



UNIVERSITA' DEGLI STUDI DI PADOVA
DIPARTIMENTO DI SCIENZE ECONOMICHE E AZIENDALI
"MARCO FANNO"

CORSO DI LAUREA IN ECONOMIA INTERNAZIONALE
L-33 Classe delle lauree in SCIENZE ECONOMICHE

Tesi di laurea

IMPRESE NEL COMMERCIO INTERNAZIONALE
FIRMS IN INTERNATIONAL TRADE

Relatore:

Prof. MISTRI MAURIZIO

Laureando:

GUIOTTO CHIARA

Anno Accademico 2014-2015

IMPRESE NEL COMMERCIO INTERNAZIONALE

(Firms in International Trade)

INDICE:

INTRODUZIONE	p. 4
CAPITOLO 1 – CARATTERISTICHE E PERFORMANCE DELLE IMPRESE NEL COMMERCIO INTERNAZIONALE	p. 6
1.1 Destinazioni delle esportazioni e produttività	
1.2 Importazioni e produttività	
1.3 Commercio internazionale e ulteriori dimensioni della performance d’impresa	
CAPITOLO 2 – INTERNAZIONALIZZAZIONE E TRADE LIBERALIZATION.....	p. 14
CAPITOLO 3 – MODELLO GRAVITAZIONALE ANALIZZATO DAL PUNTO DI VISTA DELLE IMPRESE.....	p. 18
CAPITOLO 4 – INTENSITÀ DI ESPORTAZIONE E CRESCITA PRODUTTIVA IN GERMANIA	p. 22
4.1 Evidenze empiriche e dati rilevati da imprese tedesche	
4.2 Vantaggio competitivo e sistema nazionale di innovazione	
CONCLUSIONI	p. 28
BIBLIOGRAFIA	p.30

INTRODUZIONE

L'analisi dell'articolo accademico "*Firms in international trade*" di Bernard e Jensen (Journal of Economic Perspectives, 2007) propone molti spunti per l'approfondimento di tematiche tuttora attuali e interessanti per i loro sviluppi sociali ed economici.

Le recenti ricerche empiriche hanno posto diverse sfide per le "Old Trade Theories" di Ricardo (1817), Heckscher (1919) e Ohlin (1933), per cui risulta interessante osservare come queste sfide hanno spostato il focus per quanto riguarda il commercio internazionale dai paesi e le loro industrie verso le imprese e i loro prodotti.

Gli autori mostrano come le nuove teorie economiche sul commercio sono in grado di spiegare in modo più accurato e preciso alcuni eventi che non sono stati spiegati dai modelli tradizionali.

Utilizzando dati sul commercio delle imprese americane, essi analizzano non perché un paese o un settore stia esportando, ma perché le imprese lo facciano, analizzando gli effetti della liberalizzazione del commercio sulle imprese e sul comportamento del margine intensivo ed estensivo di commercio relativi all'equazione gravità.

La letteratura sul commercio internazionale sta crescendo esponenzialmente con l'aumentare della complessità di questa società sempre più globalizzata.

Ponendo l'attenzione sulla parte empirica di questa letteratura, che consiste in articoli e giornali accademici pubblicati recentemente, questa tesi prende l'avvio dall'analisi dei collegamenti tra commercio internazionale (esportazioni ed importazioni) e le dimensioni della performance dell'impresa (produttività, salari, profittabilità e tasso di sopravvivenza), per passare poi dall'impatto che la liberalizzazione del commercio internazionale ha avuto sulla produzione aggregata, arrivando ad un'analisi del modello gravitazionale rivisto dalla prospettiva delle imprese. Viene quindi sottolineata l'importanza che le distanze hanno ancora sul commercio internazionale.

Viene infine proposta una breve analisi della relazione che vi è tra tasso di crescita della produttività e intensità di esportazioni, osservata nello studio su un gruppo di imprese della Germania, in quanto paese che si posiziona da anni tra i primi esportatori a livello globale insieme a Stati Uniti e Cina e che mantiene un forte vantaggio competitivo rispetto agli altri paesi europei grazie anche al suo sistema nazionale di innovazione che esula dai classici modelli adottati in Europa.

CAPITOLO 1

COMMERCIO INTERNAZIONALE E PERFORMANCE D'IMPRESA

"L'esportazione è un'attività relativamente rara tra le attività di un'impresa".

La maggior parte della produzione nazionale rimane all'interno dei confini nazionali.

Gli autori dell'articolo "Firms in International trade" cercano di trovare le differenze tra le imprese che esportano e quelle che non lo fanno, dimostrando che le imprese che esportano assumono dipendenti il 119% in più rispetto alle altre, hanno spedizioni del 148% superiori, e un valore aggiunto per lavoratore del 26% più alto. Inoltre, sono più produttive per l'11% per valore aggiunto per lavoratore e del 3% per la produttività totale dei fattori e pagano salari più alti circa del 6%.

La domanda che si pongono quindi gli autori è: queste differenze tra le imprese sono causate dal commercio internazionale o sono il suo effetto diretto?

Come dimostrato da studi empirici, già prima di entrare nel mercato delle esportazioni, le aziende sono più efficienti di altre aziende nazionali. Per essere competitiva sul mercato internazionale e per poter affrontare maggiori costi di trasporto, un'azienda deve essere in partenza più efficiente di un'altra.

Tuttavia, l'esportazione può portare ad un volume maggiore di vendite e in alcuni casi anche ad un aumento della produttività.

Il quadro generale che emerge da studi più recenti evidenzia infatti molti vantaggi per le imprese che entrano nel commercio internazionale, tra cui:

- Facilità di accesso alle risorse: oggi gli avanzati mercati finanziari, Internet e gli accordi commerciali hanno aumentato notevolmente l'accesso al mercato globale;
- Profittabilità: esportare può essere profittevole per attività di tutte le grandezze. In media, porta a maggiori vendite, posti di lavoro e salari.
- Accesso alla domanda molto più ampio;
- Vantaggio competitivo e riduzione del rischio rispetto a chi non esporta, più facilità nell'affrontare shock di diversa natura all'interno di un mercato.

Ma quindi, riconsiderando il quesito posto nell'articolo "*Firms in International trade*", le imprese più efficienti diventano esportatori o gli esportatori diventano più efficienti una volta iniziato ad esportare?

Iniziando a rispondere a questa domanda, due sono le maggiori ipotesi rilevate nei contributi di Jensen (2006) e Wagner (2007):

- Le conclusioni sulle differenze rilevate prima dell'entrata sul mercato internazionale presentano prove a favore dell'ipotesi di **autoselezione**: i futuri esportatori tendono ad essere molto più produttivi rispetto a futuri non-esportatori, e spesso hanno ex-ante più alti tassi di crescita della produttività.
- Ci sono prove riguardanti l'ipotesi di “**learning-by-exporting**” ma rimangono ancora incerte e contrastanti nei diversi risultati tra le differenze tra entranti e non nel mercato delle esportazioni.

Mentre l'ipotesi di autoselezione è largamente verificata, in numerosi studi empirici¹, l'ipotesi di “Learning By Exporting” (da qui in avanti LBE) è ancora controversa.

Nella maggior parte della letteratura ci si riferisce al LBE come al fatto per cui esportare porti allo svilupparsi di “knowledge spillovers” derivanti dal contatto con clienti stranieri, concorrenti e strutture pubbliche di ricerca (università) che richiedono un aggiornamento qualitativo o spingono a continui miglioramenti (Lopez, 2005).

