


A Bibliometric Analysis and Network Mapping of The Internationalization of Family Businesses: A Co-Occurrence Analysis of Keywords

Nasrin Razi¹  | Zahra Kamranvar² 

1. Corresponding Author, Assistant professor, Faculty of Economics and Management, University of Tabriz, Tabriz, Iran. Email: n.razi@tabrizu.ac.ir
2. MA Student, Faculty of Economics and Management, University of Tabriz, Tabriz, Iran. Email: kamranvarzahra@gmail.com

Article Info	ABSTRACT
Article type: Research Article	In today's world, characterized by remarkable transformations, a turbulent and dynamic environment, complexities, and uncertainties, internationalization provides a promising pathway for the growth and long-term survival of family businesses. Over the past 25 years, studies in this field have witnessed significant growth. The goal of this study is to utilize bibliometric analysis as a structured method to understand this domain and provide a comprehensive view of research trends, authors, influential articles, and key themes. To achieve this, bibliometric analysis was performed on data obtained from the Web of Science database using the VOS Viewer software (version 1.6.20) and R software, covering the period from 2002 to 2025. This analysis encompasses 359 articles on the internationalization of family businesses. The results of this study show a distinct focus of international business journals on family businesses. Additionally, there has been an increased interest among researchers in areas such as international entrepreneurship, dynamic capabilities, entrepreneurial orientation, and socio-emotional wealth over the past six years. The co-occurrence analysis of keywords reveals six main themes: 1) Ownership structure and corporate governance 2) Socio-emotional wealth 3) Strategic management and competitive advantage 4) The impact of internationalization on firm performance 5) Market entry modes 6) Entrepreneurial orientation.
Article history: Received in revised form 05 January 2026 Accepted 16 May 2026	
Keywords: Internationalization, Family Firms, Bibliometric Analysis	
<hr/> Cite this article: Razi, N. & Kamranvar, Z. (2026). A Bibliometric Analysis and Network Mapping of The Internationalization of Family Businesses: A Co-Occurrence Analysis of Keywords. <i>Journal of International Business Administration</i> , 08 (04), 59-90. https://doi.org/10.22034/jiba.2026.70818.2402	
 © The Author (s). Publisher: University of Tabriz.	

Extended Abstract

Introduction

Family businesses represent a dominant organizational form worldwide and play a crucial role in economic development, employment creation, and value generation. They are typically defined as firms in which ownership and control are largely concentrated in the hands of one or several family members who are actively involved in management and decision-making. Estimates suggest that family firms account for around two-thirds of all businesses globally and generate approximately 70–90% of GDP and a substantial share of employment in many countries (De Massis et al., 2018). Despite their importance, family firms are increasingly exposed to the challenges of a volatile, uncertain, complex, and ambiguous (VUCA) environment, driven by rapid technological advances, digital transformation, artificial intelligence, geopolitical tensions, financial instability, environmental change, wars, pandemics, and intensified global competition. In such a turbulent context, internationalization has emerged as a critical strategic option for family firms seeking sustainable growth and long-term competitiveness. Expanding into foreign markets can enable these firms to exploit economies of scale, access new customers, diversify revenue streams, tap into skilled and lower-cost labor, and acquire new knowledge and capabilities. However, internationalization in family firms is far from straightforward. Prior research has produced mixed and sometimes contradictory findings regarding the extent, speed, and patterns of international expansion in family businesses. On the one hand, some scholars argue that family firms can leverage unique resources—such as long-term orientation, strong social capital, and relational governance—to pursue international opportunities effectively (Claver et al., 2009). On the other hand, others highlight constraints such as risk aversion, financial conservatism, and the desire to preserve socioemotional wealth, which may limit the willingness of family owners to undertake international expansion (Pukall & Calabrò, 2014). As a result, the literature on the internationalization of family firms has grown rapidly but in a fragmented manner. Several review and conceptual papers have attempted to synthesize this body of work and clarify its theoretical underpinnings and empirical findings (e.g., Alayo et al., 2021; Casprini et al., 2020). Nevertheless, the accelerating growth of publications, particularly after 2020, together with the increasing diversity of topics, theories, and methods, calls for a more comprehensive and up-to-date bibliometric examination of the field. There is a need to map its intellectual structure, identify its core and emerging themes, and reveal how research on family business internationalization has evolved over time. In response to this need, the present study conducts a bibliometric analysis and network mapping of research on the internationalization of family businesses using co-word analysis. Drawing on the Web of Science Core Collection, we compile a dataset of 359 English-language articles on family business internationalization published between 2002 and 2025. Following established bibliometric procedures (Donthu et al., 2021; Bretas & Alon, 2021), we use VOSviewer and the Bibliometrix package in R to analyze publication trends, citation patterns, and collaborative networks, and to identify influential authors, journals, and countries. The results indicate a surge in scholarly interest after 2020, with research primarily published in leading international business and management journals and centered on six major thematic clusters—

including socioemotional wealth, ownership structure, and international performance. Overall, this study illustrates a conceptual transition in the literature from traditional entry-mode analysis toward behavioral and capability-based perspectives, such as dynamic capabilities and entrepreneurial orientation.

Methods

This study employs bibliometric analysis as a quantitative approach to examine patterns in scientific publications and map the intellectual structure of a research field (Donthu et al., 2021). The research process follows the three-step systematic procedure proposed by Bretas and Alon (2021): (1) defining the research questions and review protocol, (2) identifying the sample and developing the coding framework, and (3) conducting bibliometric analysis and interpreting the results. Data were collected from the Web of Science in October 2025 using a search query that combined terms related to family businesses (e.g., “family firm,” “family business,” “family enterprise”) with terms related to internationalization (e.g., “internationalization,” “entry mode,” “foreign direct investment”) using the AND, OR operator. The search was limited to English-language articles. After screening titles and abstracts, 359 articles published between 2002 and 2025 were retained for analysis. To enhance reliability, two independent researchers conducted the screening process. The data were analyzed using VOSviewer (version 1.6.20) for network visualization and the Bibliometrix package in R for descriptive and statistical analyses. Techniques such as citation analysis, keyword co-occurrence analysis, and clustering were employed to identify influential authors, major research themes, and emerging trends in the literature.

Findings And Argument

The analysis reveals that research on family business internationalization has experienced substantial growth over the past two decades. The first article on the topic appeared in 2002, and publication output remained relatively modest until 2008, averaging approximately two articles per year. After 2012, however, the number of publications increased rapidly, reaching a peak of 42 articles in 2023. Notably, more than half of the publications in the dataset (198 out of 359) were produced between 2020 and 2025, reflecting a surge of scholarly attention to this topic. In terms of influential journals, *International Business Review* and *Journal of World Business* emerge as the leading outlets, each publishing 24 articles on family business internationalization. These findings demonstrate the strong engagement of international business journals with this research area. At the country level, the United States, Spain, and Italy are the most productive contributors, both in terms of number of publications and citation impact. The author analysis identifies Andrea Calabrò and Alfredo De Massis as particularly influential scholars in the field. Keyword analysis highlights several dominant research topics. The most frequent keywords include firm performance, socioemotional wealth, ownership, and corporate governance. The increasing prominence of socioemotional wealth indicates a conceptual shift from purely economic explanations of internationalization toward behavioral and family-centered perspectives. As Figure 1 shows, Co-occurrence analysis identifies five main thematic clusters: (1) firm performance, entrepreneurial orientation, and dynamic capabilities; (2) socioemotional wealth and entry modes;

(3) corporate governance and diversification; (4) family ownership and behavioral agency; and (5) competitive advantage and family involvement.

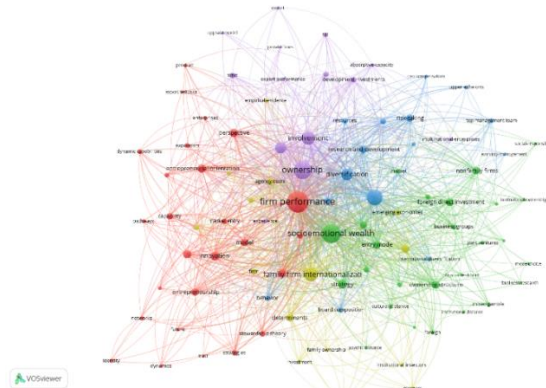


Fig 1: Keyword Co-occurrence

Integrating the results of all analyses, the literature can be broadly synthesized into six overarching themes: ownership structure and corporate governance; socioemotional wealth; strategic management and competitive advantage; the relationship between internationalization and firm performance; international market entry modes; and entrepreneurial orientation. The analysis of recent publications shows that emerging topics since 2020 include socioemotional wealth, entrepreneurial orientation, innovation, dynamic capabilities, and the internationalization–performance relationship. Earlier research tended to focus more heavily on export strategies, joint ventures, and board composition, indicating a shift toward more behaviorally oriented and capability-based perspectives.

Conclusions

This study provides a comprehensive bibliometric mapping of research on the internationalization of family businesses between 2002 and 2025. The results indicate that the field has matured considerably, particularly in the last five years, with increasing publication output and the emergence of new conceptual perspectives. The study contributes to the literature in several ways. First, it synthesizes a fragmented body of research into a coherent set of thematic clusters, offering a clearer understanding of the intellectual structure of the field. Second, it highlights a noticeable shift from traditional internationalization topics—such as export strategies and joint ventures—toward behavioral and socioemotional perspectives. Third, it demonstrates the growing integration of the family business and international business research streams. From a practical perspective, the findings provide insights for family business managers seeking to expand into international markets. In particular, the results emphasize the importance of governance structures, entrepreneurial orientation, and the complex role of socioemotional wealth, which may act both as a driver and a constraint on international expansion. This study has several limitations. The dataset was limited to publications indexed in the Web of Science database, and relevant studies indexed in other databases such as Scopus may not have been captured. Furthermore, the search strategy may not have included all possible synonymous terms related to family businesses or internationalization. Future research should further investigate the multidimensional nature of

socioemotional wealth and its impact on internationalization performance. Additional research could also explore intergenerational dynamics, the role of cultural context and intra-family conflicts, and the development of more refined conceptual models explaining how family firms expand internationally.



تحلیل کتاب‌سنجی و نکاشت شبکه‌ای بین‌المللی‌سازی کسب و کارهای خانوادگی: تحلیل هم‌رخدادی واژگان نسرین رازی^۱ | زهرا کامران‌ور^۲

۱. نویسنده مسئول، استادیار، گروه مدیریت، دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران. رایانامه: n.razi@tabrizu.ac.ir
۲. دانشجوی ارشد مدیریت بازرگانی، گروه مدیریت دانشکده اقتصاد و مدیریت، دانشگاه تبریز، تبریز، ایران. رایانامه: Kamranvarzahra@gmail.com

اطلاعات مقاله	چکیده
نوع مقاله: مقاله پژوهشی	در دنیای امروز که با تحولات خیره‌کننده، محیط متلاطم و پویا، پیچیدگی‌ها و عدم قطعیت همراه است، بین‌المللی‌سازی مسیری امیدوارکننده برای رشد و بقای بلندمدت کسب و کارهای خانوادگی فراهم می‌کند. در طول ۲۵ سال گذشته، مطالعات این حوزه شاهد رشد چشمگیری بوده است. هدف این مطالعه استفاده از تحلیل کتاب‌سنجی به عنوان روشی ساختاریافته برای درک این حوزه و ارائه دیدگاهی جامع درباره روندهای پژوهشی، نویسندگان، مقالات تاثیرگذار و مضامین اصلی است. در همین راستا و برای دستیابی به این هدف، تحلیل کتاب‌سنجی را بر روی داده‌های حاصل از پایگاه داده وب آو ساینس با استفاده از نرم‌افزار VOS viewer نسخه ۱.۶.۲۰ و نرم‌افزار R از سال‌های ۲۰۰۲ تا اکتبر ۲۰۲۵ اجرا کردیم. این تحلیل ۳۵۹ مقاله را در حوزه بین‌المللی‌سازی کسب و کارهای خانوادگی پوشش می‌دهد. نتایج حاصل از این مطالعه نشان‌دهنده تمرکز ویژه مجلات کسب و کارهای بین‌المللی بر روی کسب و کارهای خانوادگی است. همچنین علاقه پژوهشگران به حوزه‌هایی همچون کارآفرینی بین‌المللی، قابلیت‌های پویا، جهت‌گیری کارآفرینانه و ثروت اجتماعی - عاطفی در طول ۶ سال اخیر افزایش یافته است. بررسی و تحلیل هم‌رخدادی کلمات کلیدی، ۶ تم اصلی (۱) ساختار مالکیتی و حاکمیت شرکتی (۲) ثروت اجتماعی - عاطفی (۳) مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی (۴) تاثیر بین‌المللی‌سازی بر عملکرد شرکت (۵) نحوه ورود به بازارهای بین‌المللی (۶) جهت‌گیری کارآفرینانه را آشکار می‌سازد.
تاریخ دریافت: ۱۴۰۴/۱۰/۱۵ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۵/۰۲/۲۶	
کلیدواژه‌ها: بین‌المللی‌سازی، کسب و کارهای خانوادگی، تحلیل کتاب‌سنجی	
استناد: رازی و نسرین و کامران‌ور، زهرا. (۱۴۰۴). تحلیل کتاب‌سنجی و نکاشت شبکه‌ای بین‌المللی‌سازی کسب و کارهای خانوادگی: تحلیل هم‌رخدادی واژگان، مدیریت و کسب و کارهای بین‌المللی، ۰۸ (۰۴)، ۵۹-۹۰. https://doi.org/10.22034/jiba.2026.70818.2402	
ناشر: دانشگاه تبریز. © نویسندگان.	



