou și Stan \(1998\)](#)).

conștientizare, condiționarea unei firme de observare, bariere la export. Barierele la export sunt mai influente (adică cinci din opt voturi) pentru proprietarii-manageri decât pentru managerii fără legătură de proprietate (vezi [Kaputa et al., 2016](#); [Shaw & Darroch, 2004](#)). „Implicarea personală” poate fi motivul pentru legătura, în special în acele IMM-uri în care sunt proprietari și întreprinderi 'de nedespartit'. Acest lucru coroborează noțiunea de efecte inseparabile (vezi [Ramaswamy, 2001](#)). Douăsprezece din 18 voturi susțin o relație pozitivă între diferențele instituționale și barierele la export (vezi [Schlegelmilch 1986](#); [Smith, Gregoire și Lu, 2006](#); [Sullivan și Bauerschmidt, 1989](#)). De asemenea, protecționismul comercial (de exemplu, [Korneliusen și Blasius, 2008](#)) are o relație pozitivă cu barierele la export. Prin urmare, înțelegerea efectului mediului de afaceri global este esențială, mai ales în vremuri de turbulențe de mediu ([Matanda și Freeman, 2009](#)).

4.2. Factori care atenuează barierele la export

Cinci factori demografici (adică vârsta firmei, mărimea firmei, structura proprietății, cota de piață internă și profitabilitatea firmei) au o influență negativă privind barierele la export. Studii (vezi [Awan 2011](#); [Leonidou 1995b, 2000](#)) arată o relație inversă (șase din opt voturi) între cele ale firmei vârsta și barierele la export. Firmele mai vechi și cu experiență accesează rutinele stabilite, care joacă un rol vital în reducerea influenței bariere la export. În ceea ce privește dimensiunea firmei, 38 din 62 de voturi susțin ipoteza că „cu cât firma este mai mare, cu atât influența exportului este mai mică bariere” (vezi [Adu-Gyamfi & Korneliusen, 2013](#); [Crick, Al Obaidi, & Chaudhry, 1998](#); [Da Silva & da Rocha, 2001](#); [Jones, 1980](#); [Karafakioglu, 1986](#); [Katsikeas & Morgan, 1994](#)).15 Firmele mai mari sunt probabil să aibă capacitate de producție dedicată exportului, capital de lucru amplu pentru finanțarea exporturilor și un departament dedicat de export/vânzări internaționale cu personal calificat.

În ceea ce privește structura proprietății (vezi [Crick și Chaudhry, 1997](#); [Saeed & Vincent, 2011](#)), toate cele cinci voturi susțin ipoteza că barierele la export scădere în cazul în care o firmă posedă avantaje legate de proprietate. Pentru de exemplu, absența stigmatului „extraterestru”, care umbrește unele etnice sau afaceri deținute de imigranți, înseamnă că întreprinderile de export deținute de indigeni percep bariere mai mici. Acest lucru confirmă portretul lui [Bates \(1997\)](#) de „mobilitate blocată” la care se adresează întreprinderile etnice și deținute de imigranți sunt susceptibile. Cota de piață internă și profiturile firmei (trei din patru voturi pentru fiecare dintre variabile) au o influență negativă asupra exportului bariere. Aceste valori ajută la crearea fluxului de numerar sau a capitalului de lucru necesar pentru finanțarea expansiunii internaționale.

Patru caracteristici ale întreprinderii de export – orientare spre export, internațională experiența, tipul de risc și utilizarea tehnologiei informației au o influență negativă asupra barierele la export. Cercetare (de exemplu, [Arranz & de Arroyabe, 2009](#); [Campbell, 1996](#); [Ibeh & Young, 2001](#)) sprijină (adică 18 din 28 voturi) perspectiva că adoptarea unei decizii proactive sau agresive (cum opus unei orientări reactive sau pasive) reduce influența bariere la export. Această constatare este în general în concordanță cu avantajele legate de performanță ale orientării antreprenoriale și de piață în literatura existentă (de exemplu, [Cadogan, Diamantopoulos și De Mortanges, 1999](#)). Numeroase studii (vezi [Albaum, 1983](#); [Da Silva & da Rocha, 2001](#); [Jones, 1980](#); [Leonidou, 2000](#)) susțin inversul ipotezat legătura (adică nouă din 14 voturi) în ntre experiența internațională și bariere la export. Experiența în export încurajează învătarea și crearea a rezervor de cunoștințe la care firma poate accesa. Acest lucru este compatibil cu așa-numita ipoteză „în vătarea din export” (vezi [MacGarvie, 2006](#)). În ceea ce privește tipul de risc, cinci din opt voturi sugerează existența cunoștințe anterioare relevante pentru extinderea internațională (de exemplu, reexportarea firmei în noi întreprinderi internaționale) reduce influența exportului bariere (vezi [Crick, 2002](#); [Kahiya, 2013](#)). Rezultatele sunt în concordanță cu [Zheng, Khavul și Crockett, 2012](#), care explică legătura dintre experiența pre-internaționalizare și experiența internațională ulterioară.

¹⁵ Aceasta include „activele companiei” și „numărul de angajați”.

expansiune. Studii (de exemplu, [Awan, 2011](#); [Bennett, 1997](#); [Hornby et al., 2002](#)) examinând legă tura dintre tehnologia informației și export barierele arată o relație inversă (adică opt din 11 voturi). Această este compatibil cu cercetarea (de exemplu, [Hamill, 1997](#); [Petersen, Welch, & Liesch, 2002](#)) care detaliază rolul facilitator pe care îl joacă IT-ul în expansiunea internațională.

Compoziția rețelei și rezistența legă turilor au o influență negativă (de ex trei din patru voturi pentru fiecare dintre variabile) privind barierele la export. Rețelele care cuprind actori eterogene prosperă din diversitate de sprijin, care ajută la dezactivarea barierele la export. În mod corespunzător, puternic legă turile sporesc beneficiile. Această perspectivă este susținută pe larg de studii (de ex. [Coviello & Munro, 1997](#); [Freeman et al., 2006](#); [Ghauri et al., 2003](#)) privind internaționalizarea bazată pe rețea. Rezultatele sugerează că influența barierele la export crește odată cu scăderea încrederii în afaceri (vezi [Kahiya & Dean, 2015](#)). Astfel, o creștere a încrederii în afaceri ar trebui să atenueze barierele la export. În timp ce literatura emite în general ipoteze că influența barierele la export crește cu mai mare culturală sau distanța psihică, rezultatele acestei recenzii (ex. [Leonidou 2000](#)) descriu un relație inversă neprevăzută. Cu toate acestea, legă tura inversă este în concordanță cu portretizarea psihicului făcută de [O'Grady și Lane \(1996\)](#). paradoxul distanței.¹⁶

4.3. Factori care generează rezultate contradictorii

Patru factori (adică organizarea de bază, etapa de export, strategia de extindere a pieței și schimbarea instituțională) au o influență „conflictuală” privind barierele la export. Deși existența unei organizații de fond este conceptualizată ca având o relație inversă cu barierele la export, dovezile susțin atât o relație inversă, cât și una directă (adică două voturi o bucată). În timp ce o organizație de fundal oferă structură, aceasta poate împiedica flexibilitate și receptivitate. Rezultatele rezultate din etapa de export (ex [Bilkey & Tesar, 1977](#); [Cavusgil, 1984](#); [Kahiya & Dean, 2016](#); [Naidu & Rao, 1993](#); [Sharkey și colab., 1989](#); [Suarez-Ortega, 2003](#); [Uner și colab., 2013](#)) arată o influență conflictuală, cu un sprijin larg (adică 15 voturi sau mai mult, din 59) pentru cele trei categorii „pozitiv”, „negativ” și „nu”-influență. În general, literatura sugerează o relație inversă între etapele de export și barierele la export [vezi [Leonidou și Katsikeas' \(1996\)](#) recenzie asupra modelelor de scenă]. Scăderea influenței a barierele de cunoaștere în etapele de export confirmă, în timp ce creșterea influenței barierele procedurale contrazice ipoteza. Mai mult, resursele și barierele exogene sunt în cea mai mare parte impermeabile fazele de export. Aceste rezultate contradictorii resping ipoteza generală sugerând o scădere uniformă a barierele la export în diferite etape și susținând implicit perspectiva evolutivă a fazei de export/export relație de barieră. Barierele nu se risipesc neapărat la export etape; influența lor evoluează pentru a oglinzi o schimbare în adaptarea firmei alegeri pe măsură ce își extinde amprenta internațională.

Relația dintre strategia de expansiune a pieței și barierele la export (de exemplu, [Kaleka și Katsikeas 1995](#); [Leonidou, 2000](#)) a produs rezultate (adică șase voturi pentru o legă tură pozitivă și cinci pentru o legă tură negativă). În timp ce diversificarea generează economii de domeniu în ceea ce privește transportul/logistică și dependența redusă de câteva piețe, culminând cu costurile legate de complexitate și nevoile de resurse suplimentare. Instituțional schimbare (vezi [Bjarnason et al., 2015](#); [Da Rocha et al., 2008](#)) generată rezultate contradictorii (adică patru sau mai multe voturi, din 16, pentru fiecare dintre categoriile „pozitiv”, „negativ” și „nu”). Poate că ipoteza de bază ar trebui să fie nedirecțională, cu influența lui barierele la export se schimbă (pozitiv sau negativ) ca răspuns la natura specifică a schimbărilor instituționale.¹⁷

4.4. Factori care generează relația „Slab” sau „Nu”.

Doisprezece factori nu au „nicio” influență asupra barierele la export. Acestea cuprind șase caracteristici ale întreprinderii de export (adică intensitatea exportului, valoarea exportului, nivelul de implicare, creșterea intensității exporturilor, contribuția la profitul exporturilor și utilizarea cercetării de piață), patru caracteristici manageriale (adică stilul de luare a deciziilor, experiența de management, angajamentul de resurse și rețeaua dimensiunea) și două elemente ale mediului comercial internațional (export asistență și liberalizare a comerțului). Este izbitor că intensitatea exporturilor, una dintre cei mai des cercetați indicatori de DOI/performance, a generat o relație „slabă” sau „nu”. În ceea ce privește caracteristicile manageriale și elementele mediului de comerț internațional, lipsa unor relații clare emană eventual dintr-un eșantion limitat de studii empirice care cercetează astfel de conducători.

