

Liste de conținut disponibile la [ScienceDirect](https://www.sciencedirect.com)

Jurnalul European de Management

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

Rolul rețelelor în firmele de internaționalizare timpurie: o revizuire sistematică și o agendă de cercetare viitoare



Michael Bembom ^A, Christian Schwens ^{b, *}

^A Universitatea din Düsseldorf, Facultatea de Administrarea Afacerilor și Economie, Catedra de Management, Universitätsstr. 1, 40225 Düsseldorf, Germania

^B Universitatea din Köln, Facultatea de Management, Științe Economice și Sociale, Dr. Rochus Mummert Catedră dotată pentru Management Interdisciplinar Educație, Albertus-Magnus-Platz, 50672 Köln, Germania

informații despre articol

Historicul articolului:

Primit la 15 decembrie 2016

Primit în formă revizuită

26 ianuarie 2018

Acceptat la 9 martie 2018

Disponibil online pe 24 martie 2018

Cuvinte cheie:

Internaționalizarea timpurie

Rețele

Dinamica

Datorii de nouitate

Antreprenoriat internațional

Revizuire

abstract

În ciuda cercetărilor considerabile, literatura despre antreprenoriatul internațional (IE) nu are cunoștințe sistematice despre modul în care internaționalizatorii timpurii folosesc rețelele pentru a-și depăși și deficitul de resurse în diferite faze ale internaționalizării. În plus, până în prezent lipsește un ghid sistematic pentru cercetările viitoare pentru a extinde cunoștințele actuale despre dinamica rețelei primilor internaționalizatori pe parcursul procesului lor de internaționalizare. Pentru a umple aceste goluri, prezenta lucrare realizează o revizuire sistematică a șasezeci și unu de articole de reviste despre rolul rețelelor în expansiunea transfrontalieră a companiilor care se internaționalizează timpuriu. Contribuim la cercetările existente făcând un bilanț al stării actuale a cunoștințelor cu privire la rolul rețelelor în internaționalizarea timpurie a firmelor în diferite etape ale internaționalizării. De asemenea, folosim rezultatele obținute în urma analizei noastre ca o platformă pentru a identifica în mod sistematic oportunitățile de cercetare viitoare privind dinamica rețelei primilor internaționalizatori pe parcursul procesului de internaționalizare.

© 2018 Elsevier Ltd. Toate drepturile rezervate.

1. Introducere

Primii internaționalizatori se aventurează pe piețele străine la început sau la scurt timp după aceea (De Clercq, Sapienza, Yavuz și Zhou, 2012; Rialp, Rialp și Knight, 2005). În timp ce internaționalizarea este, în general, un proces intens și dinamic, care necesită resurse semnificative pentru a iniția (Hitt, Bierman, Uhlenbruck și Shimizu, 2006; Oviatt și McDougall, 1994), precum și pentru a crește după intrarea pe piețele existente și noi (Autio, 2005; Jones și Coviello, 2005), acest proces este deosebit de dificil pentru internaționalizatorii timpurii din cauza pasivelor de nouitate (LoN). Adică, având în vedere tineretea lor, internaționalizatorii timpurii sunt inițial dezavantajați în procesul de internaționalizare (comparativ cu firmele care se internaționalizează ulterior) din cauza disponibilității limitate a resurselor precum capitalul financiar (Weerawardena, Mort, Liesch și Knight, 2007), uman resurse (Knight & Cavusgil, 2004) și legitimitate (Sapienza, Autio, George și Zahra, 2006). După intrare, internaționalizatorii timpurii se confruntă, de asemenea, cu nevoi crescute de resurse, deoarece de obicei continuă să caute în mod proactiv oportunități suplimentare de creștere și să pătrundă noi

piețele din străinătate (Autio, Sapienza și Almeida, 2000) (spre deosebire de internaționalizatorii târzii care tind să se extindă la nivel internațional mai lent și numai după dobândirea unei baze stabile de resurse (Johanson & Vahlne, 1977, 1990)). Aceste probleme conduc la întrebarea fundamentală cu privire la modul în care internaționalizatorii timpurii își pot satisface diferitele cerințe de resurse pe parcursul dinamicii procesului lor de internaționalizare.

Literatura existentă arată că rețelele, adică „setul de noduri și setul de legături care reprezintă o relație, sau lipsa de relație, între noduri” (Brass, Galaskiewicz, Greve și Tsai, 2004, p. 795) îndeplinesc un mecanism major prin care primii internaționalizatori substituie lipsa resurselor proprii cu resursele altora (Coviello, 2006; Oviatt & McDougall, 1994). De exemplu, literatura de specialitate relevă faptul că contactele de rețea oferă internaționalizatorilor timpurii acces la primele lor piețe externe (Coviello & Munro, 1995) și îi ajută să depășească deficitul de resurse (de exemplu, prin furnizarea de capital financiar (Coviello & Cox, 2006)) și pentru a accesa cunoștințele piețelor externe (Lu, Zhou, Bruton și Li, 2010).

Cu toate acestea, descoperirile literaturii de până acum sunt în mare măsură fragmentate și ne lipsește o înțelegere sistematică a mecanismelor de rețea pe care internaționalizatorii timpurii le folosesc în diferite faze ale internaționalizării pentru a accesa diferite tipuri de resurse în cantitatea și diversitatea necesară. Astfel, cunoștințele actuale

* Autorul corespunzător.

Adrese de e-mail: michael.bembom@hhu.de (M. Bembom), schwens@wiso.uni-koeln.de (C. Schwens).

În ceea ce privește rolul rețelelor ca furnizori de resurse pentru firmele care se internaționalizează timpuriu în diferite faze de internaționalizare, rămâne în mare măsură neclară. De asemenea, acest deficit ne împiedică să avem o agendă clară de cercetare pentru direcția în care ar trebui să se dezvolte domeniul.

Mai mult, pentru a înțelege rolul rețelelor pe parcursul procesului de internaționalizare, este inevitabil să se investigheze dinamica rețelei (adică adaptarea continuă a rețelei de către internaționalizatorii timpurii pentru a reacționa la cerințele de resurse în schimbare pe parcursul procesului de internaționalizare). Este surprinzător că doar câteva studii abordează în mod explicit această dinamică a rețelei (Coviello, 2006; Prashantham & Young, 2011), deoarece un comportament de internaționalizare timpurie are un efect de amprentare asupra cerințelor ulterioare de resurse ale firmelor (Autio, 2005; Autio et al., 2000).

Presupunând că rețelele continuă să fie un mecanism major pentru internaționalizatorii timpurii pe parcursul extinderii lor internaționale ulterioare, este important să înțelegem cum își adaptează rețelele primii internaționalizatori pentru a le folosi ca furnizori substitutivi de resurse pentru lipsa resurselor proprii. Adică, avem nevoie de o foaie de parcurs care să deschidă calea cercetărilor viitoare în ceea ce privește modul în care cantitatea și diversitatea resurselor schimbate, mecanismele de guvernare utilizate pentru schimbul de resurse și diferitele tipuri de resurse schimbate prin intermediul rețelei evoluează pe parcursul internaționalizării proces.

Pentru a umple aceste goluri, prezenta lucrare realizează o revizuire sistematică a rolului rețelelor în expansiunea transfrontalieră a primilor internaționalizatori. Pe baza analizei noastre, evaluăm critic dinamica rețelei primilor internaționalizatori de-a lungul procesului de internaționalizare pentru a identifica căi promițătoare pentru cercetările viitoare în literatură. Pentru a atinge aceste obiective, facem diferențierea între conținutul rețelelor (adică tipul de resurse schimbate), guvernanta (adică mecanismul de bază pentru schimbul de resurse) și structura (adică modelele de rețea care determină cantitatea și diversitatea resurselor schimbate).) ca dimensiuni distincte ale rețelelor (Hoang & Antoncic, 2003). Această clasificare, care surprinde schimbul de resurse prin intermediul rețelelor care sunt necesare pentru ca internaționalizatorii timpurii să-și depășească deficitele de resurse, este adecvată pentru investigarea dinamicii rețelei în firmele antreprenoriale tinere (Hoang & Antoncic, 2003; Slotte-Kock & Coviello, 2010). De asemenea, facem distincție între faza de pre-intrare a internaționalizării (adică, timpul înainte de primul eveniment de internaționalizare a firmei, inclusiv pre-nființare și înființare legală) și faza de post-intrare (adică, timpul de după prima internaționalizare a firmei, eveniment) (Jones & Coviello, 2005) pentru a surprinde diferite etape de internaționalizare. Pe baza acestei categorizări și pentru a adera la dinamica internaționalizării, studiem modul în care internaționalizatorii timpurii își adaptează conținutul, guvernanta și structura rețelelor în timpul procesului de internaționalizare pentru a dezvălui modul în care firmele își satisfac nevoile variate de resurse prin rolul substitutiv al rețelelor.

Cercetarea noastră aduce contribuții importante la literatura de specialitate prin legarea celor trei dimensiuni ale rețelei (Hoang & Antoncic, 2003) cu cele două faze de internaționalizare (Jones & Coviello, 2005); astfel, putem clarifica sistematic stadiul actual al cercetării privind rolul rețelelor în cele două faze de internaționalizare. De asemenea, folosim rezultatele analizei noastre ca o platformă de pe care să identificăm în mod sistematic oportunitățile pentru cercetări viitoare care vor ajuta la înțelegerea dinamicii rețelei primilor internaționalizatori pe parcursul expansiunii lor internaționale.

2. Metodologie și prezentare generală

2.1. Efectuarea revizuirii

Revizuirile sistematice ale literaturii oferă o privire de ansamblu asupra cercetărilor existente pe o anumită temă de cercetare și identifică domenii pentru viitor

cercetare (Petticrew & Roberts, 2008). Pentru a aborda o întrebare specifică de cercetare, revizuirile sistematice identifică, evaluează și rezumă cercetările existente care se potrivesc criteriilor de eligibilitate predefinite (Tranfield, Denyer și Smart, 2003), astfel încât să urmeze un proces sistematic care le face transparente și reproductibile (Staples & Niazi, 2007; Tranfield și colab., 2003). Am efectuat o căutare sistematică a literaturii, constând din mai mulți pași, așa cum este în concordanță cu aceste criterii și recenzii anterioare în domeniul IE (Jones, Coviello și Tang, 2011).

Ca prim pas, am folosit ca bază pentru revizuirea noastră Jones et al. (2011), care derivă o ontologie a întregului domeniu al IE; prin urmare, revizuirea lor cuprinde și articole despre rolul rețelelor în internaționalizarea timpurie. Îngustând focusul de cercetare mai larg al lui Jones și colab. (2011), revizuirea noastră se concentrează pe rețele, deoarece acestea joacă un rol deosebit de pertinent în aventura străină a firmelor care se internaționalizează timpuriu (Coviello & Cox, 2006; Coviello, 2006). Pe baza criteriilor lor de includere și excludere (așa cum este ilustrat în Anexa A în Lucrarea lor), Jones și colab. (2011) au identificat 323 de articole IE. Căutarea lor ia în considerare doar studiile publicate din 1989 până în 2009 inclusiv, dar membrii echipei de autori au furnizat de atunci pe site-ul ie-scholars.net foi de calcul care enumeră alte 497 de articole IE pentru anii 2010-2016 (zece articole sunt listate de două ori, dar am inclus fiecare studiu o singură dată) care au fost identificate pe baza aceluiași criterii de includere și excludere ca cele enumerate în Anexa A în Jones et al. (2011). Luați în considerare, am obținut 820 de studii despre EI din articolul de revizuire al lui Jones și colab. (2011) și foile de calcul publicate pe site.

În pasul următor, pentru a identifica studiile eligibile pentru revizuirea noastră, am adaptat criteriile de includere și excludere Jones și colab. (2011) definit pentru a se potrivi subiectului prezentei lucrări. Criteriile Jones et al. (2011) sunt largi, deoarece urmăresc să conceapă o ontologie de domeniu întregă care să includă internaționalizarea timpurie și rețele, dar și alte subiecte care depășesc cu mult sfera de aplicare a prezentului articol. Pentru a le restrânge criteriile și pentru a captura numai articole despre rețele și internaționalizarea timpurie, am definit constructe și variabile suplimentare care se aplică contextului nostru specific de cercetare. De exemplu, articolele pe care le includem se concentrează pe firmele care se aventurează pe piețele străine chiar de la sau la scurt timp după înființarea lor. În conformitate cu Coviello, McDougall și Oviatt (2011), această definiție subliniază momentul internaționalizării și acoperă majoritatea companiilor precum noile întreprinderi internaționale (INV) (Oviatt & McDougall, 1994), născuți la nivel global (BG) (Knight & Cavusgil, 2004) și start-up-uri globale (Jolly, Alahuhta și Jeannot, 1992), atâta timp cât aceste companii se aventurează în străinătate în termen de opt ani de la înființare (McDougall, 1989) și înainte de a ajunge la o stare organizațională matură. Am exclus firmele care nu îndeplinesc această definiție, indiferent de eticheta lor. Tabelul 1 oferă o prezentare generală a criteriilor de includere/excludere pe care le-am folosit. Folosind criteriile noastre adaptate, am evaluat mai întâi cele 820 de articole Jones et al. (2011) identifică în articolul lor și foile de calcul ulterioare publicate pe ie-scholars.net, lăsând 61 de articole care au fost relevante pentru prezenta revizuire.

Pentru a ne asigura că am identificat toate articolele care au fost relevante pentru revizuirea noastră, ca un test suplimentar de robustețe, am efectuat o căutare suplimentară în literatură a articolelor publicate din 1989 până în 2016, utilizând criteriile de includere/excludere adaptate prezentate în tabelul 1. Am ales 1989 ca punct de plecare, deoarece primul articol despre IE a fost publicat în acel an (McDougall, 1989). În conformitate cu Doherty, Haugh și Lyon (2014) și Luoto, Brax și Kohtamäki (2017), am efectuat mai întâi o căutare număr cu număr a articolelor din reviste academice enumerate în *Chartered Association of Business Schools Journal Guide 2015* care au fost publicate în cele patru reviste cu cele mai bune cote enumerate în domeniile antreprenoriat și managementul întreprinderilor mici (Entrepreneurship Theory and Practice, Journal of Business Venturing, Strategic Entrepreneurship Journal, Entrepreneurship and Regional Development), strategii (Strategic

Tabelul

1 Proceduri metodologice (criterii de includere/excludere și procesul de căutare, ușor adaptate pentru scopul cercetării noastre din Jones et al., 2011).