مقدمه

کسب و کارهای خانوادگی به عنوان کسب و کارهایی شناخته می‌شوند که بخش اعظم مالکیت و کنترل آن‌ها در دست اعضای خانواده است و دست کم دو یا چند نفر از اعضای خانواده در مدیریت آن نقش دارند (رینا و همکاران، ۲۰۲۳). این کسب و کارها نقش بسزایی در اقتصاد کشورها ایفا می‌کنند (الهام کلهر، ۲۰۲۴؛ مقدس نیکو و همکاران، ۱۴۰۰) و یکی از قدیمی‌ترین و رایج‌ترین اشکال سازمان‌های تجاری در جهان محسوب می‌شوند. بر اساس آمارهای مؤسسه کسب و کارهای خانوادگی (۲۰۱۷)، این کسب و کارها دو سوم از کل کسب و کارهای جهان را به خود اختصاص می‌دهند، ۷۰ تا ۹۰ درصد از تولید ناخالص داخلی جهانی را تولید می‌کنند و مسئول ایجاد ۵۰ تا ۸۰ درصد از مشاغل در بیشتر کشورها هستند (د ماسیس و همکاران، ۲۰۱۸). در دنیای امروزی که با عنوان دنیای VUCA شناخته می‌شود و تغییرات سریع، ابهام، عدم قطعیت و پیچیدگی از ویژگی‌های بارز آن به حساب می‌آید کسب و کارهای خانوادگی بیش از هر زمان دیگری در معرض آسیب‌پذیری قرار دارند (دبلیس و همکاران، ۲۰۲۱). انقلاب دیجیتال و فناوری‌های نوظهور همچون هوش مصنوعی، تغییرات ژئوپلیتیکی، جهانی سازی، بی ثباتی در بازارهای مالی و اقتصادی، تغییرات زیست محیطی، جنگ و بیماری‌های همه گیر نظیر کرونا دنیای امروز را به شدت پیچیده و غیر قابل پیش بینی کرده است (آراگل و همکاران، ۲۰۲۱). در چنین محیط متلاطم و پویایی، بین‌المللی سازی یکی از راهبردهای اساسی برای کسب و کارهای خانوادگی محسوب می‌شود تا به رشد پایدار دست پیدا کرده، مزیت رقابتی بلندمدت خود را حفظ کنند و به بقای خود بیندیشند (اسدنژاد و همکاران، ۱۴۰۳). بین‌المللی سازی به این کسب و کارها امکان می‌دهد از مزایایی نظیر کاهش هزینه‌های نیروی کار، افزایش مقیاس عملیاتی، دسترسی به منابع انسانی متخصص و ارزان بهره‌مند شوند (پوکال و کالابرو، ۲۰۱۴). بین‌المللی سازی کسب و کارهای خانوادگی هرچند حوزه پژوهشی نوظهوری محسوب می‌شود (مقدس نیکو و همکاران، ۱۴۰۰) اما به دلایل مختلف از جمله جهانی شدن، افزایش رقابت کسب و کارها برای کسب مزیت رقابتی، انطباق با شرایط در حال تغییر بازار در سال‌های اخیر با استقبال محققان روبه‌رو شده است (د ماسیس و همکاران، ۲۰۱۸). در طول دو دهه گذشته محققان توجه فزاینده‌ای به نقش کسب و کارهای خانوادگی در سطح جهان داشته‌اند و این حوزه را از طریق مطالعات نظری و روش‌های تجربی مختلف مورد بررسی و آزمون قرار داده‌اند (باگیس و همکاران، ۲۰۲۳). به عنوان مثال برخی از تحقیقات به این نتیجه رسیده‌اند که کسب و کارهای خانوادگی به دلیل ویژگی‌ها و منابع منحصر به فردی که دارند تمایل بیشتری به ریسک‌پذیری پیدا می‌کنند و فرآیند بین‌المللی شدن آن‌ها با سرعت بیشتری انجام می‌شود (کلور و همکاران، ۲۰۰۹). بعضی از محققان نیز دیدگاه مخالفی نسبت به این موضوع اتخاذ کرده‌اند و معتقدند که تمایل خانواده‌ها به حفظ سرمایه‌های معنوی و عاطفی شان آن‌ها را به موجودیتی ریسک‌گریز تبدیل می‌کند (آلساندرو و همکاران، ۲۰۱۸). کسب و کارهای خانوادگی با نوعی «شرط‌بندی ترکیبی»^۶ مواجه‌اند و سود و زیان‌های گزینه‌های استراتژیک خود را بر اساس دو بعد ثروت مالی و ثروت اجتماعی-عاطفی^۷ می‌سنجند (دبلیس و همکاران، ۲۰۲۱). به دلیل دیدگاه‌های مختلف و گاهاً متضادی که در این

1 Arregle

2 Pukall & Calabrò

3 Bağış

4 Claver

5 Alessandri

6 Mixed-gamble

7 Socioemotional Wealth (SEW)

حوزه پژوهشی به چشم می‌خورد چندین مطالعه به مرور ادبیات بین‌المللی‌سازی کسب و کارهای خانوادگی پرداخته‌اند تا روند تکامل این حوزه را مورد شناسایی قرار دهند و از ابهامات آن بکاهند (آلایو^۱ و همکاران، ۲۰۲۱). با وجود نقش مهم و ارزشمند چنین مطالعاتی، حوزه بین‌المللی‌سازی کسب و کارهای خانوادگی در طول چند سال گذشته روند رو به رشدی داشته و تعداد مطالعات و موضوعات منتشر شده در آن به طور پیوسته افزایش یافته است (آراگل و همکاران، ۲۰۲۴) و نیاز به مطالعه جامع که مطالعات فزاینده اخیر را نیز در بر بگیرد، احساس می‌شود. با توجه به موارد ذکر شده، انجام مطالعه‌ای عمیق به شیوه کتابسنجی^۲ می‌تواند دانش ما نسبت به این حوزه را تقویت کند و بینش‌های جدیدی در این زمینه حاصل کند. در این مقاله با اجرای تحلیل کتابسنجی و نگاشت شبکه‌ای با بهره‌گیری از تحلیل هم‌رخدای واژگان، تلاش می‌کنیم خلاهای پژوهشی در حوزه بین‌المللی‌سازی کسب و کارهای خانوادگی را با استفاده از تحلیل‌های توصیفی و آماری شناسایی کنیم. در ادامه به سوالات پژوهشی زیر پاسخ خواهیم داد:

۱. روند انتشار مقالات علمی حوزه بین‌المللی‌سازی کسب و کارهای خانوادگی طی سال‌های گذشته چگونه بوده است؟ (RQ1)
۲. کدام پژوهشگران، کشورها و مجلات بیشترین تأثیر را در حوزه بین‌المللی‌سازی کسب و کارهای خانوادگی داشته‌اند؟ (RQ2)
۳. پرتکرارترین واژگان در حوزه بین‌المللی‌سازی کسب و کارهای خانوادگی کدامند؟ (RQ3)
۴. روند استناددهی به مقالات بین‌المللی‌سازی کسب و کارهای خانوادگی چگونه است؟ (RQ4)
۵. خوشه بندی واژگان پرتکرار در مقالات بین‌المللی‌سازی کسب و کارهای خانوادگی کدامند؟ (RQ5)
۶. موضوعات پرطرفدار در مقالات حوزه بین‌المللی‌سازی کسب و کارهای خانوادگی کدامند؟ (RQ6)
۷. روند مطالعات انجام شده از سال ۲۰۲۰ تا به امروز چه تغییری کرده است؟ مسیر پژوهش‌های آتی چگونه خواهد بود؟ (RQ7)

مرور ادبیات

کسب و کارهای خانوادگی نقش مهمی در اقتصاد کشورها ایفا می‌کنند و در حال حاضر سهم بزرگی از بنگاه‌های اقتصادی دنیا را به خود اختصاص می‌دهند (آلایو و همکاران، ۲۰۲۱). در مورد شرکت‌های خانوادگی، تعاریف متعددی وجود دارد. برخی از پژوهشگران درصد مالکیت یا مدیریت را مبنایی برای تعریف شرکت خانوادگی می‌دانند (کراس^۳ و همکاران، ۲۰۱۶). در مقابل بعضی از محققان زمانی یک شرکت را خانوادگی تعریف می‌کنند که سطح قابل توجهی از مالکیت و مشارکت خانوادگی در مدیریت شرکت وجود داشته باشد (آراگل و همکاران، ۲۰۱۷). گروهی از محققان نیز احساسات، روابط اجتماعی و تداوم بین‌نسلی را عامل متمایزکننده کسب و کارهای خانوادگی از سایر بنگاه‌های اقتصادی معرفی می‌کنند و معتقدند این ابعاد ویژگی‌های تعیین‌کننده کسب و کارهای خانوادگی هستند. (آراگل و همکاران، ۲۰۲۱). اگرچه کسب و کارهای خانوادگی نقش مهمی در اقتصاد ملی کشورها ایفا می‌کنند (هاوورث و رابینسون^۴، ۲۰۲۰) اما جهانی‌سازی، مرزهای جغرافیایی را کم‌رنگ کرده و فرصت‌ها و چالش‌های جدیدی را پیش روی کسب و کارهای خانوادگی قرار داده است (معهولی و همکاران، ۱۴۰۲). تحولات فناوری، فرصت‌های جدیدی که فراتر از مرزهای ملی ایجاد شده‌اند و

1 Alayo

2 Bibliometric analysis

3 Kraus

4 Howorth & Robinson

افزایش رقابت در داخل کشورها، کسب‌وکارهای خانوادگی را به سمت بین‌المللی شدن سوق داده است (رحیمی و همکاران، ۱۴۰۲؛ کلابی، ۱۴۰۱). بین‌المللی سازی بهره‌برداری بهتر از صرفه‌جویی‌های ناشی از مقیاس، استفاده از هزینه‌های نیروی کار پایین‌تر، کالاهای ارزان‌تر و دسترسی به نیروی کار واجد صلاحیت و دانش فنی در بازارهای خارجی را فراهم می‌کند (خان ماکو و همکاران، ۱۴۰۳). برخی از محققان بین‌المللی شدن را فرآیند استراتژیک افزایش مشارکت در عملیات بین‌المللی فراتر از مرزها می‌دانند (کین^۱ و همکاران، ۲۰۲۴). بعضی از محققان نیز بین‌المللی سازی را انتقال دانش یک شرکت از یک کشور به کشور دیگر تعریف می‌کنند که به‌عنوان فرآیندی از یادگیری و انباشت دانش تجربی در نظر گرفته می‌شود (تی‌سنگ^۲ و همکاران، ۲۰۱۸). این فرآیند می‌تواند از طریق روش‌های مختلفی همچون سرمایه‌گذاری مستقیم، تاسیس کارخانه یا اعطای مجوز انجام شود. با اینحال صادرات رایج‌ترین روش برای ورود به بازارهای خارجی است، زیرا سرمایه‌گذاری اولیه و ریسک کمتری برای کسب و کارهای خانوادگی دارد (آندرواژ، ۱۴۰۲). در طول دو دهه گذشته موضوع بین‌المللی سازی کسب‌وکارهای خانوادگی از دیدگاه‌های مختلفی مورد بررسی قرار گرفته است. اولین مناقشه در این حوزه‌ی مطالعاتی بر پاسخگویی به این سوال متمرکز بود که آیا کسب‌وکارهای خانوادگی بیشتر از شرکت‌های غیر خانوادگی بین‌المللی می‌شوند یا کمتر؟ (چوا^۳ و همکاران، ۲۰۱۲). با این حال، تحقیقات انجام شده در زمینه کسب و کارهای خانوادگی نوعی ناهمگونی در میان این کسب‌وکارها را به تصویر می‌کشد. این امر موجب می‌شود فرآیندهای بین‌المللی سازی چنین کسب‌وکارهایی منحصر به فرد و متفاوت از یکدیگر باشد (پوکال و همکاران، ۲۰۱۴). همین ناهمگونی در میان کسب‌وکارهای خانوادگی به دو دیدگاه غالب در این زمینه منجر شده است. آراگل در مقاله خود در سال ۲۰۱۷ خاطر نشان می‌کند که کسب‌وکارهای خانوادگی به دلیل منابع منحصر به فردی همچون عناصر خانوادگی، انعطاف‌پذیری بیشتر و چشم‌انداز بلندمدت ممکن است سریع‌تر از سایر کسب‌وکارها بین‌المللی شوند. برخی از محققان نیز معتقدند که ویژگی‌های ذاتی کسب‌وکارهای خانوادگی مثل ترس از دست دادن کنترل، کمبود سرمایه، منابع محدود، تعارضات درون خانوادگی می‌تواند به محدود شدن گسترش بین‌المللی آن‌ها منجر شود (تراگانت اسپکه^۴ و همکاران، ۲۰۲۳). در این میان نظریه‌هایی که پایه و اساس تحقیقات در این زمینه بوده‌اند نیز بسیار گسترده و البته متنوع است. مهم‌ترین چارچوب‌های نظری که برای توضیح بین‌المللی شدن کسب‌وکارهای خانوادگی و درک تصمیمات اتخاذ شده توسط آن‌ها استفاده شده‌اند، نظریه عاملیت^۵، نظریه خادمیت^۶، دیدگاه مبتنی بر منابع، کارآفرینی بین‌المللی و ثروت اجتماعی-عاطفی بوده است (پوکال و همکاران، ۲۰۱۴؛ کاسپرینی^۷ و همکاران، ۲۰۲۰). دیدگاه مبتنی بر منابع و قابلیت‌های پویا در زمینه شرکت‌های خانوادگی، بیان می‌کند که تعامل و مشارکت اعضای خانواده در کسب و کار مجموعه‌ای از منابع و توانمندی‌های منحصر به فرد را تولید می‌کند که آن را با عبارت «خانوادگی بودن»^۸ تعریف می‌کنند (چوا و همکاران، ۲۰۱۲). کسب‌وکارهای خانوادگی فرهنگ سازمانی خاصی دارند که می‌تواند به‌عنوان یک منبع استراتژیک عمل کند و مزیت رقابتی پایدار ایجاد کند (زاهرا^۹ و همکاران،