5. Concluzii și implicații

Această revizuire sistematică a căutat să investigheze; (1) factorii asociați cu barierele la export, (2) teoriile care stau la baza acestora și (3) natura specifică a relațiilor (relațiilor). Analiza arată că barierele la export sunt în primul rând un rezultat. Factorii de barieră la export cuprind demografia firmei, factorii manageriali, caracteristicile întreprinderii de export, elementele de mediu și operaționale și comerțul internațional mediu inconjurator. [Tabelul 8](#) rezumă asociațiile discutate. În mod specific, (a) există o asociere pozitivă între șapte factori (adică exportul statutul, sectorul industrial, modul de intrare, intenția de export, legă tura de proprietate, diferențele instituționale și protecționismul comercial) și barierele la export; (b) cinci factori demografici și patru caracteristici ale întreprinderii de export au o influență negativă asupra barierele la export; (c) patru șoferi au o influență „conflictuală”, în timp ce (d) doisprezece șoferi nu au nicio influență asupra barierele din export. Nu numai că aceste constatări au implicații importante pentru managerii de export, educatori și factorii de decizie politică, acestea oferă un impuls pentru trasarea direcțiilor pentru cercetările viitoare.

5.1. Cercetări tori de export

Există un anumit sprijin pentru toate perspectivele teoretice explicite relevante pentru acest discurs. Influența negativă asupra barierele la export, de variabile precum dimensiunea firmei, vârsta firmei, structura proprietății, piața internă cota, iar profitabilitatea firmei sprijină RBV.¹⁸ Analiza coroborează constatările din studii (de exemplu, [Dhanaraj & Beamish 2003](#); [Mittelstaedt et al., 2003](#); [Westhead et al., 2001](#)) adoptând o perspectivă RBV asupra internaționalizării. De asemenea, variabilele legate de DOI, cum ar fi stadiul de export și experiența internațională susține, deși într-o măsură mai mică, gradul incremental perspectiva internaționalizării.¹⁹ Aceasta este în concordanță cu cea a lui [MacGarvie \(2006\)](#) descrierea preceptului „învățați din export”. Rezultatele care derivă din diferențele instituționale și protecționismul comercial înapoi teoriei instituționale. „Regulile jocului” [North \(1990\)](#) la care a făcut aluzie, au un efect de constrângere asupra internaționalizării (vezi [Welter & Smallbone, 2011](#)). Variabile precum compoziția rețelei și rezistența legă turilor susțin perspectiva rețelei. Acest lucru coroborează fluxul de cercetare (de ex [Coviello & Munro 1995](#); [Coviello & Munro, 1997](#); [Ghauri și colab., 2003](#); [Sharma & Blomstermo, 2003](#)) despre internaționalizarea bazată pe rețea.

Reactivitatea barierele de export la diverși factori, vopsele a model distinct.²⁰ Nenumărate factori influențează cunoștințele și experiența bariere, făcându-le cele mai dinamice. Cea mai mare parte a „pozitelor” și relațiile „negative”, următoarele aceste bariere. Barierele procedurale sunt în cea mai mare parte dinamice prin aceea că, deși rămân insensibile la demografiile firmelor, ele răspund la caracteristicile întreprinderii de export și

¹⁸ Suportul este mai puternic pentru indicatorul de vânzări, spre deosebire de activele companiei și numărul de angajați.

¹⁹ În ceea ce privește etapele de export, sprijinul se limitează la barierele de cunoaștere și informare.

²⁰ Ne putem imagina acest lucru ca pe un continuum care merge de la „dinamic” (caracterizat de cunoștințe și bariere de experiență) la „static” (reprezentate prin bariere exogene), cu procedurale și barierele de resurse care se potrivește în mijlocul continuumului.

¹⁶ Măsurarea culturii rămâne suficient de actuală pentru a justifica o ediție specială JIBS, 46(9), 2015. „Ce este cultura și cum o măsurăm?”

¹⁷ Două dintre studii nu elucidează dacă o astfel de schimbare instituțională a fost benefică sau dăunătoare.

Tabelul 8

Rezultate rezumate ale sintezei.

Asociația Factori Firmă	Caracteristicile întreprinderii de export	Factori manageriali	Operațional și Factori de mediu	Internățional Comercial Mediu inconjurator	Total
Pozitiv	Starea exportului, Sectorul industrial Mod de intrare, Intenția de export	Link de proprietate	Diferențele instituționale	Protecționismul comercial 7	13
Negativ	Vârsta fermă, mărimea firmei, Structura de proprietate, Cota de piață internă, Firma rentabilitatea	Dimensiunea rețelei, puterea legăturii	Încredere în afaceri, Cultural/Psihic distanță		
Organizare de fundal conflictuală Slab/Nu	Starea exportului, strategia de extindere a pieței Intensitatea exportului, nivelul de implicare, Creșterea intensității exporturilor, profitul exportului contribuție, utilizarea cercetării de piață, Valoarea exportului	Stilul de luare a deciziilor, experiență de management, Angajamentul de resurse, Dimensiunea rețelei		Schimbarea instituțională 4 Asistență pentru export, Liberalizarea comerțului	12

factori manageriali. Barierele legate de resurse sunt oarecum statice, deoarece influența lor se modifică ca răspuns la anumite demografii ale firmelor. Ca general observație, rezultatele „conflictuale” se referă la „voturi” asociate cu bariere procedurale și de resurse. Barierele exogene sunt impermeabile pentru majoritatea dintre conducătorii auto-identificați în această revizuire. Cea mai mare parte a rezultatelor indică Relația „slabă” sau „nu” sunt atribuite barierele exogene.

5.2. Educatori de export

Dezvoltarea curriculară în învățământul secundar și terțiar și dezvoltare profesională continuă, beneficiază de această revizuire. De exemplu, interesul pentru IB, în școlile secundare, provine din încorporare conținut la cursurile de afaceri și „înțelegerea elementelor de bază ale exportului” este pivot (Sanchez & Geisler, 1994, p.77). Tratatul cuprinde tor a barierele la export și a factorilor asociați cu acestea, oferă un important resursă pe care educatorii ar trebui să o îmbrățișeze pentru a trezi interesul pentru IB. Evaluarea contribuie la conceptul de prag al internaționalizării firmei și oferă un punct de referință pentru educatori și studenți (Zhao, 2016). Este natura actualizată permite educatorilor să integreze substanța în resurse de predare și învățare, iar studenții IB să le utilizeze ca impuls pentru noi linii de anchetă cu privire la rolul în care barierele joacă internaționalizare.

Revizuirea împuternicește educatorii implicați în profesioniști în curs de desfășurare dezvoltare. Prin elaborarea asocierii dintre șoferi și barierele la export, recenziile sugerează subiecte și concepte potrivite pentru seminarii și ateliere de lucru. De exemplu, seminarii specializate axate pe Cerințele vamale, documentația și plățile externe sunt fundamentale pentru depășirea barierele procedurale. Astfel de seminarii ar trebui să atingă în expertiza departamentelor vamale, a furnizorilor terți de logistică și a industriei bancare – părți interesate indispensabile în ecosistem care susține exporturile.

5.3. Managerii de export

Pentru manageri, „proxy-urile de resurse” sunt esențiale pentru depășirea barierele cuprind dimensiunea firmei, vârsta firmei, structura proprietății, cota de piață internă și profitabilitatea firmei. În plus, managerii ar trebui să dezvolte capacitatea pentru a distinge caracteristicile întreprinderii de export care se umflă (de exemplu, intrarea modul și intenția de export), dintre cele care atenuează (de exemplu, orientarea la export, experiența internațională și utilizarea tehnologiei informației) influența barierele la export. Poate că există un „mix optim” de caracteristicile întreprinderii de export, în jurul cărora managerii pot dezvolta o profil ideal pentru întreprinderile lor, asigurându-se că dezvoltarea exportului întreprinderii rămâne gestionabilă.²¹ Această noțiune de a se descurca cu ceea ce aveți coincide cu efectuarea descrisă de Sarvasathy (2001).

Aptitudinea unui manager pentru crearea de rețele le crește capacitatea de a

²¹ Analiza grupurilor este o abordare potrivită pentru a construi profilurile ale firmelor exportatoare (vezi Barrett & Wilkinson 1985).

depășirea barierele la export. Nu este atât de mult dimensiunea rețelei, cât ea este componenta sa și puterea legăturii dintre membri. Managerii care aparțin unor rețele cu membri diverși, fiecare împuternicind și fiind puternic legăturii, au un avantaj în depășirea barierele la export. Rețelele au capacitatea de a reduce distanțele comerciale, instituționale și culturale, în timp ce crearea de „poziții din interior”, chiar și pe piețe îndepărtate.