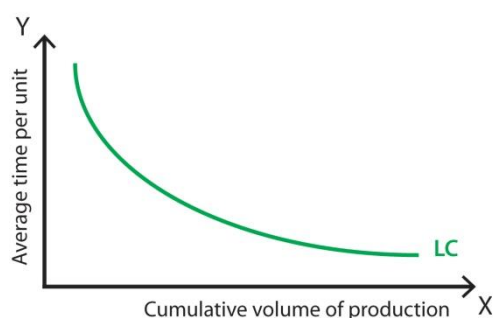
Tuttavia, questa semplice definizione dimentica la stretta relazione tra il concetto di “Learning by exporting” con il concetto di “Learning by doing” di Arrow (1962).

In particolare, non tiene in considerazione l'importanza della dimensione temporale. Nel modello di Arrow, la crescita economica è spinta dalla conoscenza (tecnologica) e, a sua volta, la conoscenza in sé è determinata dall'esperienza:

*“L'apprendimento è frutto dell'esperienza. L'apprendimento può avvenire solo attraverso il tentativo di risolvere un problema e avviene solo quindi durante l'attività”.*²

Con ciò Arrow ha delineato le cosiddette “curve d'esperienza” in cui schematizza l'idea che in compiti ripetitivi le persone diventano più veloci, migliori e più efficienti.

Questo può essere tradotto all'interno della liberalizzazione del commercio con il fatto di iniziare ad esportare per le singole imprese.



¹ Coe and Helpman (1995), Lichtenberg and Van Pottelsberghe de la Potterie (1998), Feenstra et al. (1999), Funk (2001), Greenaway et al. (2002), Warner (2003), Dollar and Kraay (2003), Falvey et al. (2004), Dollar and Kraay (2004), Rodrik et al. (2004), Rigobon and Rodrik (2004), Alcalá and Ciccone (2004).

² (Arrow 1962, p. 155)

Naturalmente non è la quantità fisica di prodotti spediti che crea questi effetti d'apprendimento attraverso le esportazioni (senza considerare le economie di scala), ma è il contatto con i clienti e concorrenti stranieri e le strutture di ricerca che pone davvero le basi per l'LBE. Arrow, inoltre, evidenzia come gli effetti d'apprendimento siano soggetti a rendimenti decrescenti e afferma che al fine di mantenere una crescita endogena dell'economia, è necessario indurre continuamente nuove curve di apprendimento.

Queste ipotesi vennero ampiamente confermate in seguito da un'indagine condotta da Singh (2010) e da una pubblicazione dell' "International Study Group on Exports and Productivity" (ISGEP 2008). Quest'ultimo studio, basato sull'analisi di dati per un gruppo di 14 paesi, al fine di trovare la relazione tra esportazioni e produttività individua un premio per gli esportatori che varia sostanzialmente tra i paesi. In media, questo premio sulla produttività è maggiore per i paesi con più basso tasso di partecipazione nelle esportazioni complessive, con politiche commerciali più restrittive, con più basso PIL pro capite, governi e regolamentazioni meno efficienti e per i paesi che esportano in mercati relativamente più distanti.

1.1 - Destinazioni delle esportazioni e produttività

Come già esposto in precedenza, ci si può aspettare che gli effetti positivi sulla produttività derivanti dal fatto di esportare (learning-by-exporting) possano variare tra i diversi paesi di destinazione. Si avranno miglioramenti della produttività se i paesi di destinazione sono altamente sviluppati e le imprese che esportano dovranno competere o fornire altre imprese che operano al passo con la frontiera tecnologica, usano beni di investimento più aggiornati e/o attuano pratiche più avanzate nel management e nello sviluppo di prodotti innovativi. Sebbene i risultati non siano strettamente comparabili, un quadro generale degli ultimi dieci anni può essere rappresentato come segue:

- Il numero di mercati in cui si esporta aumenta all'aumentare della produttività³;
- Esportatori in economie sviluppate hanno un livello di produttività ex-ante superiore rispetto a non-esportatori o a imprese che esportano in paesi meno sviluppati: questa viene interpretata come prova del fatto che vi siano "country-specific" sunk costs per

³ Belgio- Muuls and Pisu (2009); Germania- Wagner (2007), Verardi and Wagner (2010); Irlanda- Ruane and Sutherland (2005), Lawless (2009); Italia- Castellani et al. (2010), Conti et al. (2010); Giappone- Wakasugi and Tanaka (2009); Slovenia- Damijan et al. (2004), De Loecker (2007); Spagna- Blanes-Cristobal et al. (2008), Manez-Castillejo et al. (2010); Svezia -Andersson et al. (2008), Eliasson et al. (2009).

le esportazioni, che risultano essere più elevati in mercati più avanzati e sofisticati (Pisu 2008).⁴

- Vi sono ancora prove e risultati diversi infine per quanto riguarda i diversi effetti sulla produttività di esportare in una determinata destinazione. Mentre gli effetti d'apprendimento sono confermati da numerosi studi, essi tendono a concentrarsi su imprese che esportano in paesi ad alto reddito: Yashiro and Hirano (2009) portano prove del fatto che solo gli esportatori che operano a livello mondiale godono di significanti vantaggi nella crescita produttiva; Silva et al. (2010) riporta che non si sviluppano effetti di apprendimento per imprese che esportano solo in paesi sottosviluppati, mentre questi effetti possono essere molto più rapidi per quelle che esportano solo con paesi dell'Unione Europea; Damijan et al. (2004) riconfermano che le imprese esportatrici possono trarre benefici attraverso l'apprendimento e alla competizione solo quando essi operino nei mercati più esigenti.

Si può quindi concludere che vi sia una relazione positiva tra il numero di destinazioni delle esportazioni e la produttività e che ci siano evidenti prove di un'auto-selezione delle imprese più produttive nei mercati più esigenti. Vi è ancora incertezza sulla questione di diversi effetti di LBE a seconda dei diversi paesi di destinazione.

1.2 - Importazioni e produttività

Per iniziare con argomentazioni a favore dell'auto-selezione delle imprese più produttive nell'importazione, è stato messo in evidenza come l'utilizzo di prodotti intermedi stranieri importati aumenti la produttività di un'impresa ma, a causa dei costi fissi derivanti dalle importazioni, solo imprese di per sé produttive potranno iniziare a importare prodotti intermedi.

Importare è quindi un'attività associata a costi fissi, ovvero i cosiddetti costi affondati (sunk costs), ricollegabili al processo di ricerca di potenziali fornitori stranieri che sostanzialmente precede l'accordo di importazione, e consiste, tra le altre, nell'ispezione e controllo dei beni, negoziazione, formulazione del contratto.

⁴ Belgio- Pisu (2008); Italia- Serti and Tomasi (2009); Slovenia- Damijan and Kostevc (2006), De Loecker (2007), Kostevc (2009); Portogallo- Silva et al. (2010a); Russia- Wilhelmsson and Kozlov (2007); Spagna- Blanes-Cristobal et al. (2008).

Inoltre, ci sono sunk costs nell'attività di importazione dovuti alla necessità di dover apprendere e integrare le procedure consuetudinarie della controparte (Kasahara and Lapham 2008; Andersson et al. 2008; Castellani et al. 2010).