1 Keen

2 Tsang

3 Chua

4 Tragant Espeche

5 agency theory

6 stewardship theory

7 Casprini

8 familiness

9 Zahra

۲۰۰۴). نظریه ثروت اجتماعی-عاطفی یکی دیگر از نظریه‌های مهم در زمینه بین‌المللی‌سازی کسب و کارهای خانوادگی محسوب می‌شود (پان و همکاران، ۲۰۲۴). برون معتقد است ثروت اجتماعی-عاطفی مهم‌ترین ویژگی است که می‌تواند کسب و کارهای خانوادگی را از سایر کسب و کارها متمایز سازد (برون و همکاران، ۲۰۱۲). این ثروت به جنبه‌های غیر مالی کسب و کار اشاره دارد که به‌عنوان ذخیره‌ای از ارزش‌های مرتبط با احساسات تعریف می‌شود. محققان معتقدند که مالکان کسب و کارهای خانوادگی نه ریسک‌پذیر یا ریسک‌گریز بلکه زیان‌گریز هستند (پوکال و همکاران، ۲۰۱۴). آن‌ها با در نظر داشتن سرمایه و ثروت اجتماعی-عاطفی خود، ممکن است حاضر به پذیرش ریسک‌های بزرگ شوند یا در برابر ریسک‌های کوچک نیز مقاومت کنند (گومز-مخیا و همکاران، ۲۰۰۷). از آنجایی که بدنه تحقیقاتی مرتبط با بین‌المللی‌سازی کسب و کارهای خانوادگی پراکنده است، پژوهش‌های گذشته تلاش کرده‌اند مجموعه گسترده‌ای از تحقیقات را ترکیب کنند. به عنوان مثال مطالعه مروری انتقادی پوکال و همکارانش بر روی این موضوع در سال ۲۰۱۴، نشان دهنده ۴ تم اصلی ناهمگونی در شرکت‌های خانوادگی، فرآیند بین‌المللی‌سازی، دیدگاه شبکه/ رابطه و دیدگاه منابع و قابلیت‌هاست. مطالعه مروری آراگل (۲۰۲۱) بین‌المللی‌سازی کسب و کارهای خانوادگی را در ۷ موضوع اصلی مقیاس بین‌المللی‌سازی، دامنه بین‌المللی‌سازی، انتخاب شیوه ورود به بازار، انتخاب مکان‌های بین‌المللی، فرآیند بین‌المللی‌سازی، سرعت بین‌المللی‌سازی و عملکرد بین‌المللی‌سازی تجزیه و تحلیل کرده است. علی‌رغم بینش‌های ارزشمندی که مطالعات مروری و تحلیلی گذشته ارائه کرده‌اند، تعداد مقالات علمی در این حوزه از سال ۲۰۲۰ رشد قابل توجهی داشته است. انجام تحلیل کتاب‌سنجی با دامنه‌ای وسیع که طیف گسترده‌ای از سال‌های اخیر را در بر گیرد، امکان ارزیابی دقیق و جامع ادبیات تحقیقاتی در این حوزه را فراهم می‌آورد.

روش‌شناسی پژوهش

این مطالعه بر پایه تحلیل کتاب‌سنجی بر روی موضوع بین‌المللی‌سازی کسب و کارهای خانوادگی است. تحلیل کتاب‌سنجی روشی کمی است که تحلیل‌های آماری را بر روی داده‌های کتاب‌شناختی همچون کتاب‌ها، مقالات و مقالات مروری انجام می‌دهد (جیا و مصطفی، ۲۰۲۲). همسو با رویکرد پیشنهادی برتاس و آلون (۲۰۲۱)، این پژوهش برای بررسی ادبیات مرتبط با بین‌المللی‌سازی کسب و کارهای خانوادگی از یک رویکرد نظام‌مند سه مرحله‌ای استفاده کرده است:

۱. طراحی سوالات پژوهش و طراحی پروتکل مرور ادبیات
۲. تعیین جامعه یا نمونه پژوهش و طراحی چارچوب کدگذاری
۳. تحلیل یافته‌ها و تفسیر و بحث درباره نتایج پژوهش

اولین گام طراحی سوالات پژوهش است. بعد از طراحی سوالات پژوهش، پروتکل مرور ادبیات طراحی شد. ابتدا از پایگاه داده وب آو ساینس بهره گرفته شد که یکی از معتبرترین و شناخته‌شده‌ترین پایگاه‌های علمی است و داده‌های دقیق و باکیفیتی از مطالعات منتشرشده ارائه می‌دهد. اگرچه پایگاه داده اسکوپوس پوشش وسیع‌تری از مجلات را دارد اما پایگاه داده وب آو ساینس تنها مجلات

1 pan

2 Berrone

3 Gómez-Mejía

دارای ضریب تأثیر بالا و داوری هم‌تا را نمایه می‌کند تا کیفیت و قابلیت اعتماد مقالات تضمین شود (مردیز و باریویرا، ۲۰۱۹). مرحله بعد شامل جستجو و انتخاب مقالات برای انجام تحلیل کتابسنجی است. هدف این مطالعه شناسایی روندهای موجود، آثار تأثیرگذار و شناسایی خلاهای پژوهشی است. بدین منظور، برای یافتن مقالات مرتبط با هدف تحقیق، جست‌وجو در پایگاه وب‌ساینس در ماه اکتبر سال ۲۰۲۵ با استفاده از کلیدواژه‌های مربوط به بین‌المللی‌سازی و کسب‌وکارهای خانوادگی که از مقالات مروری قبلی استخراج شده بود انجام شد. با ترکیب رشته جست‌وجوی مربوط به این دو واژه و از طریق عملگر AND، تعامل میان این دو حوزه شناسایی گردید. علاوه بر این، رشته جست‌وجو به صورت فازی (با نماد * و ؟) تنظیم شد تا نتایج کامل‌تری حاصل شود. عبارت نهایی جست‌وجو به شکل زیر تعیین گردید:

("Family firm*") or ("Family Business*") or ("Family Enterprise*") or ("Family Organization*") or ("Family Organization*") or ("Family Control*") or ("Family own*") or ("family SME*")
AND
("internationalization*") or ("entry mode") or ("FDI")

جست‌وجوی اسناد مرتبط با بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی بر اساس شناسایی کلیدواژه‌ها در بخش "TOPIC" پایگاه داده وب‌ساینس انجام شد. این بخش شامل عناوین، کلیدواژه‌ها و چکیده‌های منابع کتاب‌شناختی است. بر اساس استراتژی جست‌وجو در ابتدا ۴۷۸ مقاله یافت شد. نتایج جست‌وجو در پایگاه وب‌ساینس با در نظر گرفتن محدودیت‌های زیر پردازش گردید:

۱. مجموعه اسناد پژوهش به «مقالات علمی» و «مقالات مروری» محدود شد، زیرا این نوع از اسناد معتبرترین آثار داوری شده محسوب می‌شوند.

۲. مقالات و مرورهایی که به زبان انگلیسی نوشته شده بودند انتخاب شدند، زیرا زبان انگلیسی، زبان بین‌المللی پژوهش علمی است و استفاده از یک زبان واحد، تحلیل‌های بعدی را ساده‌تر می‌کند.

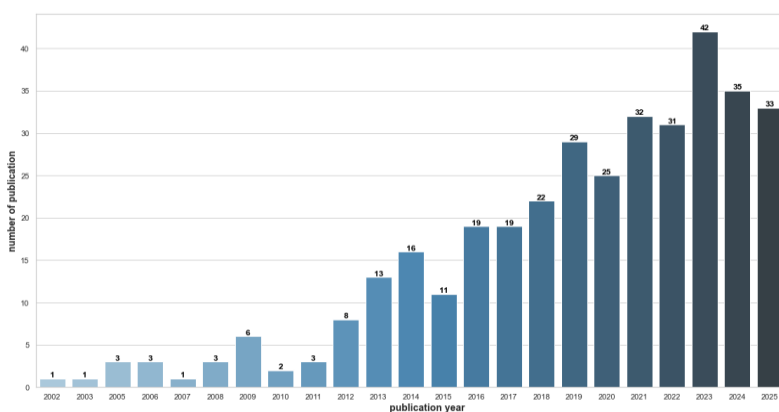
۳. منابع دیگری همچون کتاب‌ها و مقالات کنفرانسی از بررسی‌های اولیه کنار گذاشته شدند زیرا این منابع همانند منابع تجربی و مفهومی منتشر شده در مجلات علمی معتبر، تحت فرآیند داوری سخت‌گیرانه قرار نمی‌گیرند.

با استفاده از این محدودیت‌ها، ۴۳۲ منبع کتاب‌شناختی شناسایی شد. سپس، داده‌های به‌دست‌آمده بازنگری و پالایش شدند تا مقالاتی که به حوزه بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی مربوط نبودند، حذف شوند. برای این منظور، عنوان و چکیده تمامی 432 مقاله مورد مطالعه قرار گرفت و تنها آن دسته از مقالاتی که با موضوع پژوهش مرتبط بودند، در مجموعه نهایی داده‌ها باقی ماندند. این فرآیند منجر به شناسایی ۳۵۹ مقاله نهایی شد. فرآیند انتخاب و غربالگری مقالات برای انجام مرور کتابسنجی توسط دو پژوهشگر به صورت مستقل انجام شد تا از دقت، اعتبار و کیفیت داده‌های گردآوری‌شده اطمینان حاصل شود. مرحله سوم در این فرآیند تحلیل مقالات انتخاب شده و بحث در مورد نتایج است. در ادامه به بررسی نتایج حاصل از نرم‌افزارهای VOSviewer و Bibliometrix می‌پردازیم.

نتایج

تحلیل روند رشد مقالات در زمینه بین‌المللی‌سازی شرکت‌های خانوادگی

برای پاسخ به سوال پژوهشی اول (RQ1) روند رشد مقالات و دسته‌بندی‌های پژوهشی را مورد بررسی قرار دادیم. تعداد مقالات منتشر شده در حوزه بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی در شکل ۱ نشان داده شده است که روند انتشار مقالات از سال ۲۰۰۲ تا اکتبر ۲۰۲۵ را نمایش می‌دهد. اولین مقاله مرتبط با این موضوع که در پایگاه داده وب‌آو ساینس شناسایی شد، در سال ۲۰۰۲ در مجله JOURNAL OF BUSINESS VENTURING با عنوان Learning from overseas venturing - The case of Chinese family businesses توسط تی‌سنگ^۱ نوشته شده است. هدف این مقاله بررسی رفتار سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی^۲ کسب‌وکارهای خانوادگی چینی از دیدگاه یادگیری سازمانی بوده است. در مورد تعداد متوسط سالانه مقالات منتشر شده، دوره قبل از ۲۰۰۸ با رشد کندی برای موضوع بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی همراه بوده است، به طوری که متوسط مقالات منتشر شده در هر سال تنها ۲ مقاله است. در سال ۲۰۰۹ این عدد به ۶ مقاله رسیده و پس از آن در سال‌های ۲۰۱۰ و ۲۰۱۱ افت چشمگیری داشته است. از سال ۲۰۱۲ با انتشار ۸ مقاله این حوزه دوباره مورد توجه محققان قرار گرفته و روند رو به رشد آن به طور تدریجی تا به امروز ادامه داشته و در سال ۲۰۲۳ با انتشار ۴۲ مقاله به اوج خود رسیده است. در دهه گذشته، اهمیت کسب‌وکارهای خانوادگی در پژوهش‌های کسب‌وکارهای بین‌الملل مورد توجه قرار گرفته است. این علاقه‌مندی نه تنها به خاطر حضور گسترده کسب‌وکارهای خانوادگی در سطح جهانی، بلکه به دلیل ویژگی‌های منحصر به فردی همچون ساختارهای حکمرانی، سرمایه اجتماعی و نگرش بلندمدت این شرکت‌ها است که آن‌ها را از سایر کسب‌وکارها متمایز می‌کند (آراگل و همکاران، ۲۰۲۴). از سال ۲۰۱۶ به بعد، محققان به طور فزاینده‌ای به تحلیل چالش‌ها و فرصت‌های منحصر به فرد کسب‌وکارهای خانوادگی پرداخته‌اند. در مجموع، میانگین سالانه مقالات از سال ۲۰۰۹ تا سال ۲۰۲۵ به ۲۰ مقاله رسیده است.



شکل ۱. تعداد مقالات منتشر شده از سال ۲۰۰۲ تا ۲۰۲۵

1 Tsang

2 FDI

دسته‌بندی‌های پژوهشی

۳۵۹ مقاله توسط ۳۵۰ نویسنده نوشته شده و با مجموع ارجاع ۱۴۷۰۲ در ۱۱۴ مجله منتشر شده است. آمار موجود در جدول ۱ نشان می‌دهد ۲۸.۶۹ درصد از مقالات در دسته بندی کسب وکار/ مدیریت، ۲۳.۴۰ درصد در دسته بندی کسب وکار و ۲۲.۰۱ درصد در دسته بندی مدیریت متمرکز شده است. شایان ذکر است که یک سند می‌تواند در بیش از یک دسته طبقه‌بندی شود و همین امر بر آمار مربوطه تاثیرگذار خواهد بود. بر اساس این آمار می‌توان نتیجه گرفت که حدود ۷۴ درصد اسناد منتشر شده در سال‌های ۲۰۰۲ تا ۲۰۲۵ در دسته‌بندی‌های مربوط به مدیریت و کسب‌وکار منتشر شده‌اند.