5.4. Factorii de decizie politică

Barierele la export reflectă nevoile exportatorilor și oferă o platformă pentru segmentarea bazată pe nevoi, o componentă vitală a unui export național strategie (NES). Analiza exhaustivă a factorilor care determină barierele la export generează perspective asupra eficacității stimulilor vizați. De exemplu, direcționarea bazată pe nevoi poate deriva din „starea exportului” (adică diferența între exportatori și neexportatori). Sprijin concentrarea programelor privind furnizarea de cunoștințe și resurse informaționale, despre piețele internaționale, ar putea contribui într-un fel la eliminarea stigmatizării pe care exportul dezvoltarea este excesiv de împovărată. În mod similar, vizarea la nivel de industrie s-ar putea concentra asupra sectoarelor cu rate de participare mai scăzute în piețe internaționale, performanță scăzută la export sau export intermitent modele (intrare, ieșire, reintrare) cu scopul de a ajuta firmele să depășească bariere legate de industrie.²²

Deși relevanța abordărilor cu granulație fină este evidentă, revizuirea susține adoptarea tehnicilor de direcționare în masă. Aceste abordări beneficiază toate firmele care se internaționalizează, indiferent de industrie, starea exportului sau alte atribute. O astfel de abordare ar trebui să abordeze abilitatea și perfecționarea factorilor de decizie. Sinteza arătată aptitudinile de rețea și orientarea antreprenorială proactivă diminuează bariere legate de exterior. Factorii politici ar trebui să ofere formare pentru împuternicire și subliniază importanța acestor atribute pentru internaționalizare. Promovarea unui mediu de sprijin și cooperare este o altă abordare de direcționare în masă pentru stimularea exporturilor. Sinteza a subliniat existența unui grup încă pățnat de bariere exogene de export al cărui impact este static sau universal. Evident, cele mai multe dintre aceste bariere provin din mediul instituțional, iar politica macroeconomică și comercială inteligentă este fundamentală pentru abordarea lor.

6. Direcții pentru cercetările viitoare

Există un volum considerabil de lucrări, publicate pe o perioadă de 50 de ani, cuprinzând 100 de studii empirice evaluate de colegi care examinează factorii asociați cu barierele la export. Studiul a motivat că existența acestui corp de lucru este justificată o revizuire sistematică. Cu toate acestea, după cum rezultatele și discuțiile ilustrate, volumul mare al cercetărilor îndepărtate lacune manifeste și contradicții în cadrul acestui corp de cunoștințe. Este pe acest fundal că lucrarea conturează o agendă pentru cercetări viitoare.

²² Vezi Vissak și Masso (2015) pentru o expunere a modelelor de export intermitente.

6.1. Cadrul cercetării și profilul metodologic

Piețele emergente și în tranziție, în special cele subsahariene Africa, Europa Centrală și de Est și Asia de Sud-Est rămân subreprezentate. Acest lucru împiedică eforturile de dezvoltare a unei teorii generalizabile. Revista salută interesul reînnoit al mai multor reviste de a se angaja probleme speciale pentru activitățile de internaționalizare pe piețele în curs de dezvoltare și în tranziție.²³ Totuși, ceea ce se cere nu este simbolismul, ci un angajament continuu, din partea editorilor și editorilor, de a atrage și să promoveze cercetarea din aceste regiuni.

Comparațiile transnaționale suplimentare vor contribui, nu numai la cunoștințe existente, dar și metodologie, mai ales în domeniul „măsurare” și „echivalență”. În timp ce numărul de longitudinale studiile au crescut în ultimul deceniu, majoritatea acestor cercetări nu este prin excelență longitudinală, deoarece eşantioanele includ „originale”, „supraviețuitoare” și „articole noi”. Studiile viitoare ar trebui să utilizeze o abordare pur longitudinală pentru a depăși și complicațiile de nedeterminare care confundă cercetări multiple transversale și cvasi-longitudinale. Cercetarea longitudinală este esențială pentru testarea stabilității scalelor/instrumentele și puterea explicativă a teoriei în timp.

Deși literatura recentă oferă o privire de ansamblu asupra procedurilor utilizate pentru a determina distorsiunile informatorilor cheie și ale non-răspunsurilor, cercetarea trece cu vederea prejudecățile/varianța metodei comune.²⁴ Cercetările viitoare ar trebui să testeze, și să determine potențialul său de a pătrunde și un studiu. Studiile ulterioare ar trebui adopta, de asemenea, tehnici analitice avansate pentru a îmbunătăți metodologia rigoare și pune cercetarea asupra constructului barierei la export, la egalitate cu altele subiecte axate pe export (de exemplu, performanța la export).²⁵ Tabelul 9 listează subiectele propuse pentru cercetări viitoare, urmate de o schiță a fiecăruia dintre domeniile tematice.

Subiectele propuse în Tabelul 9 reflectă lacunele și inconsecvențele majore observate în ceea ce privește metodologia (a se vedea tabelele 3 și 4), barierele și grupările de bariere la export (a se vedea secțiunile 3.4.1 și 3.4.2), factorii determinanți ai barierei la export (a se vedea tabelul 6) și sinteza constatărilor derivare acestora (a se vedea tabelele 7 și 8). Aceste domenii de cercetare viitoare luată în considerare și conceptele emergente și influente în IB și IE care sunt pertinente pentru internaționalizare (vezi Chabowski et al., 2018).²⁶

6.2. Factorii ai barierei la export

Variabilele demografice insuficient cercetate includ proprietatea structura, organizarea de fundal și cota de piață internă. Evaluarea susține mai multe studii replicative asupra acestor factori pentru a oferi o mai mare bază de constatări. Factorii demografici de luat în considerare în cercetările viitoare includ: aspectele structurale ale firmei (de exemplu, agilitate, ambidextru și slab) sau locul său în ecosistemul mai larg (de exemplu, reputație/statut sau politic legătură). De exemplu, aspectele structurale permit unei firme să se adapteze „din mers” – un atribut vital pentru gestionarea barierei. De asemenea, legăturile politice, nu spre deosebire de rețelele, promovează o poziție din interior pe piață.

O parte din literatura empirică despre caracteristicile întreprinderilor de export (de exemplu, creșterea intensității exporturilor, contribuția la profitul exporturilor și utilizarea pieței cercetare) emană dintr-o mână de studii. Studiile suplimentare asupra acestor variabile sunt imperative. Noile linii de anchetă includ capacitățile tehnologice, efectele imigranților și calitatea relațiilor. Pentru de exemplu, capacitățile tehnologice superioare (de exemplu, comunicare, generare de informații sau logistică internațională), efecte asupra imigranților (de exemplu

²³ [de exemplu, Perspective critice asupra afacerilor internaționale – Afaceri internaționale în Africa (apare imediat); European Business Review – Internaționalizarea Centrului și a Estului Firme europene (2017); Journal of East West Business – Internaționalizarea firmelor asiatice (2016); Journal of World Business – Internationalization of Latin American Firms (2017); Thunderbird International Business Review – Internaționalizarea firmelor africane (în apariție viitoare)]

²⁴ Vezi, de exemplu, Doty și Glick (1998).

²⁵ Vezi Chen și colab. (2016) pentru o actualizare recentă.

²⁶ Vezi Covin și Miller (2014), Doh (2017), Oviatt și McDougall (1994), Sarasvathy (2001), Schweizer (2012), Teece, Pisano și Shuen (1997), Vissak și Masso (2015), printre alții.

recrutarea și angajarea de talente din destinația de export) și relație calitate (exportator-importator), ar trebui să atenueze influența exportului bariere.

Aspectele manageriale sunt periferice discursului barierei la export. Acest lucru este atât neașteptat, cât și nejustificat, având în vedere relevanța acestor factori în luminarea internaționalizării. Studiile viitoare ar trebui examinați efectul (efectele) mentalității globale, orientării internaționale, locuințelor controlul și cunoașterea managerială asupra barierei la export. Perspective din asta tipul de cercetare poate avea impact pe fundalul nevoilor stimularea exportului. Este posibil ca stimulii să se concentreze pe pregătirea factorii de decizie, spre deosebire, de exemplu, de alocarea de resurse firmelor care se internaționalizează. Cu toate acestea, un corp de cunoștințe mai extins despre este necesară relația dintre factorii manageriali și barierele la export pentru a susține sau a respinge această afirmație.

