



ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ
ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ
MASTER IN BUSINESS ADMINISTRATION



ΕΛΛΗΝΙΚΗ
ΔΗΜΟΚΡΑΤΙΑ

ΠΑΝΕΠΙΣΤΗΜΙΟ
ΜΑΚΕΔΟΝΙΑΣ

**ΔΙΑΤΜΗΜΑΤΙΚΟ ΠΡΟΓΡΑΜΜΑ ΜΕΤΑΠΤΥΧΙΑΚΩΝ ΣΠΟΥΔΩΝ
ΣΤΗ ΔΙΟΙΚΗΣΗ ΕΠΙΧΕΙΡΗΣΕΩΝ**

Διπλωματική Εργασία

**Η συμβολή του κοινωνικού κεφαλαίου και των διαπροσωπικών
σχέσεων των επιχειρηματιών στην ανάπτυξη των επιχειρήσεών τους:**

Μια συστηματική βιβλιογραφική ανασκόπηση

ΤΟΥ

ΧΑΡΙΖΑΝΗ ΓΕΩΡΓΙΟΥ

Επιβλέπων Καθηγητής:

κ. ΚΟΤΖΑΪΒΑΖΟΓΛΟΥ ΙΟΡΔΑΝΗΣ

Θεσσαλονίκη, Σεπτέμβριος 2021

Ευχαριστίες

Αρχικά, θα ήθελα να ευχαριστήσω θερμά τον επιβλέποντα καθηγητή μου κ. Κοτζαϊβάζογλου Ιορδάνη για τον χρόνο που μου αφιέρωσε και την πολύτιμη και κρίσιμη συνεισφορά του στην αποπεράτωση της εργασίας μου, καθώς και να εκφράσω την αναγνώρισή μου για το άρτιο διδακτικό έργο το οποίο επιτέλεσε κατά τη διάρκεια των πανεπιστημιακών παραδόσεων.

Επιπρόσθετα, θα ήθελα να ευχαριστήσω τον κ. Χατζηθωμά και τον κ. Βασιλειάδη για τον επίσης πολύ ενδιαφέρον και ξεχωριστό τρόπο παράδοσης των μαθημάτων και γενικότερα όλο το ακαδημαϊκό προσωπικό του MBA, το οποίο μας εξόπλισε με τις γνώσεις του και μας έδωσε το έναυσμα για νέες ακαδημαϊκές αναζητήσεις και τα εφόδια για περαιτέρω επαγγελματική ανέλιξη.

Τέλος, θα ήθελα να ευχαριστήσω από καρδιάς την οικογένειά μου για τη στήριξη και την υπομονή που μου έδειξε όλο αυτό το διάστημα.

ΠΕΡΙΛΗΨΗ

Η παρούσα εργασία σκοπεί στη μελέτη της συμβολής του κοινωνικού κεφαλαίου (*social capital*) και των διαπροσωπικών σχέσεων (*interpersonal ties*) των επιχειρηματιών στην ανάπτυξη των επιχειρήσεών τους. Για τη διεξαγωγή της μελέτης επιλέχθηκε η μέθοδος της συστηματικής βιβλιογραφικής ανασκόπησης (*systematic review*), περιλαμβάνοντας την ενδελεχή εξέταση 115 άρθρων που σχετίζονται με το υπό μελέτη θέμα. Στη συνέχεια, διενεργήθηκε μία σύνθεση των επιμέρους ερευνών, με πρόθεση να αναδειχθούν οι επικρατέστερες θεωρίες, τάσεις και πρακτικές για τη δόμηση του κοινωνικού κεφαλαίου και τη σύνδεση του όρου με την επιχειρηματική δραστηριότητα. Βασικό μέλημα αποτέλεσε ο εντοπισμός και η επισήμανση των κυριότερων κενών στη βιβλιογραφία κατόπιν συστηματικής μελέτης της, καθώς και των προτάσεων για μελλοντική έρευνα. Συγκεκριμένα, παρατηρήθηκαν κενά και αναλυτικές αδυναμίες, καθώς έμφαση χρειάζεται να δοθεί σε πρωτογενείς έρευνες που εξετάζουν το συγκεκριμένο θέμα σε διαφορετικά πολιτισμικά περιβάλλοντα, με μακροχρόνιο (*longitudinal*) χαρακτήρα και με έμφαση εξίσου σε ποιοτικές και ποσοτικές έρευνες. Η αξία της παρούσας μελέτης αναδεικνύει την ανάγκη για θεώρηση του κοινωνικού κεφαλαίου και της επιχειρηματικότητας σε περισσότερο ολιστικό πλαίσιο, με σκοπό να αναδειχθούν όλες οι πτυχές και οι αρχές που το διέπουν, με στόχο ο ακαδημαϊκός διάλογος να μετουσιωθεί σε έναν πρακτικό οδηγό για τους επιχειρηματίες, καθώς στην παρούσα κατάσταση το μεγαλύτερο μέρος της έρευνας χαρακτηρίζεται από ασυνέχεια και κατακερματισμό.