جدول ۱. دسته‌بندی وب آو ساینس بر اساس تعداد مقالات منتشر شده

طبقه‌بندی WOS	تعداد مقالات	% of 359
Business; Management	103	28.69%
Business	84	23.40%
Management	79	22.01%
Economics	13	3.62%
Business, Finance	11	3.06%
Business; Economics; Management	9	2.51%
Business; History Of Social Sciences	6	1.67%
Green & Sustainable Science & Technology; Envi...	5	1.39%
Business; Business, Finance; Management	4	1.11%
Business; Development Studies; Management	4	1.11%

توزیع مجلات

در این بخش و برای رسیدن به پاسخ سوال پژوهشی دوم (RQ2) به بررسی نحوه توزیع مجلات، کشورها، پژوهشگران پرداخته‌ایم. ۳۵۹ مقاله در ۱۱۴ مجله علمی مختلف منتشر شده است که در مجموع ۱۴۷۰۲ ارجاع به آن‌ها صورت گرفته است. برای تجزیه و تحلیل بهره‌وری مجلات، به کل مقالات منتشر شده ۲۰ مجله برتر، همانطور که در جدول ۲ نشان داده شده است، دسترسی پیدا شده است. با بررسی ۱۰ مجله برتر می‌توان چنین استنباط کرد که مجلات *International Business Review* و *Journal Of World Business* با مجموع ۴۸ مقاله (۱۳.۳۸٪ از کل مقالات)، در صدر هستند. از ۴۵.۶۸ درصد ۱۰ مقاله برتر، مجلات مربوط به کسب‌وکارهای بین‌المللی ۲۵.۳۵ درصد را به خود اختصاص داده‌اند. این موضوع نشان‌دهنده توجه ویژه این مجلات به موضوع بین‌المللی سازی کسب وکارهای خانوادگی است.

جدول ۲. دسته‌بندی مجلات بر اساس تعداد مقالات منتشر شده

نام مجله	تعداد مقالات	% of 359
International Business Review	24	6.69%
Journal Of World Business	24	6.69%
Journal Of Business Research	19	5.29%
European Journal Of International Management	18	5.01%
Journal Of International Business Studies	13	3.62%
Family Business Review	12	3.34%
Global Strategy Journal	12	3.34%
Entrepreneurship Theory And Practice	11	3.06%
Journal Of Small Business Management	11	3.06%

توزیع کشورها

کشور را می‌توان به عنوان متغیر تحلیلی مهمی در نظر گرفت که نشان‌دهنده سهم و عملکرد مناطق مختلف در این حوزه تحقیقاتی هستند. هم استنادی و استناد به مقالات از کشورهای مختلف می‌تواند معیاری برای شبکه‌های همکاری و سطح دانشگاهی باشد (گیو و همکاران، ۲۰۱۹). جدول ۳ نیز ۱۰ کشور برتر از لحاظ مقاله‌های منتشر شده را نشان می‌دهد. همانطور که از این جدول مشخص است، ایالت متحده آمریکا، اسپانیا، ایتالیا سه جایگاه اول را از لحاظ تعداد مقالات منتشر شده به خود اختصاص داده‌اند. چین، انگلیس، تایوان و هند نیز به ترتیب رتبه‌های چهار تا شش را دارند. در نهایت می‌توان چنین نتیجه گرفت که ادبیات بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی در دو دهه اخیر در کشورهای مختلف و فرهنگ‌های مختلف گسترش یافته و در بافت‌های متفاوتی مورد بررسی و آزمون قرار گرفته است.

جدول ۳. مقالات منتشر شده توسط کشورها

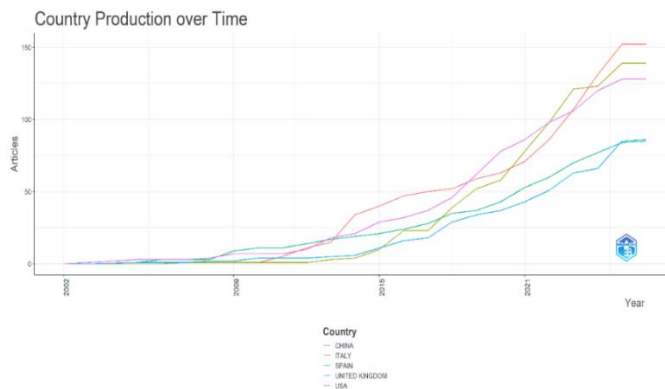
کشور	تعداد مقالات	% of 359
USA	47	13.09%
Spain	44	12.26%
Italy	44	12.26%
China	35	9.75%
England	25	6.96%
Taiwan	22	6.13%
India	14	3.90%
Germany	13	3.62%
France	12	3.34%
Australia	12	3.34%

جدول ۴ هم نشان‌دهنده ۱۰ کشور برتر از لحاظ کل ارجاعات دریافت شده است. همانطور که از این جدول پیداست ایالت متحده آمریکا با ۲۹۰۵ ارجاع، ایتالیا با ۱۹۵۱ ارجاع و اسپانیا با ۱۹۱۲ ارجاع سه جایگاه اول را به خود اختصاص داده‌اند.

جدول ۴. ارجاعات کشورها

کشور	TC	متوسط ارجاعات مقالات
USA	2905	61.80
ITALY	1951	43.40
SPAIN	1912	40.70
CHINA	1130	20.90
CANADA	984	65.60
AUSTRALIA	979	81.60
FRANCE	908	53.40
UNITED KINGDOM	889	46.80
GERMANY	515	51.50
INDIA	437	36.40

شکل ۶ روند انتشار مقالات کشورها را در طول زمان نشان می‌دهد. با توجه به این شکل محققان چین در طول دهه گذشته بیشترین فعالیت را در زمینه بین‌المللی سازی کسب و کارهای خانوادگی داشته‌اند و از کشورهایی همچون انگلیس و اسپانیا نیز پیشی گرفته‌اند.



شکل ۶: روند انتشار مقالات

نویسندگان موثر

جدول ۵ نشان دهنده ۱۰ نویسنده برتر از لحاظ تعداد مقالات منتشر شده است. این جدول از نرم‌افزار VOSviewer و بر اساس بخش هم‌نویسندگی استخراج شده است. بدین منظور، تنظیم روش شمارش (Counting method) بر روی Full counting قرار گرفت، حداقل تعداد مقالات هر نویسنده روی عدد ۵ و حداقل تعداد ارجاعات بر روی عدد صفر تنظیم شد. هدف از این تنظیمات،

شناسایی و تحلیل دقیق شبکه همکاری نویسندگان فعال در حوزه مورد مطالعه و جلوگیری از حذف پژوهشگرانی بود که اگرچه ارجاعات اندکی دارند، اما از نظر تولید علمی و مشارکت در مقالات این حوزه نقش مؤثری ایفا می‌کنند.

جدول ۵. پرکارترین نویسندگان

نویسنده	مقاله	تعداد ارجاع	قدرت کلی پیوند
calabro, andrea	20	825	574
de massis, alfredo	13	784	320
kraus, Sascha	10	568	239
majocchi, antonio	9	826	394
hitt, michael a.	7	832	290
kano, liena	7	360	303
mondal, arindam	7	170	226
lahiri, somnath	7	158	234
arregle, jean-luc	6	885	345
rienda, laura	6	217	115
sciascia, salvatore	6	196	190
pongelli, claudia	6	163	213
torchia, mariateresa	6	119	151

جدول ۶ نیز ۱۰ نویسنده برتر را از نظر شاخص‌هایی همچون H index و G index به نمایش می‌گذارد. اچ ایندکس در سال ۲۰۰۵ توسط فیزیکدانی به نام هیرش از دانشگاه کالیفرنیا سن‌دیگو معرفی شد و با هدف ارائه معیاری برای سنجش هم‌زمان میزان تولیدات علمی و تأثیرگذاری پژوهش‌های یک نویسنده طراحی گردید. این شاخص بر پایه تعداد مقالات منتشرشده و میزان استنادهای دریافتی آن‌ها عمل می‌کند و بیان می‌دارد که یک پژوهشگر چه تعداد مقاله دارد که هر کدام حداقل به اندازه N بار مورد استناد قرار گرفته‌اند.

جدول ۶. شاخص اچ و جی نویسندگان

نویسندگان	h index	g index
CALABRÒ A	11	18
DE MASSIS A	10	13
KRAUS S	9	10
MAJOCCHI A	8	9
HITT MA	7	7
ARREGLE JL	6	6
KANO L	6	7
CHRISMAN JJ	5	5
GRAVES C	5	5
ITURRALDE T	5	5

از آنجایی که تعداد مقالات منتشر شده به تنهایی نمی‌تواند شاخص معتبری برای سنجش تأثیرگذاری علمی یک پژوهشگر باشد و نقش واقعی فرد در تولید دانش، نفوذ شبکه‌ای او در ساختار همکاری‌های علمی یا کیفیت ارتباطات را به درستی بسنجد، از شاخص‌های ساختاری مبتنی بر شبکه همچون شبکه‌های همکاری استفاده کردیم. در همین راستا اطلاعات حاصل از نرم‌افزار Bibliometrix

در بخش social structure و سپس Collaboration network استخراج شد. الگوریتم خوشه‌بندی بر روی walktrap و گزینه Normalization بر روی Association قرار گرفت. جدول ۷ نتایج حاصل از این تحلیل را نشان می‌دهد. مرکزیت از جمله شاخص‌هایی است که به بررسی اهمیت و تاثیرگذاری افراد در شبکه می‌پردازد. هرچه قدر مرکزیت یک نویسنده بالاتر باشد، رتبه، ارتباطات و موقعیت او نیز در شبکه مطلوب‌تر خواهد بود. از جمله سنجه‌های مهمی که برای تعیین مرکزیت استفاده می‌شود مرکزیت نزدیکی^۱ و مرکزیت بینابینی^۲ است. در شبکه‌های هم‌نویسندگی پژوهشگری که از مرکزیت نزدیکی بالاتری برخوردار است، به طور نسبی به دیگر اعضای شبکه نزدیک‌تر بوده و می‌تواند سریع‌تر و کارآمدتر به منابع و دانش موجود در میان همکاران بالقوه دسترسی پیدا کند. در این میان، مرکزیت بینابینی نشان‌دهنده توان یک فرد در کنترل جریان اطلاعات یا منابع در شبکه است و بیان می‌کند که آن عامل تا چه اندازه می‌تواند نقش واسطه یا میانجی را ایفا کند. بنابراین، مقدار بالای مرکزیت بینابینی برای یک نویسنده به این معناست که او در شبکه هم‌نویسندگی همچون پلی میان گروه‌های مختلف عمل کرده و قادر است اطلاعات را از بخش‌های مختلف شبکه جذب کند (تاج‌الدینی و همکاران، ۱۳۹۸).

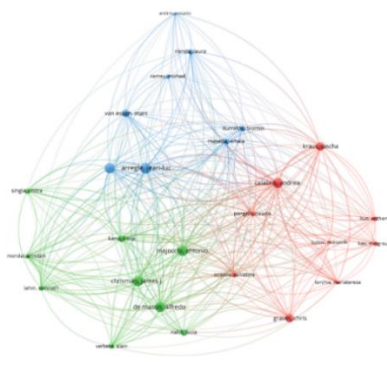
جدول ۷: شبکه همکاری نویسندگان

بیچ رنگ	نزدیکی	بینابینی	خوشه	گره
de				
massis a	0.015	187.9	2	
calabrò a	0.015	167.994	4	
majocchi				
a	0.016	139.189	1	
arregle jl	0.014	85.834	1	
kano l	0.014	56.576	1	
debellis				
f	0.014	42.768	2	
piscitello				
l	0.013	32	3	
d'allura				
gm	0.011	32	5	
kraus s	0.013	30.422	4	
hitt ma	0.013	30.187	1	

شکل ۷ نیز تحلیل تعداد ارجاعات نویسندگان در نرم‌افزار Vos viewer را به تصویر می‌کشد. برای ترسیم این شکل در ابتدا فایل thesaurus برای پاکسازی داده‌ها تشکیل شد. سپس حداقل تعداد مقالات نویسنده بر روی ۵ تنظیم شد. در این پژوهش، تعداد استنادهای نویسندگان بر اساس فیلد Times Cited (TC) استخراج شده از وب‌سایت VOSviewer محاسبه شد. بدین ترتیب، مجموع استنادهای تمامی مقالاتی که یک نویسنده در آن‌ها مشارکت داشته است به‌عنوان شاخص استناد وی در نظر گرفته شد. نتایج تحلیل استنادی نشان داد که آراگل با ۸۸۵ ارجاع رتبه اول را به خود اختصاص داده است. مقاله شاخص وی در سال ۲۰۱۷ با عنوان "Why Is Family Firms' Internationalization Unique? A Meta-Analysis" با استفاده از رویکرد فراتحلیل به بررسی فرایند بین‌المللی شدن کسب‌وکارهای خانوادگی می‌پردازد. جیمز کریسمن با ۸۴۱ ارجاع و مایکل هیت با ۸۳۲ ارجاع جایگاه دوم و سوم را به خود اختصاص داده‌اند.