Vi sono stati rilevanti studi empirici pubblicati di recente che puntano l'attenzione sulle differenze tra imprese che esportano o importano solamente, oppure che commerciano in entrambi i sensi, o ancora, che comprano e vendono solo sul mercato nazionale.

La visione d'insieme che emerge da queste ricerche evidenzia come ci sia una correlazione positiva tra produttività e l'attività di importazione a livello di impresa, documentata da un differenziale significativo di produttività tra imprese che importano e quelle che non commerciano sui mercati internazionali, praticamente lo stesso risultato ottenuto dagli studi sulle imprese che esportano.

In particolare, le imprese che esportano e importano allo stesso tempo sono il gruppo di imprese più produttive di quelle che effettuano un commercio unilaterale, seguite da quelle che importano o esportano solamente e seguite dal gruppo ancor meno produttivo di quelle che commerciano solo sul mercato nazionale.

Non vi sono ancora prove conclusive sugli effetti di "learning-by-importing".

1.3 - Commercio internazionale e ulteriori dimensioni della performance d'impresa

- 1- Salari e commercio internazionale: è stato documentato nel "Brookings paper" di Bernard and Jensen (1995) che le imprese esportatrici tendono a pagare salari più alti e a concedere maggiori benefici;
- 2- Profittabilità ed esportazioni: Il successo di un'impresa in generale, e specialmente la sua sopravvivenza, dipende dalla profittabilità. Nonostante produttività e profittabilità siano positivamente correlate, la produttività è solo uno dei diversi possibili fattori idiosincratici che determina il profitto, così come indicato da Foster et al. (2008).
- 3- Sopravvivenza delle imprese e diversificazione del rischio: Seguendo l'idea di Wagner (2011), esportare può essere considerata come una forma di diversificazione del rischio attraverso la diffusione delle vendite su mercati differenti con diverse condizioni e cicli economici, o in diverse fasi del ciclo di vita di un prodotto.

Per questo, esportare potrebbe garantire la possibilità di sostituire vendite nazionali con vendite all'estero nel momento in cui uno shock negative della domanda dovesse colpire il mercato nazionale e indurrebbe altrimenti l'impresa a chiudere.

Al contrario dell'analisi standard della letteratura riguardante il commercio internazionale, risulta molto interessante il contributo di Garcia-Pires (2007) il quale contrappone un approccio per cui l'accesso delle imprese nei mercati internazionali non dipende solo da fattori esogeni ma devono essere presi in considerazione anche fattori endogeni.

Il ruolo dei costi legati al commercio è chiaramente riconosciuto come centrale in numerosi studi empirici per spiegare le ragioni dell'incremento del commercio internazionale negli ultimi decenni, così come il perché i vari paesi non commerciano così tanto come dovrebbero secondo le teorie economiche (Trefler, 1995 - Anderson e Wincoop, 2003).

Senza dimenticare che il modello economico più importante riguardo l'economia internazionale è il modello gravitazionale in cui i costi commerciali giocano il ruolo più importante.

Inserendo in questo contesto la relazione tra l'accesso al mercato e fattori endogeni, come la competizione strategica su ricerca e sviluppo (R&S), Garcia-Pires ha dimostrato come le imprese possano influenzare gli schemi del commercio internazionale agendo strategicamente contro i propri rivali.

Infatti, imprese con un più alto impegno in R&S investono più del necessario in innovazione, non solo per diventare più competitive dei rivali, ma anche per ridurre il coinvolgimento dei rivali nei mercati dell'importazione. Ne risulta che le imprese con più alto impegno in ricerca e sviluppo sono anche più attive nei mercati internazionali, più grandi e più competitive.

Il fatto che alcune imprese esportino più di altre dipende fortemente dal riconoscere che le imprese sono eterogenee per natura.

Questo fatto diventa ancor più cruciale dove la competizione è estremamente feroce, in particolare tra un piccolo numero di imprese molto potenti (Tybout, 2003).

Tuttavia, nello studio di Melitz (2003) l'eterogeneità delle imprese è ancora esogena, ovvero, la competitività delle imprese dipende solo da fattori esogeni come i costi commerciali e costi fissi a livello di impresa. Per questo motivo, le asimmetrie tra imprese rilevate da Melitz non possono essere spiegate e le imprese a loro volta non possono influenzare il comportamento dei concorrenti e il loro accesso al mercato.

Al contrario, tornando all'impostazione precedente, quando la R&S è più efficiente (progresso tecnologico), le imprese hanno maggiori possibilità di penetrare i mercati stranieri, situazione analoga per i bassi costi di trasporto.

La competizione tecnologica può quindi escludere dai commerci internazionali le imprese con bassa capacità di ricerca e sviluppo. In questo modo si può capire perché il commercio internazionale sia così asimmetrico e avvenga per la maggior parte tra paesi sviluppati.

Di conseguenza, le imprese nei paesi in via di sviluppo mancano di strumenti strategici, così come di investimenti in R&S, per competere nei mercati internazionali.

CAPITOLO 2

INTERNAZIONALIZZAZIONE E TRADE LIBERALIZATION

La liberalizzazione del commercio ha portato ad una riduzione del mark-up sul costo marginale che ha l'effetto di creare un mercato più simultaneo, che conduce ad un maggior benessere attraverso costi minori. Tuttavia, la liberalizzazione ha portato, a differenza di quanto le teorie avrebbero previsto, alla riallocazione di risorse da un'impresa all'altra, piuttosto che tra le industrie, così come ha indotto alcune imprese a chiudere, mentre le imprese più grandi hanno continuato ad ingrandirsi.

Possiamo dire che l'effetto principale della liberalizzazione è quello di eliminare le imprese non abbastanza efficienti per il mercato internazionale.

Come dimostra il NAFTA, la riduzione dei costi di trasporto ha aumentato la produttività delle imprese canadesi. Inoltre, i dati confermano che vi è una correlazione diretta tra l'aumento del commercio internazionale e la produttività esistente delle imprese.

Questo aumento della produttività alza i prezzi relativi del fattore abbondante, con il risultato di far uscire dal mercato le imprese con bassa produttività di quel fattore, e porta anche ad una riduzione dei prezzi di tutti i beni aumentando di conseguenza il rendimento reale di tutti i fattori produttivi.

Eppure, scrivono Bernard et al., questo effetto di solito non è abbastanza forte e può avere solo un lieve effetto sul declino del reddito reale del fattore scarso.

Coerentemente con il modello proposto da Baldwin-Forslid (2010), per effetto della liberalizzazione ci troviamo di fronte alla specializzazione delle imprese, che le porta ad abbandonare la produzione marginale, al fine di concentrarsi sulle loro competenze principali, con la possibile perdita di varietà che ne segue.

Inoltre, si può notare come l'aumento della competitività può anche avere effetti controversi. In seguito alla liberalizzazione del commercio si potrebbe verificare infatti il fenomeno della "de-fragmentazione" che potrebbe condurre alla chiusura di molte aziende, in modo da far diventare il mercato ancor meno competitivo del livello di partenza.

Questo fenomeno complesso può essere in grado di spiegare come molte multinazionali, che hanno avuto inizialmente un vantaggio tecnologico sui loro concorrenti, siano state in grado di mantenere un potere di monopolio sui mercati internazionali.

Per esempio, la Microsoft negli anni novanta, così come Apple negli anni duemila, hanno tratto vantaggio da questa situazione internazionale per mantenere il monopolio nel loro campo.