- A) Criterii de includere
- 1) Studii care folosesc teoria din afaceri internaționale și întreprinderi
 - 2) Definirea constructelor și variabilelor relevante:
 - A. Rețea: „Un set de noduri și un set de legături care reprezintă o relație, sau lipsa de relație, între noduri. Faceți referință la noduri ca actori precum: indivizi, muncă unități, organizații” (Brass et al., 2004, p. 795).
 - B. Antreprenoriat internațional: „O combinație de comportament inovator, proactiv și de căutare a riscurilor care trece granițele naționale și are scopul de a crea valoare în organizație” (McDougall & Oviatt, 2000, p. 903).
 - C. Internaționalizator timpuriu: o firmă care nu a atins o stare organizațională matură și, de obicei, are mai puțin de 8 ani (Morse, Fowler și Lawrence, 2007).
 - 3) Numai articole de reviste revizuite de colegi
 - 4) Studii empirice, conceptuale și de revizuire
- B) Criterii de excludere
- 1) Studii în care se pune accentul principal pe întreprinderile mici și mijlocii (IMM-uri), mai degrabă decât pe IE, adică studii care nu integrează literatura de antreprenoriat în cercetarea lor
 - 2) Studii care iau în considerare firmele care se internaționalizează după ce au ajuns la o stare organizațională matură, astfel încât vârsta firmelor este de obicei mai mare de 8 ani la începutul internaționalizării
 - 3) Studii al căror obiectiv principal nu este IE
 - 4) Studii privind antreprenoriatul autohton într-o singură țară
 - 5) Studii care efectuează evaluări interculturale ale măsurilor de orientare antreprenorială cu accent pe scară și măsurare dezvoltarea/validarea
 - 6) Studii privind antreprenoriatul transnațional și/sau imigrant
 - 7) Cercetări prezentate la conferințe sau care sunt publicate în cărți editate
 - 8) IE comentarii și editoriale
 - 9) Studii care se concentrează pe educația IE sau tehnicile de cercetare pentru IE
 - 10) Studii de caz în scop didactic
 - 11) Articole care nu sunt disponibile electronic sau prin alte mijloace rezonabile
 - 12) Evaluări între țări ale comportamentului antreprenorial
 - 13) Cercetări privind internaționalizarea antreprenorială comparativă
 - 14) Articole care nu precizează suficient tipul de rețea
 - 15) Articole care folosesc rețele ca variabilă de control
- C) Procesul de căutare - Etapa I
- 1) Căutare problemă cu problemă din 1989 până în 2016 în cele patru reviste cu cel mai bine clasat (conform ABS Academic Journal Quality Guide 2015) din fiecare dintre cercetările selectate zone cu o puternică congruență tematică a. Antreprenoriat și managementul întreprinderilor mici: Teoria și practica antreprenoriatului, Journal of Business Venturing, Strategic Entrepreneurship Journal, Antreprenoriat și Dezvoltare Regională b. Strategie: Jurnal de management strategic, Jurnal de strategie globală, Planificare pe termen lung, Organizare strategică c. Management: Academy of Management Journal, Academy of Management Review, Administrative Science Quarterly, Journal of Management d. Afaceri internaționale: Journal of International Business Studies, Journal of World Business, Asia Pacific Journal of Management, International Business Review e. Inovație: Jurnalul de management al inovației de produs, politica de cercetare, managementul cercetării și dezvoltării, tehnologia
 - 2) Căutare prin cuvinte cheie în reviste științifice a. Utilizarea Business Source Premier, bazele de date EconLit și Google Scholar b. Cuvinte cheie (inclusiv variații și combinații ale acestora): Internațional și antreprenoriat și rețea, Internațional și antreprenorial și capital social, Internațional și antreprenorial și legături, Born globals, International new ventures, International antreprenoriat
 - 3) Referințe încruciate manuale
- D) Procesul de căutare - Etapa II
- 1) Examinarea manuală a articolelor pentru a verifica prezența/absența criteriilor de includere/excludere

Management Journal, Global Strategy Journal, Long Range Planning, Strategic Organization), management (Academy of Management Journal, Academy of Management Review, Administrative Science Quarterly, Journal of Management), afaceri internaționale (Journal of International Business Studies, Journal of World Business, Asia Pacific Journal of Management, International Business Review) și inovare (Journal of Product Innovation Management, Research Policy, R&D Management, Technovation). De asemenea, am efectuat o căutare de cuvinte cheie în mai multe baze de date (de exemplu, Business Source Premier, EconLit) folosind cuvinte cheie precum antreprenoriat internațional, rețea(e), legături, născuți și la nivel global, noi întreprinderi internaționale și variații ale acestora (Pentru o listă completă, vezi Tabelul 1.). Am completat această căutare cu o căutare în Google Scholar. În cele din urmă, am efectuat referințe încruciate manuale. În concordanță cu recenziile anterioare ale literaturii IE (De Clercq și colab., 2012; Jones și colab., 2011), ne-am restrâns căutarea la articolele de jurnal din cauza credibilității procesului de evaluare inter pares (Podsakoff, Mackenzie, Bachrach și Podsakoff, 2005) și au exclus lucrările de conferințe, capitolele de carte, cărțile și disertațiile. Această căutare intensivă pentru scopuri de validare nu a produs nici un studiu privind rolul rețelilor și internaționalizarea timpurie, care să nu fie printre cele 820 de studii ale lui Jones et al. (2011) și fișele de calcul ulterioare de pe ie-scholars.net.

2.2. Analiza și organizarea studiilor

Am analizat și corelat cele 61 de articole cu dimensiunile cheie ale rețelei (conținut, guvernare și structură) și cele 2 faze ale internaționalizării (pre și post-internaționalizare). Deoarece majoritatea publicațiilor nu menționează în mod explicit dimensiunile cheie ale rețelei și fazele internaționalizării, am analizat scopurile, contribuțiile și ipotezele studiilor pentru cuvinte-cheie care reflectă dimensiunile cheie ale rețelei. Mai precis, cuvintele cheie pentru conținutul rețelei indică tipurile de resurse schimbate (de exemplu, capital, informații), cuvintele cheie pentru guvernarea rețelei indică mecanismele de schimb de resurse (de exemplu, încredere, putere), iar cuvintele cheie pentru structura rețelei indică tiparele de rețea care influențează schimb de resurse (de exemplu, dimensiunea, puterea legăturii). În ceea ce privește fazele de internaționalizare, am definit și cuvinte cheie pentru pre-internaționalizare (ex. pre-fundare, generare inițială de oportunitate internațională) și faza de post-internaționalizare (ex., intrare în țară nouă, schimbare de mod). Autorii au discutat apoi lucrările și au rezolvat discrepanțele apărute, cum ar fi atunci când studiile au fost corelate cu mai mult de o dimensiune cheie a rețelei și/sau faza de internaționalizare. Am identificat subcategoriile pentru cele trei dimensiuni ale rețelei și ne-am structurat constatările în jurul acestor categorii.

În final, am identificat zone subdezvoltate în ceea ce privește dinamica rețelei și i am conturat o perspectivă integrativă. Am folosit Mindjet 17 pentru a ilustra modul în care am organizat studiile.

2.3. Prezentare generală a studiilor incluse

Tabelul 2 oferă o privire de ansamblu asupra principalelor caracteristici ale celor 61 de studii (de exemplu, jurnal, scopul/întrebarea principală a cercetării, contextul teoretic, țara de origine, metodologie, industrie). După cum arată **Tabelul 2**, numărul de articole publicate pe an a crescut constant. Începând cu doar patru articole publicate între 1995 și 2000, numărul de studii a crescut cu 19 studii între 2000 și 2010 și 38 de studii între 2010 și 2016. Cel mai mare număr de articole au fost publicate în *Journal of International Entrepreneurship* (15 articole), urmat de *International Business Review* (6 articole) și *Journal of International Business Studies* (5 articole).

Tabelul 2 prezintă cele 61 de studii identificate și baza lor teoretică principală. Cadrul teoretic pe care aceste articole îl folosesc cel mai des este teoria rețelelor (33 de studii), urmată de teoria capitalului social (10 studii). Țara de origine studiată cel mai frecvent este Finlanda (7 studii), urmată de Noua Zeelandă (6 studii). Din punct de vedere metodologic, 11 studii sunt conceptuale, 33 de studii aplică metodologii empirice calitative, 15 studii se bazează pe analize de date empirice cantitative, iar 2 studii utilizează metodologia calitativă și cantitativă. Cercetarea cantitativă utilizează analize multivariate, cum ar fi analiza de regresie liniară sau modelarea ecuațiilor structurale, în timp ce toate studiile calitative aplică o abordare de studiu de caz. Luând în considerare industriile firmelor studiate, 31 de studii au fost efectuate în industria high-tech, în timp ce 9 studii au fost efectuate în industria low-tech și 11 sunt studii transversale. În continuare, prezentăm stadiul actual al cercetării pe baza fazelor de internaționalizare și a dimensiunilor cheie ale rețelei.

3. Rezultatele și dezvoltarea unei foi de parcurs pentru cercetările viitoare

3.1. Conținut de rețea

Fig. 1 prezintă stadiul actual al cunoștințelor cu privire la rolul rețelelor în internaționalizarea timpurie pe baza dimensiunilor cheie ale rețelei. **Fig. 2** rezumă domeniile de cercetare viitoare cu privire la dinamica rețelei pe care internaționalizarea timpurie le pot întâlni în timpul procesului lor de internaționalizare. Figura face distincție între dimensiunile cheie ale rețelei și i arată căile de cercetare viitoare privind modul în care schimbul de resurse prin intermediul rețelelor înainte de intrarea în rețea influențează accesul la resurse prin intermediul rețelelor după intrarea în rețea. **Fig. 2** rezumă, de asemenea, dinamica rețelei de-a lungul procesului de internaționalizare, așa cum este elaborat mai jos.

3.1.1. Resurse fizice, financiare și umane Analiza noastră

arată că, în faza de pre-internaționalizare, firmele fac schimb de resurse fizice și financiare în scopuri legate de înființarea lor inițială (Coviello & Cox, 2006), în contextul acordurilor de dezvoltare a produselor (Coviello & Cox, 2006). Munro, 1997; Oparaocha, 2015) și pentru investiții în dezvoltarea lor organizațională (O'Gorman & Evers, 2011). De exemplu, Coviello și Munro (1997) studiază influența relațiilor de rețea asupra procesului de internaționalizare a patru întreprinderi de internaționalizare timpurie și i arată că firmele subcapitalizate stabilesc acorduri de dezvoltare a produselor cu partenerii lor de rețea, în special atunci când procesele de dezvoltare a produselor sunt intensive în capital. Mai mult, O'Gorman și Evers (2011) analizează modul în care organizațiile de promovare a exporturilor permit noilor întreprinderi din industria fructelor de mare să se internaționalizeze și i constată că un astfel de sprijin

organizațiile furnizează capital financiar pentru investițiile tehnice și de marketing ale primilor internaționalizatori. În faza post-internaționalizare, schimbul de capital financiar este mai puțin frecvent deoarece firmele doresc să-și mențină independența (Coviello & Cox, 2006). Cu toate acestea, restricțiile financiare și umane ale unor firme le determină să solicite ajutorul unor contacte din rețea pentru înființarea de birouri de vânzări în străinătate (Mort & Weerawardena, 2006).

Aceste rezultate nu sunt surprinzătoare, deoarece firmele studiate sunt în mare parte intensive în cunoștințe (firme de software), iar unele sunt parțial amplasate în incubatoare care necesită mai puțin informații fizice. resurse.

Cu toate acestea, două deficite de cercetare privind schimbul de resurse tangibile au retras cercetările în acest domeniu. În primul rând, deși majoritatea articolelor studiază firmele de înaltă tehnologie cu utilizare intensivă a cunoștințelor, ele nu investighează modul în care schimbul de resurse umane prin intermediul rețelelor evoluează în timpul internaționalizării firmelor, chiar dacă resursele umane sunt principalul motor din spatele creării de valoare în domeniul intensiv în cunoștințe. firmelor. În faza de pre-internaționalizare, internaționalizatorii timpurii necesită angajați cu înaltă calificare, cu anumite tipuri de cunoștințe, pentru a asigura dezvoltarea de succes a produsului și creșterea pe piețele internaționale (Cardon, 2003; Knight & Cavusgil, 2004). Cu toate acestea, noile întreprinderi au adesea dificultăți în a atrage angajați cu înaltă calificare (Barber, Wesson, Roberson și Taylor, 1999; Cardon, 2003) și trebuie să folosească rețelele pentru a atrage resursele umane necesare, deoarece potențialii angajați pot accesa informații informale despre noua întreprindere prin intermediul rețelei (Leung, Zhang, Wong și Der Foo, 2006; Shane și Cable, 2002).

Din faza premergătoare până la faza post-internaționalizare, schimbul de resurse umane al primilor internaționalizatori prin rețea necesită adaptare. După ce au oferit acces la angajați calificați pentru intrarea inițială pe piața externă și dezvoltarea produsului, post-intrare, internaționalizatorii timpurii trebuie să-și adapteze rețelele la cerințele de resurse umane în schimbare ale firmelor, deoarece noile întreprinderi au nevoie de angajați cu înaltă calificare (de exemplu, cei cu experiență internațională) pentru a dezvolta zone funcționale mai mult decât au nevoie de lucrători mai puțin calificați care, de exemplu, pot extinde producția (Cardon, 2003; Leung și colab., 2006). Deși cercetările existente demonstrează utilizarea rețelelor în atragerea resurselor umane, acest subiect nu a fost investigat pentru firmele care se internaționalizează timpuriu în faza de post-internaționalizare (Leung et al., 2006). În consecință, ar putea fi fructuoasă investigarea rolului rețelelor în furnizarea de resurse umane pe parcursul procesului de internaționalizare și modul în care deciziile trecute influențează alegerile și cerințele viitoare.

Cercetările actuale neglijează, de asemenea, să investigheze modul în care tipurile de capital financiar schimbat prin rețea evoluează pe parcursul procesului de internaționalizare. După cum arată **Fig. 1**, cercetările actuale găsesc doar un schimb minor de capital financiar prin intermediul rețelelor, dar lipsa capitalului financiar îngreunează noile întreprinderi să urmeze strategii intensive de capital, cum ar fi internaționalizarea (Cooper, Gimeno-Gascon și Woo, 1994). În faza de pre-internaționalizare, internaționalizatorii timpurii se confruntă cu provocări în ceea ce privește finanțarea, dezvoltarea de produse și prima internaționalizare și i rămâne în mare parte neclar cum (sau dacă) contactele de rețea dau rezultate în ceea ce privește schimbul de capital financiar. Cercetări recente din afara domeniului IEI introduc crowdfunding ca o nouă tendință în finanțarea prin capital propriu pentru noile întreprinderi, în care antreprenorii și prezintă ideile de afaceri unui număr mare de furnizori de capital prin intermediul unei platforme de social media și i furnizorilor de capital interesați care susțin ideea cu capitalul financiar este recompensat cu acțiuni sau alte beneficii (Belleflamme, Lambert și Schwiendbacher, 2014; Bruton, Khavul, Siegel și Wright, 2015). Întrucât primitorii internaționalizatori întâmpină dificultăți în a atrage capital financiar din mediul lor intern, crowdfundingul este deosebit de potrivit pentru că poate face firma vizibilă la nivel internațional și i crește numărul de

masa 2

Prezentare generală a studiilor incluse.