1 closeness

2 betweenness

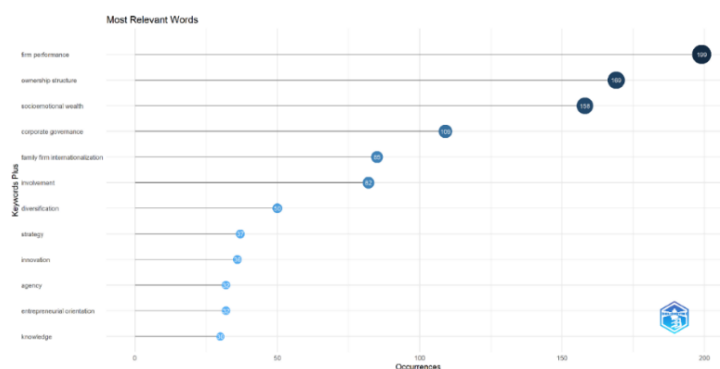


شکل ۷: تحلیل تعداد ارجاعات نویسندگان

بر اساس نتایج حاصل از جدول شاخص‌های علم‌سنجی و تحلیل‌های شبکه‌ای انجام‌شده، از جمله سنجش میزان تولیدات علمی و شاخص‌های مرکزیت در شبکه هم‌نویسندگی، می‌توان آندره‌آ کالابرو و آلفردو دِ مِسیس را در زمره پژوهشگران اثرگذار و برجسته در این حوزه به‌شمار آورد.

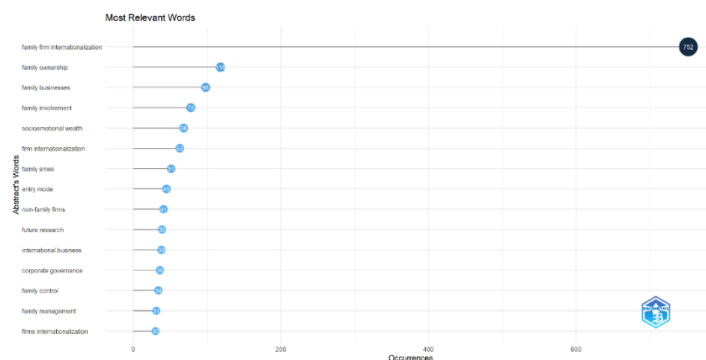
کلیدواژه‌های پرتکرار

برای شناسایی کلیدواژه‌های پرتکرار در Bibliometrix و رسیدن به پاسخ سوال پژوهشی سوم (RQ3)، از دو تنظیم مختلف استفاده شد. در ابتدا گروهی از عبارات مترادف و کلمات زائد تشکیل شد. در مرحله بعد field بر روی عبارت keyword plus تنظیم گردید. شکل ۸ نشان‌دهنده ۱۲ عبارت پرتکرار با استفاده از تنظیمات ذکر شده است. همانطور که از شکل پیداست، عبارت‌های عملکرد شرکت، ساختار مالکیت، ثروت اجتماعی عاطفی، حاکمیت شرکتی، بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی رتبه‌های اول تا پنجم را به خود اختصاص داده‌اند.



شکل ۸. کلیدواژه‌های پرتکرار

در مرحله دوم از این تحلیل، گزینه field بر روی Abstract و گزینه N-gram بر روی Bigram تنظیم شد. شکل ۱۱ نتایج حاصل از این مرحله را نشان می‌دهد. با استفاده از چکیده می‌توان به تحلیل‌های عمیق‌تری نسبت به پژوهش‌های موجود دست پیدا کرد. همانطور که در شکل پیداست عباراتی همچون بین‌المللی‌سازی شرکت‌های خانوادگی، مالکیت خانوادگی، مشارکت خانوادگی، ثروت اجتماعی-عاطفی بالاترین جایگاه را در این فهرست به خود اختصاص داده‌اند.



شکل ۹. کلید واژه‌های پر تکرار براساس چکیده

شکل ۱۰ نیز ابر کلمات حاصل از نرم‌افزار بیبلیومتریکس که بر روی Keyword plus انجام شده است نشان می‌دهد.



شکل ۱۰. ابر کلمات

تأثیرگذارترین مقالات

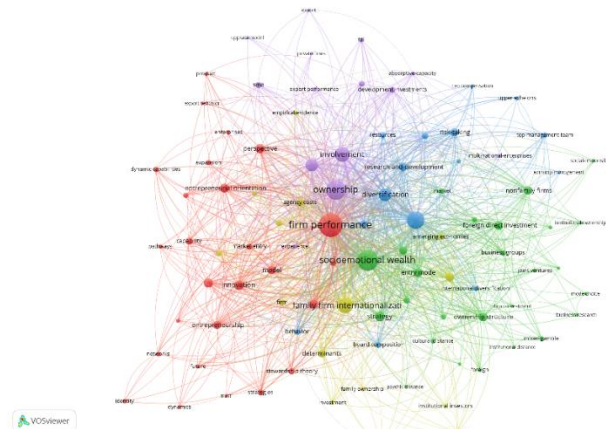
برای دستیابی به پاسخ سوال پژوهشی چهارم (RQ4) روند استناددهی به مقالات را مورد تحلیل قرار دادیم. تحلیل تعداد ارجاعات به یک مقاله نشان‌دهنده‌ی تأثیر آن مقاله بر حوزه مورد مطالعه است (سونسون و همکاران، ۲۰۱۰). زمانیکه یک مقاله به طور گسترده مورد ارجاع قرار می‌گیرد، به این معناست که تأثیر بیشتری بر یک موضوع خاص نسبت به مقالاتی دارد که کمتر به آنها ارجاع شده است (مریگو و همکاران، ۲۰۱۶). در این راستا، جدول ۸ نتایج ۱۰ مقاله پر ارجاع در زمینه بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی را که بین سال‌های ۲۰۰۲ تا ۲۰۲۵ منتشر شده‌اند، نشان می‌دهد. این مقالات ۳۷۶۵ ارجاع را از ۱۴۷۰۲ ارجاع معادل (۲۵.۶۰ درصد) به خود اختصاص داده‌اند. مقاله‌ای که در این فهرست رتبه اول را دارد، "منابع ناهمگونی در شرکت‌های خانوادگی" است که نوشته (چوا و همکارانش) در سال ۲۰۱۲ است. این مقاله در مجله *ENTREPRENEURSHIP THEORY AND PRACTICE* منتشر شده و با ۶۰۵ ارجاع رتبه اول را به خود اختصاص داده است. رتبه دوم از مقالات تأثیرگذار در این حوزه متعلق به مقاله‌ای به نام "گسترش بین‌المللی کسب و کارهای خانوادگی تولیدی ایالات متحده: تأثیر مالکیت و مشارکت" است که در سال ۲۰۰۳ توسط زاهرا و همکارانش نوشته شده و ۵۶۵ ارجاع را به خود اختصاص داده است.

جدول ۸. ده مقاله پرجاع

نویسنده	نام مقاله	سال	نام مجله	Times Cited, WoS Core
Chua, Jess H.; Chrisman, James J.; Steier, Llo...	Sources of Heterogeneity in Family Firms: An I...	2012	ENTREPRENEURSHIP THEORY AND PRACTICE	605
Zahra, SA	International expansion of US manufacturing fa...	2003	JOURNAL OF BUSINESS VENTURING	565
Fernandez, Zulima; Nieto, Maria Jesus	Impact of ownership on the international invol...	2006	JOURNAL OF INTERNATIONAL BUSINESS STUDIES	416
Fernández, Z; Nieto, MJ	Internationalization strategy of small and med...	2005	FAMILY BUSINESS REVIEW	375
George, G; Wiklund, J; Zahra, SA	Ownership and the internationalization of smal...	2005	JOURNAL OF MANAGEMENT	348
Zucchella, Antonella; Palamara, G.; Denicolai, S.	The drivers of the early internationalization ...	2007	JOURNAL OF WORLD BUSINESS	347
Pukall, Thilo J.; Calabro, Andrea	The Internationalization of Family Firms A Cri...	2014	FAMILY BUSINESS REVIEW	310
De Massis, Alfredo; Frattini, Federico; Majoc...	Family firms in the global economy: Toward a d...	2018	GLOBAL STRATEGY JOURNAL	279
Bhaumik, Sumon Kumar; Driffield, Nigel; Pal, S...	Does ownership structure of emerging-market fi...	2010	JOURNAL OF INTERNATIONAL BUSINESS STUDIES	270
Cui, Lin; Meyer, Klaus E.; Hu, Helen Wei	What drives firms' intent to seek strategic as...	2014	JOURNAL OF WORLD BUSINESS	250

تحلیل هم‌رخدادی کلمات کلیدی

برای بررسی وضعیت فعلی حوزه تحقیقاتی و شناسایی روابط آینده میان واژه‌ها، تحلیل هم‌رخدادی کلمات کلیدی انجام شد. این تحلیل برای پاسخ به سوال پژوهشی پنجم (RQ5) انجام شد. تحلیل هم‌رخدادی کلمات کلیدی تکنیکی است که کلمات کلیدی را از مقالات استخراج می‌کند و امکان بررسی محتوای مقاله‌ها را فراهم می‌آورد. این نتایج امکان توسعه بینش‌های جدید در زمینه بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی را فراهم می‌کند و به ما این امکان را می‌دهد که جهت‌گیری پژوهش‌های آتی را درک کنیم (دونتو و همکاران، ۲۰۲۱). شکل ۱۱ نتایج حاصل از بررسی هم‌رخدادی کلمات کلیدی که بر روی گزینه keyword plus تنظیم شده است را نشان می‌دهد. در این تحلیل کلمات کلیدی را انتخاب کردیم که حداقل ۵ بار تکرار شده‌اند. این انتخاب به منظور کنترل کیفیت خوشه‌های ارائه شده و جلوگیری از ایجاد نویز بود. انتخاب اعداد کمتر از ۵ موجب افزایش تعداد کلیدواژه‌ها و افزایش پیچیدگی و کاهش خوانایی نقشه شد. انتخاب مقادیر بالاتر از ۵ نیز ممکن بود به حذف واژه‌ها و مفاهیم نوظهور یا تخصصی منجر شود. بر این اساس، عدد ۵ به عنوان حداقل تعداد رخداد کلیدواژه انتخاب گردید. برای بخش counting method گزینه full counting را انتخاب کردیم و کلمات کلیدی مترادف را در بخش thesaurus آپلود کردیم. در بخش Analysis نرم‌افزار نیز، تنظیمات بخش Normalization بر روی Association و resolution بر روی عدد یک تنظیم گردید. این تنظیمات با هدف دستیابی به خوشه‌هایی با معناداری بیشتر انجام شد. هر کلمه کلیدی توسط یک گره نمایش داده شده که اندازه گره به تعداد تکرار آن بستگی دارد. این گره‌ها به ۵ خوشه مختلف تقسیم شده‌اند که با رنگ‌های مختلف نشان داده می‌شوند و فاصله بین خوشه‌ها نشان‌دهنده درجه ارتباطی است که میان آن‌ها وجود دارد.



شکل ۱۱. هم‌رخدادی کلمات کلیدی

در جدول ۹ هم ۱۰ کلیدواژه پرتکرار و قدرت پیوند آن‌ها به نمایش گذاشته شده است.

جدول ۹. رخداد و قدرت کلی پیوند کلمات کلیدی

کلمات کلیدی	رخداد	قدرت کلی پیوند
firm performance	199	1063
socioemotional		
wealth	158	891
Ownership	141	775
corporate		
governance	109	640
family firm		
internationalization	85	432
Involvement	82	503
Diversification	60	362
Management	58	330
Strategy	37	209
Innovation	36	200

در شش سال اخیر توجه ویژه به عبارت‌هایی همچون ثروت اجتماعی-عاطفی، جهت‌گیری کارآفرینانه، عملکرد کسب و کارهای خانوادگی پس از بین‌المللی‌سازی، مشارکت خانواده‌ها و تاثیر آن بر روی فرایند بین‌المللی‌سازی مشهود است. خوشه اول که با رنگ قرمز در شکل نشان داده شده حاوی کلیدواژه‌هایی همچون عملکرد شرکت، جهت‌گیری کارآفرینانه، قابلیت‌های پویا و نوآوری است. محققان علاقه ویژه‌ای به درک تاثیر بین‌المللی‌سازی بر روی عملکرد کسب و کارهای خانوادگی دارند. عملکرد بین‌المللی‌سازی کسب و کارهای خانوادگی یک موضوع چندوجهی است که تحت تاثیر عوامل داخلی و خارجی است (پن^۱ و همکاران، ۲۰۲۴). برخی از مطالعات تاثیر مثبت بین‌المللی‌سازی بر عملکرد کسب و کارهای خانوادگی را تایید کرده‌اند. به عنوان مثال مطالعه انجام شده توسط گودبول و همکارش در سال ۲۰۲۴ نشان می‌دهد بین‌المللی‌سازی، تاثیر مثبت بر عملکرد کسب و کارهای خانوادگی دارد. مطالعه دیگری که توسط لوبو و همکارانش در سال ۲۰۲۲ انجام شد نشان‌دهنده تاثیر مثبت منابع (شبکه‌های بین‌المللی‌سازی)، قابلیت‌ها (ویژگی‌های کارکنان و دانش) و جهت‌گیری بازار (انگیزه‌های بین‌المللی‌سازی) بر عملکرد بین‌المللی‌سازی کسب و کارهای خانوادگی بود. علاوه بر این، کسب و کارهای خانوادگی با استفاده از شهرت و سرمایه اجتماعی خود می‌توانند راحت‌تر با سایر کسب و کارهای خانوادگی در بازارهای خارجی مشارکت کنند (راندولف^۲ و همکاران، ۲۰۱۹). جهت‌گیری کارآفرینانه و کارآفرینی بین‌المللی در کسب و کارهای خانوادگی نیز از زوایای مختلفی مورد بررسی قرار گرفته‌اند. به عنوان مثال مطالعه انجام شده توسط ریندا و همکارانش در سال ۲۰۲۵ نشان می‌دهد شخصیت پیش‌گامانه کارآفرین و تعامل او با شبکه‌های تجاری و اجتماعی به‌طور مثبت بر قصد کارآفرینی بین‌المللی تاثیر می‌گذارد. این ارتباط زمانی که مدیر عامل از اعضای خانواده باشد، تقویت می‌شود. بعضی از نویسندگان نیز ریسک‌گریزی، محافظه‌کاری و اجتناب از تغییر در کسب و کارهای خانوادگی را مانعی برای اتخاذ رفتارهای کارآفرینانه می‌دانند (نلدی^۳ و همکاران، ۲۰۰۷).