La fel ca mare parte din literatura axată pe export, cercetarea privind barierele la export este detașat de mediul global de afaceri. Revizuirea cere noi cercetări care explică modul în care golurile instituționale, liberalizarea, protecționismul, pactele comerciale multilaterale și crizele economice și financiare influențează barierele la export. Cercetările viitoare ar trebui să examineze modul în care renegocierea Acordului de Liber Schimb din America de Nord (NAFTA), Brexitul sau criza Consiliului de Cooperare al Golfului (CCG) au impact asupra exportului bariere. Cercetarea condusă de fenomene de această natură este în mod evident lipsă în Afacerile Internaționale.²⁷

6.3. Rezultatele barierei la export

Performanța la export este singurul rezultat al barierei la export în acest sens flux de cercetare. Rezultatele imaginabile ale barierei la export includ identificarea/descoperirea oportunităților internaționale, selecția țării și strategia de extindere. Pentru intrarea inițială, firmele gravitează către trei piețe cu bariere mai mici percepute? În ceea ce privește intrarea în curs de desfășurare pe piață, nu firmele implementează strategii specifice (de exemplu mixul de piață sau poziționarea) pentru contrabalansează barierele la export? Această linie de anchetă este relevantă având în vedere interesul reînnoit pentru înțelegerea importanței strategice a piețele inițiale de intrare.²⁸

6.4. Bariere la export și Mediatori/Moderatori

Mediatorii și moderatorii sunt în mare parte inexistenți în bariera de export cercetare. Mediarea și moderarea sporesc rigoarea metodologică oferind în același timp perspective noi asupra constatărilor neconcludente sau contradictorii. De exemplu, având în vedere relația pozitivă confundată dintre unele bariere la export și performanța la export, este cazul unui relația mediată este convingătoare. Mecanisme de răspuns la bariere ar trebui să servească drept mediatorii. Barierele valutare sunt un exemplu. Acestea pot declanșa o selecție atentă a pieței sau strategii de stabilire a prețurilor (mecanisme de răspuns) care sporesc performanța la export.

6.5. Bariere de export și operaționalizarea variabilelor

Este nevoie de o scară validată la nivel transnațional pentru a crea un o bază echitabilă pentru comparații și sinteza cunoștințelor existente. În plus, eforturile de dezvoltare la scară ar trebui să ia în considerare impactul proprietății scalei privind direcția și puterea rezultatelor. După cum s-a argumentat mai devreme, ancorarea unei scale pe importantă (adică poli – „nu este important” și „foarte important”) poate să nu fie echivalent cu ancorarea în dificultate/obstacol (adică stâlpi – „nu împiedică” și „împiedică puternic”). Mai departe, sensul itemilor de scară este subordonat considerentelor lexicale. Pentru De exemplu, adăugarea termenului „lipsa” la o barieră creează percepția că este legat de resurse.

În cele din urmă, cercetătorii ar trebui să abandoneze litania dihotomică (de ex orientarea spre export, strategia de extindere a pieței, nivelul de implicare) și

²⁷ Unii cercetători IB (de exemplu, Doh, 2017) susțin cercetarea bazată pe fenomene.

²⁸ A se vedea, de exemplu, lucrarea recentă a lui Crick și Crick (2016) privind prima comandă de export.

Tabelul 9

Subiecte propuse pentru cercetări viitoare.

Zona tematică	Subiect propus
Factori ai barierelor la export	Legă tura dintre natura firmei (de exemplu, agilitate, ambidextră, slabă) și barierele la export
Date demografice ale firmelor	Impactul statutului/reputației organizaționale asupra barierelor la export
Caracteristicile întreprinderii de export	Legă tura politice pe piața de origine sau gazdă și bariere la export
	Efectul capacităților tehnologice superioare (de exemplu, în generarea de informații de comunicare, logistică) asupra barierelor la export
	Cum se aplică „efectele imigranților” barierelor la export
	Legă tura dintre dispersia pieței (adică concentrare-dispersie) și barierele la export
Factori de management	Legă tura dintre calitatea relației (adică exportator-importator) și barierele la export
	Posesia unei mentalități globale și influența barierelor la export
	Locul de control managerial (de exemplu, intern sau extern) are un impact asupra barierelor la export
	Legă tura dintre orientarea internațională și bariere
	Relația dintre cunoașterea managerială și barierele la export
Factori de mediu și operaționali	Schimbările în obiceiurile, normele și valorile afacerilor și impactul acestora asupra barierelor la export
	Barriere la export și start-up-uri virtuale (bazate pe lanțuri de blocuri) și firme fără granițe
Mediul de comerț internațional	Legă tura dintre ostilitatea/turbulența mediului și barierele la export
	Modul în care politicile economice (de exemplu, comerțul și cursul de schimb) influențează barierele la export
	Efectul unei recesiuni economice (GFC, recesiune, austeritate) asupra barierelor la export
	Cum afectează golurile instituționale (în special pe piețele emergente) barierele la export
Rezultatele barierelor la export	Efectul barierelor la export asupra identificării/discoperirii oportunităților internaționale
Piețe/opportunități internaționale	Rolul pe care îl joacă barierele în selecția pieței internaționale
Strategia internațională	Modul în care barierele la export influențează produsul, prețurile, distribuția și strategia de promovare
Performanță internațională	Revizuirea relației dintre barierele la export și performanța la export
	Factori care mediază/moderează relația dintre bariere și performanță
Grupuri și tipuri de bariere	
Categorii	Testarea empirică a noțiunii de bariere la export ca pasive
	Dezvoltarea unei abordări bazate pe teorie și parcimonioasă pentru clasificarea barierelor la export
Cântare	Efectul polilor, ancorelor și limbajului în dezvoltarea scărilor
	Validarea transnațională a barierelor de export
Teorii/modele/cadre	
Aplicarea cunoștințelor din cadrul IB	Cum se adaugă orientarea antreprenorială internațională la discursul barierelor la export
	Încorporarea fenomenului de internaționalizare timpurie/rapidă (adică născuți la nivel global și noi întreprinderi internaționale) în barierele la export
	Barriere la export și conceptul de capabilități dinamice
	Cum explică capacitatea de absorbție influența barierelor la export
	Teoria rețelelor ca prismă
Extinderea cunoștințelor dincolo de IB	Știința confuză și inconsecvențele în cercetarea barierelor la export
	Barriere la export și procesarea informațiilor umane (adică cunoașterea și afectul)

scale cu un singur articol (ex. experiență internațională, intensitate export), în favoarea de mări multiple de articole. De exemplu, „piața de export” validată scara de orientare ar trebui să îmbunătățească cercetarea privind expansiunea pieței strategice sau orientare spre export.

6.6. Teorii ale barierelor la export

Deși a existat un anumit sprijin pentru cele patru explicite (adică internaționalizarea incrementală, instituțională, de rețea și bazată pe resurse) teoriile barierelor la export, contribuțiile la teorie lipsesc. Într-adevăr, este o parodie a corpului de cunoștințe despre internaționalizare pe care modelul scenic mult defăimat este paradigma preeminentă pentru explorare influența barierelor la export. Cercetarea barierelor la export ar trebui să prospere din adoptarea perspectivelor de internaționalizare susținute de Antreprenariat internațional (IE). Ele cuprind constructe/paradigme cum ar fi capacitatea de absorbție, cauzalitatea, capacitatea țile dinamice, efectul, orientarea antreprenorială internațională (IEO) și crearea de sens. De exemplu, se poate presupune că tendința proactivă, inovatoare și de asumare a riscurilor asociată cu IEO are o influență negativă asupra barierelor de export. Fluxul de cercetare în plină dezvoltare asupra timpurii, rapide și internaționalizare non-secvențială, sinonimă cu constructele „international new venture” și „născut-global”, ar trebui să contribuie la discursul barierelor la export.²⁹

Dincolo de IE, mai multe lentile teoretice pot îmbogăți cercetarea barierelor la export. Pluta de constatări neconcludente, cer alte explicații decât ce oferă literatura existentă. S-ar putea să o facă internaționalizarea

nu se pretează la alegeri raționale (cu privire la selecția pieței, nivelurile de implicare și intensitatea exportului printre alte elemente), în care cazul descrierea lui Lindbloom (1959) a științei confuză rii devine relevantă? Această perspectivă nu este lipsită de merite luând în considerare legătura dintre internaționalizare și confuzie (vezi Schweizer, 2012). Testarea empirică a teoriilor implicite ale barierelor la export (adică atribuirea și raționalizarea) este o prioritate. Acest lucru necesită profilarea factorilor de decizie și adoptarea de trăsături și atribute ca proxy pentru elemente precum locusul controlului și prejudecățile de atribuire.

6.7. Limitări

Abordarea sistematică folosită pentru a descoperi literatura relevantă, nu exclude existența unor studii suplimentare relevante pentru aceasta revizuire. Rezultatele provin din agregarea prin numărarea voturilor. Votul numărării este rudimentară și fură această revizuire sistematică a capacității pentru a declara concluziile cu mai multă autoritate. În cel mai bun caz, conturează direcția și frecvența cu care apar relații semnificative statistice, a departe de dimensiunile reale ale efectului. Împotriva unei abordări de numărare a voturilor o meta-analiză a mării efectului, demonstrează superioritatea acestuia din urmă metoda în capacitatea sa de a diseca rezultate „neconcludente” sau „contradictorii” (vezi Stanley, 2001). Astfel, este de imaginat proporția de constatări neconcludente și contradictorii ar fi fost mai mic, a fost utilizată o metodă de mări a efectului. Deoarece agregarea bazată pe numărarea voturilor nu depășește frecvența asocierii, cititorul ar trebui să recunoască că această sinteză ar putea fi nepotrivită pentru a fi realizată inferență causală. Astfel, din punctul de vedere al „ierarhiilor dovezilor”, aceasta este oarecum sub „asamblarea întregii greutăți științifice a domeniului cunoștințe” (Rousseau et al., 2008).

²⁹ Vezi Oviatt și McDougall (1994).