Autor	Scopul jurnalului/Întrebarea de cercetare	Teorie	Acasă Țară	Metodolo	
Coviello și Munro (1995)	EJM Explorată modul în care relațiile de rețea influențează dezvoltarea pieței internaționale și activitățile legate de marketing pe piețele internaționale.	Teoria rețelelor	Nou Zeelandă	Calitativ (sondaj, 60)	
Casson (1997)	B&EH Investigată diferite niveluri ale rețelelor antreprenoriale și arată cum sunt interacțiunile favorizează creșterea în economia internațională.	Teorii economice (mai multe)	N/A	Conceptual	
Coviello și Munro (1997)	IBR Analizată impactul relațiilor de rețea asupra internaționalizării firmelor mici strategii cu privire la selecția pieței externe și a modului de intrare.	Teoria rețelelor, Perspectiva scenică	Nou Zeelandă	Calitativ (studiu de caz)	
Zacharakis (1997)	ET&P Studiază relațiile dintre IMM-urile care se internaționalizează și agenții de export străini folosind perspectiva economiei costurilor de tranzacție și teoria agenției.	Teoria agenției, costuri de tranzacție, perspectiva economiilor	N/A	Conceptual	
Varis, Kuivalainen și Saarenketo (2005)	JIE Elucidată selecția și utilizarea partenerilor pentru marketing internațional și distribuțiile în contextul noilor întreprinderi antreprenoriale corporative.	Teoria rețelelor	Finlanda	Calitativ (studiu de caz)	
Coviello (2006)	JIBS Investigată dacă rețelele INV urmează o evoluție liniară. Explorată rețeaua dinamică în termeni de variații ale modelelor structurale și interacțiunile între diverse etape ale evoluției.	Teoria rețelelor, viața Kazanjianilor, model de ciclu	Nou Zeelandă	Calitativ (independent experimente, 3)	High tech (software)
Coviello și Cox (2006)	JIE Analizată dinamica resurselor rețelelor INV. Mai precis, investighează cum caracteristicile resurselor rețelelor INV și tiparele schimbului de resurse diferă între diversele stadii de evoluție.	Teoria rețelelor, capitalul social, vedere bazată pe resurse, Modelul ciclului de viață al Kazanjianilor	Nou Zeelandă	Calitativ (studiu de caz, 3)	High tech (software)
Han (2006)	JIE Examinată abordările startup-urilor pentru a obține performanțe superioare în internatizări prin construirea capitalului social.	Teoria rețelelor, bazată pe resurse, vedere	N/A	Conceptual	N/A
Mort și Weerawardena (2006)	IMR Investigată rolul capacității de rețea în procesul de internaționalizare al BGs.	Teoria rețelelor, dinamică vizualizare bazată pe capacitate	Australia	Calitativ (studiu de caz, 6)	Amestecat
Ruokonen, Nummela, Puumalainen și Saarenketo (2006)	IJE&IM Studiază rolul relațiilor de rețea în internatizarea micilor firme de software. Examinată dezvoltarea și formarea rețelei a două companii, cu accent pe managementul rețelei în raport cu performanța la export.	Teoria rețelelor	Finlanda	Calitativ (studiu de caz, 2)	High tech (software)
Wakkee (2006)	JIE Explicată și discutat despre dezvoltarea rețelei internaționale pe baza e-mailurilor companiei. Teoria rețelelor		Țările de Jos	Calitative (studiu de caz, 1)	High tech (de fabricație)
Zain și Ng (2006)	TIBR Explorează influența contactelor de rețea asupra procesului de internaționalizare a IMM-urilor, în special în ceea ce privește dezvoltarea pieței internaționale și legate de marketing activități pe piețele internaționale.	Teoria rețelelor	Malaezia	Calitativ (studiu de caz, 4)	High tech (software și baterie de automobile de fabricație)
Presutti, Boari și Fratocchi (2007)	IBR Examinată rolul capitalului social între start-up-urile globale high-tech și cele mai mari ale acestora unic client străin pentru a demonstra importanța capitalului social pentru cunoașterea achiziție în străinătate.	Teoria capitalului social	Italia	Cantitativ (regresie liniară, 107)	High tech (electronic & informație)
Zhou, Wu și Luo (2007)	JIBS Oferită o explicație rețelei sociale pentru influența internatizării asupra performanței firmelor.	Teoria rețelelor	China	Cantitativ (structural model de ecuație, 129)	High tech (consumator și furnizori industriali de fabricație)
Al-Laham și Souitaris (2008)	JBV Investigată dacă încorporarea firmelor în regiunile intensive în cunoașterea și rețelele naționale de cercetare-alianță afectează probabilitatea de internatizare prin alianțe de cercetare.	Teoria rețelelor	Germania	Cantitativ (exponential model de bază, 853)	High tech (biotehnologie)
Berg și colab. (2008)	E&I Studiază modul în care relațiile sociale promovează stabilirea, managementul și performanța structurilor internaționale de guvernare și accesul la resurse pentru creșterea pieței internaționale.	Teoria capitalului social	N/A	Conceptual	N/A
Blomqvist și colab. (2008)	JE&TM Investigată rolurile încrederii și ale contractelor în firmele BG de înaltă tehnologie.	Teoria agenției, costuri de tranzacție, perspectiva economiilor	N/A	Conceptual	N/A
Fernhaber și colab. (2008)	JIBS Explorată impactul concentrării grupării industriei într-o nouă afacere locală la sediul central privind internatizarea noii întreprinderi.	Teoria ecologică	—	Cantitativ (regresie liniară & testul formei de U inversat, 156)	High tech (informație tehnologie)
Han (2008)	JEC Examinată modul în care INV-urile dobândesc, gestionează și exploatează legăturile pentru a promova performanța.	Teoria rețelelor, bazată pe resurse, vedere	N/A	Conceptual	N/A
Kiss și Danis (2008)	EMJ Analizează efectul rețelelor personale ale antreprenorilor asupra noilor întreprinderi. eforturile de internatizare în diverse contexte naționale.	Teoria rețelelor, instituțional, teorie	N/A	Conceptual	N/A
Prashantham (2008)	EMJ Explică modul în care apar relațiile de legătură ale noilor întreprinderi cu actorii diferiți și cum promovează dezvoltarea de noi produse pentru piețele internaționale.	Teoria capitalului social	N/A	Conceptual	N/A

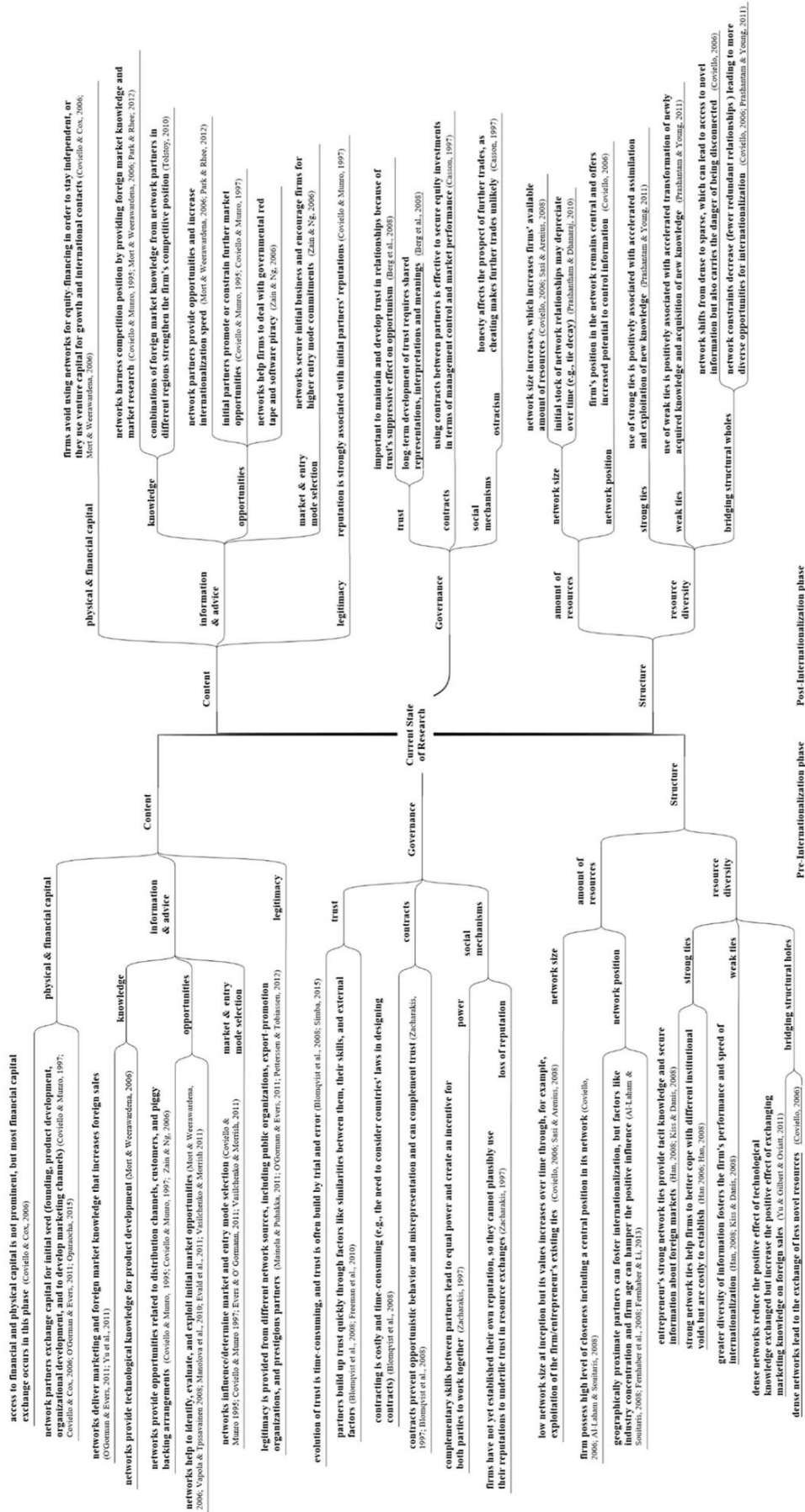
(continuare pe pagina următoare)

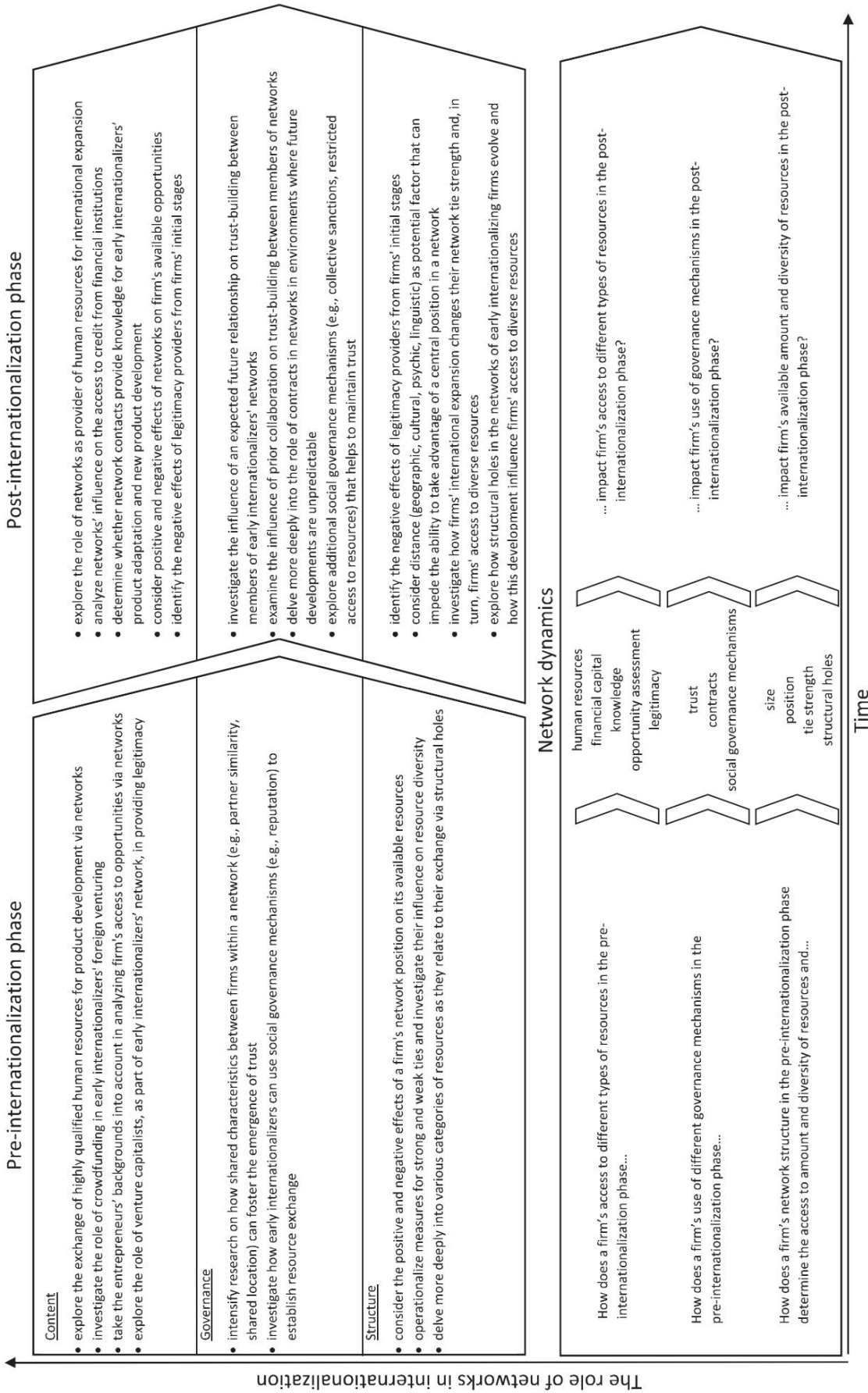
Tabelul 2 (continuare)