Le ricerche empiriche suggeriscono che l'eterogeneità delle imprese nella scelta dei tassi di input capitale/lavoro è cruciale per capire la selezione delle imprese nel mercato delle esportazioni. Analizzando gli impatti di lungo e breve periodo della globalizzazione si evidenzia inoltre il ruolo della competizione tra gli attori di mercato per l'adeguamento dell'industria alla liberalizzazione del commercio.

I risultati analitici dell'articolo di Namini (2013) possono contare su numerose prove empiriche riguardanti le regolazioni a livello di impresa e a livello di industria in seguito alla liberalizzazione del commercio.

Considerando che gli esportatori sono più "capital intensive" dei non esportatori, la liberalizzazione del commercio ha avuto effetti di breve periodo sull'economia quali una diminuzione del rendimento sull'aumento del capitale e della quota di lavoro nel reddito nazionale, mentre la distribuzione delle imprese può cambiare in favore di imprese più intensive di lavoro oppure di imprese più intensive di capitale.

Considerando il lungo periodo, il suo studio ha dimostrato che l'aumento nel rendimento sul capitale induce le famiglie ad investire di più.

Il corrispondente aumento del capitale detenuto da parte dei paesi fa diminuire il rendimento sul capitale di lungo periodo, aumentando i rendimenti reali di tutti i fattori produttivi e spostando la distribuzione delle imprese su quelle più intensive di capitale.

Namini conclude sottolineando come, nonostante la liberalizzazione del commercio modifica la distribuzione del reddito di un paese, nel lungo periodo tutti i fattori di produzione ne trarranno beneficio.

Se da un lato gli effetti di redistribuzione indotti dal commercio hanno il rinomato effetto di aumentare la produttività aggregata nel breve periodo, così come viene affermato da Melitz (2003) e Bustos (2011), dall'altro lato gli incentivi all'innovazione sono ridotti nel breve periodo in quanto, a livello aggregato, vengono usate più risorse per l'attività di esportazione, cosa che dovrebbe avere un impatto negativo sulla produttività.

L'industria tessile, quella automobilistica e quella aero-spaziale, ad esempio, applicano rapporti progressivamente crescenti di capitale per lavoratore.

Quando per un prodotto esiste un ventaglio di alternative tecnologiche, la scelta della tecnica produttiva da applicare sarà dettata dai prezzi relativi dei fattori, i quali riflettono l'abbondanza o scarsità relativa dei fattori stessi.

Molteplici studiosi di economia politica hanno ricercato la relazione tra commercio, crescita e globalizzazione trovando conclusioni ed evidenze sia coerenti che contraddittorie.

Soros (1998) sostiene che la globalizzazione ha unito i paesi di tutto il mondo, portando le loro economie nazionali a diventare stabilmente più integrate all'aumentare dei flussi commerciali transfrontalieri, dei capitali finanziari e degli investimenti.

Le New Trade Theories si concentrano sul ruolo dei rendimenti di scala crescenti e gli effetti di network, specialmente tra paesi simili.

Shiozawa (2007) enfatizza invece l'importanza dei beni intermedi sostenendo che i volumi di questi ultimi sono aumentati quando i costi di trasporto sono diminuiti, alterando i modelli del vantaggio comparato e allargando l'insieme di possibilità produttive del mondo.

Coerentemente con molti altri studiosi, Abdollahian & Yang (2013) hanno trovato una forte evidenza empirica per la convergenza del reddito con il commercio inesorabilmente legata alla crescita e alla globalizzazione.

Essi hanno confermato nel loro contributo che la qualità dei collegamenti commerciali porta a benefici e all'aumento del reddito per la maggior parte dei paesi poveri, al contrario delle conclusioni di Lau e Wan (1994) che sostenevano invece che il commercio è una condizione necessaria ma non sufficiente per i paesi poveri per la convergenza del reddito.

Fischer e Serra (1996) trovarono come il commercio accelera la crescita economica e il tasso di convergenza del reddito nei paesi poveri, mentre vi è un rallentamento della crescita e del tasso di convergenza dei redditi nei paesi ricchi. Qui troviamo un modello più dettagliato, in cui la pura connettività con il partner commerciale aiuta i paesi avanzati a convergere, ostacolando i paesi meno sviluppati.

Seguendo inoltre gli studi di Williamson (1996), (in seguito O'Rourke e Williamson, 1999), si può osservare l'equilibrio di lungo periodo in cui il commercio assicura che i paesi cresceranno alla stessa velocità e i tassi di reddito tenderanno a pareggiare con la rete commerciale associata con la convergenza dei redditi.

Si può concludere con uno sguardo al sistema globale del commercio per volume che mostra una densità e interconnettività in continuo aumento, fatto non sorprendente date tutte le dichiarazioni di interdipendenza economica da parte degli economisti dalla fine degli anni '70. Il WTO, la globalizzazione e la regionalizzazione si sono sviluppate rapidamente e simultaneamente nell'ultimo secolo, con il risultato di coinvolgere sempre più stati nel "regime globale".

Le organizzazioni regionali hanno incrementato il commercio tra membri dal momento in cui queste organizzazioni sono nate e diffuse in tutto il mondo.

La nascita dell'European Free Trade Association (EFTA), Association of Southeast Asian Nations (ASEAN), Mercado Comun del Sur (MERCOSUR) e NAFTA tra le altre, hanno non solo stimolato la crescita, ma anche promosso i rapporti e la convergenza commerciale.

CAPITOLO 3

MODELLO GRAVITAZIONALE ANALIZZATO DAL PUNTO DI VISTA DELLE IMPRESE

L'equazione di gravità per i flussi commerciali bilaterali è una delle relazioni empiriche di maggior successo in economia internazionale.

Gli autori dell'articolo "Firms in International trade" analizzano gli effetti della distanza tra il margine intensivo ed estensivo del commercio dimostrando come il numero delle imprese esportatrici e il numero di prodotti esportati seguano l'equazione gravitazionale.

In altre parole, vi è un rapporto indirettamente proporzionale tra la distanza tra paesi e il numero di imprese presenti nel mercato.

Ciò è facilmente spiegabile con il fatto che l'aumento dei costi di trasporto riduce il numero di imprese in grado di raggiungere la produttività "cut-off" necessaria per esportare.

Allo stesso modo, minori saranno le imprese, minori saranno le merci esportate.

La quantità è anche correlata al reddito del paese importatore.

Dall'altro lato, il margine intensivo (quanto valore si esporta) si comporta in modo opposto.

I diversi studi a riguardo mostrano come il valore medio dei prodotti esportati è inversamente proporzionale all'equazione di gravità. Infatti vediamo che il valore medio delle esportazioni aumenta con l'aumentare della distanza e diminuisce all'aumentare del reddito dell'importatore.

Gli autori spiegano questo sostenendo che il costo delle esportazioni dipende dal peso o dalla quantità piuttosto che dal valore. Per questo motivo, una società esporterà solo le merci con un valore medio più alto per avere profitti dal fatto di esportare "in un piccolo e remoto mercato estero".

Nel corso dell'ultimo secolo, il commercio ha portato cambiamenti significativi in ogni angolo del mondo, aumentando l'internazionalizzazione delle imprese. Il concetto di internazionalizzazione è il processo mediante il quale un'impresa adatta un prodotto, un servizio, un marchio, un tipo di distribuzione, pensati e progettati per un mercato o un ambiente definito, ad altri mercati o ambienti internazionali, in modo particolare altre nazioni e culture.

