

INDICE

<i>Introduzione</i>	11
---------------------	----

CAPITOLO PRIMO

Analisi delle opportunità e delle sfide legate all'internazionalizzazione delle PMI nel contesto attuale

1.1. Introduzione all'internazionalizzazione delle PMI	15
1.2. Opportunità offerte dall'internazionalizzazione	16
1.2.1. Diversificazione del rischio	17
1.2.2. Incremento della competitività e accesso ai nuovi mercati	18
1.3. Barriere all'internazionalizzazione	19
1.3.1. Barriere linguistiche	19
1.3.2. Normative e regolamentazioni internazionali	23
1.3.3. Risorse e internazionalizzazione: oltre le sfide economiche	24
1.3.4. Tecnologie e strumenti per supportare l'internazionalizzazione	25
1.4. Relazione bidimensionale tra innovazione e internazionalizzazione	26
1.4.1. Internazionalizzazione come spinta all'innovazione	28
1.4.2. Innovazione come motore per l'internazionalizzazione	30

CAPITOLO SECONDO

Strategie e modelli teorici di internazionalizzazione

2.1. Introduzione alle strategie di internazionalizzazione	33
2.2. Principali strategie di internazionalizzazione	34
2.2.1. <i>Uppsala Model</i> e <i>stage theory</i>	38
2.2.2. <i>Network Approach</i>	43
2.2.3. <i>Born global</i> e approccio internazionale precoce	47
2.3. Sfide e opportunità per il vantaggio competitivo nella globalizzazione	50

CAPITOLO TERZO

Relazione tra internazionalizzazione e performance aziendale

3.1. Introduzione al legame tra internazionalizzazione e valore aziendale	55
3.2. Effetti dell'internazionalizzazione sul valore di mercato	
- Errunza e Senbet (1981)	63
3.3. <i>Excess value</i> (EV) e stabilità finanziaria	64
3.3.1. Critiche e limiti alla teoria di Errunza e Senbet (1981)	68
3.4. Analisi del contributo di Kim e Lyn (1986) sull'internazionalizzazione e la performance aziendale	70
3.4.1. L'impatto di R&D come fattori critici di Kim e Lyn (1986)	72
3.4.2. L'analisi delle imperfezioni di mercato: un vantaggio competitivo per le multinazionali secondo Kim e Lyn (1986)	74
3.5. Analisi della teoria di Morck e Yeung (1991) e il ruolo della Q di Tobin	77
3.5.1. Misure di internazionalizzazione: Numero di filiali estere e paesi di presenza	79
3.5.2. Il ruolo delle R&D nell'aumentare il valore aziendale attraverso l'internazionalizzazione	81
3.5.3. Il limite della multinazionalità isolata e la necessita di una strategia integrata	83
3.6. Analisi del modello di Kim, Hwang e Burgers (1993) e il ruolo del ROA	84
3.7. Analisi del modello di Hitt, Hoskisson e Kim: Internazionalizzazione e diversificazione del prodotto	87
3.7.1. Diversificazione del prodotto e capacità organizzative	89
3.7.2. Misura della diversificazione tramite entropia e il modello transnazionale	91
3.7.3. <i>Return on Assets</i> (ROA) nel processo di internazionalizzazione	93
3.7.4. Capacità manageriali e sfide della diversificazione internazionale: critiche e limiti	95
3.8. Analisi della teoria di Bodnar et al. (1999): Diversificazione geografica e performance finanziaria	96
3.8.1. Indicatori di performance: <i>Excess Value</i> (EV) e <i>Market to Book Ratio</i>	97

CAPITOLO QUARTO

Nuove Evidenze teoriche dal 2000 ad oggi e analisi empirica sulle pmi italiane

4.1. L'analisi di Bodnar, Tang e Weintrop (2003)	101
4.2. Analisi delle teorie di Lee e Kim (2024) Zhang e Liu (2023) e Kumar e Singh (2022): Misurazione del valore d'impresa attraverso <i>Excess Value</i> (EV), <i>Market to book ratio</i> (MTB) e Prezzo/Utili (P/E)	104
4.3. Le Nuove Direzioni dell'Export Italiano: Opportunità, Sostenibilità e Digitalizzazione	108
4.4. La crescita sostenibile	109
4.5. L'internazionalizzazione sostenibile: una strategia per il successo globale	114
4.6. Analisi di contesto e commento dello studio	118
4.7. Metodologia e analisi dei dati	120
4.8. Implicazioni manageriali e conclusioni	126
<i>Riferimenti bibliografici</i>	131