Autor	Scopul jurnalului/Întrebarea de cercetare	Teorie	Acasă Țară	Metodolo
Sasi si Arenius (2008)	EMJ Studiază cum se transformă din relațiile personale în schimb relațiile favorizează internaționalizarea timpurie și rapidă a INV-urilor.	Teoria rețelelor, Resurse vedere a dependenței	Finlanda	Calitativ (studiu de caz, 1)
Vapola, Tossavainen, și Gabrielsson (2008)	JIE Analizată impactul parteneriatelor dintre corporații multinaționale (MNC) BG-urile privind avantajul competitiv, strategia de inovare și relația CMN-urilor structura.	Teoria coopețiilor și	Finlanda	Calitativ (studiu de caz, 1)
Freeman et al. (2010)	IBR Explicată interrelația dintre încredere și codependență inter-organizațională pentru generare rapidă de cunoștințe tacite și capacități de absorbție în aprovizionare mai mică de BG pe resurse.	Teoria rețelei, cunoașterea vizualizare bazată pe resurse, lanțuri de vizualizare bazate	N/A	Conceptual
Kiss and Danis (2010)	JIE Investigată modul în care compoziția rețelelor sociale influențează noile întreprinderi. viteza de internaționalizare în economiile în tranziție.	Teoria rețelelor, instituțional	N/A	Conceptual
Lu și colab. (2010)	JIBS Explicată rolul capacităților specifice unei firme în utilizarea capitalului instituțional și legături manageriale pentru o internaționalizare de succes.	Perspectivă de consolidare a capacităților, Vizualizare bazată pe resurse	China	Cantitativ (structural model de ecuație, 775)
Manolova și colab. (2010)	JWB Explorată influența rețelelor interne personale și inter-firme în limba bulgară nouă internaționalizarea întreprinderilor. Luată în considerare influența vârstei ferme asupra puterii relației networking-internaționalizare.	Vedere dinamică a capacității, perspectiva avantajului specific, Teoria capitalului social	Bulgaria	Cantitativ (obișnuit cel puțin în regresie pătrată, 623)
Naude și Rossouw (2010)	JIE Analizată măsura în care noile firme din China se internaționalizează și identificate literatura de specialitate IE care au cea mai mare influență asupra internaționalizării lor timpurii.	Teoria capitalului social	China	Cantitativ (obișnuit cel puțin în regresie pătrată, 114)
Prashantham și Dhanaraj (2010)	JMS Studiază capitalul social în firmele antreprenoriale în ceea ce privește dezvoltarea acestuia, amortizarea în timp, reprovizionarea și exploatarea pentru creșterea internațională.	Teoria capitalului social	India	Calitativ (studiu de caz, 4)
Schweizer, Vahlne, și Johanson (2010)	JIE Testată empiric procesul de internaționalizare a rețelei de afaceri ale lui Johanson și Vahlne revizuit (2009) pentru a dezvolta un model de proces antreprenorial.	Modelul de model Uppsala	Suedia	Calitativ (studiu de caz, 1)
Tolstói (2010)	E&RD Luată în considerare firmele antreprenoriale internaționale și influența rețelei dezvoltarea pe crearea cunoștințelor lor în relațiile de afaceri.	Teoria rețelelor	Suedia	Cantitativ (structural model de ecuație, 188)
Ellis (2011)	JIBS Studiat modul în care antreprenorii identifică oportunitățile de schimb internațional.	Teoria rețelelor	China	Cantitativ (logistic regresie, 230)
Evald și colab. (2011)	JIE Explorată modul în care capitalul uman, capitalul social și factorii cognitivi influențează nașterea intențiilor de export ale antreprenorilor.	Capital uman și social, cognitiv mixtă	teoria	Cantitativ (regresie liniară, 9451)
Evers și O'Gorman (2011)	E&RD Examinată modul în care antreprenorii identifică oportunitățile de piață străină și străină clienți și piețele (piețele).	Teoria rețelelor	Irlanda	Calitativ (incident critic metoda, 3)
Mainela și Puhakka (2011)	IJEV Cum folosesc antreprenorii relațiile pentru a crea o bază pentru apariția INV-urilor.	Teoria rețelelor	Finlanda	Calitativ (studiu de caz, 1)
O'Gorman și Evers (2011)	IMR Cum influențează organizațiile de promovare a exporturilor internaționalizarea noului întreprinderi situate în regiuni periferice.	Teoria rețelelor	Irlanda	Calitativ (studiu de caz și critic metoda incidentului, 3)
Prashantham și Tânăr (2011)	ET&P Studiază factorii care explică distincțiile în viteza de internaționalizare a INV-urilor după prima lor intrare pe piața internațională.	Capacitate de absorbție, Resource - viziune bazată, Teoria capitalului social	N/A	Conceptual
Vasilchenko și Morrish (2011)	JIM Studiază rolul rețelelor sociale și de afaceri în promovarea internaționalizării firmelor de înaltă tehnologie.	Teoria rețelelor	Noua Zeelandă	Calitativ (studiu de caz, 4)
Yu și colab. (2011)	SMJ Oare diferite tipuri de cunoștințe obținute de la partenerii de alianță influențează noul așteptat internaționalizarea diferit? Afectează timpul relațiilor dintre noile întreprinderi și partenerii lor de alianță? Cum funcționează coeziunea rețelei de alianță influențează efectul cunoștințelor obținute?	Teoria rețelelor se	—	Cantitativ (cox proporțional model de pericol, 118)
Chandra, Stiluri și Wilkinson (2012)	JIM Utilizarea paradigmei antreprenoriale internaționale emergente pentru a clarifica tiparele de internaționalizare rapidă.	Vedere bazată pe oportunități	Australia	Calitativ (studiu de caz, 15)
Park și Rhee (2012)	MD Investigată antecedentele competențelor de cunoaștere și a performanțelor internaționale de BG în Coreea de Sud și să preia efectul de moderare al capacității de absorbție în considerare.	Vedere bazată pe cunoștințe	Coreea de Sud	Cantitativ (structural model de ecuație, 271)
Pettersen și Tobiassen (2012)	JIE Ce tipuri de rețele obțin în spin-off-urile academice pe parcursul ciclului lor de viață? Ce este rolul rețelelor în spin-off-urile academice pe parcursul ciclului lor de viață și sunt acestea importante rețele? Cum funcționează rețelele din primele etape ale spin-off-urilor academice ciclul de viață afectează etapele ulterioare?	Teoria rețelelor	Norvegia	Calitativ (studiu de caz, 3)
Shirokova și McDougall-Covin (2012)	JIE Examinată rolul rețelelor sociale și de afaceri în timpul internaționalizării firme antreprenoriale rusești.	Teoria rețelelor, instituțional	Rusia	Calitativ (studiu de caz, 3)

Sigfusson și Harris (2012)	JIE	Observații și relațiile folosite pentru internaționalizare de firmele de software din Islanda și Scoția. În plus, aflați și căile relaționale pe care firmele le dezvoltă și le folosesc primele etape ale internaționalizării lor.	Teoria rețelelor, relația teoria marketingului	Islanda/Scoția	Calitativ (studiu de caz, 1)	
Fernhaber și Li (2013)	JBV	Explorați dacă există o influență pozitivă a expunerii internaționale prin relații de rețea informale și formale privind internaționalizarea noilor întreprinderi și dacă această relație este moderată de vârsta noii întreprinderi.	Vedere bazată pe atenție	—	Cantitativ (regresie, 4)	
Sigfusson și Chetty (2013)	JWB	Studiază utilizarea site-urilor de rețea sociale pentru dezvoltarea și valorificarea rețelei relațiilor în contextul antreprenorilor internaționali de software din Islanda.	Teoria rețelelor, bazată pe resurse vedere	Islanda	Calitativ (studiu de caz, 1)	
Sigfusson și Harris (2013)	IBR	Studiază selecția de către firme a modelului de relații și utilizarea acestora pentru afacerile firmelor rețelelor. Investigați cum se schimbă acest tipar pe parcursul internaționalizării, și cum diferă între firme în diferite contexte industriale.	Dezvoltarea teoriei	Islanda	Calitativ (studiu de caz, 1)	
Sepulveda și Gabrielsson (2013)	IMM	Explorați cum se dezvoltă rețelele BG pe măsură ce resursele interne ale firmelor cresc și beneficii aferente.	Vizualizare bazată pe resurse	Finlanda	Calitativ (studiu de caz, 1)	
Bucini și Mola (2014)	JIE	Explorați modul în care IMM-urile stabilesc și coordonează relațiile internaționale.	LANȚUL VALORIC GLOBAL TEORETIC CADRU	Italia	Calitativ (studiu de caz, 8)	High tech (N/A)
Cannone, Pisoni și Onetti (2014)	IJE&IM	Investigați impactul vârstei antreprenorilor asupra internaționalizării timpurii a firmelor. IE literatura	IE literatura	Italia	Calitativ (studiu de caz, 8)	High tech (TIC și electronice sector)
Cannone și Ughetto (2014)	IBR	Investigați de la început oferii care determină start-up-urile de înaltă tehnologie să se internaționalizeze și influențează gradul lor de naștere-globalitate.	IE literatura	Amestecat	Cantitativ (regresie probită, 445)	High tech (TIC și electronice sector)
Kaur și Sandhu (2014)	JAPE	Explorați factorii cheie care duc la internaționalizarea timpurie a IMM-urilor tinere în țările în curs de dezvoltare și să analizeze modelul de internaționalizare al firmelor BG în ceea ce privește decizia inițială și ulterioră privind modul de intrare.	Teoria rețelelor, instituțional Teorie, vedere bazată pe resurse	Malaezia	Calitativ (studiu de caz, 10)	Low-tech (de fabricație & servicii)
Fuerst și Zetting (2015)	EBR	Explorați modul în care interacțiunile cu partenerii din rețea contribuie la crearea cunoașterea pieței internaționale în INV-uri.	Teoria efectuării	Columbia	Calitative (studiu de caz, 4)	High tech (activat pentru internet Afaceri)
Gerschewski și colab. (2015)	JWB	Identificați factorii determinanți ai performanței internaționale timpurii ale BG-urilor și identificați diferențele la internaționalizatorii tradiționali.	Teoria rețelelor, capitalul social teorie	Australia și Noua Zeelandă	Calitativ (studiu de caz, 8) și Cantitativ (regresie liniară, 147 BG, 163 non-BG)	Amestecat
Oparaocha (2015)	IBR	Investigarea interacțiunii dintre resursele rețelei instituționale ale IMM-urilor și firmele internaționalizare.	Perspectiva rețelei instituționale	Finlanda și Suedia	Calitativ (studiu de caz, 5)	Amestecat
Prashantham și Birkinshaw (2015)	MIR	Explorați în ce condiții sunt legate pozitiv relațiile de origine-țară nivelul de internaționalizare al firmelor.	Teoria grupurilor de referință, Social teoria capitalului	India	Cantitativ (studiu de caz, 4) și Cantitativ (regresie liniară, 102)	High tech (informație tehnologie)
Prashantham, Dhanaraj și Kumar (2015)	LRP	Analizați dacă noile întreprinderi din cadrul clusterelor construiesc mai multe legături etnice de peste mări decât omologii lor în afara clusterelor. Evaluați contribuția etnicilor și non-etnicilor legături cu internaționalizarea noilor întreprinderi	Teoria capitalului social	India	Cantitativ (regresie liniară, 102)	High tech (industria software)
Simba (2015)	IJE&IM	Schițați un cadru teoretic pentru firmele de biotehnologie BG care ilustrează complexul procesele și mecanismele din lanțul lor de aprovizionare a cunoștințelor.	Teoria cunoașterii și capacități inovatoare dezvoltare	Unit Regatul	Calitativ (studiu de caz, 4)	High tech (tehnologie)
Leite și colab. (2016)	JIE	Analizați influența rețelelor sociale asupra procesului de internaționalizare a firmelor exportă fructe din regiunea semi-agrară braziliană.	Teoria rețelelor care	Brazilia	Calitativ (studiu de caz, 4)	High tech (industria software)
Mihailova și Olsen (2016)	JIE	Explorați procesul de internaționalizare al unui spin-off universitar medtech.	Teoria internaționalizării (PTI și INVT)	Danemarca	Calitativ (studiu de caz, 1)	High tech (tehnologie medicală)
Nowinski și Rialp (2016)	JSBM	Investigați impactul rețelelor sociale asupra percepțiilor noilor fondatori de întreprinderi și evaluări ale oportunităților de afaceri internaționale.	Teoria efectuării, Rețea teorie	Polonia	Calitativ (studiu de caz, 4)	Amestecat

B&EH ¼Istorie economică și de afaceri, E&RD ¼Antreprenoriat și dezvoltare regională, E&I ¼Antreprenoriat și inovare, EBR ¼European Business Review, ET&P ¼Teoria și practica antreprenoriatului, EJM ¼European Journal of Marketing, EMJ ¼European Management Journal, IMM¼Industrial Marketing Management, IBR¼International Business Review, IJE¼International Journal of Entrepreneurial Venturing, IJE&IM¼International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management, IMR¼International Marketing Review, JAPE ¼Journal of the Asia Pacific Economy, JBV ¼Journal of Business Venturing, JE&TM ¼Journal of Engineering and Management Tehnologiei, JEC ¼Jurnalul de Cultură ¼ntreprinzătoare, JIBS ¼Jurnalul de Studii de Afaceri Internaționale, JIE ¼Jurnalul de Antreprenoriat Internațional, JIM ¼Jurnalul de Marketing Internațional, JMS ¼Jurnalul de Studii de management, JSBM ¼Journal of Small Business Management, JWB ¼Journal of World Business, LRP ¼Planificare pe termen lung, MD ¼Decizie de management, Management International Review ¼MIR, SMJ¼Strategic Management Journal, TIBR ¼Thunderbird International Business Review.





potențialii investitori. Crowdfundingul crește, de asemenea, probabilitatea ca firma să obțină acces la o bază solidă de capital propriu care poate promova achiziționarea suplimentară de capital în etapele ulterioare. Cercetări recente arată că rețeaua socială a antreprenorului influențează succesul crowdfundingului (Mollick, 2014).

Rezultatele noastre arată că crowdfundingul nu este un mijloc adecvat de finanțare în faza de post-internaționalizare, deoarece firmele din această fază evită finanțarea suplimentară prin capital propriu pentru a-și menține independența. În consecință, internaționalizatorii timpurii trebuie să își adapteze rețelele deoarece, fără fonduri suplimentare, internaționalizatorii timpurii sunt constrânși în capacitatea lor de a angaja resurse pe piețele externe (Ripolles, Blesa și Monferrer, 2012). Pentru a menține interferențele externe în limite acceptabile, noile întreprinderi pot solicita credit de la instituțiile financiare din rețelele lor. În timp ce un internaționalizator timpuriu este probabil să plătească dobânzi mari pentru credit în faza de pre-internaționalizare (Lee, Lee și Pennings, 2001), în faza de post-internaționalizare, când a stabilit o rețea cuprinzătoare (inclusiv instituții financiare), ratele dobânzilor pot fi mai mici. Având în vedere nevoia de capital financiar al internaționalizatorilor timpurii în timp ce se internaționalizează, recomandăm investigații ale acestor evoluții dinamice mai detaliat (vezi Fig. 2).

3.1.2. Cunoștințele

Internaționalizatorii timpurii folosesc, de asemenea, resurse intangibile din contactele lor din rețea pentru a iniția internaționalizarea. După cum este ilustrat în Fig. 1, clasificăm resursele intangibile în cunoștințe, informații și sfaturi despre oportunități, informații privind piața și selecția modului de intrare și legitimitate. Constatăm că internaționalizatorii timpurii în faza de pre-internaționalizare accesează piața, marketingul și cunoștințele tehnologice de la partenerii lor de rețea. Cercetările arată că cât timp durează aceste cunoștințe și pentru a afecta vânzările externe ale firmelor depinde de tipul de cunoștințe și schimbate (Yu, Gilbert și Oviatt, 2011). În timp ce schimbul de cunoștințe de marketing crește vânzările externe ale noilor întreprinderi, în special în stadiile incipiente, cunoștințele tehnologice au efect deplin asupra vânzărilor externe ale firmelor doar în timp (Yu et al., 2011). Noile întreprinderi solicită cunoștințele străine de la contactele lor din rețea pentru a înlocui lipsa de experiență pe piețele internaționale și pentru a-și construi capacitatea de export (O'Gorman & Evers, 2011), în timp ce cunoștințele ale pieței și de piață și tehnologice promovează dezvoltarea cunoștințelor. -produse intensive pentru piețele internaționale (Mort & Weerawardena, 2006). Studiile care se ocupă de faza post-internaționalizare se concentrează în primul rând pe schimbul de cunoștințe ale pieței externe între partenerii rețelei și evidentiază efectele sale pozitive pentru internaționalizarea rapidă și pozițiile competitive ale firmelor în străinătate (Coviello & Munro, 1995; Park & Rhee, 2012). De exemplu, Tolstoi (2010) evidențiază avantajul competitiv pe care îl oferă combinația de cunoștințe ale pieței externe de la partenerii din diferite regiuni. Studiile arată, de asemenea, că firmele care se internaționalizează timpuriu nu au resursele necesare pentru a efectua cercetări intensive pe piețele străine pe cont propriu, dar că partenerii din rețea pot oferi cunoștințele necesare (Mort și Weerawardena, 2006).

Literatura existentă investighează intens schimbul de cunoștințe prin intermediul rețelelor pentru faza de pre-internaționalizare, dar se abține de la analize detaliate ale dinamicii rețelelor pe parcursul procesului de internaționalizare ulterior. În special în faza de post-internaționalizare, internaționalizatorii timpurii pot pătrunde simultan pe mai multe piețe internaționale, ceea ce necesită adesea ca produsele să fie adaptate pentru a satisface cerințele consumatorilor și i reglementările guvernamentale (Calantone, Tamer Cavusgil, Schmidt și Shin, 2004). Internaționalizatorii timpurii se bazează, de asemenea, în mare măsură pe inovarea produselor prin extinderea, modernizarea și modificarea produselor lor existente (Li & Atuahene-Gima, 2001) pentru a crește viteza de

internaționalizare (Cavusgil & Knight, 2015; Weerawardena et al., 2007). Deoarece firmele le lipsesc adesea cunoștințele suficiente despre piețele internaționale și au resurse limitate pentru dezvoltarea de noi produse, întâmpină dificultăți în a-și adapta produsele în mod adecvat. Prin urmare, acestea ar beneficia de o investigație pentru a stabili dacă contactele din rețea se pot transforma în furnizori de cunoștințe pentru adaptarea produselor primilor internaționalizatori și dezvoltarea de noi produse pe parcursul procesului de internaționalizare, așa cum este subliniat în Fig. 2.