Cu toate acestea, revizuirea sistematică a adunat și sintetizat literatura fragmentată despre factorii asociați cu barierele la export. Lacunele conceptuale și metodologice sugerează că academicienii și practicienii pot fi predispuși la utilizarea excesivă a cercetării cu constatări limitate și neconcludente. ³⁰ Revizuirea susține noi cercetări de stabilire a teoriei și studii replicative pentru a ajuta la crearea unui corp de cunoștințe convingător. Ea cere o asimilare, în cadrul discursului barierei la export, a fenomenului de internaționalizare timpurie, rapidă și nesecvențială. De exemplu, care este legătura dintre barierele la export și nivelurile de „globalitate născută”? De asemenea, sunt necesare noi cercetări pentru a explora, într-un context mai profund, efectul asupra barierei la export, al factorilor manageriali și al mediului de afaceri global.

Anexa A. Date suplimentare

Date suplimentare asociate cu acest articol pot fi găsite, în

versiune online, la <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2018.04.008>.

Referințe

- Aaby, N.-E., & Slater, SF (1989). Influențe ale managementului asupra performanței la export: O revizuire a literaturii empirice 1978–1988. *Revista de marketing internațional*, 6(4), 7–26.
- Adu-Gyamfi, N., & Korneliusen, T. (2013). Antecedente ale performanței la export: Cazul unei piețe emergente. *Jurnalul Internațional al Piețelor Emergente*, 8(4), 354–372.
- Al-Aali, A. (1995). Obstacole cu care se confruntă exportatorii de alimente și produse chimice din Arabia Saudită. *Jurnalul Internațional de Comerț și Management*, 5(3), 17–31.
- Al-Hyari, K., Al-Weshah, G. și Alnsour, M. (2012). Bariere în calea internaționalizării rii în IMM-uri: dovezi din Jordania. *Marketing Intelligence & Planning*, 30(2), 188–211.
- Albaum, G. (1983). Eficacitatea asistenței guvernamentale la export pentru producătorii mai mici din SUA: câteva dovezi suplimentare. *International Marketing Review*, 1(1), 68–75.
- Altıntaş, H.M., Tokol, T., & Harcar, T. (2007). Efectele barierei la export asupra performanței percepute la export: o cercetare empirică asupra IMM-urilor din Turcia. *EuroMed Journal of Business*, 2(1), 36–56.
- Andersen, O., & Kheam, LS (1998). Teoria bazată pe resurse și strategiile de creștere internațională: un studiu explorator. *International Business Review*, 7(2), 163–184.
- Aranz, N. și de Arroyabe, JCF (2009). **Procesul de internaționalizare a strategiilor, tranzacțiilor și barierei la export** al firmelor mici spaniole. *International Small Business Journal*, 27(4), 420–441.
- Arteaga-Ortiz, J., & Fernández-Ortiz, R. (2010). De ce nu folosim aceeași scară de măsurare a barierei la export? O analiză empirică în întreprinderile mici și mijlocii. *Journal of Small Business Management*, 48(3), 395–420.
- Awan, MA (2011). Relația dintre utilizarea internetului și percepția barierei la export cu care se confruntă micile afaceri exportatoare din țările în curs de dezvoltare. *Journal of Internet Commerce*, 10(2), 144–161.
- Barker, AT, & Kaynak, E. (1992). O investigație empirică a diferențelor dintre exportatorii inițiatori și cei care continuă. *Jurnalul European de Marketing*, 26(3), 27–36.
- Barnes, BL, Chakrabarti, R. și Palihawadana, D. (2006). Investigarea exportului activității de marketing a IMM-urilor care operează pe piețele internaționale de să nă tate. *Journal of Medical Marketing*, 6(3), 209–221.
- Barney, JB (1991). Resurse ferme și avantaj competitiv susținut. *Jurnalul de Management*, 17(1), 99–120.
- Barney, JB (2001). Teorii bazate pe resurse ale avantajului competitiv: o retrospectivă de zece ani asupra viziunii bazată pe resurse. *Journal of Management*, 27(6), 643–650.
- Barrett, NJ și Wilkinson, IF (1985). Stimularea exporturilor: un studiu de segmentare a problemelor de export ale firmelor de producție australiene. *Jurnalul European de Marketing*, 19(2), 53–72.
- Bates, T. (1997). Finanțarea creșterii de întreprinderi mici: cazul antreprenorilor imigranți chinezi și coreeni. *Journal of Business Venturing*, 12(2), 109–124.
- Baum, M., Schwens, C. și Kabst, R. (2013). Noile aventuri internaționale, spre deosebire de noile aventuri interne: rolul de moderator al barierei la export în calea internaționalizării rii. *International Small Business Journal*, 31(5), 536–562.
- Bell, J. (1997). Un studiu comparativ al problemelor de export ale micilor exportatori de software de calculator din Finlanda, Irlanda și Norvegia. *International Business Review*, 6(6), 585–604.
- Bennett, R. (1997). Marketingul pentru export și experiențele pe internet de utilizare a site-urilor web și percepția barierei la export în rândul întreprinderilor din Marea Britanie. *International Marketing Review*, 14(5), 1–11.
- Bianchi, C., & Wickramasekera, R. (2013). Un studiu exploratoriu al factorilor care sporesc și inhibă creșterea exporturilor în industria vinului din Chile. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 25(2), 85–102.
- Bilkey, WJ, & Tesar, G. (1977). Comportamentul de export al firmelor de producție din Wisconsin de dimensiuni mai mici. *Journal of International Business Studies*, 8(1), 93–98.
- Bilkey, WJ (1978). O încercare de integrare a literaturii despre comportamentul de export al firmelor. *Journal of International Business Studies*, 9(1), 33–46.
- Bjarnason, A., Marshall, D. și Eyyjólfsson, EB (2015). Bariere și probleme la export asociate cu exportul de produse marine islandeze în condiții de export sau moarte. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 27(4), 290–310.
- Bushman, BJ și Wang, MC (2009). Proceduri de numărare rare a voturilor în meta-analiză. În H. Cooper, LV Hedges și J Valentine (eds.), *Manualul de sinteză și metaanaliza cercetării* (pp. 207–220). (ediția a II-a). New York: Fundația Russell Sage.
- Cadogan, JW, Diamantopoulos, A., & De Mortanges, CP (1999). O măsură orientată spre piața de export: dezvoltarea la scară și validarea interculturală. *Journal of International Business Studies*, 30(4), 689–707.
- Cahen, FR, Lahiri, S. și Borini, FM (2016). Percepțiile manageriale asupra barierei la export în calea internaționalizării: o examinare a noilor firme bazate pe tehnologie din Brazilia. *Journal of Business Research*, 69(6), 1973–1979.
- Campbell, AJ (1996). Efectele barierei interne ale firmelor asupra comportamentului de export al firmelor mici în mediul de liber schimb. *Journal of Small Business Management*, 34(3), 50–58.
- Canabal, A. și White, GO (2008). Cercetare în modul de intrare: trecut și viitor. *International Business Review*, 17(3), 267–284.
- Cavusgil, ST (1984). Diferențele între firmele exportatoare în funcție de gradul lor de internaționalizare. *Journal of Business Research*, 12(2), 195–208.
- Cavusgil, ST, Deligonul, S., & Yaprak, A. (2005). Marketingul internațional ca domeniu de studiu: o evaluare critică a dezvoltării anterioare și o privire înaintea. *Journal of International Marketing*, 13(4), 1–27.
- Chabowski, B., Kecec, P., Morgan, NA, Hult, GTM, Walkowiak, T. și Runnalls, B. (2018). O evaluare a literaturii de export: Utilizarea teoriei și a datelor pentru a identifica direcțiile viitoare de cercetare. *Journal of International Marketing*, 26(1), 118–143.
- Chen, J., Sousa, CMP și He, X. (2016). Determinanții performanței la export: o revizuire a literaturii 2006–2014. *International Marketing Review*, 33(5), 626–670.
- Cheong, WK și Chong, KW (1988). Comportamentul de export al firmelor mici din Singapore. *International Small Business Journal*, 6(2), 34–41.
- Cherepanov, V., Feddersen, T., & Sandroni, A. (2013). Raționalizarea. *Theoretic Economics*, 8(3), 775–800.
- Christensen, CH, Da Rocha, A., & Gertner, RK (1987). O investigație empirică a factorilor care influențează succesul exportator al firmelor braziliene. *Journal of International Business Studies*, 18(3), 61–77.
- Coviello, NE și Munro, HJ (1995). Creșterea firmei antreprenoriale: Rețele pentru dezvoltarea pieței internaționale. *Jurnalul European de Marketing*, 29(7), 49–61.
- Coviello, N., & Munro, H. (1997). Relațiile de rețea și procesul de internaționalizare al firmelor mici de software. *International Business Review*, 6(4), 361–386.
- Covin, JG și Miller, D. (2014). Orientare antreprenorială internațională: Considerații conceptuale, teme de cercetare, probleme de măsurare și direcții viitoare de cercetare. *Teoria și practica antreprenorială*, 38(1), 11–44.
- Crick, D. și Chaudhry, S. (1997). Motivele întreprinderilor mici pentru export: efectul internaționalizării rii. *Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science*, 3(3), 156–170.
- Crick, D., Al Obaidi, M., & Chaudhry, S. (1998). Obstacole percepute ale exportatorilor din Arabia Saudită de produse non-petrolere. *Journal of Marketing Practice: Applied Marketing Science*, 4(7), 187–199.
- Crick, D. (2002). Decizia de a întrerupe exportul: IMM-uri din două sectoare comerciale din Regatul Unit. *Journal of Small Business Management*, 40(1), 66–77.
- Crick, D. (2004). Decizia IMM-urilor din Regatul Unit de a întrerupe exportul: o investigație exploratorie a practicilor din industria de îmbrăcăminte. *Journal of Business Venturing*, 19(4), 561–587.
- Crick, D. și Chaudhry, S. (2000). Barierele percepute de exportatorii de produse agricole din Regatul Unit și cerințele de asistență guvernamentală. *Marketing Intelligence & Planning*, 18(1), 30–38.
- Crick, D. și Crick, J. (2016). Prima comandă de export: o inovație de marketing revizuită. *Journal of Strategic Marketing*, 24(2), 77–89.
- Crick, D. (2007). Barierele IMM-urilor în calea internaționalizării rii și cerințele de asistență în Marea Britanie: diferențe între exportatori și firme care folosesc mai multe moduri de intrare pe piață. *Journal of Small Business & Entrepreneurship*, 20(3), 233–244.
- Czinkota, MR și Johnston, WJ (1981). Segmentarea firmelor din SUA pentru dezvoltarea exporturilor. *Journal of Business Research*, 9(4), 353–365.
- Czinkota, MR și Ursic, ML (1983). Impactul așteptărilor de creștere a exporturilor asupra mai micilor firme. *International Marketing Review*, 1(2), 26–33.
- Czinkota, MR, & Ursic, M. (1991). Clasificarea firmelor exportatoare în funcție de vânzare și creștere într-o matrice de acțiuni. *Journal of Business Research*, 22(3), 243–253.
- Da Rocha, A., Freitas, Y., & Da Silva, J. (2008). Se schimbă barierele percepute în timp? Un studiu longitudinal al exportatorilor brazilieni de produse manufacturate. *Latin American Business Review*, 9(1), 102–108.
- Da Silva, P., & da Rocha, A. (2001). Percepția barierei la export în calea Mercosur de către firmele braziliene. *International Marketing Review*, 18(6), 589–611.
- Dean, DL, Mengüç, B. și Myers, CP (2000). Revizuirea caracteristicilor firmei, a strategiei și a relației de performanță la export: un studiu al literaturii de specialitate și o investigație a firmelor de producție mici din Noua Zeelandă. *Industrial Marketing Management*, 29(5), 461–477.
- Dhanaraj, C. și Beamish, PW (2003). O abordare bazată pe resurse pentru studiul performanței la export. *Journal of Small Business Management*, 41, 242–261.
- Diamantopoulos, A., Schlegelmilch, BB, & Allpress, C. (1990). Cercetarea de marketing la export în practică: o comparație între utilizatori și non-utilizatori. *Journal of Marketing Management*, 6(3), 257–273.
- Dochy, F., Segers, M., Van den Bossche, P., & Gijbels, D. (2003). Efectele învățării bazate pe probleme: o meta-analiză. În v. țare și instruire, 13(5), 533–568.
- Eshghi, A. (1992). Incoerență atitudine-comportament în export. *Marketing International Review*, 9(3), 40–61.
- Doern, R. (2009). Investigarea barierei la export în calea creșterii și dezvoltării IMM-urilor în medii de tranziție: o critică și sugestii pentru dezvoltarea metodologiei. *International Small Business Journal*, 27(3), 275–305.
- Doh, J. (2017). Cercetarea bazată pe fenomene în afaceri internaționale: Making IB relevant