در خوشه دوم که با رنگ سبز نشان داده شده است، کلیدواژه‌هایی مثل ثروت اجتماعی-عاطفی، نحوه ورود به بازارهای بین‌المللی، مدیریت استراتژیک غالب است. از جمله واژه‌های مهمی که در مقالات اخیر به کرات توسط محققان مختلف بررسی شده، ثروت اجتماعی-عاطفی است. کسب و کارهای خانوادگی ویژگی‌های منحصر به فردی دارند که آن‌ها را از سایر شرکت‌ها متمایز می‌کند. ثروت

1 Pan

2 Randolph

3 Naldi

اجتماعی-عاطفی که با عنوان اهداف غیر مالی نیز شناخته می‌شود نقش مهمی در تصمیم‌گیری و اولویت‌بندی استراتژیک ایفا می‌کند (پن و همکاران، ۲۰۲۴). در مطالعاتی که بر روی ثروت اجتماعی-عاطفی انجام شده ابعاد متفاوتی از آن گزارش شده است. گومز و مخیا در سال ۲۰۰۷ توانایی اعمال تاثیر خانواده و حفظ دودمان خانوادگی را از جمله ابعاد مهم این ثروت بر شمرند. برون نیز در سال ۲۰۱۲، کنترل، تاثیر و هویت خانواده، پیوندهای اجتماعی قدرتمند، وابستگی عاطفی به شرکت و احیای پیوندهای خانواده از طریق جانشینی دودمانی را از جمله ابعاد مهم این موضوع دانستند. ثروت اجتماعی-عاطفی یک عامل متمایزکننده محسوب می‌شود و رفتار ویژه کسب و کارهای خانوادگی را در فرایند بین‌المللی‌سازی به خوبی توضیح می‌دهد. تصمیم‌گیری اعضای خانواده ممکن است بر اساس اهداف غیر مالی همچون حفظ فرهنگ و میراث خانواده اتخاذ شود که با اهداف مالی در تضاد است (سواب و همکاران، ۲۰۲۰). خوشه سوم که با رنگ آبی در شکل به تصویر کشیده شده است دربرگیرنده کلماتی همچون حاکمیت شرکتی، ترکیب هیئت مدیره و استراتژی تنوع‌سازی است. مطالعات پیشین بر اهمیت حاکمیت شرکتی به عنوان عامل متمایزکننده کسب و کارهای خانوادگی از شرکت‌های غیر خانوادگی تاکید دارند (لو^۱ و همکاران، ۲۰۱۵). کسب و کارهای خانوادگی مجموعه‌ای ویژه از منابع را در اختیار دارند که از تاثیر حضور اعضای خانواده و ارتباطات بین آن‌ها حاصل می‌شود. این منابع می‌توانند مزیت رقابتی پایدار ایجاد کنند (بارنی و همکاران، ۲۰۰۲) و در عین حال چالش‌هایی را در فرایند بین‌المللی‌سازی پیش روی شرکت‌ها قرار دهند (آراگل و همکاران، ۲۰۰۷). کسب و کارهای خانوادگی ویژگی‌های منحصر به فردی در حاکمیت شرکتی دارند و همین امر بر روی فعالیت‌های استراتژیک‌شان همچون بین‌المللی‌شدن تاثیرگذار است (میتز^۲ و همکاران، ۲۰۱۴). ساختار حاکمیتی همچون ساختار مالکیت می‌تواند توانایی این کسب و کارها در برابر بین‌المللی‌شدن و پیچیدگی‌های ناشی از آن را تحت تاثیر قرار دهد. صاحبان کسب و کارهای خانوادگی از یک سو به تداوم حضورشان در بازار می‌اندیشند و از سوی دیگر خود را حافظ میراث خانوادگی‌شان می‌دانند (زهرا^۳، ۲۰۰۳). همین امر موجب شکل‌گیری پیوندی عمیق و فراتر از اهداف مالی و اقتصادی به نام ثروت اجتماعی-عاطفی می‌شود و آن‌ها را به حفظ بلندمدت سرمایه‌شان سوق می‌دهد. (سیرمون^۴ و همکاران، ۲۰۰۸). با اینحال این موضوع شمشیری دو لبه است. بین‌المللی‌سازی می‌تواند با عدم قطعیت و ریسک همراه باشد و خانواده‌ها را از حضور در بازارهای بین‌المللی باز دارد (فیلاتوتچف و رایت^۵، ۲۰۱۱). خوشه چهارم با رنگ زرد نیز شامل عباراتی همچون بین‌المللی‌سازی کسب و کارهای خانوادگی، مالکیت خانوادگی و مدل عاملیت رفتاری است. تاثیر ساختار مالکیتی بر جنبه‌های مختلف بین‌المللی‌سازی کسب و کارهای خانوادگی در تحقیقات مختلفی مورد بررسی قرار گرفته است. تحقیقات انجام شده نشان می‌دهند ساختار مالکیتی می‌تواند ریسک‌پذیری مدیران را تحت تاثیر خود قرار دهد و بر روی فرآیند بین‌المللی‌سازی کسب و کارهای خانوادگی نیز تاثیرگذار باشد (جورج^۶ و همکاران، ۲۰۰۵). هر چند در طول ۲۵ سال گذشته تحقیقات متعددی بر روی تاثیر ساختار مالکیتی و بین‌المللی‌سازی کسب و کارهای خانوادگی انجام شده اما نتایج همچنان ترکیبی است. برخی از تحقیقات نشان می‌دهند ساختار مالکیتی و مشارکت خانواده در تصمیم‌گیری‌های استراتژیک، تاثیر مثبتی بر روی بین‌المللی‌سازی دارد (زهرا و همکاران، ۲۰۰۳). ویژگی‌های خاص و منحصر به فرد کسب و کارهای خانوادگی همچون تمایل

1 Lu

2 Mitter

3 Zahra

4 Sirmon

5 Filatotchev and Wright

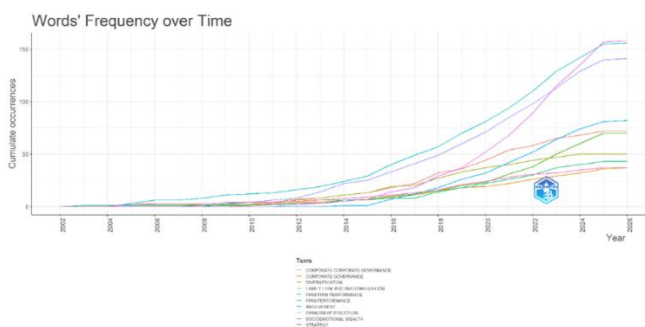
6 George

آن‌ها به حفظ سرمایه خانوادگی، تعهد، دلبستگی به شرکت، هویت یابی با شرکت و کنترل ریسک موجب شده این شرکت‌ها استراتژی‌های متفاوتی در برابر بین‌المللی‌سازی اتخاذ کنند. همین ویژگی‌ها به کسب‌وکارهای خانوادگی امکان می‌دهد دید بلندمدتی نسبت به سرمایه‌های مالی، اجتماعی و عاطفی خود داشته باشند و از فرصت‌های به وجود آمده همچون بین‌المللی‌سازی به صورت پیش‌دستانه استقبال کنند. برخی از تحقیقات نیز دیدگاه متفاوتی نسبت به دیدگاه اول اتخاذ کرده‌اند. به عنوان مثال مطالعه مروری پوکال (۲۰۱۴) نشان می‌دهد مالکیت ۱۰۰ درصدی خانواده‌ها در چنین کسب‌وکارهایی می‌تواند تاثیر منفی بر روی فرآیند بین‌المللی‌سازی داشته باشد.

در نهایت خوشه پنجم با رنگ بنفش نمایش داده شده و دربرگیرنده واژه‌هایی مثل مزیت رقابتی و مشارکت خانوادگی است. یکی از دیدگاه‌هایی که در مدیریت استراتژیک به عنوان نظریه‌ای بنیادین توسعه یافته، دیدگاه مبتنی بر منابع است. شرکت‌ها می‌توانند منابع ملموس و ناملموس در اختیار داشته باشند که به آن‌ها کمک می‌کند به مزیت رقابتی پایداری دست پیدا کنند (بارنی، ۱۹۹۱). بر اساس این دیدگاه، کسب‌وکارهای خانوادگی می‌توانند از طریق منابع منحصر به فرد خود که با عنوان «خانوادگی بودن» شناخته می‌شود و از تاثیر و تعاملات خانواده نشأت می‌گیرد، مزیت رقابتی در بین‌المللی‌سازی کسب کنند (مرینو و همکاران، ۲۰۱۴). مطالعه انجام شده توسط آلیو در سال ۲۰۲۱ نشان می‌دهد کسب‌وکارهای خانوادگی اغلب از منابع منحصر به فرد خود، همچون روابط خانوادگی قوی و نگرش بلندمدت، برای تقویت رقابت‌پذیری بین‌المللی خود استفاده می‌کنند.

موضوعات پرتعداد و تکرار کلمات در طول زمان

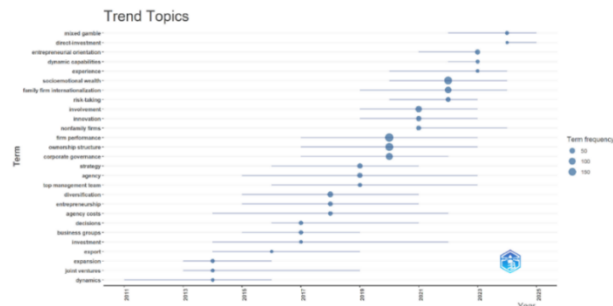
از آنجایی که بررسی روند مطالعاتی در حوزه بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی در طول ۶ سال اخیر و دستیابی به موضوعات پرتعداد از جمله سوالات این پژوهش است (RQ7 و RQ6)، بررسی تکرار کلمات در طول زمان می‌تواند بینش خوبی در این زمینه ارائه دهد. شکل ۱۲ نشان دهنده تکرار کلمات در طول زمان است. همانطور که از شکل هم پیداست از سال ۲۰۲۰ تا سال ۲۰۲۵ عبارات ثروت اجتماعی-عاطفی، عملکرد شرکت، ساختار مالکیت، مشارکت خانواده ۴ مورد از عبارات کلیدی پرتکرار در تحقیقات انجام شده هستند.



شکل ۱۲. تکرار کلمات در طول زمان

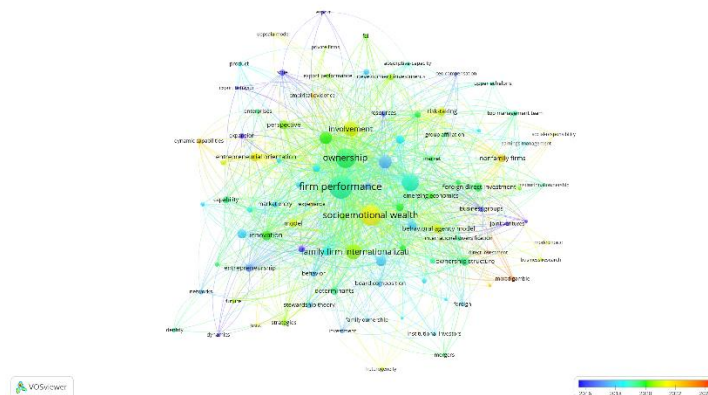
در مرحله بعد، ما موضوعات مطرح را با استفاده از گزینه keyword plus استخراج کردیم. شکل ۱۳ تکامل موضوعات غالب (محور عمودی) را در طول زمان (محور افقی) به تصویر می‌کشد. اندازه دایره‌ها نمایانگر فراوانی کلمات است و خط خاکستری بین چارک اول و سوم قرار دارد.

این نمودار ۲۷ موضوع را با حداقل تعداد تکرار کلمات ۵ نشان می‌دهد. همانطور که از نتایج پیداست از سال ۲۰۲۰ تا ۲۰۲۵، عباراتی همچون شرط‌بندی ترکیبی، سرمایه‌گذاری مستقیم، جهت‌گیری کارآفرینانه، قابلیت‌های پویا، ثروت اجتماعی-عاطفی، نوآوری، ساختار مالکیت، حکمرانی شرکتی و مشارکت خانواده غالب بودند، در حالی که در سال‌های قبل‌تر، حوزه‌های صادرات و جوینت ونچر به‌ویژه اهمیت داشتند.



شکل ۱۳. موضوعات غالب

بررسی نقشه overlay visualization در نرم‌افزار VOS viewer (شکل ۱۴) در تحلیل هم‌رخدادی کلمات کلیدی که با حداقل رخداد ۵ و بر روی keyword plus ساخته شده است، نیز نشان دهنده تسلط واژه‌هایی همچون ثروت اجتماعی عاطفی، جهت‌گیری کارآفرینانه، عملکرد شرکت و مشارکت خانواده‌ها در مطالعات اخیر است. در این میان واژه‌هایی همچون ترکیب هیئت مدیره، نحوه ورود به بازارهای بین‌المللی، صادرات و رفتارهای مربوط به آن در سال‌های قبل از ۲۰۲۰ بیشتر در ادبیات مورد بررسی قرار گرفته است.