3.1.3. Oportunități

După cum este rezumat în Fig. 1, analiza noastră arată că relațiile de rețea influențează, de asemenea, căutarea, evaluarea și exploatarea de către firme a oportunităților în faza de pre-internaționalizare. De exemplu, Manolova, Manev și Gyoshev (2010) subliniază importanța rețelelor personale și inter-firme ale fondatorilor în explorarea oportunităților internaționale într-un eșantion de 623 de INV din Bulgaria. Descoperirile lor indică faptul că rețelele personale ajută noile întreprinderi să caute oportunități în străinătate, dar că nu același lucru este în mod constant în cazul legăturilor de rețea emergente ale noilor întreprinderi cu alte firme (Manolova et al., 2010). Mai mult, studiile identifică contactele de afaceri ca fiind cele mai utile în identificarea oportunităților străine (Coviello & Munro, 1995) și arată că rețelele sunt valoroase în capacitatea noilor firme de a accesa canalele de distribuție consacrate (Coviello & Munro, 1995; Zain & Ng, 2006).

Coviello și Munro (1997) completează această viziune arătând că rețelele oferă aranjamente de tip piggy-backing. Mai multe alte studii se concentrează asupra modului în care contactele din rețea ajută noile întreprinderi să evalueze și să exploateze oportunitățile (de exemplu, Mort & Weerawardena, 2006; Vasilchenko & Morrish, 2011). De exemplu, Evald, Klyver și Christensen (2011) constată că rețelele sociale influențează exploatarea de către antreprenorii în curs de dezvoltare a oportunităților internaționale. După intrarea inițială a unei firme pe o piață străină, contactele din rețea oferă oportunități internaționale suplimentare, încurajând astfel capacitatea unei noi firme de a intra pe mai multe piețe (Park & Rhee, 2012). De exemplu, rețelele pot ajuta noile firme să depășească provocările de mediu în ceea ce privește birocracia și pirateria software (Zain & Ng, 2006). Cu toate acestea, în timp ce rețeaua inițială a unei firme în post-internaționalizare acționează adesea ca un catalizator pentru o nouă internaționalizare, uneori rețeaua inițială restricționează oportunitățile suplimentare ale firmei (Coviello & Munro, 1995, 1997).

Literatura de specialitate a depus eforturi semnificative pentru a investiga efectele pozitive ale rețelelor asupra căutării și evaluării oportunităților firmelor în faza de pre-internaționalizare. Deși rețelele pot oferi oportunități pentru prima intrare internațională a internaționalizatorilor timpurii, studiile nu recunosc faptul că aceasta depinde de capacitatea antreprenorului de a recunoaște o oportunitate și valoarea acesteia (Shane & Venkataraman, 2000). Prin urmare, pentru a rezolva constatările neconcludente cu privire la rolul rețelelor de afaceri în căutarea oportunităților de către internaționalizatorii timpurii, cercetările viitoare ar trebui să ia în considerare antecedentele antreprenorilor, deoarece părțile lor cognitive, educația și experiențele le influențează capacitatea și disponibilitatea de a identifica oportunități (Arenius & De Clercq, 2005; Zahra, Korri și Yu, 2005). De exemplu, atunci când un antreprenor alege o țară în care să se internaționalizeze, experiențele internaționale proprii ale antreprenorului pot fi factorul decisiv (Zahra et al., 2005).

În special în faza de pre-internaționalizare, antreprenorul este principalul factor de decizie și motorul identificării oportunităților. Prin urmare, sugerăm ca cercetările viitoare să ia în considerare contextul antreprenorului în analiza accesului firmelor care se internaționalizează timpuriu la oportunități prin intermediul rețelelor.

În mod similar, și timpuține despre evaluările de oportunități ale firmelor după intrare. Acesta este un decalaj important de încheiere, deoarece firmele post-intrare se străduiesc să crească prin intrarea pe mai multe piețe străine, ceea ce schimbă rolul contactelor din rețea în evaluarea

oportunități. Internaționalizatorii timpurii de după intrare au resurse limitate și nu pot urmări orice oportunitate internațională; în consecință, partenerii inițiali de rețea ar putea constrânge suplimentar eforturile de internaționalizare (Coviello & Munro, 1997). Prin urmare, pentru de dragul unei analize mai dinamice a rolului rețelelor, încurajăm cercetările viitoare să ia în considerare atât cele pozitive cât și efectele negative ale rețelelor inițiale ale internaționalizatorilor timpurii asupra oportunităților disponibile în faza de post-internaționalizare.

3.1.4. Selecția și legitimitatea modului de piață/intrare

După cum arată figura 1, găsim puține cercetări cu privire la selecția piețelor, a modurilor de intrare și a legitimității firmelor în oricare dintre fazele internaționalizării de către internaționalizatorii timpurii. Cel care predomină cercetarea subliniază impactul partenerilor de afaceri majori ai unei firme (Coviello & Munro, 1995, 1997), rețeaua socială a antreprenorului (Vasilchenko & Morrish, 2011) și personalul antreprenorului și contacte de afaceri (Evers & O'Gorman, 2011) la firmă alegerea țării țintă inițiale și a modului de intrare. În faza post-intrare, membrii rețelei ajută la asigurarea afacerilor întreprinderilor și să-i încurajeze să își asume angajamente mai mari pentru modul de intrare pătrunde pe piețele externe (Zain & Ng, 2006). De asemenea, studiile arată că internaționalizatorii timpurii în faza de pre-internaționalizare câștigă legitimitate prin intermediul relațiilor de rețea. Concentrându-se pe spin-off-urile academice, Pettersen și Tobiassen (2012) constată că firmele câștigă legitimitate din rețeaua lor academică prin publicații și conferințe, documentând astfel aplicabilitatea și beneficiile tehnologia spin-off-urilor academice într-un context internațional. Studiul arată, de asemenea, o influență pozitivă a contactelor din rețea, cum ar fi organizațiile de promovare a exporturilor și membrii consiliului de conducere cu internaționali reputați asupra legitimității firmelor (Mainela & Puhakka, 2011; O'Gorman & Evers, 2011). De exemplu, Mainela și Puhakka (2011) arată că firmele de software din Finlanda câștigă legitimitate atunci când rețeaua lor fondatoare include membri ai consiliului de administrație cu reputație internațională. În faza de post-internaționalizare, noua legitimitatea întreprinderilor este strâns legată de rețeaua lor inițială de contacte. În acest sens, Coviello și Munro (1997) investighează cum rețelele influențează modelele și procesele de internaționalizare din patru proiecte de internaționalizare timpurie, remarcând că uneori produsele primilor internaționalizatori sunt strâns legate de nume de marcă ale partenerilor inițiali de rețea din faza de pre-internaționalizare. Cu toate acestea, dezavantajul este că, dacă partenerul inițial de rețea are probleme de reputație, aceste probleme poate influența negativ legitimitatea primilor internaționalizatori ca bine (Coviello & Munro, 1997).

Pe baza stadiului actual al cercetărilor, vă recomandăm să ne aprofundăm cunoștințele despre contactele din rețea ca furnizori de legitimitate. În faza de pre-internaționalizare, studiile existente investighează legitimitate oferită de diferiți parteneri de rețea, dar vă sugerăm adăugarea capitalilor de risc pe lista partenerilor de rețea care, de asemenea, oferă legitimitate. Literatura de specialitate arată că capitaliștii de risc sunt nu doar o sursă de capital financiar, ci și o sursă de legitimitate pentru antreprenori (Hsu, 2004) care îi pot ajuta să depășească LoN (Fernhaber & McDougall-Covin, 2009). Vedem și o valoare în studiind efectele negative asupra reputației ale partenerilor inițiali de rețea, așa cum Coviello și Munro (1997) arată că rețeaua inițială de parteneri care au probleme pot păta legitimitatea noilor întreprinderi și împiedică eforturile lor de internaționalizare după intrare. Ca în Fig. 2 arată, încurajăm bursele viitoare să aprofundeze mai mult în aceste contingențe și interrelații dinamice.

3.2. Guvernarea rețelei

3.2.1. Încredere

Fig. 1 arată că studiile subliniază încrederea ca un mecanism important de schimb între partenerii de rețea în ambele faze ale

internaționalizare. Pe baza teoriei costurilor de tranzacție, Blomqvist, Hurrnelinna-Laukkanen, Nummela și Saarenketo (2008) investighează rolul încrederii în internaționalizarea BG-urilor în industria high-tech, argumentând că încrederea poate stimula schimbul de resurse între parteneri. Cu toate acestea, încrederea se dezvoltă în timp (Blomqvist et al., 2008); prin urmare, firmele în pre-internaționalizare faza începe cu schimburi mai mici de resurse și construiesc încredere prin încercare și eroare (Simba, 2015). Mai exact, firmele de început de internaționalizare încep cu inițierea de mici proiecte comune cu potențiali parteneri de afaceri pentru a testa fiabilitatea (Simba, 2015). Deși este dificil pentru primitorii internaționalizatori să construiască rapid încrederea cu partenerii de rețea, subliniază literatura factori care pot promova dezvoltarea sa, cum ar fi asemănările dintre partenerii rețelei (de exemplu, viziune comună, interese comune), abilitățile partenerilor de rețea (competențe complementare, abilități manageriale), și factori externi, în special concurența puternică pe piață, care leagă partenerii de rețea împreună (Blomqvist și colab., 2008; Freeman, Hutchings, Lazaris și Zyngier, 2010). În faza de post-internaționalizare, noile întreprinderi se pot concentra pe menținerea și extinderea încrederii, astfel încât să poată beneficia de suprimarea acesteia. efect asupra oportunității (Berg, Asplund și Sørheim, 2008) și a acestuia influență pozitivă asupra eficienței tranzacțiilor dintre partenerii de rețea (Leite, de Moraes și Salazar, 2016). De exemplu, acest lucru poate fi realizat prin stabilirea unor interpretări și semnificații comune și reciprocitate între actorii din rețea (Berg și colab., 2008).

Deși cercetarea subliniază importanța încrederii în rețele ca mecanism de guvernare, modul în care o internaționalizare timpurie modelează dezvoltarea încrederii în rețele ca mecanism de guvernare, modul în care o internaționalizare timpurie modelează dezvoltarea partenerii de rețea în timpul procesului de internaționalizare rămâne neclar. În ciuda importanței încrederii în faza de pre-internaționalizare, cercetările actuale nu au cunoștințe și detaliate despre modul în care firmele tinere pot construi încrederea rapid. Literatura investighează caracteristicile comune ale firmelor dintr-o rețea care ar putea crește ritmul de consolidare a încrederii (Blomqvist et al., 2008; Freeman et al., 2010), și cercetări despre încredere la o organizație nivel identifică factori suplimentari care oferă baza pentru încredere între organizații, inclusiv similitudinea dintre parteneri (Robson, Katsikeas și Bello, 2008), locație comună, dependență comună (Gaine și Klaas, 2003), înțelegerea afacerilor (Kasper-Fuehrer și Ashkanasy, 2001) și perspectivele unei relații viitoare (Fulmer & Gelfand, 2012). Când primitorii internaționalizatori caută resurse din rețelele lor pentru a lua prima lor internațională pași, ei trebuie să găsească o bază comună pe care să înceapă procesul de construire a încrederii. Caracteristicile comune sunt adesea o inițială componentă a dezvoltării încrederii inițiale deoarece sunt adesea observabile. Prin urmare, încurajăm studiile viitoare să intensificarea cercetărilor asupra modului în care caracteristicile partajate între firme din rețea poate favoriza dezvoltarea încrederii în timpul procesului de internaționalizare.

Informații despre modul în care firmele păstrează încrederea care a fost stabilită în faza de pre-internaționalizare, când întreprind pași de internaționalizare ulterioare, este, de asemenea, limitată. Neglijența cercetarea impactul colaborării anterioare și așteptarea unui comun viitoare relație privind încrederea în rețele în faza post-internaționalizare. După pre-internaționalizare faza, firmele vor avea experiențe de colaborare cu rețeaua parteneri, iar cercetarea generală a rețelei constată că, în cazul în care acestea se îmbină experiențele au mers bine, ele pot promova încrederea între membrii rețelei (Fulmer & Gelfand, 2012). În mod similar, ceea ce noi cunoaștem influența încrederii asupra perspectivei viitorului colaborarea dintre partenerii rețelei este limitată. Studiile constată că viitoarea colaborare poate diminua oportunitățile, care promovează încrederea între membrii rețelei (Inkpen & Tsang, 2005).

O astfel de asigurare este deosebit de importantă pentru internaționalizatorii timpurii

din cauza amenințării ca partenerii să profite de LoN-ul noii firme prin intermediul unui comportament oportunist. Încurajăm studiile viitoare pentru a examina influența colaborării anterioare și așteptările unei relații viitoare comune asupra construirii încrederei între primitorii internaționali și contactele lor din rețea (vezi Fig. 2).

3.2.2. Contracte

Studiile arată că contractele sunt un mecanism de guvernare pentru schimbul de resurse între membrii rețelei (vezi Fig. 1).

Blomqvist și colab. (2008) subliniază că contractarea este costisitoare și consumatoare de timp pentru BG în faza de pre-internaționalizare, deoarece diferitele legi și practici de afaceri din diferite țări și nevoia de revizuire a contractelor măresc efortul necesar. Cu toate acestea, odată ce un contract este stabilit, acesta asigură schimbul de resurse evitând comportamentul oportunist și denaturarea abilităților partenerilor de rețea (Zacharakis, 1997); astfel, contractele pot completa încrederea (Blomqvist et al., 2008). În faza post-internaționalizare, partenerii de rețea folosesc contractele pentru a crește controlul și a-și consolida relațiile prin investiții directe (Casson, 1997). Cu toate acestea, Casson (1997) subliniază și necesitatea unor cadre instituționale în țări străine care să poată executa contractele în cazul unor probleme.

Cercetările privind utilizarea contractelor în rețele în perioada post-internaționalizare sunt puține. Deși contractele nu joacă, de obicei, un rol pentru firmele care se internaționalizează timpuriu în stadiile inițiale, neașteptăm ca internaționalizatorii timpurii să își adapteze mecanismele de guvernare a rețelei la noile provocări de după intrare. Ar fi utilă o examinare a utilizării contractelor de către acestea în ceea ce privește costurile de pregătire (și, ulterior, costurile de monitorizare și adaptare) atunci când internaționalizatorii timpurii operează în mai multe țări.

Legile și regulamentele diferite ale țărilor trebuie luate în considerare în procesul de încheiere a contractului, ceea ce poate crește costurile. În țările care prezintă un nivel ridicat de incertitudine de mediu, contractarea poate fi și mai costisitoare, deoarece evenimentele viitoare sunt imprevizibile (Park & Steensma, 2012). Întrucât primitorii internaționali sunt expuși riscului unui comportament oportunist și își dedică resursele limitate pentru etapele viitoare de internaționalizare, încurajăm cercetările viitoare să aprofundeze rolul contractelor dintre parteneri pe parcursul procesului de internaționalizare a firmelor, în special în medii incerte în care viitorul evoluțiilor sunt imprevizibile.