³⁰ A se vedea Rousseau et al. (2008) pentru geneza acestui argument.

- din nou. AIB Insights, 17(2), 14–16.
- Fernhaber, SA, McDougall, PP și Oviatt, BM (2007). Explorarea rolului structurii industriei în internaționalizarea noilor întreprinderi. Teoria și practica antreprenoriatului, 31(4), 517–542.
- Fillis, I. (2002). Bariere în calea internaționalizării: o investigație a micro întreprinderii artisanale. Jurnalul European de Marketing, 36(7/8), 912–927.
- Forsgren, M. (2002). Conceptul de învățare în modelul procesului de internaționalizare Uppsala: o revizuire critică. International Business Review, 11(3), 257–277.
- Freeman, S., Edwards, R. și Schroder, B. (2006). Cum folosesc firmele născute globale mai mici rețele și alianțe pentru a depăși și constrângerile din calea internaționalizării rapide. Journal of International Marketing, 14(3), 33–63.
- Ghauri, P., Lutz, C., & Tesfom, G. (2003). Utilizarea rețelelor pentru a rezolva problemele de export-marketing ale firmelor mici și mijlocii din țările în curs de dezvoltare. Jurnalul European de Marketing, 37(5/6), 728–752.
- Glass, GV (1976). Primar, secundar și meta-analiză a cercetării. **Cercetătorii** în educație, 5(10), 3–8.
- Greenhalgh, T., Robert, G., Macfarlane, F., Bate, P., Kyriakidou, O., & Peacock, R. (2005). Povești ale cercetării în difuzarea inovației: O abordare meta-narativă a revizuirii sistematice. Social Science & Medicine, 61(2), 417–430.
- Gripsrud, G. (1990). Factorii determinanți ai deciziilor de export și atitudinilor către o distanță piață: exporturile norvegiene de pește în Japonia. Journal of International Business Studies, 21(3), 469–485.
- Groke, PO și Kreidle, JR (1967). Exportul de ce sau de ce nu? Atitudine managerială și acțiune pentru firmele de afaceri mai mici. Business & Society, 8(1), 7–12.
- Hamill, J. (1997). Internetul și marketingul internațional. Marketing International Review, 14(5), 300–323.
- Hedges, LV, & Olkin, I. (1980). Metode de numărare a voturilor în sinteza cercetării. *Buletinul psihologic*, 88(2), 359–369.
- Heider, F. (1958). Psihologia relațiilor interpersonale. Hillsdale, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates Inc.
- Holden, AC (1986). Întreprinderile mici pot comercializa în Europa: rezultate dintr-un sondaj al exportatorilor din SUA. Journal of Small Business Management, 24(1), 22–29.
- Hornby, G., Goulding, P. și Poon, S. (2002). Percepții despre barierele la export și problemele culturale: experiența de comerț electronic pentru IMM-uri. Journal of Electronic Commerce Research, 3(4), 213–226.
- Ibeh, KI și Young, S. (2001). Exportul ca act antreprenorial: un studiu empiric al firme nigeriene. Jurnalul European de Marketing, 35(5/6), 566–586.
- Johnson, DP (2008). Teoria sociologică contemporană: O abordare integrată pe mai multe niveluri. New York: Springer.
- Johanson, J. și Mattsson, LG (1988). Internaționalizarea în sistemele industriale – a abordare în rețea. În N. Hood, & J.-E. Vahlne (eds.). Strategii în competiția globală. Beckham: Croom Helm.
- Johanson, J. și Vahlne, JE (1977). Procesul de internaționalizare a firmei – un model de dezvoltare a cunoștințelor și angajamente în creștere pe piața externă. Journal of International Business Studies, 8(1), 23–32.
- Johanson, J. și Vahlne, JE (2009). Modelul procesului de internaționalizare Uppsala revizuit: de la răspunderea străinilor la răspunderea străinilor. Journal of International Business Studies, 40(9), 1411–1431.
- Johanson, J. și Wiedersheim-Paul, F. (1975). Internaționalizarea firmei – patru cazuri suedeze. Journal of Management Studies, 12(3), 305–323.
- Jones, O. și Gatrell, C. (2014). Editorial: Viitorul scrisului și al recenziilor pentru IJMR. International Journal of Management Reviews, 16(3), 249–264.
- Jones, E. (1908). Raționalizarea în viața de zi cu zi. Jurnalul de psihologie anormală, 3(3), 161–169.
- Jones, HR (1980). Degajarea drumului pentru exportatori. Business Horizons, 23(5), 26–32.
- Julian, CC și Ahmed, ZU (2005). Impactul barierei în calea exportului asupra marketingului de export performanță. Journal of Global Marketing, 19(1), 71–94.
- Köksal, HM și Kettaneh, T. (2011). Probleme de export întâmpinate de țările și scăzute companii de producție performante: Un studiu comparativ. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 23(1), 108–126.
- Kahiya, ET (2017). Bariere la export ca pasive: înlocuitori aproape perfecti. european Business Review, 29(1), 61–102.
- Kahiya, ET și Dean, DL (2014). **Performanța exportului**: abordarea mai multor predictorii și mai multe măsuri. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 26(3), 378–407.
- Kahiya, ET și Dean, DL (2015). Bariere la export și încredere în afaceri: o examinare cvasi-longitudinală. Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics, 27(2), 294–323.
- Kahiya, ET și Dean, DL (2016). Etapele exportului și barierele la export: Revizuirea dezvoltării tradiționale a exporturilor. Thunderbird International Business Review, 58(1), 75–89.
- Kahiya, ET, Dean, DL și Heyl, J. (2014). Bariere la export într-un mediu instituțional și în schimbare: un studiu cvasi-longitudinal al exportatorilor de producție din Noua Zeelandă. Journal of International Entrepreneurship, 12(4), 331–364.
- Kahiya, ET (2013). Bariere la export și calea către internaționalizare: o comparație între întreprinderile convenționale și noile întreprinderi internaționale. Journal of International Entrepreneurship, 11(1), 3–29.
- Kaleka, A., & Katsikeas, CS (1995). Probleme legate de export: relevanța dezvoltării exporturilor. Journal of Marketing Management, 11(5), 499–515.
- Kaputa, V., Paluš, H. și Vlosky, R. (2016). Bariere pentru firmele de prelucrare a lemnului la intrarea pe piețele externe: un studiu de caz în Slovacia. Jurnalul European de Lemn și Produse din Lemn, 74(1), 109–122.
- Karafakioglu, M. (1986). Activități de export ale producătorilor turci. International Marketing Review, 3(4), 34–43.
- Karagozoglu, N., & Lindell, M. (1998). Internaționalizarea firmelor mici și mijlocii bazate pe tehnologie: un studiu exploratoriu. Journal of Small Business Management, 36(1), 44–59.
- Kassarjian, HH (1997). Analiza de conținut în cercetarea consumatorilor. Jurnalul Consumatorului
- Cercetare, 4(1), 8–18.