Tre sono le principali cause che sembrano spingere verso la globalizzazione: in primo luogo la crescita e l'industrializzazione avvenuta dopo la Seconda Guerra Mondiale, in secondo luogo il lungo processo di investimento e liberalizzazione del commercio nelle nazioni

industrializzate e gli accordi regionali di integrazione economica, e infine l’impatto dei cambiamenti tecnologici nei trasporti e nelle comunicazioni che hanno creato una notevole compressione dello spazio economico (Harris 1993).

Proprio quest’ultimo fattore sembrava segnare una riduzione dell’effetto determinato dalla distanza tra paesi presa in considerazione dal modello gravitazionale.

Si iniziò così a parlare di “morte della distanza” (“Death of distance”, Cairncross, 1997) e di “appiattimento” del mondo dal punto di vista dei rapporti sociali ed economici (“the World is Flat”, Friedman, 2005) per cui fenomeni come l’improvvisa distribuzione di informazioni attraverso Internet, lo sviluppo incalzante di nuove tecnologie comunicative, il ricorso ad outsourcing e offshoring, hanno cambiato, all’inizio del ventunesimo secolo, la percezione dello spazio, abbattendo i confini fisici, le barriere culturali, temporali e logistiche, connettendo conoscenze e risorse a livello globale, livellando il campo d’azione delle imprese come mai era successo prima.

Gli scambi fisici attraverso le distanze geografiche comprendenti il turismo, le immigrazioni e il commercio di beni e servizi, sono da tempo esistiti sia come mezzi e fini dei collegamenti di umani con altri umani (Berdayes, 2000).

Queste connessioni attraverso la storia hanno determinato avanzamenti tecnologici e fisici incrementali per cui ognuno di questi, più o meno rilevanti, hanno migliorato le connessioni tra le persone, ma non senza ritardi, errori, inconsistenze e incomprensioni tra le parti.

Nonostante questa tendenza di pensiero, molti sono stati i contributi alla letteratura che hanno illustrato e confermato la continua importanza della distanza nel commercio internazionale.

Tra questi, Kolb (2008), revisionando punti di forza e di debolezza di numerosi modelli di distanza (tra cui il modello gravitazionale, spaziale, temporale, centrico-periferico...), propone una prospettiva alternativa sulla definizione di distanza, basata su quelli che lui definisce “connective gaps”, per cui, più gaps esistono, più aumenta la distanza tra gli attori. Si potrebbe immaginare che le nuove tecnologie della comunicazione e Internet effettivamente possano “sfidare la gravità” rendendo la distanza irrilevante in un mondo altamente connesso.

Nella cosiddetta “New Economy” si sono creati nuovi modelli di commercio attraverso un World Wide Web senza attrito, ma i modelli riguardanti gli investimenti esteri sono ancora influenzati dalle distanze (Ghemawat,2001; Pankaj Ghemawat, 2007) e di fatto la “geografia di Internet” imita e rispecchia ampiamente modelli commerciali pre-esistenti (Leamer &

Storper, 2001). Quindi in misura maggiore o minore, nonostante Internet, il modello gravitazionale continua ad essere valido.

Le distanze esistono anche nelle reti, ma questo fatto è minimizzato se applichiamo definizioni, in cui essere dentro o fuori la rete è l'attributo primario di essere "in rete".

Non si dovrebbe sottovalutare, comunque, l'importanza della posizione relativa dei nodi/attori della rete, ovvero dove sono localizzati rispetto agli altri o quanto centrali sono all'interno del network.

La logica delle reti, inoltre, è che l'aggiungersi di un nodo/attore all'interno di questa determini un aumento esponenziale delle possibilità di connessione di ogni membro per cui la portata della rete riempie gli spazi connettivi tra i vari nodi.

In ogni caso, il fatto che i networks portino effettivamente a molta più vicinanza e/o connessione sociale è ancora discutibile.

Mentre ci sono ancora molte persone che preferiscono la qualità delle interazioni "faccia a faccia" è difficile confutare la notevole utilità delle connessioni remote, o la cosiddetta teoria della "forza delle connessioni deboli" (Granovetter, 1973), che trova supporto empirico in tutto il campo on-line.

Ci sono molti casi in cui non essere contattati all'interno di una rete non è necessariamente una disfunzione, né il mancato contatto implica distanza o isolamento, la connessione può essere infatti latente ed essere ancora efficiente.

Il termine "connettività", che iniziò come definizione della relazione tra dispositivi elettronici, è diventato di utilizzo comune nelle relazioni sociali.

Kolb (2008) propone che questa distanza possa essere definita come la lunghezza o resistenza degli intervalli nei collegamenti connettivi sociali e tecnologici, piuttosto che della lunghezza del collegamento stesso.

Questi "intervalli connettivi" ("connective gaps") sono definiti come la combinazione di tutte le mancanze connettive (vale a dire, ciò che risulta non disponibile, non accessibile), interruzioni e disconnessioni tra un attore sociale e un altro, tra cui: distanza spaziale, temporale (tempi di trasferimento lenti, diversi fusi orari), problemi tecnici (navi lente, voli mancati, assenza di connessione a Internet), i controlli di sicurezza (filtri anti-spam, barriere di sicurezza degli aeroporti), oltre a intervalli connettivi sociali, comprese le differenze interpersonali (conflitti di personalità, valori diversi, intenzioni, ordini del giorno), problemi di gruppo (mancanza di fiducia, leadership e comunicazione efficace), l'impostazione organizzativa (mancanza di flessibilità, impedimenti strutturali, risorse inadeguate, lotte di potere), così come il contesto industriale (fornitori, clienti, concorrenti), le barriere

economiche (politiche locali, regionali e nazionali, barriere commerciali), le differenze culturali (visioni del mondo, i valori, i sistemi di credenze) e i conflitti politici (guerre, instabilità, incertezza).

Nel loro insieme, tutti questi divari in tutte queste dimensioni costituiscono la distanza socio-tecnica totale tra due attori.

Al passo con le connessioni sociali e tecnologiche in continuo aumento, gli individui e gruppi di individui sceglieranno talvolta di stabilire questi divari tra loro stessi, mantenendo quindi la distanza in quanto condizione strutturale, necessaria e positiva in tutti i livelli della nostra nuova economia globale. In conclusione, citando Kolb: “Tutti i ponti posti dai nuovi leader e imprenditori per superare e minimizzare le distanze serviranno quindi solo per realizzare infine la necessità di mantenere queste distanze all’interno di sistemi altamente performanti”.

CAPITOLO 4

INTENSITÀ D'ESPORTAZIONE E CRESCITA PRODUTTIVA IN GERMANIA

4.1 - Evidenze empiriche e dati rilevati da imprese tedesche

Il dibattito riguardante la relazione tra commercio e crescita economica che fonda le sue radici in questioni quali l'allocazione efficiente delle risorse, la specializzazione e i flussi di informazioni, è presumibilmente uno dei temi più discussi nella disciplina economica, per la quale, durante i secoli, molti economisti di spicco hanno espresso la loro opinione a riguardo.

Il nesso tra commercio e crescita produttiva era, è e sarà di massima importanza in quanto riguarda tanto i paesi sviluppati quanto quelli in via di sviluppo e a loro volta tutte le persone che vengono influenzate direttamente dalle politiche commerciali sul reddito individuale e sulla distribuzione del reddito in senso più ampio.