3.2.3. Mecanisme sociale

Studiile arată, de asemenea, că mecanismele sociale pot favoriza transferul de resurse între partenerii rețelei. După cum se arată în Fig. 1, literatura investighează abilitățile complementare și reputația ca mecanism social pentru schimbul de resurse în faza de pre-internaționalizare. Argumentând din perspectiva teoriei costurilor de tranzacție, Zacharakis (1997) susține că abilitățile complementare dintre antreprenor și agentul său ajută firmele să se protejeze de comportamentul oportunist, deoarece ambele părți au rezultate mai bune împreună decât singure. Studiile arată, de asemenea, că noile întreprinderi nu își pot folosi în mod plauzibil reputația pentru a spori încrederea în schimbul de resurse, deoarece nu le-au stabilit încă (Zacharakis, 1997). Cu toate acestea, atâta timp cât partenerii rețelei au perspective de comerț suplimentar în faza de post-internaționalizare, teama de ostracism îi împiedică să trîșeze, deoarece membrii rețelei vor dezvălui rețelei comportamentul necinstit și fraudă, împiedicând făptuitorul să participe la tranzacții viitoare. (Casson, 1997).

În ciuda acestui context, știm puțin despre cum evoluează utilizarea de către firme a mecanismelor de guvernare socială în timpul internaționalizării. În timp ce cercetările anterioare demonstrează că internaționalizatorii timpurii nu își pot folosi propria reputație pentru a stabili un schimb de resurse în faza de pre-internaționalizare, modul în care alți membri ai rețelei au

reputația influențează schimbul de resurse al noilor întreprinderi rămâne neclar. Potrivit lui Jones, Hesterly și Borgatti (1997), internaționalizatorii timpurii sunt expuși unui comportament oportunist din partea actorilor externi, împiedicând schimbul de resurse, dar într-o rețea, fiecare membru are reputația, de exemplu, de a fi fiabil sau inovator, care se răspândește peste tot. Rețeaua, scăderea incertitudinii primilor internaționali cu privire la potențialii parteneri de schimb (Capaldo, 2014). Internaționalizatorii timpurii pot apela la membrii rețelei cu o bună reputație pentru a stabili schimburi de resurse benefice și de încredere.

Literatura mai generală a rețelei identifică mecanisme suplimentare de guvernare socială care pot ghida schimbul de resurse în rețelele în etapele ulterioare ale internaționalizării, dar ar putea fi disponibile numai după intrare (de exemplu, sancțiuni colective, acces restricționat la schimbul în rețele) (Jones et al., 1997). Odată ce firmele au pătruns pe mai multe piețe internaționale în faza post-internaționalizare, mecanismele de guvernare socială sunt deosebit de importante pentru că necesită mai puțin resurse decât alte mecanisme. Prin urmare, încurajăm cercetările viitoare pentru a investiga evoluția mecanismelor de guvernare socială de la internaționalizarea inițială a firmelor până la etapele ulterioare, așa cum este rezumat în Fig. 2.

3.3. Structura rețelei

3.3.1. Cantitatea de resurse

Structura rețelei influențează cantitatea și diversitatea schimbului de resurse de care pot beneficia primii internaționali. Conform Fig. 1, dimensiunea rețelei primilor internaționali are cea mai mică valoare la înființarea firmei, dar crește în timp (Coviello, 2006). În primele etape ale internaționalizării, noile întreprinderi se concentrează pe exploatarea legăturilor existente în loc să caute altele noi (Sasi & Arenius, 2008), în timp ce în faza de post-internaționalizare, când firmele recunosc că legăturile lor inițiale de rețea se pot deprecia în timp (de ex., prin time decay), ei caută să-și lărgască rețelele (Prashantham & Dhanaraj, 2010). Analizând influența capitalului social între patru noi întreprinderi pe o perioadă de trei ani, Prashantham și Dhanaraj (2010) susțin că relațiile inițiale de rețea ale noilor întreprinderi și pot pierde valoarea sau devin învechite atunci când firma evoluează. Cu toate acestea, Gerschewski, Rose și Lindsay (2015) efectuează cercetări empirice pe 147 de BG din Noua Zeelandă și Australia și nu au găsit niciun efect semnificativ al dimensiunii rețelei personale asupra performanței internaționale a firmelor.

Deoarece potențialul noilor întreprinderi pentru intrarea pe piața străină depinde de cantitatea disponibilă de resurse (Autio și colab., 2000; Westhead, Wright și Ucbasaran, 2002), ei se străduiesc să-și mărească dimensiunea rețelei de la pre-faza de internaționalizare.

O explicație ar putea fi aceea că literatura generală privind rețelele presupune un efect pozitiv între dimensiunea rețelei și cantitatea de resurse disponibile (Borgatti, Jones și Everett, 1998; Greve și Salaff, 2003), iar cantitatea de resurse de care are nevoie o firmă care se internaționalizează timpuriu crește pe măsură ce intră în mai multe țări. În timp ce cercetările actuale măsoară dimensiunea și eficiența rețelei noilor întreprinderi

dimensiunea rețelei (Coviello, 2006), nu analizează impactul rețelei asupra cantității de resurse disponibile a unei firme. Acest decalaj ar trebui abordat deoarece cercetările arată o utilitate marginală în scăderea măririi rețelei în creșterea asupra cantității de resurse disponibile pentru antreprenori, posibil pentru că costul menținerii contactelor poate depăși beneficiile (Semrau & Werner, 2014). Întrucât internaționalizatorii timpurii pot beneficia de când și tie când merită să-și extindă rețelele existente pentru a accesa cantități mai mari de resurse, încurajăm cercetările viitoare pentru a investiga efectul dimensiunii rețelei internaționalizatorilor timpurii asupra cantității de resurse disponibile ulterior.

Studiile arată că poziția în rețea a unui internaționalizator timpuriu este

centrală în ambele faze ale internaționalizării și oferă noi întreprinderi acces la informații detaliate despre partenerii săi (Al-Laham & Souitaris, 2008; Coviello, 2006). În faza de pre-internaționalizare, literatura de specialitate relevă că firmele geografice apropiate din rețea pot ajuta firmele tinere să se internaționalizeze prin creșterea resurselor disponibile, dar numai în anumite condiții, cum ar fi atunci când firma este foarte tânără (Fernhaber & Li, 2013) sau concentrarea industriei. -trăirea este scăzută (Fernhaber, Gilbert & McDougall, 2008). Atunci când concentrarea în industrie este mare, o nouă asociere beneficiază de firmele geografice apropiate numai atunci când noua asociere are caracteristici precum un nivel ridicat de intensitate în cercetare și dezvoltare, dimensiune mare sau experiență internațională care o pot ajuta să depășească concurența crescută (Fernhaber et al., 2008). În acest context, Coviello (2006) susține că, atunci când o firmă menține o poziție centrală în rețea într-o rețea în creștere, poate controla fluxurile de informații și procesele de schimb de brokeri.

Cercetarea existentă subliniază beneficiile unei poziții în rețea centrală, dar recunoaște că aceste beneficii există doar în anumite condiții în faza de post-internaționalizare. Prin urmare, ar fi util să se sublinieze potențialele efecte negative ale centralității rețelei asupra accesului firmelor la resurse în faza de pre-internaționalizare pentru a înțelegem influența acestora asupra etapelor ulterioare de internaționalizare. Cercetările din afara domeniului IE relevă faptul că factorii precum capacitatea atenției restricționate și eforturile de a menține relațiile diminuează efectele pozitive ale unei poziții centrale în rețea (Rotolo & Messeni Petruzzelli, 2013). Din cauza deficitelor de resurse ale internaționalizatorilor timpurii și a tendințelor lor de a deține o poziție centrală în faza de pre-internaționalizare, investigarea impactului pozițiilor lor centrale asupra accesului lor la resurse ar fi importantă.

Când expansiunea internațională a primilor internaționalizatori câștigă viteză, aceste firme trebuie să își adapteze rețelele pentru a avea acces la cantități tot mai mari de resurse. Cu toate acestea, Ellis (2011) constată că barierele de comunicare pot împiedica schimbul internațional de resurse prin intermediul rețelelor. În faza de pre-internaționalizare, internaționalizatorii timpurii beneficiază în general de pozițiile lor centrale care le îmbunătățesc te comunicarea cu alți membri ai rețelei.

Cu toate acestea, odată ce primitorii internaționalizatori încep să adauge contacte internaționale, riscă să-și piardă pozițiile centrale din cauza barierei de comunicare. Prin urmare, așa cum este ilustrat în Fig. 2, încurajăm cercetările viitoare să considere distanța (geografică, culturală, psihică, lingvistică) ca un factor care poate împiedica avantajele unei poziții centrale în rețele în timpul expansiunii transfrontaliere.

3.3.2. Diversitatea resurselor

Fig. 1 oferă o privire de ansamblu asupra studiilor care iau în considerare influența forțelor legăturilor asupra diversității resurselor disponibile a firmelor care se internaționalizează timpuriu. În faza de pre-internaționalizare, legăturile puternice de rețea ale antreprenorilor oferă cunoștințe tacite și informații sigure despre piețele externe, ceea ce le crește capacitatea de internaționalizare. Legăturile puternice sunt deosebit de importante pe piețele externe, unde firmele care se internaționalizează timpuriu trebuie să facă față golurilor instituționale (Kiss & Danis, 2008). În acest sens, legăturile puternice sunt asociate cu comunicarea frecventă și pe termen lung și cu transferul de cunoștințe tacite prin cooperare intensivă.

Studiile arată, de asemenea, implicații negative de performanță ale legăturilor puternice pentru internaționalizatorii timpurii, deoarece acestea oferă resurse mai puțin inovatoare și sunt asociate cu costuri mari de finanțare (Han, 2006, 2008). Pe de altă parte, legăturile slabe oferă o mai mare diversitate de informații pentru noile întreprinderi (Kiss & Danis, 2008), deoarece oferă resurse noi și inovatoare de la o varietate de membri ai rețelei, crescând viteza de internaționalizare a noilor întreprinderi (Han, 2008); Kiss & Danis, 2008). În studiul lor conceptual, Prashantham și Young (2011) fac diferența între legături

(relații intraorganizaționale) și de legătură (relații interorganizaționale) în faza post-internaționalizare și influența acestor relații asupra acumulării de cunoștințe tehnologice și de piață de către o nouă afacere. Autorii explică că legăturile de legătură cuprind relații dintre actorii interni (de exemplu, departamente și colegii), în timp ce legăturile de legătură descriu relațiile firmelor cu actorii externi (de exemplu, clienții și furnizorii).

Prashantham și Young (2011) susțin, de asemenea, că legăturile puternice de legătură sunt asociate pozitiv cu exploatarea noilor cunoștințe, în timp ce legăturile slabe de legătură sunt asociate pozitiv cu dobândirea de noi cunoștințe.

În timp ce cercetările anterioare analizează teoretic influența forțelor legăturii primilor internaționalizatori asupra accesului firmelor la diversitatea resurselor, aceste studii nu iau în considerare subdimensiunea rezistenței legăturilor, care este importantă pentru o analiză adecvată a influenței forțelor legăturii asupra diversității resurselor. Deși recunoaștem că analiza rețelelor structurale este o utilitate utilă pentru analiza rezistenței rețelei, urmăm cercetările existente și recomandăm aplicarea mai multor teorii în domeniul internaționalizatorilor și rețelelor timpurii. În consecință, așa cum este subliniat în Fig. 2, recomandăm teoria forțelor legăturilor slabe de către Granovetter (1973) și sugerăm măsurarea forțelor legăturilor ca timpul investit în relație, intensitatea emoțională dintre membrii rețelei și frecvența interacțiunii. Mai multe studii din domeniul de cercetare conexă operează rezistența legăturilor într-o manieră similară (Anderson, 2008; Smith, Collins și Clark, 2005). Cercetările arată că internaționalizatorii timpurii își măresc numărul de contacte în rețea în cursul lor

procesul de internaționalizare (Coviello, 2006), care ar putea influența și puterea legăturilor, deoarece legăturile strânse cu partenerii de rețea necesită efort pentru a le stabili și menține. Prin urmare, ar fi fructuoasă operațiunile de măsurare pentru legăturile puternice și slabe pentru a determina influența acestora asupra diversității resurselor disponibile firmelor pe parcursul procesului de internaționalizare.

În ceea ce privește eliminarea găurilor structurale, Coviello (2006) constată, de asemenea, că resursele schimbate sunt mai puțin diverse atunci când rețeaua este densă în faza de pre-internaționalizare, în timp ce Yu et al. (2011) constată că cunoștințele tehnologice schimbate în rețelele de mare densitate sunt mai puțin inovatoare decât în rețelele cu densitate mai mică, deși rețelele dense sporesc efectul pozitiv al cunoștințelor de marketing asupra internaționalizării. Structurile de rețea ale internaționalizatorilor timpurii trec de la legături puternice în principal în faza de pre-internaționalizare la legături mai slabe în faza de post-internaționalizare, deoarece legăturile slabe deschid oportunități de a câștiga resurse mai diverse prin eliminarea găurilor structurale (Coviello, 2006; Prashantham & Young, 2011). Cu toate acestea, un număr mare de legături slabe conține și riscul de a fi deconectat în rețea (Coviello, 2006). Coviello (2006) dezvoltă, de asemenea, că, într-o rețea în creștere, relațiile de rețea tind să furnizeze mai rar resurse redundante, ceea ce crește oportunitățile de internaționalizare ale primilor internaționalizatori.

În general, rețelele dense reduc probabilitatea găurilor structurale. Rețelele dense sunt văzute ca dezavantajoase în ceea ce privește transferul de cunoștințe noi, dar Yu et al. (2011) constată că, în etapa pre-internaționalizare, coeziunea rețelei este pozitivă pentru transferul cunoștințelor de marketing și negativă pentru schimbul de cunoștințe tehnologice inovatoare. În acest context și având în vedere nevoia firmelor de resurse diverse atunci când se aventurează pe piețele internaționale, încurajăm cercetările viitoare să aprofundeze mai multe categorii de resurse de-a lungul procesului de internaționalizare a firmelor, deoarece acestea se referă la găurile structurale.

4. Concluzie

Obiectivele lucrării au fost să efectueze o revizuire sistematică a rolului rețelelor în procesul de internaționalizare din timpuri

internaț ionalizatorii și să exploreze oportunități pentru cercetări viitoare privind dinamica rețelelor primilor internaț ionalizatori pe parcursul procesului de internaț ionalizare a firmelor. Analiza noastră a 61 de studii demonstrează importanța rețelelor pentru firmele care se internaț ionalizează timpuriu. Bazându-ne pe trei dimensiuni cheie ale rețelelor: conținut, guvernare și structură, clarificăm starea actuală a literaturii despre rolul rețelelor în faza pre- și post-internaț ionalizare a firmelor care se internaț ionalizează timpuriu. Pe baza acestor analize sistematice, dezvoltăm sugestii pentru cercetări viitoare privind dinamica rețelelor.