- Katsikeas, CS (1994). Metode percepute la export și implicarea exporturilor: cazul producătorilor-exportatori greci. Journal of Global Marketing, 7(4), 29–58.
- Katsikeas, CS și Leonidou, LC (1996). Strategia de extindere a pieței de export: diferențe între concentrarea pieței și răspândirea pieței. Journal of Marketing Management, 12(1-3), 113–134.
- Katsikeas, CS și Morgan, RE (1994). Diferențele de percepție cu privire la problemele de export pe baza dimensiunii firmei și a experienței pe piața de export. Jurnalul European de Marketing, 28(5), 17–35.
- Katsikeas, CS, Piercy, NF și Ioannidis, C. (1996). Determinanții ai performanței la export în context european. Jurnalul European de Marketing, 30(6), 6–35.
- Katsikeas, CS, Leonidou, LC și Morgan, NA (2000). **Evaluarea performanței la export la nivel de firmă**: revizuire, evaluare și dezvoltare. Journal of the Academy of Marketing Science, 28(4), 493–511.
- Kaynak, E., & Kothari, V. (1984). Comportamentul la export al producătorilor mici și mijlocii: Câteva linii directoare de politică pentru agenții de marketing internaționali. Management International Review, 24(2), 61–69.
- Kedia, BL, & Chhokar, J. (1986). Factori care inhibă performanța la export a firmelor: o investigație empirică. Management International Review, 26(4), 33–43.
- Keng, SK și Juan, ST (1989). Diferențele între firmele mici și mijlocii exportatoare și cele neexportatoare: natură sau hrănire. International Marketing Review, 6(4), 27–39.
- Knight, GA și Cavusgil, ST (2004). Inovație, capacitate organizațională și firma globală născută. Journal of International Business Studies, 35(2), 124–141.
- Korneliusson, T., & Blasius, J. (2008). Efectele distanței culturale, ale acordurilor de liber schimb și ale protecționismului asupra barierei percepute la export. Journal of Global Marketing, 21(3), 217–229.
- Korth, CM (1991). Bariere manageriale în calea exporturilor SUA. Business Horizons, 34(2), 18–26.
- Krippendorff, K. (1989). Analiza conținutului. În E. Barnouw, G. Gerbner, W. Schramm, TL Worth, & L. Gross (Vol. Eds.), Enciclopedia internațională a comunicării: 1, (pp. 403–407). New York, NY: Oxford University Press.
- Kwon, Y.-C., & Hu, MY (1996). **Analiza comparativă a deciziilor de intrare pe piața externă ale firmelor orientate spre export și cele străine orientate spre producție: un răspuns**. Management International Review, 36(4), 371–379.
- Leonidou, LC și Katsikeas, CS (1996). Procesul de dezvoltare a exporturilor: o revizuire integrativă a modelelor empirice. Journal of International Business Studies, 27(3), 517–551.
- Leonidou, LC și Katsikeas, CS (2010). Evaluarea integrativă a exportului de articole de cercetare în reviste de afaceri în perioada 1960–2007. Journal of Business Research, 63(8), 879–887.
- Leonidou, LC, Katsikeas, CS și Piercy, NF (1998). Identificarea influențelor manageriale asupra exportului: cercetări din trecut și direcții viitoare. Journal of International Marketing, 6(2), 74–102.
- Leonidou, LC, Katsikeas, CS și Samiee, S. (2002). Determinanții strategiei de marketing ai performanței la export: o meta-analiză. Journal of Business Research, 55(1), 51–67.
- Leonidou, LC, Katsikeas, CS și Coudounaris, DN (2010). Cinci decenii de cercetare în afaceri în domeniul exportului: o analiză bibliografică. Journal of International Management, 16(1), 78–91.
- Leonidou, LC, Samiee, S., Aykol, B. și Talias, MA (2014). Antecedente și rezultate ale calității relației exportator-importator: sinteză, meta-analiză și direcții pentru cercetări ulterioare. Journal of International Marketing, 22(2), 21–46.
- Leonidou, LC (1995a). Cercetare de stimulare a exporturilor: revizuire, evaluare și integrare. International Business Review, 4(2), 133–156.
- Leonidou, LC (1995b). Bariere la export: percepțiile non-exportatorilor. International Marketing Review, 12(1), 4–25.
- Leonidou, LC (1995c). Cercetarea empirică asupra barierei la export: revizuire, evaluare și sinteză. Journal of International Marketing, 3(1), 29–43.
- Leonidou, LC (1998). Determinanți organizaționali ai exportului: perspective conceptuale, metodologice și empirice. Management International Review, 38(1), 7–52.
- Leonidou, LC (2000). Bariere în calea managementului exporturilor: o analiză organizațională și de internaționalizare. Journal of International Management, 6(2), 121–148.
- Leonidou, LC (2004). O analiză a barierei care împiedică dezvoltarea exporturilor în întreprinderile mici. Journal of Small Business Management, 42(3), 279–302.
- Li, M., He, X. și Sousa, CM (2016). O revizuire a cercetării empirice privind selecția canalelor de export între 1979 și 2015. International Business Review, 25(1), 303–323.
- Lindbloom, CE (1959). Știința în curcuburii. Revizuirea administrației publice, 19(2), 79–88.
- MacGarvie, M. (2006). **Învață firmele din comerțul internațional?** Review of Economics and Statistics, 88(1), 46–60.
- Mahone, CE și Choudhury, PK (1995). Producători și comercianți de dimensiuni mici și mijlocii. Multinational Business Review, 3(2), 17–26.
- Manolova, TS, Manev, IM și Gyoshev, BS (2010). În companie bună: Rolul rețele personale și inter-firme pentru internaționalizarea noilor întreprinderi într-o economie în tranziție. Journal of World Business, 45(3), 257–265.
- Martineau, C., & Pastoriza, D. (2016). Implicarea internațională a IMM-urilor consacrate: o revizuire sistematică a antecedentelor, rezultatelor și moderatorilor. International Business Review, 25(2), 458–470.
- Matanda, MJ și Freeman, S. (2009). Efectul incertitudinii de mediu percepute asupra relațiilor inter-organizaționale exportator-importator și îmbunătățirea performanței la export. International Business Review, 18(1), 89–107.
- Mavrogiannis, M., Bourlakis, MA, Dawson, PJ și Ness, MR (2008). Evaluarea performanței la export în industria alimentară și a băuturilor din Grecia: O abordare integrată a modelului de ecuație structurală. British Food Journal, 110(7), 638–654.
- Milanzi, MA (2012). Percepțiile barierei la export în Tanzania: influența rețelelor sociale. Journal of African Business, 13(1), 29–39.
- Mittelstaedt, JD, Harben, GN și Ward, WA (2003). Cât de mic este prea mic? Dimensiunea firmei ca o barieră în calea exportului din Statele Unite. Jurnalul de management al afacerilor mici,