I principali studi riguardanti le evidenze sugli effetti del commercio sulla performance economica a livello di impresa possono essere suddivisi in studi che contribuiscono ad un tipo di analisi centrata sulla produttività e sull'impatto dell'innovazione delle importazioni, principalmente beni strumentali e input intermedi, in studi che riguardano le implicazioni di esportare.

In seguito agli studi di Bernard e Jensen (1995) e alla estesa letteratura che è emersa dal tentativo di spiegare per quale motivo le imprese iniziassero ad esportare, è stato rilevato un metodo valido per ulteriori ricerche sull'ipotesi di "learning-by-exporting" che tiene conto dell'esperienza nell'esportare sia rispetto alla quantità che alla continuità.

Su questa linea, l'analisi empirica di Patricia Hofmann (2013) vuole estendere le ricerche di Fryges e Wagner (2008) sull'influenza del tasso di esportazioni-vendite sul tasso di crescita della produttività del lavoro attraverso lo studio di un gruppo di imprese esportatrici in uno dei paesi esportatori più grandi al mondo, la Germania.

Le osservazioni prendono in considerazione un gruppo di imprese localizzate in Germania, dove le regioni della Renania Settentrionale-Vestfalia, Baden-Württemberg e Baviera costituiscono il 55% del campione.

Qui i settori con la più alta popolazione di imprese riguardano la manifattura di prodotti dell'industria metalmeccanica, l'industria delle attrezzature, così come la produzione di cibo e bevande (41.5 % insieme).

Il periodo preso in considerazione dal data set è dal 1995 al 2007 e l'analisi viene svolta per gruppi di imprese piccole, medie e grandi separatamente, cosa che ha rivelato interessanti risultati sulle diverse attitudini delle imprese ad apprendere.

Sempre in linea con Bernard e co-autori, viene rilevato che gli esportatori sono più grandi in termini di lavoratori occupati ed in termini di fatturato. Sono anche più "skill-intensive" rispetto ai non-esportatori e corrispondono a tutte le caratteristiche precedentemente discusse. La grandezza dell'impresa, la produttività del lavoro e le alte competenze hanno tutte l'effetto positivo ed altamente significativo sull'intensità di esportazione e sono state usate in questo studio come variabili determinanti.

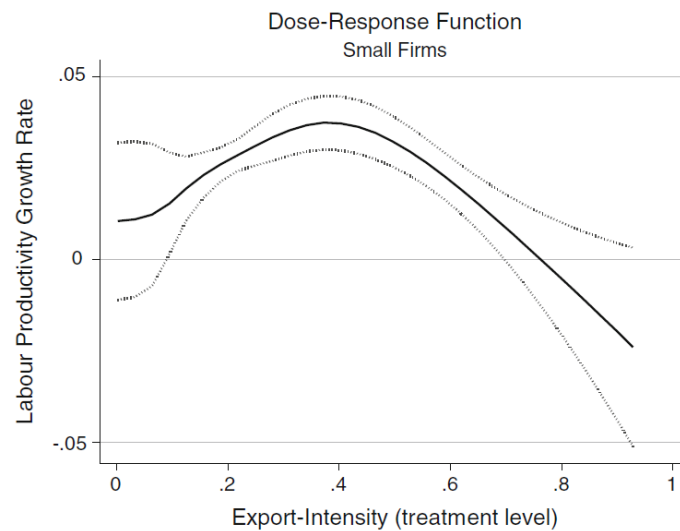
Essendo l'intenzione dell'analisi di Hofmann quella di voler verificare l'ipotesi di "learning-by-exporting", essa si concentra solo su un sottogruppo di imprese che esportano con continuità, in quanto questo tipo di studio comporta un processo che richiede tempo e che necessita di un significativo coinvolgimento nelle attività internazionali.

Inoltre, affinché si verifichi l'ipotesi di LBE, è necessario il contatto con i clienti stranieri, i concorrenti e le strutture di ricerca pubbliche, ma per la realizzazione di spillovers di conoscenza questi contatti devono durare per un certo periodo di tempo.

L'effetto positivo della produttività del lavoro che si manifesta in ritardo sul tasso di esportazioni-vendite può essere visto come la conferma dell'ipotesi di autoselezione, per cui più un'impresa è produttiva e più esporterà.

I risultati mostrano che vi è una relazione ad U-invertita (vedi grafico) tra l'intensità d'esportazione e la crescita della produttività del lavoro. Con l'aumento della quota di output venduto all'estero aumenta anche la produttività fino ad un certo livello. Oltre a questo punto ogni altro aumento aggiuntivo può ancora avere effetti positivi ma con ritorni decrescenti.

Per la parte di campione riguardante le piccole imprese vengono addirittura osservati effetti negativi sulla crescita della produttività del lavoro al di sopra di un certo livello di esportazioni, mentre maggiori sono le dimensioni delle imprese, più la curva si sposta verso l'alto, prova del fatto che le grandi imprese hanno maggiori capacità di assorbimento e/o subiscono una minor influenza dei costi fissi di coordinamento e controllo dei mercati stranieri.



Una possibile spiegazione per la curva ad U-invertita si trova nel fatto che mentre un'impresa è continuamente attiva nell'esportazione, con un basso tasso di esportazioni-vendite, un aumento nell'intensità di esportazione può portare a contatti più stabili con le destinazioni straniere. Questo porterebbe ad una conoscenza maggiore e più solida dei flussi internazionali e più "learning-by-exporting".

Tuttavia, raggiungendo un certo livello di esportazioni, ipoteticamente i costi che nascono dal coordinamento e controllo di queste attività conducono a sempre maggiori inefficienze.

4.2 – Vantaggio competitivo e sistema nazionale di innovazione

Il caso della Germania è particolarmente interessante anche da un punto di vista di vantaggio competitivo rispetto agli altri paesi europei. Molti studiosi sono intervenuti nel cercare di spiegare come e perché questo paese si sia imposto in modo così preponderante sul mercato degli scambi internazionali.

Si può dire che la Germania sia un'eccezione tra i diversi paesi europei. Più di metà delle sue esportazioni riguardano veicoli, macchinari e dispositivi elettronici, mentre è dipendente per quanto riguarda le importazioni di energia. La bilancia commerciale tedesca è negativa in particolare per le importazioni di gas e petrolio dall'Olanda. Anche l'est europeo assume importanza per la Germania in quanto parte del sistema dei subappalti. Per il resto mantiene un surplus di importazioni con dieci tra i maggiori partner commerciali che figurano come i principali concorrenti nel commercio internazionale (vedi tabella 1).

Table 1. Germany's exports and imports in 2012 (billion euros) and trade balance

Country	Exports	Imports	
France	104	86	+18
U.S.	86	50	+36
UK	72	48	+24
Holland	70	77	-7
China	66	64	+2
Austria	57	42	+15
Italy	55	43	+12
Switzerland	48	38	+10
Belgium	44	37	+7
Poland	42	33	+9
Russia	38	37	+1
Czech Republic	31	33	-2
Spain	31	26	+5
Sweden	21	21	0
Turkey	20	12	+8
Japan	17	22	-5
Hungary	16	18	-2
Denmark	15	12	+3
Korea	11	9	+2
Brazil	11	10	+1
German total	1.097	909	188

Source: Available at https://www.destatis.de/EN/FactsFigures/NationalEconomyEnvironment/ForeignTrade/TradingPartners/Tables/OrderRankGermanyTradingPartners.pdf?__blob=publicationFile.