Analiza noastră sugerează că este nevoie de cercetare în domeniile legate de toate cele trei dimensiuni cheie ale rețelelor: modul în care firmele obțin acces la diferite tipuri de resurse (conținut), utilizarea de către firme a mecanismelor de guvernare și schimb de resurse (guvernare) și cantitatea și diversitatea resurselor schimbate (structura) toate variază pe parcursul procesului de internaț ionalizare a firmelor. De exemplu, în domeniul conținutului rețelelor, este necesară cercetarea asupra modului în care accesul la resurse umane și finanțare afectează accesul firmelor la aceste tipuri de resurse în fazele ulterioare ale internaț ionalizării firmelor. De asemenea, este necesară cercetarea cu privire la utilizarea încrederii și a mecanismelor de guvernare socială ca posibilități de schimb de resurse. În cele din urmă, extinderea a ceea ce știm despre efectul dimensiunii rețelelor și al forțelor legăturii asupra cantității disponibile și diversității resurselor firmelor ar fi utilă pentru a clarifica rolul rețelelor în internaț ionalizarea timpurie a firmelor.

Acest studiu are mai multe limitări. Prima limitare se referă la procesul de căutare al studiului nostru, pe care l-am adoptat de la Jones și colab. (2011), a căror sferă (domeniul IE) este mai largă decât cea a studiului nostru și, prin urmare, prezintă pericolul de a pierde focalizarea studiului. Cu toate acestea, această abordare are și unele puncte forte, în special în ceea ce privește validarea procesului de căutare. Deoarece a doua noastră căutare intensă în literatură, pe care am efectuat-o în scopuri de validare, nu a găsit niciun studiu suplimentar care să fie relevant pentru revizuirea noastră, am ajuns la concluzia că urmând procedura de căutare a lui Jones et al. (2011) și restrângând procesul de căutare pentru a identifica studiile privind rolul rețelelor în firmele care se internaț ionalizează timpuriu s-au potrivit cu scopul nostru general de a identifica, evalua și rezuma cercetările existente în cel mai cuprinzător mod. În al doilea rând, cele trei dimensiuni cheie ale rețelelor nu sunt independente una de cealaltă. De exemplu, mecanismele de guvernare a rețelelor pot influența conținutul resurselor schimbate în rețea, deoarece contactele din rețea pot oferi bani doar firmelor de încredere. Cu toate acestea, ne ocupăm de aceste dimensiuni cheie individual pentru a oferi o analiză clară și transparentă, care este în concordanță cu Hoang și Antoncic (2003). În al treilea rând, revizuirea noastră se ocupă numai de firmele care se internaț ionalizează timpuriu, deci exclude studiile care se concentrează pe alte tipuri de firme sau care compară alte tipuri de firme cu cele care se internaț ionalizează timpurie (de exemplu, Baum, Schwens și Kabst, 2015; Schwens și Kabst, 2009). , deși aceste studii pot fi și relevante. În cele din urmă, am inclus în neșantionul nostru numai articole de reviste revizuite de colegi, ceea ce ar putea crește pericolul părtinirii publicării, chiar dacă această procedură este o practică acceptată și asigură o contribuție de înaltă calitate pentru revizuirea noastră.

Deși este în primul rând un ghid pentru cercetare, această revizuire poate funcționa și ca un ghid practic pentru managerii care caută să își și internaț ionalizeze noile întreprinderi. Am aruncat lumină asupra conceptelor predominante conform cărora contactele din rețea sunt valoroase pentru printrii internaț ionalizatori. În primul rând, deoarece noile întreprinderi au nevoie de mai multe tipuri de resurse pentru eforturile lor de internaț ionalizare, oferim managerilor informații despre diferitele tipuri de resurse pe care le pot accesa prin rețea. De exemplu, rețelele pot ajuta firmele să acceseze capital financiar prin crowdfunding pentru internaț ionalizarea inițială a firmelor și, ulterior, pot facilita accesul la capital de la instituțiile financiare. În al doilea rând, revizuirea noastră poate oferi managerilor informații pe care le pot folosi atunci când își stabilesc și își mențin relațiile de rețea pentru a minimiza costurile de tranzacție ale schimburilor lor de resurse. De exemplu, deoarece costurile de tranzacție apar din

schimbul de resurse (de exemplu, costurile de căutare și control), rețelele presupun mecanisme precum încrederea care scad costurile pentru schimbul de resurse. În acest sens, această revizuire oferă informații pe care managerii le pot folosi în efortul lor de a construi încrederea între organizații și membrii rețelelor. De exemplu, managerii pot promova stabilirea încrederii între organizații prin evidențierea asemănarilor potențialelor parteneri (cum ar fi obiectivele comune). Încrederea stabilită între membrii rețelelor poate crește, la rândul său, dorința de a partenerii de a accesa resursele necesare pentru internaț ionalizare. În cele din urmă, revizuirea noastră poate oferi managerilor informații despre posibilele rezultate ale investiției de timp și bani în construirea rețelelor. De exemplu, revizuirea dezvoltă potențiale beneficii în ceea ce privește accesul la diversitate și cantitatea de resurse în cazul în care managerii decid să investească în dimensiunea rețelelor, calitatea relațiilor și poziția în rețea.

Referințe

- Al-Laham, A., & Souitaris, V. (2008). Integrarea rețelelor și internaț ionalizarea noilor riscuri: analiza legăturilor internaț ionale din industria biotehnologică germană. *Journal of Business Venturing*, 23(5), 567e586.
- Anderson, MH (2008). Rețelele sociale și motivația de a realiza oportunități de rețea: Un studiu al comportamentelor managerilor de culegere de informații. *Journal of Organizational Behavior*, 29(1), 51e78.
- Arenius, P., & De Clercq, D. (2005). O abordare bazată pe rețea a oportunităților recunoscute. *Small Business Economics*, 24(3), 249e265.
- Autio, E. (2005). Tensiune creativă: semnificația articolului lui Ben Oviatt și Patricia McDougall „Către o teorie a noilor întreprinderi internaț ionale”. *Journal of International Business Studies*, 36(1), 9e19.
- Autio, E., Sapienza, HJ, & Almeida, JG (2000). Efectele vârstei la intrare, intensitatea cunoștințelor și imitabilitatea asupra creșterii internaț ionale. *Jurnalul Academiei de Management*, 43(5), 909e924.
- Barber, AE, Wesson, MJ, Roberson, QM și Taylor, MS (1999). O poveste despre două piețe de muncă: dimensiunea organizației și efectele acesteia asupra practicilor de angajare și comportamentul de căutare a unui loc de muncă. *Psihologia personalului*, 52(4), 841.
- Baum, M., Schwens, C. și Kabst, R. (2015). O analiză de clasă latentă a modelelor de internaț ionalizare a firmelor mici. *Journal of World Business*, 50(4), 754e768.
- Belleflamme, P., Lambert, T. și Schwienbacher, A. (2014). Crowdfunding: atingerea publicului potrivit. *Journal of Business Venturing*, 29(5), 585e609.
- Berg, MS, Aspelund, A. și Sørheim, R. (2008). Structurile hibride ale noilor întreprinderi internaț ionale: o abordare a capitalului social și a agendă de cercetare. *Jurnalul Internațional de Antreprenoriat și Inovare*, 9(1), 33e42.
- Blomqvist, K., Hurmelinna-Laukkanen, P., Nummela, N., & Saarenketo, S. (2008). Rolul încrederii și al contractelor în internaț ionalizarea Born Globals intensive în tehnologie. *Journal of Engineering and Technology Management*, 25(1), 123e135.
- Borgatti, SP, Jones, C. și Everett, MG (1998). Măsurile de rețea ale capitalului social. *Conexiuni*, 21(2), 27e36.
- Brass, DJ, Galaskiewicz, J., Greve, HR și Tsai, W. (2004). Evaluarea rețelelor și organizațiilor: o perspectivă pe mai multe niveluri. *Jurnalul Academiei de Management*, 47(6), 795e817.
- Bruton, G., Khavul, S., Siegel, D. și Wright, M. (2015). Noi alternative financiare în semănarea antreprenoriatului: microfinanțare, crowdfunding și inovații peer-to-peer. *Teoria și practica antreprenoriatului*, 39(1), 9e26.
- Bucini, G., & Mola, L. (2014). Cum stabilesc firmele antreprenoriale relații transfrontaliere? O perspectivă globală a lanțului valoric. *Journal of International Entrepreneurship*, 12(1), 67e84.
- Calantone, RJ, Tamer Cavusgil, S., Schmidt, JB și Shin, GC (2004). Internaț ionalizarea și dinamica adaptării produselor – o investigație empirică. *Journal of Product Innovation Management*, 21(3), 185e198.
- Cannone, G., Pisoni, A., & Onetti, A. (2014). Companii globale născute fondate de tineri antreprenori. Un studiu de caz multiplu. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 18(2e3), 210e232.
- Cannone, G., & Ughetto, E. (2014). Born globals: un sondaj la nivel național asupra start-up-urilor de înaltă tehnologie. *International Business Review*, 23(1), 272e283.
- Cardon, MS (2003). Forța de muncă contingentă ca factor favorizant al creșterii antreprenoriale. *Managementul resurselor umane*, 42(4), 357e373.
- Casson, M. (1997). Rețelele antreprenoriale în afaceri internaț ionale. *Business and Economic History*, 26(2), 811e823.
- Cavusgil, ST și Knight, G. (2015). Firma globală născută: o perspectivă antreprenorială și a capacităților privind internaț ionalizarea timpurie și rapidă. *Journal of International Business Studies*, 46(1), 3e16.
- Chandra, Y., Styles, C. și Wilkinson, IF (2012). O viziune bazată pe oportunități a internaț ionalizării rapide. *Journal of International Marketing*, 20(1), 74e102.
- Asociația autorizată a școlilor de afaceri. (2015). Ghid de jurnal academic. <http://charteredabs.org/academic-journal-guide-2015/>.