شکل ۱۴. نقشه overlay

دسته‌بندی و تحلیل نتایج حاصل از خوشه‌های مربوط به تحلیل هم‌رخدادی کلمات کلیدی، ارتباط بین آن‌ها و موضوعات پرطرفدار حاصل از نرم‌افزار Bibliometrix، نشان‌دهنده حضور ۶ تم اصلی در میان مقالات منتشر شده از سال ۲۰۰۲ تا سال ۲۰۲۵ است. این ۶ تم عبارتند از:

۱. ساختار مالکیتی و حاکمیت شرکتی
۲. ثروت اجتماعی-عاطفی
۳. مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی¹
۴. تاثیر بین‌المللی‌سازی بر عملکرد شرکت²
۵. استراتژی‌های ورود به بازارهای بین‌المللی
۶. جهت‌گیری کارآفرینانه

بحث و نتیجه‌گیری

این مقاله با تحلیل کتابسنجی، بینشی عمیق درباره بین‌المللی‌سازی کسب و کارهای خانوادگی را فراهم می‌کند. با وجود مطالعات مروری و کتابسنجی متعدد در این زمینه (آلیو و همکاران، ۲۰۲۱)، موضوع بین‌المللی‌شدن کسب‌وکارهای خانوادگی در طول ۶ سال اخیر توجه محققان زیادی را به خود جلب کرده است. در همین راستا ۳۵۹ مقاله منتشر شده بین سال‌های ۲۰۰۲ تا ۲۰۲۵ را به کمک نرم‌افزار Vos viewer نسخه ۱.۶.۲۰ و نرم‌افزار R مورد تحلیل قرار دادیم. نتایج این تحلیل نشان می‌دهد تعداد مقالات منتشر شده از سال ۲۰۲۰ تا سال ۲۰۲۵ حدود ۱۹۸ مورد بوده است. این موضوع نشان‌دهنده علاقه ویژه محققان به حوزه بین‌المللی‌سازی کسب و کارهای خانوادگی است. سال ۲۰۲۳ با ۴۲ مقاله منتشر شده بیشترین تعداد مقالات را به خود اختصاص داده است. بررسی‌های انجام شده بر روی مجلات تاثیرگذار نیز افزایش تمایل مجلات مربوط به کسب‌وکارهای بین‌المللی به این حوزه را به خوبی نمایان می‌کند. تحلیل هم‌رخدادی کلمات کلیدی به همراه بررسی کلمات پرتکرار و موضوعات پرطرفدار، به شناسایی ۶ تم اصلی در این حوزه منجر شد. این ۶ تم شامل (۱) ساختار مالکیتی و حاکمیت شرکتی (۲) ثروت اجتماعی-عاطفی (۳) مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی (۴) تاثیر بین‌المللی‌سازی بر عملکرد شرکت (۵) نحوه ورود به بازارهای بین‌المللی (۶) جهت‌گیری کارآفرینانه است. مطالعه کتابسنجی مایکل آلیو از سال ۲۰۰۲ تا سال ۲۰۱۸ نیز به شناسایی شش تم حاکمیت شرکتی، نحوه ورود به بازارهای خارجی، ترکیب هیئت مدیره، دانش خانواده نسبت به بازارهای خارجی، کارآفرینی و مزیت رقابتی منجر شده بود. مطالعه حاضر علاوه بر گسترش و تکمیل این تم‌ها، بر تحلیل دقیق‌تر ارتباط میان موضوعات و روندهای نوظهور در زمینه بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی تمرکز دارد. همچنین، این تحقیق به شناسایی تم‌های جدیدی نظیر ثروت اجتماعی-عاطفی و تاثیر بین‌المللی‌سازی بر عملکرد شرکت پرداخته است که در مطالعات قبلی وجود نداشت. این نوآوری‌ها نه تنها درک بهتری از پیچیدگی‌های فرآیندهای بین‌المللی‌سازی را فراهم می‌آورد، بلکه زمینه‌های جدیدی برای تحقیقات آینده در این حوزه ارائه می‌دهد. تم اول مربوط به ساختار مالکیتی و حاکمیت شرکتی است. تاثیر ساختار مالکیتی بر جنبه‌های مختلف بین‌المللی‌سازی کسب‌وکارهای خانوادگی در تحقیقات مختلفی مورد بررسی قرار گرفته است. تحقیقات انجام شده نشان می‌دهند ساختار مالکیتی می‌تواند ریسک‌پذیری مدیران را تحت تاثیر خود قرار دهد و بر

1 Strategic management and competitive advantage

2 Internalization and Firm performance

روی فرآیند بین‌المللی سازی کسب و کارهای خانوادگی نیز تاثیرگذار باشد. برخی از تحقیقات نشان دهنده تاثیر مثبت مشارکت خانواده در تصمیم‌گیری استراتژیک و ساختار مالکیتی بر فرآیند بین‌المللی سازی است. این در حالیست که بعضی از محققان بر این باورند که مالکیت ۱۰۰ درصدی خانواده‌ها می‌تواند تاثیر منفی بر فرآیند بین‌المللی شدن داشته باشد. ثروت اجتماعی-عاطفی که با عنوان اهداف غیر مالی شناخته می‌شود نیز نقش مهمی در تصمیم‌گیری و اولویت‌بندی استراتژیک ایفا می‌کند. مدیریت استراتژیک و مزیت رقابتی، تم دیگری است که به آن دست پیدا کردیم. کسب و کارهای خانوادگی می‌توانند با استفاده از منابع منحصر به فرد خود، مانند روابط خانوادگی و نگرش بلندمدت، به مزیت رقابتی بین‌المللی دست یابند اما ممکن است با چالش‌هایی مانند ریسک‌گریزی مواجه شوند که توسعه بین‌المللی را محدود کند. تاثیر بین‌المللی سازی بر عملکرد شرکت‌ها موضوعی است که نظر محققان را در سال‌های اخیر به خود جلب کرده است. عملکرد بین‌المللی سازی کسب و کارهای خانوادگی یک موضوع چندوجهی است که تحت تاثیر عوامل داخلی و خارجی است (پن^۱ و همکاران، ۲۰۲۴). برخی از مطالعات تاثیر مثبت بین‌المللی سازی بر عملکرد کسب و کارهای خانوادگی را تایید کرده‌اند. تم پنجم نحوه ورود به بازارهای بین‌المللی است. کسب و کارهای خانوادگی معمولاً روش‌های کم‌ریسک مانند صادرات یا سرمایه‌گذاری مشترک را برای ورود به بازارهای خارجی انتخاب می‌کنند که تحت تاثیر ساختار مالکیت و مدیریت قرار دارد. در نهایت جهت‌گیری کارآفرینانه موضوع مهمی است که در ادبیات مربوط به بین‌المللی سازی کسب و کارهای خانوادگی به چشم می‌خورد. مطالعات نشان می‌دهند که شخصیت پیش‌گامانه کارآفرین و تعامل او با شبکه‌های تجاری بر قصد کارآفرینی بین‌المللی در کسب و کارهای خانوادگی تاثیر مثبت دارد؛ به ویژه وقتی مدیرعامل از اعضای خانواده باشد. با این حال، ریسک‌گریزی و محافظه‌کاری می‌تواند مانع رفتارهای کارآفرینانه شود. ویژگی‌های خاص این کسب و کارها مانند تصمیم‌گیری سریع، ارتباطات معنادار و جهت‌گیری بلندمدت نسبت به شرکت، آن‌ها را برای کارآفرینی بین‌المللی مستعدتر می‌سازد. تمایل محققان به مباحثی همچون ثروت اجتماعی-عاطفی، قابلیت‌های پویا، نوآوری، مدیریت استراتژیک و عملکرد شرکت در فرآیند بین‌المللی سازی مسیرهای پژوهشی جدیدی را در حوزه بین‌المللی سازی کسب و کارهای خانوادگی باز می‌کند. به عنوان مثال نقش ثروت اجتماعی-عاطفی در فرآیند بین‌المللی شدن کسب و کارهای خانوادگی در پژوهش‌های مختلف مورد بررسی قرار گرفته است (شولز^۲ و همکاران، ۲۰۱۶). با اینحال تاثیر ابعاد مختلف ثروت اجتماعی-عاطفی بر عملکرد بین‌المللی شدن شرکت‌های خانوادگی، تاثیر تغییر نسل‌ها بر ثروت اجتماعی-عاطفی، نقش متغیرهای فرهنگی مختلف بر ثروت اجتماعی-عاطفی، تاثیر اختلاف نظرهای خانوادگی و تعارضات درون خانوادگی بر ثروت اجتماعی-عاطفی و به تبع آن بین‌المللی شدن کسب و کارهای خانوادگی هنوز به طور کامل مورد بررسی قرار نگرفته است. علاوه بر این شفاف‌سازی اهداف غیر اقتصادی که به عنوان ثروت اجتماعی-عاطفی شناخته می‌شود نیز در تحقیقات آتی باید مورد توجه قرار گیرد (رودریگس^۳ و همکاران، ۲۰۲۲). تحقیقات آینده باید مدل ثروت اجتماعی-عاطفی را به‌طور واضح‌تر و دقیق‌تری مفهوم‌سازی کنند (سواب^۴ و همکارانش، ۲۰۲۰).

1 Pan

2 Scholes

3 Rodrigues

4 Swab

محدودیت‌ها

علی‌رغم تلاش نویسندگان برای ارائه بینشی جامع درباره بین‌المللی‌سازی شرکت‌های خانوادگی، این پژوهش نیز همانند سایر مطالعات کتابسنجی دارای محدودیت‌هایی است. نخست، داده‌های مورد استفاده در این پژوهش از پایگاه داده وب آو ساینس استخراج شده‌اند. ممکن است برخی از منابع مرتبط با این موضوع در سایر پایگاه‌های اطلاعاتی همچون اسکوپوس مغفول مانده باشد. پژوهش‌های آتی می‌توانند با ترکیب اطلاعات موجود در پایگاه‌های اطلاعاتی متفاوت همچون گوگل اسکالر، وب آو ساینس و اسکوپوس بر غنای پژوهش‌های کتابسنجی بیفزایند. محدودیت دوم این است که، استراتژی جستجوی استفاده شده در این پژوهش ممکن است برخی از عبارات کلیدی و کلمات مترادف را نادیده گرفته باشد.

منابع

- اسدزاد، محمد؛ رضوانی، مهران و سخدری، کمال. (۱۴۰۳). شناسایی ابعاد بین‌المللی‌سازی کسب و کارهای کوچک و متوسط صنایع غذایی در بازارهای نوظهور خاورمیانه. *نشریه علمی پژوهشی مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی*، ۷ (۲)، ۳۳-۴۰
- آندرواژ، لیلا. (۱۴۰۲). بررسی پیشنهادهای داخلی و خارجی اثرگذار بر ورود موفقیت‌آمیز به بازارهای صادراتی با رویکرد IPA. *نشریه علمی پژوهشی مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی*، ۶ (۲)، ۹۳-۱۱۲
- تاج‌الدینی، اورانوس، سهیلی، سادات موسوی. (۲۰۱۹). سنجه‌های مرکزیت در شبکه‌های هم‌نویسندگی: هم‌افزایی یا هم‌زدایی در عملکرد پژوهشی پژوهشگران. *پژوهشنامه پردازش و مدیریت اطلاعات*، ۳۴ (۳)، ۱۴۵۲-۱۴۲۳.
- خان‌ماکو، مهرداد؛ سلمانی، بهزاد؛ جبارزاده، یونس و سلمانی بی‌شک، محمدرضا. (۱۴۰۳). شناسایی و تحلیل عوامل موثر بر توسعه و بین‌المللی‌سازی کارآفرینی دیجیتال دانشگاهی در ایران و ارائه چارچوب مفهومی برای آن. *نشریه علمی پژوهشی مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی*، ۷ (۴)، ۱۵۰-۱۲۹
- رحیمی‌اقدم، صمد؛ صنوبر، ناصر و احمدیان، آیلا. (۱۴۰۲). بررسی تأثیر چابکی استراتژیک بر موفقیت بین‌المللی شرکت‌های کوچک و متوسط با نقش میانجی رشد شبکه‌محور. *نشریه علمی پژوهشی مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی*، ۶ (۲)، ۱۷۷-۱۹۴
- کلابی، امیرمحمد. (۱۴۰۱). مدل بین‌المللی‌سازی شرکت‌های دانش‌بنیان با تبیین نقش گرایش کارآفرینانه، نوسازی استراتژیک، قابلیت‌های پویا و توسعه سرمایه انسانی. *نشریه علمی پژوهشی مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی*، ۵ (۴)، ۷۱-۹۰
- معقولی حسنجانی، علیرضا؛ ماکوئی، احمد و بنیادی نایینی، علی. (۱۴۰۲). طراحی الگوی پویای بین‌المللی شدن شرکت‌های دانش‌بنیان کوچک و متوسط (مطالعه موردی: صنعت داروهای گیاهی). *نشریه علمی پژوهشی مدیریت کسب و کارهای بین‌المللی*، ۶ (۲)، ۱-۲۲
- مقدس‌نیکو، سید ناصر، ثنایی‌پور، سمیعی، کریمپور. (۲۰۲۲). بررسی قابلیت‌های کارآفرینانه در بین مالکان کسب و کارهای خانوادگی. *مطالعات کارآفرینی و توسعه پایدار کشاورزی*، ۹ (۲)، ۷۹-۹۴.
- مقدس‌نیکو، سید ناصر؛ ثنایی‌پور، سمیعی، روح‌اله؛ کریمپور، عبدالحسین. (۲۰۲۲). ارائه مدل بین‌المللی‌سازی کسب و کارهای خانوادگی کارآفرینانه در ایران. *مدیریت کسب و کار*، ۵۲ (۱۳)، ۸۶-۱۰۳.