I suoi maggiori vantaggi competitivi vengono riconosciuti nel suo “sistema nazionale di innovazione” e nella sua “visione realistica della competizione globale” da Lahti (2013). Quest’ultimo, riprende la visione di List (1841) riadattata in seguito in una sua versione più dinamica da Schumpeter (2000) per la quale una scoperta imprenditoriale avviene quando un imprenditore si rende conto che un insieme di risorse non sono attribuite al loro migliore utilizzo.

Il profitto che deriva dal monopolio temporaneo è ciò che premia in seguito l’imprenditore sulle innovazioni in quanto maggiore risorsa di **evoluzione** dell’intera società.

La dottrina rivisitata di List considera in modo bilanciato sia società multinazionali (MNCs) che imprese innovative e si basa su:

- 1- *Distruzione creativa*, associata con innovazioni drastiche o radicali di imprenditori che vogliono entrare in mercati inesplorati con basse barriere all’entrata per entranti che utilizzano lo stesso pool di conoscenze. Questo processo è per sua natura microeconomico ma ha implicazioni anche macroeconomiche per la crescita economica (Aghion & Hovitt, 1998).
- 2- *Accumulazione creativa*, è associata invece con innovazioni istituzionali da parte di MNCs che realizzano innovazioni lungo traiettorie tecnologiche stabilite. Le MNCs dominano gli investimenti in ricerca e sviluppo e i mercati mondiali di merci, e hanno un notevole impatto sul ciclo di vita di un’industria e sulle strutture del mercato (Scherer, 1999).

Le imprese tedesche innovano e cercano di mantenere la loro posizione differenziata attraverso l’orientamento al cliente, adottando un pensiero di business altamente “Schumpeteriano”.

Il metodo tedesco di management è basato su una continua formazione all'interno delle imprese: per questo i manager tedeschi conoscono le loro imprese in profondità. I concetti di marketing orientati al cliente, come ad esempio la segmentazione, il posizionamento e il ciclo di vita dei prodotti, hanno influenzato anche il modo di pensare riguardo alla gestione strategica (Day, 1992).

Il posizionamento del prodotto / marchio è un'attività di marketing strategico fondamentale e le imprese possono cercare di adottare una serie di posizioni distinte nel mercato che possono implicare posizioni in base al prezzo, qualità premium, servizio superiore e innovazione.

Ciò che è stato rilevato è che le strategie generiche di Porter dominano tutta la letteratura riguardante le piccole-medie imprese nella maggior parte dei paesi europei mentre le aziende tedesche stanno adottando questa dottrina di marketing strategico.

I punti chiave sono descritti in breve da Venohr e Meyerr (2007, 2009):

1. Si battono per la leadership di mercato nei loro mercati/segmenti in tutto il mondo;
2. Definiscono il mercato in modo molto preciso e definito per quanto riguarda clienti e tecnologie (Abell, 1980);
3. Servono i mercati di riferimento attraverso le proprie società controllate e non delegano il rapporto con il cliente a terzi;
4. Costruiscono rapporti stretti con i loro clienti, in particolare con i loro "top customers". Sono quindi orientate al valore, non al prezzo;
5. Sono innovative sia nei prodotti che nei processi. L'attività di innovazione è orientata a livello globale e continuo;
6. Sono vicine ai loro maggiori concorrenti e difendono la loro posizione attivamente: i vantaggi competitivi sono la qualità dei prodotti e dei servizi;
7. Esse si basano sulle proprie forze. Non ricorrono ad alleanze strategiche e di outsourcing: vedono il fondamento della loro superiorità competitiva nelle cose che solo loro possono fare;
8. Hanno una forte cultura aziendale associate con un'eccellente identificazione e motivazione dei dipendenti;
9. Le tecnologie ed il mercato guidano l'orientamento generale delle imprese.

CONCLUSIONI

In conclusione, il passaggio dell'enfasi dallo studio delle ragioni per cui i paesi esportano al perché le imprese lo facciano è dovuto ad una ricchezza di evidenze che hanno dimostrato come le imprese che commerciano con l'estero siano sostanzialmente diverse dalle altre. Esse sono infatti più produttive, più efficienti, occupano un numero maggiore di dipendenti e pagano inoltre salari più alti.

Ciò che emerge è che le imprese devono essere già in possesso di questi prerequisiti ed essere competitive sui mercati internazionali per poter affrontare quindi maggiori costi di trasporto, di ricerca e sviluppo per mantenere ed affrontare la competizione tecnologica, di gestione e controllo (cosiddetti sunk costs) e accedere in seguito ai vantaggi che derivano dall'ingresso nel commercio internazionale.

Questi riguardano principalmente la profittabilità, un più ampio accesso alla domanda, una riduzione del rischio di mercato rispetto alle imprese che non esportano e quindi un tasso di sopravvivenza notevolmente più alto.

La liberalizzazione dei commerci ha portato alla creazione di un mercato ancora più simultaneo, portando ad una maggiore selezione delle imprese meno efficienti, costrette ad uscirne facendo diventare questo mercato ancor meno competitivo.

Le conclusioni degli studiosi che hanno cercato di interpretare la relazione tra commercio, crescita e globalizzazione sono ancora contraddittorie.

Ognuna di queste analisi compone un tassello di uno schema più ampio e deve essere calata nel suo specifico contesto economico e politico.

È particolarmente interessante come la convergenza del reddito tra paesi in via di sviluppo e paesi sviluppati attraverso il commercio sia inesorabilmente legata alla crescita della produttività e alla globalizzazione, che a sua volta può portare benefici a seconda della qualità dei rapporti e dei collegamenti commerciali.

Un altro punto di vista molto interessante è quello del modello gravitazionale rivisitato alla luce dei continui cambiamenti tecnologici, industriali e della forte integrazione economica.

La recente tendenza di pensiero, in cui la distanza presa in considerazione dall'equazione di gravità viene percepita diversamente, evidenzia che lo sviluppo delle nuove tecnologie comunicative e informative hanno avuto l'effetto di abbattere i confini fisici e ridurre drasticamente le distanze, che ora trovano un difficile campo di definizione.

Di notevole interesse è stata la spiegazione in controtendenza di Kolb (2008), il quale, riprendendo il concetto di distanza nelle sue diverse accezioni spazio-temporali, l'ha ridefinito come "intervalli connettivi" considerando la lunghezza delle assenze connettive, delle interruzioni invece di considerare la lunghezza del collegamento stesso.

Infine, per entrare nel pratico di questa analisi, si può osservare il caso specifico della Germania in quanto paese con un notevole vantaggio competitivo ed un sistema nazionale di innovazione che integra i processi di formazione all'interno del mondo del lavoro.

Questi vantaggi rendono questo paese uno dei primi esportatori mondiali.

In particolare, per quanto riguarda l'influenza del tasso di esportazioni sul tasso di crescita della produttività tra le imprese tedesche, e quindi verificando l'ipotesi di "learning-by-exporting", è stato dimostrato che vi è una relazione ad U-invertita per cui la produttività aumenta solo fino ad un certo livello di output, oltre il quale si avranno ritorni decrescenti.