- Cooper, AC, Gimeno-Gascon, FJ și Woo, CY (1994). **Capitalul uman și financiar inițial ca predictorii ai performanței ei noilor întreprinderi.** *Journal of Business Venturing*, 9(5), 371e395.
- Coviello, NE (2006). **Dinamica rețelei a noilor întreprinderi internaționale.** *Journal of International Business Studies*, 37(5), 713e731.
- Coviello, NE și Cox, MP (2006). **Dinamica resurselor noilor rețele internaționale de risc.** *Journal of International Entrepreneurship*, 4(2e3), 113e132.
- Coviello, NE, McDougall, PP și Oviatt, BM (2011). **Apariția, avansul și viitorul cercetării antreprenoriale internaționale într-o introducere în forumul special.** *Journal of Business Venturing*, 26(6), 625e631.
- Coviello, NE și Munro, HJ (1995). **Creșterea firmei antreprenoriale: Rețele pentru dezvoltarea pieței internaționale.** *Jurnalul European de Marketing*, 29(7), 49e61.
- Coviello, NE și Munro, HJ (1997). **Relațiile de rețea și procesul de internaționalizare al firmelor mici de software.** *International Business Review*, 6(4), 361e386.
- De Clercq, D., Sapienza, HJ, Yavuz, RI și Zhou, L (2012). **Învățarea și cunoștințele în cercetarea de internaționalizare timpurie: realizări trecute și direcții viitoare.** *Journal of Business Venturing*, 27(1), 143e165.
- Doherty, B., Haugh, H. și Lyon, F. (2014). **Întreprinderile sociale ca organizații hibride: o agendă de revizuire și cercetare.** *International Journal of Management Reviews*, 16(4), 417e436.
- Ellis, PD (2011). **Legăturile sociale și antreprenoriul internațional: Oportunități și constrângeri care afectează internaționalizarea firmei.** *Journal of International Business Studies*, 42(1), 99e127.
- Evald, MR, Klyver, K. și Christensen, PR (2011). **Efectul capitalului uman, al capitalului social și al valorilor percepționale asupra intențiilor de export ale antreprenorilor în curs de dezvoltare.** *Journal of International Entrepreneurship*, 9(1), 1e19.
- Evers, N. și O'Gorman, C. (2011). **Internaționalizarea improvizată în noile întreprinderi: rolul cunoștințelor anterioare și al rețelelor.** *Antreprenoriat și dezvoltare regională*, 23(7e8), 549e574.
- Fernhaber, SA, Gilbert, BA și McDougall, PP (2008). **Antreprenoriul internațional și locațiile geografice: o examinare empirică a internaționalizării noilor întreprinderi.** *Journal of International Business Studies*, 39(2), 267e290.
- Fernhaber, SA și Li, D. (2013). **Expunerea internățională prin relațiile de rețea: Implicații pentru internaționalizarea noilor întreprinderi.** *Journal of Business Venturing*, 28(2), 316e334.
- Fernhaber, SA și McDougall-Covin, PP (2009). **Capitaliștii de risc ca catalizatori ai noii internaționalizări de risc: impactul resurselor lor de cunoștințe și reputație.** *Teoria și practica antreprenoriului*, 33(1), 277e295.
- Freeman, S., Hutchings, K., Lazaris, M. și Zyngier, S. (2010). **Un model de dezvoltare rapidă a cunoștințelor: firma globală mai mică.** *International Business Review*, 19(1), 70e84.
- Fuerst, S. și Zettinig, P. (2015). **Dinamica de creare a cunoștințelor în cadrul noii întreprinderi internaționale.** *European Business Review*, 27(2), 182e213.
- Fulmer, CA și Gelfand, MJ (2012). **La ce nivel și în cine avem încredere în mai multe niveluri organizaționale.** *Journal of Management*, 38(4), 1167e1230.
- Gainey, TW și Klaas, BS (2003). **Externalizarea instruirii și dezvoltării: Factorii care influențează satisfacția clienților.** *Journal of Management*, 29(2), 207e229.
- Gerschewski, S., Rose, EL și Lindsay, VJ (2015). **Întelegerea factorilor determinanți ai performanței ei internaționale pentru firmele născute la nivel mondial: o perspectivă integrată.** *Journal of World Business*, 50(3), 558e575.
- Granovetter, MS (1973). **Forța legăturilor slabe.** *Jurnalul American de Sociologie*, 78(6), 1360e1380.
- Greve, A. și Salaff, JW (2003). **Rețele sociale și antreprenoriul.** *Antreprenoriul - Teoria și practica de management*, 28(1), 1e22.
- Han, M. (2006). **Dezvoltarea capitalului social pentru a obține o internaționalizare superioară: un model conceptual.** *Journal of International Entrepreneurship*, 4(2e3), 99e112.
- Han, M. (2008). **Obținerea performanței superioare a noilor întreprinderi internaționale (INV): exploatarea duratei pe termen scurt a legăturilor.** *Journal of Enterprise Culture*, 16(01), 1e18.
- Hitt, MA, Bierman, L., Uhlenbruck, K. și Shimizu, K. (2006). **Importanța resurselor în internaționalizarea firmelor de servicii profesionale: bine, rău și urât.** *Academy of Management Journal*, 49(6), 1137e1157.
- Hoang, H. și Antoncic, B. (2003). **Cercetare bazată pe rețea în antreprenoriul: o revizuire critică.** *Journal of Business Venturing*, 18(2), 165e187.
- Hsu, DH (2004). **Ce plătesc antreprenorii pentru afilierea cu capital de risc? The Journal of Finance, 59(4), 1805e1844.**
- Inkpen, AC și Tsang, EW (2005). **Capital social, rețele și transfer de cunoștințe.** *Academy of Management Review*, 30(1), 146e165.
- Johanson, J. și Vahlne, J.-E. (1977). **Procesul de internaționalizare a firmei - un model de dezvoltare a cunoștințelor și de creștere a angajamentelor pe piața externă.** *Journal of International Business Studies*, 23e32.
- Johanson, J. și Vahlne, J.-E. (1990). **Mecanismul internaționalizării.** *International Marketing Review*, 7(4).
- Jolly, VK, Alahuhta, M. și Jeannot, JP (1992). **Provocarea operatorilor tradiționali: modul în care start-up-urile de înaltă tehnologie concurează la nivel global.** *Schimbare strategică*, 1(2), 71e82.
- Jones, MV și Coviello, NE (2005). **Internaționalizare: Conceptualizarea unui proces antreprenorial de comportament în timp.** *Journal of International Business Studies*, 36(3), 284e303.
- Jones, MV, Coviello, N. și Tang, YK (2011). **Cercetare în domeniul antreprenoriului internațional (1989e2009): O ontologie de domeniu și analiză tematică.** *Journal of Business Venturing*, 26(6), 632e659.
- Jones, C., Hesterly, WS și Borgatti, SP (1997). **O teorie generală a guvernării rețelei: condiții de schimb și mecanisme sociale.** *Academia de Management Review*, 22(4), 911e945.
- Kasper-Fuehrera, EC, și Ashkanasy, NM (2001). **Comunicarea de încredere și construirea încrederii în organizațiile virtuale interorganizaționale.** *Journal of Management*, 27(3), 235e254.
- Kaur, S. și Sandhu, MS (2014). **Internaționalizarea firmelor născute la nivel mondial: dovezi din Malaezia.** *Journal of the Asia Pacific Economy*, 19(1), 101e136.
- Kiss, AN și Danis, WM (2008). **Contextul instituțional al afacerii, rețelele sociale și viteza de internaționalizare a noilor întreprinderi.** *Jurnalul European de Management*, 26(6), 388e399.
- Kiss, AN și Danis, WM (2010). **Rețelele sociale și viteza internăționalizării noilor întreprinderi în timpul tranziției instituționale: un model conceptual.** *Journal of International Entrepreneurship*, 8(3), 273e287.
- Knight, GA și Cavusgil, ST (2004). **Inovație, capacitate și organizație: firma globală născută.** *Journal of International Business Studies*, 35(2), 124e141.
- Lee, C., Lee, K. și Pennings, JM (2001). **Capacități interne, rețele externe și performanță: un studiu asupra întreprinderilor bazate pe tehnologie.** *Strategic Management Journal*, 22(6e7), 615e640.
- Leite, YVP, de Moraes, WFA și Salazar, VS (2016). **Expresii ale relațiilor în antreprenoriul internațional.** *Journal of International Entrepreneurship*, 14(2), 213e238.
- Leung, A., Zhang, J., Wong, PK și Der Foo, M. (2006). **Utilizarea rețelelor în achiziționarea de resurse umane pentru firmele antreprenoriale: considerații multiple „de potrivire”.** *Journal of Business Venturing*, 21(5), 664e686.
- Li, H., și Atuahene-Gima, K. (2001). **Strategia de inovare a produselor și performanța a noilor proiecte tehnologice în China.** *Academy of Management Journal*, 44(6), 1123e1134.
- Luoto, S., Brax, SA și Kohtamaki, M. (2017). **Meta-analiză critică a cercetării în servizuri: Construirea unui model-narațiune pentru a dezvălui ipoteze paradigmatice.** *Managementul Marketingului Industrial*, 60, 89e100.
- Lu, Y., Zhou, L., Bruton, G. și Li, W. (2010). **Capacități și mediator care leagă resursele și performanța internățională a firmelor antreprenoriale într-o economie emergentă.** *Journal of International Business Studies*, 41(3), 419e436.
- Mainela, T. și Puhakka, V. (2011). **Rolul rețelelor în apariția noilor întreprinderi internaționale.** *International Journal of Entrepreneurial Venturing*, 3(1), 5e25.
- Manolova, TS, Manev, IM și Gyoshev, BS (2010). **Între-o companie bună: Rolul rețelelor personale și inter-firme pentru internaționalizarea noilor întreprinderi într-o economie în tranziție.** *Journal of World Business*, 45(3), 257e265.
- McDougall, PP (1989). **Antreprenoriul internațional versus intern: un nou comportament strategic de risc și structură industrială.** *Journal of Business Venturing*, 4(6), 387e400.
- McDougall, PP și Oviatt, BM (2000). **Antreprenoriul internațional: intersecția a două căi de cercetare.** *Jurnalul Academiei de Management*, 43(5), 902e906.
- Mikhailova, O. și Olsen, PI (2016). **Internaționalizarea unei invenții academice prin rețele succesive și tranziția afacerii: cazul TAVI.** *Journal of International Entrepreneurship*, 14(3), 441e471.
- Mollick, E. (2014). **Dinamica finanțării participative: un studiu explorator.** *Journal of Business Venturing*, 29(1), 1e16.
- Morse, EA, Fowler, SW și Lawrence, TB (2007). **Impactul integrării virtuale asupra noului risc Supraviețuire: Depășirea pasivelor nouătii.** *Teoria și practica antreprenoriului*, 31(2), 139e159.
- Mort, GS și Weerawardena, J. (2006). **Capacitate de creare de rețele și antreprenoriul internațional.** *International Marketing Review*, 23(5), 549e572.
- Naude, W. și Rossouw, S. (2010). **Antreprenoriul internațional timpuriu în China: amplasare și factori determinanți.** *Journal of International Entrepreneurship*, 8(1), 87e111.
- Nowinski, W. și Rialp, A. (2016). **Impactul rețelelor sociale asupra percepției oportunităților internaționale.** *Journal of Small Business Management*, 54(2), 445e461.
- O'Gorman, C., și Evers, N. (2011). **Intermediari de rețea în internaționalizarea noilor firme din regiunile periferice.** *International Marketing Review*, 28(4), 340e364.
- Oparaocha, GO (2015). **IMM-urile și antreprenoriul internațional: o perspectivă de rețea instituțională.** *International Business Review*, 24(5), 861e873.
- Oviatt, BM și McDougall, PP (1994). **Spre o teorie a noilor întreprinderi internaționale.** *Journal of International Business Studies*, 25(1), 45e64.
- Park, T. și Rhee, J. (2012). **Antecedente ale competenței de cunoaștere și performanței ei în globalurile născute: Efectele moderatoare ale capacității de absorbție.** *Decizia managementului*, 50(8), 1361e1381.
- Park, HD și Steensma, HK (2012). **Când capitalul de risc corporativ adaugă valoare pentru noile întreprinderi? Strategic Management Journal, 33(1), 1e22.**
- Petterson, IB și Tobiassen, AE (2012). **Sunt global născuți și cu adevărat global născuți? Cazul spin-off-urilor academice cu perioade lungi de dezvoltare.** *Journal of International Entrepreneurship*, 10(2), 117e141.
- Petticrew, M. și Roberts, H. (2008). **Recenzii sistematice în științele sociale: un ghid practic.** John Wiley & Sons.
- Podsakoff, PM, Mackenzie, SB, Bachrach, DG și Podsakoff, NP (2005). **Influența revistelor de management în anii 1980 și 1990.** *Strategic Management Journal*, 26(5), 473e488.
- Prashantham, S. (2008). **Noua internaționalizare a întreprinderii ca rețea noioasă strategică.** *Jurnalul European de Management*, 26(6), 378e387.
- Prashantham, S. și Birkinshaw, J. (2015). **Alegeți-i-vă prietenii cu grijă: legături cu țara de origine și internaționalizarea noilor întreprinderi.** *Management International Review*, 55(2), 207e234.
- Prashantham, S. și Dhanaraj, C. (2010). **Influența dinamică a capitalului social asupra creșterii internăionale a noilor întreprinderi.** *Journal of Management Studies*, 47(6), 967e994.

- Prashantham, S., Dhanaraj, C. și Kumar, K. (2015). Legături care leagă: legături etnice și internaționalizarea noilor întreprinderi. Planificare pe termen lung, 48(5), 317e333.
- Prashantham, S. și Young, S. (2011). Viteza post-întreprinderi a noilor întreprinderi internaționale. Teoria și practica antreprenoriatului, 35(2), 275e292.
- Presutti, M., Boari, C., & Fraticchi, L. (2007). Achiziția de cunoștințe și dezvoltarea externă a start-up-urilor de înaltă tehnologie: O abordare a capitalului social. International Business Review, 16(1), 23e46.
- Rialp, A., Rialp, J. și Knight, GA (2005). Fenomenul firmelor de internaționalizare timpurie: ce s-a întâmplat după un deceniu (1993-2003) de anchetă și tiințifică? International Business Review, 14(2), 147e166.
- Ripolles, M., Blesa, A., & Monferrer, D. (2012). Factori care îmbunătățesc alegerea unor moduri de intrare cu angajamente mai mari de resurse în noile întreprinderi internaționale. International Business Review, 21(4), 648e666.
- Robson, MJ, Katsikeas, CS și Bello, DC (2008). Motive și rezultate ale performanțelor în creșterea în alianțe strategice internaționale: Rolul complexității organizaționale. Organization Science, 19(4), 647e665.
- Rotolo, D., & Messeni Petruzzelli, A. (2013). Când contează centralitatea? Productivitatea și tiințifică și rolul moderator al specializării în cercetare și a legăturilor intercomunitare. Journal of Organizational Behavior, 34(5), 648e670.
- Ruokonen, M., Nummela, N., Puumalainen, K., & Saarenketo, S. (2006). Managementul rețelei cheia pentru internaționalizarea rapidă de succes a micilor firme de software? International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management, 6(6), 554e572.
- Sapienza, HJ, Autio, E., George, G., & Zahra, SA (2006). O perspectivă a capacităților asupra efectelor internaționalizării timpurii asupra supraviețuirii și creșterii firmelor. Academy of Management Review, 31(4), 914e933.
- Sasi, V., & Arenius, P. (2008). Afaceri internaționale noi și rețele sociale: avantaj sau răspundere? Jurnalul European de Management, 26(6), 400e411.
- Schweizer, R., Vahlne, J.-E., & Johanson, J. (2010). Internaționalizarea ca proces antreprenorial. Journal of International Entrepreneurship, 8(4), 343e370.
- Schwens, C. și Kabst, R. (2009). Cât de devreme învață internaționalizatorii în opoziție cu cea târzie: Experiența altora și paradigmele de interpretare. International Business Review, 18(5), 509e522.
- Semrau, T., & Werner, A. (2014). Cum se plătesc exact relațiile de rețea? Efectele dimensiunii rețelei și ale calității relației asupra accesului la resursele start-up. Teoria și practica antreprenoriatului, 38(3), 501e525.
- Sepulveda, F., & Gabrielsson, M. (2013). Dezvoltarea rețelei și creșterea companiei: un studiu bazat pe resurse asupra globalității iltor B2B născute. Industrial Marketing Management, 42(5), 792e804.
- Shane, S. și Cable, D. (2002). Legăturile de rețea, reputația și finanțarea noilor aventuri. Management Science, 48(3), 364e381.
- Shane, S. și Venkataraman, S. (2000). Promisiunea antreprenoriatului ca domeniu de cercetare. Academy of Management Review, 25(1), 217e226.
- Shirokova, G., & McDougall-Covin, P. (2012). Rolul rețelelor sociale și al instituțiilor în internaționalizarea firmelor antreprenoriale rusești: contează ele? Journal of International Entrepreneurship, 10(3), 177e199.
- Sigfusson, T. și Chetty, S. (2013). Construirea de rețele virtuale antreprenoriale internaționale în spațiul cibernetic. Journal of World Business, 48(2), 260e270.
- Sigfusson, T., & Harris, S. (2012). Căile de formare a relațiilor în întreprinzătorilor internaționali. Journal of International Entrepreneurship, 10(4), 325e349.
- Sigfusson, T., & Harris, S. (2013). Contextul pieței interne și portofoliile de relații ale antreprenorilor internaționali. International Business Review, 22(1), 243e258.
- Simba, A. (2015). Un nou model de cunoștințe și dezvoltare a capacităților inovatoare pentru firmele mici de bioetech din lume: Dovezi din East Midlands, Marea Britanie. International Journal of Entrepreneurship and Innovation Management, 19(1e2), 30e58.
- Slotte-Kock, S. și Coviello, N. (2010). Cercetarea antreprenoriatului asupra proceselor de rețea: o revizuire și căi de urmat. Teoria și practica antreprenoriatului, 34(1), 31e57.
- Smith, KG, Collins, CJ și Clark, KD (2005). Cunoștințele existente, capacitatea de creare a cunoștințelor și rata introducerii de noi produse în firmele de înaltă tehnologie. Academy of Management Journal, 48(2), 346e357.
- Staples, M. și Niazi, M. (2007). Experiența folosind ghiduri de revizuire sistematică. Journal of Systems and Software, 80(9), 1425e1437.
- Tolstoj, D. (2010). Dezvoltarea rețelelor și crearea de cunoștințe pe piața externă: Un studiu al firmelor antreprenoriale internaționale. Antreprenoriat și dezvoltare regională, 22(5), 379e402.
- Tranfield, D., Denyer, D. și Smart, P. (2003). Către metodologie pentru dezvoltarea cunoștințelor de management bazate pe dovezi prin intermediul revizuirii sistematice. British Journal of Management, 14(3), 207e222.
- Vapola, T., Tossavainen, P., & Gabrielsson, M. (2008). Strategia de cuirasat: Rolul complementar globalilor născuți în crearea de noi oportunități de către MNC. Journal of International Entrepreneurship, 6(1), 1e21.
- Varis, J., Kuivalainen, O., & Saarenketo, S. (2005). Selectarea partenerilor pentru marketing și distribuție internațională în noile întreprinderi corporative. Journal of International Entrepreneurship, 3(1), 19e36.
- Vasilchenko, E., & Morrish, S. (2011). Rolul rețelelor antreprenoriale în explorarea și exploatarea oportunităților de internaționalizare de către firmele de tehnologie informației și comunicații. Journal of International Marketing, 19(4), 88e105.
- Wakkee, I. (2006). Cartografierea dezvoltării rețelei de noi întreprinderi internaționale cu ajutorul e-mail-urilor companiei. Journal of International Entrepreneurship, 4(4), 191e208.
- Weerawardena, J., Mort, GS, Liesch, PW și Knight, G. (2007). Conceptualizarea internaționalizării accelerate în firma globală născută: o perspectivă dinamică a capacităților. Journal of World Business, 42(3), 294e306.
- Westhead, P., Wright, M. și Ucbasaran, D. (2002). Strategii de selecție a pieței internaționale selectate de „micro” și „mici” firme. Omega, 30(1), 51e68.
- Yu, J., Gilbert, BA și Oviatt, BM (2011). Efectele alianțelor, timpului și coeziunii rețelei asupra inițierii vânzărilor externe de către noi întreprinderi. Strategic Management Journal, 32(4), 424e446.
- Zacharakis, A. (1997). Intrarea antreprenorială pe piețele externe: o perspectivă a costurilor de tranzacție. Antreprenoriat: Teorie și practică, 21(3), 23.
- Zahra, SA, Korri, JS, & Yu, J. (2005). Cognițiile și antreprenoriatul internațional: Implicații pentru cercetarea privind recunoașterea și exploatarea oportunităților internaționale. International Business Review, 14(2), 129e146.
- Zain, M., & Ng, SI (2006). Impactul relațiilor de rețea asupra procesului de internaționalizare al IMM-urilor. Thunderbird International Business Review, 48(2), 183e205.
- Zhou, L., Wu, W.-p. și Luo, X. (2007). Internaționalizarea și performanța IMM-urilor născute la nivel mondial: rolul de mediere al rețelelor sociale. Journal of International Business Studies, 38(4), 673e690.