References

- Alayo, M., Iturralde, T., Maseda, A. et al. (2021). Mapping family firm internationalization research: Bibliometric and literature review. *Review of Managerial Science*, 15, 1517-1560. <https://doi.org/10.1007/s11846-020-00404-1>

- Alayo, M., Maseda, A., Iturralde, T., & Calabrò, A. (2023). We are family! The role of family members' identification in the internationalization of family firms. *European Management Journal*, 41(5), 792-801. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2022.05.006>
- Alessandri, T. M., Cerrato, D., & Eddleston, K. A. (2018). The mixed gamble of internationalization in family and nonfamily firms: The moderating role of organizational slack. *Global Strategy Journal*, 8, 46-72. <https://doi.org/10.1002/gsj.1201>
- Andrevaj, L. (2023). Investigating the internal and external antecedents affecting successful entry into export markets using the IPA approach. *Scientific Research Journal of International Business Management*, 6(2), 93-112. (in Persian)
- Arregle, J., Duran, P., Hitt, M. A., & van Essen, M. (2017). Why is Family Firms' Internationalization Unique? A Meta-Analysis. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(5), 801-831. <https://doi.org/10.1111/etap.12246>
- Arregle, J.-L., Calabrò, A., Hitt, M. A., Kano, L., & Schwens, C. (2024). Family business and international business: Breaking silos and establishing a rigorous way forward. *Journal of World Business*, 59(3), 101532. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2024.101532>
- Ashenaei-Nejad, M., Rezvani, M., & Sokhdari, K. (2024). Identifying the dimensions of internationalization of small and medium food businesses in emerging Middle Eastern markets. *Scientific Research Journal of International Business Management*, 7(2), 23-40. (in Persian)
- Bağış, M., Kryeziu, L., Kurutkan, M. N., Krasniqi, B. A., Yazici, O., & Memili, E. (2023). Topics, trends and theories in family business research: 1996-2020. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 19(4), 1855-1891.
- Barney, J. B. (2002). Strategic management: From informed conversation to academic discipline. *Academy of Management Perspectives*, 16(2), 53-57.
- Baù, M., Block, J., Discua Cruz, A., & Naldi, L. (2021). Bridging locality and internationalization – A research agenda on the sustainable development of family firms. *Entrepreneurship & Regional Development*, 33(7-8), 477-492. <https://doi.org/10.1080/08985626.2021.1925846>
- Berrone, P., Cruz, C., & Gomez-Mejia, L. (2012). Socioemotional Wealth in Family Firms. *Family Business Review*, 25, 258-279. <https://doi.org/10.1177/0894486511435355>
- Bretas, V. P., & Alon, I. (2021). Franchising research on emerging markets: Bibliometric and content analyses. *Journal of Business Research*, 133, 51-65.
- Cambrea, D. R., Ponomareva, Y., Pittino, D., & Minichilli, A. (2022). Strings attached: Socioemotional wealth mixed gambles in the cash management choices of family firms. *Journal of Family Business Strategy*, 13(3), 100466. <https://doi.org/10.1016/j.jfbs.2021.100466>
- Cano-Rubio, M., Lombardi, R., Fuentes-Lombardo, G., & Núñez-Cacho, P. (2021). Familiness, business strategy and stakeholder engagement: The internationalisation of Spanish olive oil mills. *Business Strategy and the Environment*, 30(8), 4258-4280. <https://doi.org/10.1002/bse.2868>
- Casprini, E., Dabic, M., Kotlar, J., & Pucci, T. (2020). A bibliometric analysis of family firm internationalization research: current themes, theoretical roots, and ways forward. *International Business Review*, in press. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2020.101715>
- Chatterjee, S., Chaudhuri, R., Vrontis, D. et al. (2023). Internationalization of family business and its performance: examining the moderating role of digitalization and international networking capability. *Review of Managerial Science*, 17, 2443-2470. <https://doi.org/10.1007/s11846-022-00585-x>

- Chua, J. H., Chrisman, J. J., Steier, L. P., & Rau, S. B. (2012). Sources of Heterogeneity in Family Firms: An Introduction. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(6), 1103-1113. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2012.00540.x>
- Claver, E., Rienda, L., & Quer, D. (2009). Family Firms' International Commitment: The Influence of Family-Related Factors. *Family Business Review*, 22(2), 125-135. <https://doi.org/10.1177/0894486508330054>
- De Massis, A., Frattini, F., Majocchi, A., & Piscitello, L. (2018). Family firms in the global economy: Toward a deeper understanding of internationalization determinants, processes, and outcomes. *Global Strategy Journal*, 8(1), 3-21. <https://doi.org/10.1002/gsj.1199>
- Debellis, F., Rondi, E., Plakoyiannaki, E., & De Massis, A. (2021). Riding the waves of family firm internationalization: A systematic literature review, integrative framework, and research agenda. *Journal of World Business*, 56(1), 101144. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2020.101144>
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: an overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285-296. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>
- Filatovchev, I., & Wright, M. (2011). Agency Perspectives on Corporate Governance of Multinational Enterprises. *Journal of Management Studies*, 48, 471-486. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2010.00921.x>
- Filatovchev, I., Strange, R., Piesse, J., & Lien, Y. C. (2007). FDI by firms from newly industrialised economies in emerging markets: corporate governance, entry mode and location. *Journal of International Business Studies*, 38(4), 556-572. <https://doi.org/10.1057/palgrave.jibs.8400279>
- George, G., Wiklund, J., & Zahra, S. A. (2005). Ownership and the Internationalization of Small Firms. *Journal of Management*, 31(2), 210-233. <https://doi.org/10.1177/0149206304271760>
- Gjergji, R., Lazzarotti, V., & Visconti, F. (2022). Socioemotional wealth, entrepreneurial behaviour and open innovation breadth in family firms: The joint effect on innovation performance. *Creativity and Innovation Management*, 31(1), 93-108. <https://doi.org/10.1111/caim.12478>
- Gomez-Mejia, L., Makri, M., & Larraza-Kintana, M. (2010). Diversification Decisions in Family-Controlled Firms. *Journal of Management Studies*, 47, 223-252. <https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2009.00889.x>
- Guo, Y., Huang, Z., Guo, J., Li, H., Guo, X., & Nkeli, M. (2019). Bibliometric analysis on smart cities research. *Sustainability*, 11(13), 3606. <https://doi.org/10.3390/su11133606>
- Howorth, C., & Robinson, N. (2020). *Family business*. Routledge.
- Kalhor, E. (2024). Institutional effects on family business internationalization: a systematic review. *ZFW-Advances in Economic Geography*, 68(1), 41-62. <https://doi.org/10.1515/zfw-2022-0016>
- Kano, L., & Verbeke, A. (2018). Family firm internationalization: Heritage assets and the impact of bifurcation bias. *Global Strategy Journal*, 8(1), 158-183. <https://doi.org/10.1002/gsj.1186>
- Keen, C., Sanchez-Famoso, V., & Dana, L. P. (2024). Moderating effect of social capital on the dynamics between entrepreneurial orientation and internationalization of Spanish family owned businesses. *Journal of Management & Organization*, 30(1), 59-77. <https://doi.org/10.1017/jmo.2022.42>
- Kelabi, A. M. (2022). An internationalization model for knowledge-based companies by explaining the role of entrepreneurial orientation, strategic renewal, dynamic capabilities, and human capital development. *Scientific Research Journal of International Business Management*, 5(4), 71-90. (in Persian)

- Khan Maku, M., Salmani, B., Jabarzadeh, Y., & Salmani Bishak, M. R. (2024). Identifying and analyzing factors affecting the development and internationalization of academic digital entrepreneurship in Iran and providing a conceptual framework for it. *Scientific Research Journal of International Business Management*, 7(4), 129-150. (in Persian)
- Kraus, S., Mensching, H., Calabrò, A., Cheng, C.-F., & Filser, M. (2016). Family firm internationalization: A configurational approach. *Journal of Business Research*, 69(11), 5473-5478. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2016.04.158>
- Lahiri, S., Mukherjee, D., & Peng, M. W. (2020). Behind the internationalization of family SMEs: A strategy tripod synthesis. *Global Strategy Journal*, 10(4), 813-838.
- Lu, J. W., Liang, X., Shan, M., & Liang, X. (2015). Internationalization and Performance of Chinese Family Firms: The Moderating Role of Corporate Governance. *Management and Organization Review*, 11(4), 645-678. <https://doi.org/10.1017/mor.2015.32>
- Ma'ghouli Hosseinjan, A., Makouei, A., & Baniadi Naeini, A. (2023). Designing a dynamic model for the internationalization of small and medium knowledge-based companies (Case study: Herbal medicine industry). *Scientific Research Journal of International Business Management*, 6(2), 1-22. (in Persian)
- Majocchi, A., D'Angelo, A., Forlani, E., & Buck, T. (2018). Bifurcation bias and exporting: Can foreign work experience be an answer? Insight from European family SMEs. *Journal of World Business*, 53(2), 237-247. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2017.11.005>
- Merediz-Solà, I., & Bariviera, A. F. (2019). A bibliometric analysis of bitcoin scientific production. *Research in International Business and Finance*, 50, 294-305.
- Merino, F., Monreal-Pérez, J., & Sánchez-Marín, G. (2015). Family SMEs' Internationalization: Disentangling the Influence of Familiness on Spanish firms' export activity. *Journal of Small Business Management*, 53, 1164-1184. <https://doi.org/10.1111/jsbm.12111>
- Mitter, C., Duller, C., Feldbauer-Durstmüller, B., & Kraus, S. (2014). Internationalization of family firms: the effect of ownership and governance. *Review of Managerial Science*, 8(1), 1-28.
- Moghadas Nikoo, S. N., Sanaeipour, H., Samiei, R., & Karampour, A. (2022). Examining entrepreneurial capabilities among owners of family businesses. *Journal of Agricultural Entrepreneurship and Sustainable Development*, 9(2), 79-94. (in Persian)
- Moghadas-Nikoo, S. N., Sanaeipour, H., Samiei, R., & Karampour, A. (2022). Providing a model for the internationalization of entrepreneurial family businesses in Iran. *Business Management*, 52(13), 86-103. (in Persian)
- Naldi, L., Nordqvist, M., Sjöberg, K., & Wiklund, J. (2007). Entrepreneurial Orientation, Risk Taking, and Performance in Family Firms. *Family Business Review*, 20(1), 33-47. <https://doi.org/10.1111/j.1741-6248.2007.00082.x>
- Pan, X., Chen, X., & Wang, H. (2024). Beyond economic considerations: The role of socioemotional wealth in family firm foreign exit decisions. *International Business Review*, 33(4), 102253. <https://doi.org/10.1016/j.ibusrev.2023.102253>
- Pongelli, C., Majocchi, A., Bauweraerts, J., Sciascia, S., Caroli, M., & Verbeke, A. (2023). The impact of board of directors' characteristics on the internationalization of family SMEs. *Journal of World Business*, 58(2), 101412. <https://doi.org/10.1016/j.jwb.2022.101412>
- Pukall, T. J., & Calabrò, A. (2014). The internationalization of family firms: A critical review and integrative model. *Family Business Review*, 27(2), 103-125. <https://doi.org/10.1177/0894486513491423>

- Rahimi Aghdam, S., Sanoubar, N., & Ahmadian, A. (2023). Investigating the effect of strategic agility on the international success of small and medium enterprises with the mediating role of network-based growth. *Scientific Research Journal of International Business Management*, 6(2), 177-194. (in Persian)
- Randolph, R. V., Alexander, B. N., Debicki, B. J., & Zajkowski, R. (2019). Untangling non-economic objectives in family & non-family SMEs: A goal systems approach. *Journal of Business Research*, 98, 317-327.
- Ray, S., Mondal, A., & Ramachandran, K. (2018). How does family involvement affect a firm's internationalization? An investigation of Indian family firms. *Global Strategy Journal*, 8, 73-105. <https://doi.org/10.1002/gsj.1196>
- Reina, W., Pla-Barber, J., & Villar, C. (2023). Socioemotional wealth in family business research: A systematic literature review on its definition, roles and dimensions. *European Management Journal*, 41(6), 1000-1020. <https://doi.org/10.1016/j.emj.2022.10.009>
- Scholes, L., Mustafa, M., & Chen, S. (2016). Internationalization of small family firms: The influence of family from a socioemotional wealth perspective. *Thunderbird International Business Review*, 58(2), 131-146.
- Sirmon, D. G., Arregle, J., Hitt, M. A., & Webb, J. W. (2008). The Role of Family Influence in Firms' Strategic Responses to Threat of Imitation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(6), 979-998. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2008.00267.x>
- Swab, R. G., Sherlock, C., Markin, E., & Dibrell, C. (2020). "SEW" What Do We Know and Where Do We Go? A Review of Socioemotional Wealth and a Way Forward. *Family Business Review*, 33(4), 424-445. <https://doi.org/10.1177/0894486520961938>
- Tajedini, O., Soheili, F., & Mousavi, S. (2019). Centrality measures in co-authorship networks: Synergy or separation in researchers' research performance? *Journal of Information Processing and Management*, 34(3), 1423-1452. (in Persian)
- Tsang, E. W. K. (2020). Family firms and internationalization: An organizational learning perspective. *Asia Pacific Journal of Management*, 37, 205-225. <https://doi.org/10.1007/s10490-018-9590-z>
- Wąsowska, A. (2017). The internationalisation of family firms: the role of the ownership structure and the composition of top management team. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 5(1), 169-185.
- Zahra, S. A., & George, G. (2017). International entrepreneurship: The current status of the field and future research agenda. In *Strategic entrepreneurship: Creating a new mindset* (pp. 253-288).