- 41(1), 68–84.
- Moini, AH (1997). Bariere care inhibă performanțele de export ale întreprinderilor mici și mijlocii firmele producătoare. *Journal of Global Marketing*, 10(4), 67–93.
- Morgan, RE (1997). Stimuli la export și bariere la export: dovezi din studiul empiric al studiilor de caz. *European Business Review*, 97(2), 68–79.
- Morgan, RE și Katsikeas, CS (1998). Problemele de export ale producătorilor industriali. *Industrial Marketing Management*, 27(1), 161–176.
- Morgan, RE (1999). Determinanții de mediu ai procesului decizional de export: Probleme conceptuale privind piața internă. *European Business Review*, 99(5), 323–331.
- Naidu, GM și Rao, TR (1993). Promovarea exporturilor în sectorul public: O bază bazată pe nevoi abordare. *Journal of Business Research*, 27(1), 85–101.
- North, DC (1990). Instituții, schimbare instituțională și performanță economică. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- O'Grady, S., & Lane, HW (1996). Paradoxul distanței psihice. *Journal of International Business Studies*, 27(2), 309–333.
- Oesterle, MJ și Wolf, J. (2011). 50 de ani de evaluare internațională a managementului și IB/ cercetare IM. *Management International Review*, 51, 735–754.
- Oviatt, BM și McDougall, PP (1994). Spre o teorie a noilor întreprinderi internaționale. *Journal of International Business Studies*, 25(1), 45–64.
- Paul, J., Parthasarathy, S. și Gupta, P. (2017). Provocările de export ale IMM-urilor: o revizuire și o agendă de cercetare viitoare. *Journal of World Business*, 52(3), 327–342.
- Pawson, R., Greenhalgh, T., Harvey, G. și Walshe, K. (2005). Recenzie realistă – o nouă metoda de revizuire sistematică concepută pentru intervenții politice complexe. *Journal of Health Services Research & Policy*, 10(1), 21–34.
- Peng, MW, Wang, DYL și Jiang, Y. (2008). O viziune bazată pe instituție a strategiei internaționale de afaceri: un accent pe economiile emergente. *Journal of International Business Studies*, 39(5), 920–936.
- Peng, MW (2001). Viziunea bazată pe resurse și afaceri internaționale. *Jurnalul de Management*, 27(6), 803–829.
- Petersen, B., Welch, LS și Liesch, PW (2002). Internetul și extinderea pieței externe de către firme. *Management International Review*, 42(2), 207–221.
- Pinho, JC și Martins, L. (2010). **Bariere la export: informații de la exportatorii și neexportatorii portughezi mici și mijlocii**. *Journal of International Entrepreneurship*, 8(3), 254–272.
- Pinney, JK (1971). Obstacole în calea comerțului exterior a 209 producători din Indiana. raport pregăt pentru divizia de comerț internațional a departamentului de comerț din Indiana.
- Porto, GG (2005). Bariere informale la export și sărăcie. *Jurnalul Internațional Economic*, 66(2), 447–470.
- Rabino, S. (1980). O examinare a barierelor în calea exportului întălnite de micile companii producătoare. *Management International Review*, 20(1), 67–73.
- Ramaseshan, B. și Soutar, GN (1996). Efectele combinate ale stimulentei și barierelor asupra deciziilor de export ale firmelor. *International Business Review*, 5(1), 53–65.
- Ramaswamy, K. (2001). Proprietatea organizațională, intensitatea concurențială și performanța firmei: un studiu empiric al sectorului de producție indian. *Strategic Management Journal*, 22(10), 989–998.
- Ribau, CP, Moreira, AC și Raposo, M. (2016). Cercetare de internaționalizare a IMM-urilor: Cartografierea stadiului tehnicii. *Jurnalul canadian de științe administrative*. <http://dx.doi.org/10.1002/cjas.1419> în curs de apariție.
- Rousseau, DM, Manning, J., & Denyer, D. (2008). Dovezi în management și știință organizațională: adunarea întregii ponderi a cunoștințelor științifice a domeniului prin sinteze. *Academy of Management Annals*, 2(1), 475–515.
- Saeed, A. și Vincent, O. (2011). Obstacole financiare în calea exportului firmelor: Perspectivă dintr-o țară în curs de dezvoltare. *Journal of Transnational Management*, 16(4), 204–220.
- Sarasvathy, SD (2001). Cauzări și efect: către o schimbare teoretică de la inevitabilitatea economică la contingenta antreprenorială. *Academy of Management Review*, 26(2), 243–263.
- Schlegelmilch, BB (1986). Controlul influențelor specifice țării și specifice industriei asupra comportamentului de export. *Jurnalul European de Marketing*, 20(2), 54–71.
- Schweizer, R. (2012). Procesul de internaționalizare a IMM-urilor: un proces de confuzie. *Journal of Business Research*, 65(6), 745–751.
- Sharkey, TW, Lim, JS și Kim, KI (1989). Dezvoltarea exporturilor și barierele percepute la export: o analiză empirică a firmelor mici. *Management International Review*, 29(2), 33–40.
- Sharma, DD și Blomstermo, A. (2003). Procesul de internaționalizare a globalității țării: o viziune de rețea. *International Business Review*, 12(6), 739–753.
- Shaw, V. și Darroch, J. (2004). Bariere în calea internaționalizării: un studiu al enoilor întreprinderi treprenoriale în Noua Zeelandă. *Journal of International Entrepreneurship*, 2(4), 327–343.
- Shoham, A., & Albaum, GS (1995). Reducerea impactului barierelor în calea exportului: A perspectiva managerială. *Journal of International Marketing*, 3(4), 85–105.
- Shorr, JE (1954). O analiză a raționalizării și explicațiilor comportamentului testului. *Journal of Clinical Psychology*, 10(1), 29–34.
- Silva, JR, Franco, M. și Magrinho, A. (2016). Investigarea empirică a efectelor tipului de industrie și a dimensiunii firmei asupra barierelor la export. *Journal of Business Economics and Management*, 17(6), 1052–1065.
- Simpson, CL, & Kujawa, D. (1974). Procesul de decizie de export: o anchetă empirică. *Journal of International Business Studies*, 5(1), 107–117.
- Singh, JV, Tucker, DJ și House, RJ (1986). Legitimitatea organizațională și răspunderea de nouitate. *Administrative Science Quarterly*, 31(2), 171–193.
- Smith, D., Gregoire, P., & Lu, M. (2006). Percepțiile managerilor despre barierele la export: o perspectivă interculturală a firmelor de servicii. *Journal of Transnational Management*, 12(1), 51–68.
- Sousa, CMP, Martz nez-López, FJ și Coelho, F. (2008). Determinanții performanței la export: o trecere în revistă a cercetării din literatura de specialitate între 1998 și 2005. *International Journal of Management Reviews*, 10(4), 343–374.
- Stanley, TD (2001). Grău din pleavă: meta-analiză ca revizuire cantitativă a literaturii. *Jurnalul de perspective economice*, 15(3), 131–150.
- Suarez-Ortega, S. (2003). Bariere la export: perspective de la firmele mici și mijlocii. *International Small Business Journal*, 21(4), 403–419.
- Sullivan, D., & Bauerschmidt, A. (1989). Factori comuni care stau la baza barierelor în calea exportului: un studiu comparativ în industria hârtiei din Europa și din SUA. *Management International Review*, 29(2), 17–32.
- Sullivan, D., & Bauerschmidt, A. (1990). Internaționalizarea incrementală: un test al tezei lui Johanson și Vahlne. *Management International Review*, 30(1), 19–30.
- Tan, Q. și Sousa, CMP (2011). Cercetare privind prețurile de export: Încă se îndreaptă spre maturitate. *Journal of International Marketing*, 19(3), 1–35.
- Teecle, DJ, Pisano, G. și Shuen, A. (1997). Capabilități dinamice și oameni strategici ament. *Strategic Management Journal*, 18(7), 509–533.
- Tesar, G., & Moini, AH (1998). Studiu longitudinal al exportatorilor și neexportatorilor: Un accent pe întreprinderile de producție mai mici. *International Business Review*, 7(3), 291–313.
- Tesfom, G., & Lutz, C. (2006). O clasificare a problemelor de marketing la export ale firmelor de producție mici și mijlocii din țările în curs de dezvoltare. *Jurnalul Internațional al Piețelor Emergente*, 1(3), 262–281.
- Tesfom, G., Lutz, C., & Ghauri, P. (2006). Rezolvarea problemelor de export-marketing ale firmelor mici și mijlocii din țările în curs de dezvoltare: Dovezi din Eritreea. *Journal of African Business*, 7(1/2), 57–87.
- Tranfield, D., Denyer, D. și Smart, P. (2003). Către o metodologie pentru dezvoltarea cunoștințelor de management bazate pe dovezi prin intermediul revizuirii sistematice. *British Journal of Management*, 14(3), 207–222.
- Tseng, JY și Yu, CMJ (1991). Exportul de bunuri industriale în Europa: cazul marilor firme din Taiwan. *Jurnalul European de Marketing*, 25(9), 51–63.
- Uner, MM, Kocak, A., Cavusgil, E. și Cavusgil, ST (2013). Barierele în calea exportului variază pentru țările naționale scute la nivel global și în diferite etape de internaționalizare? O anchetă empirică pe piața emergentă din Turcia. *International Business Review*, 22(5), 800–813.
- Vissak, T. și Masso, J. (2015). Modele de export: Dezvoltarea tipologiei și aplicarea la Date estoniene. *International Business Review*, 24(4), 652–664.
- Welter, F. și Smallbone, D. (2011). Perspective instituționale asupra comportamentului antreprenorial în medii provocatoare. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 107–125.
- Wernerfelt, B. (1984). O viziune bazată pe resurse a firmei. *Jurnal de management strategic*, 5(2), 171–180.
- Westhead, P., Wright, M. și Ucbasaran, D. (2001). Internaționalizarea firmelor noi și mici: o viziune bazată pe resurse. *Journal of Business Venturing*, 16(4), 333–358.
- Wheeler, C., Ibeh, KIN și Dimitratos, P. (2008). Cercetarea performanței la export din Regatul Unit: revizuire și implicații. *International Small Business Journal*, 26, 207–239.
- Whitelock, J. și Jobber, D. (2004). O evaluare a factorilor externi în decizia firmelor industriale din Regatul Unit de a intra pe o nouă piață non-internă: un studiu exploratoriu. *Jurnalul European de Marketing*, 38(11/12), 1437–1455.
- Yaprak, A. (1985). Un studiu empiric al diferențelor dintre firmele mici exportatoare și neexportatoare din SUA. *International Marketing Review*, 2(2), 72–83.
- Zhao, S. (2016). Problema nealinierii constructive în educația internațională în afaceri: o abordare integrată în trei etape pentru îmbunătățirea predării și învățării. *Journal of Teaching in International Business*, 27(4), 179–196.
- Zheng, C., Khavul, S. și Crockett, D. (2012). Se transferă? Efectele experienței de pre-internaționalizare asupra învățării organizaționale post-întreprindere în firmele antreprenoriale chineze. *Journal of International Entrepreneurship*, 10(3), 232–254.
- Zou, S., & Stan, S. (1998). Determinanții performanței la export: o revizuire a literaturii empirice între 1987 și 1997. *International Marketing Review*, 15(5), 333–356.