BIBLIOGRAFIA

- Abdollahian, M. & Yang, Z. (2014). *Towards Trade Equalisation: A Network Perspective on Trade and Income Convergence Across the Twentieth Century*, New Political Economy.
- Abell, D. (1980). *Defining the Business: The Starting Point of Strategic Planning*, Prentice-Hall, Inc., Englewood Cliffs, New Jersey.
- Aghion, P. and Howitt, P. (1998). *On the Macroeconomic Effects of Major Technological Change in General Purpose Technologies and Economic Growth*, MIT Press, Cambridge, MA.
- Andersson, M., Lööf, H., & Johansson, S. (2008). Productivity and international trade: Firm level evidence from a small open economy. *Review of World Economics/ Weltwirtschaftliches Archiv*, 144(4), 774–801.
- Baldwin, J. R. & Yan, B. (2015). *Trade and Productivity: Insights from Canadian Firm-Level Data*, IRPP, Institute for Research on Public Policy.
- Berdayes, V. (2000). Information and behavioral flows: The historical context of workplace computerization. In V. Berdayes & J. W. Murphy (Eds.), *Computers, human interaction, and organizations* (pp. 207-230). Westport, CT: Praeger.
- Bernard, A. B., & Jensen, J. B. (1995). Exporters, jobs, and wages in U.S. manufacturing: 1976–1987. *Brookings Papers on Economic Activity, Microeconomics*, 1995, 67–119.
- Bernard, A. B., Jensen, J. B., Redding, S. J., & Schott, P. K. (2007). Firms in international trade. *Journal of Economic Perspectives*, 21, 105–130.
- Cairncross, F. (1997, 2001). *The death of distance: How the communications revolution is changing our lives* (2 ed.). Boston: Harvard Business School Press.
- Castellani, D., Serti, F., & Tomasi, C. (2010). Firms in international trade: Importers' and exporters' heterogeneity in the Italian manufacturing industry. *The World Economy*, 33(3), 424–457.
- Day, G. (1992). Marketing's contribution to the strategy dialogue, *Journal of the Academy of Marketing Science*, 10, pp. 323-329.
- Fischer, R. and Serra, P. (1996), 'Income Convergence with and Between Countries', *International Economic Review*, 37 (3), pp. 531–51.
- Foster, L., Haltiwanger, J., & Syverson, C. (2008). Reallocation, firm turnover, and efficiency: Selection on productivity or profitability? *American Economic Review*, 98(1), 394–425.
- Friedman, T. L. (2005). *The world is flat: A brief history of the twenty-first century*. New York: Farrar, Strauss and Giroux.

- Ghemawat, P. (2001). Distance still matters: The hard reality of global expansion. *Harvard Business Review*, 137-147.
- Ghemawat, P. (2007). *Redefining global strategy: Crossing borders in a world where differences still matter*. Cambridge, MA: Harvard Business School Press.
- Granovetter, M.(1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 1360-1380.
- International Study Group on Exports and Productivity (ISGEP) (2008). Understanding cross-country differences in exporter premia: Comparable evidence for 14 countries. *Review of World Economics/ Weltwirtschaftliches Archiv*, 596–635.
- Harris R. G. (1993). *Globalization, Trade, and Income*. Simon Fraser University. *The Canadian Journal of Economics*
- Helpman, E., & Krugman, P. (1985). *Market structure and foreign trade*. Cambridge, MA [i.a.]: MIT Press.
- Helpman, E., Melitz, M. J., & Yeaple, S. R. (2004). Export versus FDI with heterogeneous firms. *American Economic Review*, 94, 300–316.
- Hiroyuki K, Beverly L, (2008). Productivity and the Decision to Import and Export: Theory and Evidence. *Cesifo working paper no. 2240 category 7: trade policy*
- Hofmann, P. (2009). *Die neue neue Außenhandelstheorie: das Melitz-Modell*, Schriftenserie des Promotionsschwerpunkts “Globalisierung und Beschaeftigung”, University of Hohenheim.
- Hofmann, P. (2013). “The Impact of International Trade and FDI on Economic Growth and Technological Change”, University of Hohenheim.
- Kasahara, H., & Lapham, B. (2008). Productivity and the decision to import and export: Theory and evidence. (CESifo Working Papers 2240). Ifo Institute for Economic Research, Munich.
- Kolb, D.G. (2008). *Exploring the connectivity metaphor: Attributes, dimensions and duality*.
- Kolb, D.G. (2008). *Introduction to Globally Distributed Work: Redefining Distance (Why the World is Not Flat and Distance Can Never Be ‘Dead’)* University of Auckland Business School.
- Lahti A. (2013). International trade and entrepreneurship- why Germany is so overwhelming among EU-27 countries? *Problems and Perspectives in Management*, Volume 11, Issue 4.
- Lau, M. and Wan, H. (1994), ‘On the Mechanism of Catching Up’, *European Economic Review*, 38 (3), pp. 952–63.

- Leamer, E. E., & Storper, M. (2001). The economic geography of the Internet age. *Journal of International Business Studies*, 641-665.
- List, F. (1841). *Nationale System der politischen Ökonomie*.
- Lopez, R. A. (2005). Trade and growth: Reconciling the macroeconomic and microeconomic evidence. *Journal of Economic Surveys*, 19, 623–648.
- Melitz, M. J. (2003). The impact of trade on intra-industry reallocations and aggregate industry productivity. *Econometrica*, 71(6), 1695–1725.
- Rodriguez, F., & Rodrik, D. (2001). Trade policy and economic growth: A sceptic's guide to the cross-national evidence. In B. S. Bernanke & K. Rogoff (Eds.), *NBER macroeconomics annual 2000* (Vol. 15, pp. 261–338). Cambridge, MA: MIT Press.
- Scherer, F. (1999). *New Perspectives on Economic Growth and Technological Innovation*, Brookings Institution Press, Washington, DC.
- Schumpeter, J. (1939). *The Business Cycles*, McGraw-Hill, New York.
- Schumpeter, J. (1942). *Capitalism, Socialism and Democracy*, McGraw-Hill, New York.
- Shiozawa, Y. (2007), 'A New Construction of Ricardian Trade Theory – A Many-Country, Many Commodity Case with Intermediate Goods and Choice of Production Techniques', *Evolutionary and Institutional Economics Review*, 3 (2), pp. 141–87.
- Silva, A., Afonso, O., & Africano, A.P. (2010). Do Portuguese manufacturing firms self select to exports? *Universidade de Porto, Faculdade de Economia do Porto*.
- Silva, A., Africano, A. P., Afonso, O . (2010). Learning-by-exporting: What we know and what we would like to know. *Universidade de Porto, Faculdade de Economia do Porto*.
- Singh, T. (2010). Does international trade cause economic growth? A survey. *The World Economy*, 33(11), 1517–1564.
- Venohr, B. & Meyer, K. (2007). *The German Miracle Keeps Running: How Germany's Hidden Champions Stay Ahead in the Global Economy*, Working Papers.
- Venohr, B. & Meyer, K. (2009). Uncommon common sense, *Business Strategy Review*, 20 (1), pp. 39-43.
- Wagner, J. (2008). Export entry, export exit and productivity in German manufacturing industries. *International Journal of the Economics of Business*, 15(2), 169–180.
- Wagner, J. (2010). The post-entry performance of cohorts of export starters in German manufacturing industries. (Working Paper Series in Economics 187). University of Lueneburg: Institute of Economics.

Williamson, J. (1996), 'Globalization, Convergence, and History', *The Journal of Economic History*, 56 (2), pp. 277–306.