Πίνακας περιεχομένων

ΠΕΡΙΛΗΨΗ	3
ΕΙΣΑΓΩΓΗ	6
1. ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ	8
1.1 Δίκτυα επαφών	9
1.2 Ανθρώπινο κεφάλαιο	10
1.3 Κοινωνικό κεφάλαιο	11
1.3.1 Πόροι	13
1.3.1.1 Πληροφορίες	13
1.3.1.2 Γνώση	14
1.3.2 Αρχές ή νόρμες	15
1.3.3 Μορφή των σχέσεων	16
1.3.3.1 Ισχυροί δεσμοί	17
1.3.3.2. Ισχυροί δεσμοί	18
1.3.3.3 Σύγκριση δύο μορφών δόμησης σχέσεων και δικτύων	20
1.4 Επιχειρηματικότητα και κοινωνικό κεφάλαιο	23
2. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ	26
2.1 Μεθοδολογία της παρούσας έρευνας	26
2.2 Σύνθεση και παράθεση των αποτελεσμάτων	33
3. ΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΣΥΣΤΗΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΑΣΚΟΠΙΣΗΣ	35
3.1 Περιγραφή των χαρακτηριστικών των εξεταζόμενων άρθρων	35
3.1.1 Χρονολογία δημοσίευσης άρθρων	35
3.1.2 Επιστημονικό πεδίο	36
3.1.3 Επιστημονικά περιοδικά	37
3.1.4 Βαθμονόμηση περιοδικών	38
3.1.5 Θεωρητικό πλαίσιο	39
3.1.6 Χρησιμοποιούμενη μεθοδολογία	40

3.1.7 Χώρες αναφοράς	40
3.1.8 Κλάδοι	41
3.2 Περιεχόμενο – πόροι των δικτύων	42
3.2.1 Χρηματοοικονομικοί πόροι.....	43
3.2.2 Επιχειρηματικές ευκαιρίες	46
3.2.3 Αξιοπιστία στις συναλλαγές.....	49
3.2.4 Επιχειρηματική γνώση.....	50
3.3 Διαχείριση των σχέσεων.....	52
3.4 Δομή δικτύου	56
3.3.1 Εύρος Δικτύου	57
3.4.2 Ισχύς των δεσμών	59
3.4.2.1 Ισχυροί δεσμοί.....	59
3.4.2.2 Ισχνές επαφές	60
3.4.2.3 Δομικές οπές	61
3.4.2.4 Μεικτές σχέσεις	63
4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ.....	65
4.1 Πρακτικές εφαρμογές σε επιχειρηματικό επίπεδο.....	68
4.2 Πρακτικές εφαρμογές σε επίπεδο δημόσιων πολιτικών.....	68
4.3 Περιορισμοί.....	69
4.4 Προτάσεις για μελλοντική έρευνα.....	69
ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑ	73
ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ	86

ΕΙΣΑΓΩΓΗ

Το κοινωνικό κεφάλαιο ως έννοια έχει αποτελέσει αντικείμενο μελέτης κυρίως της κοινωνιολογικής επιστήμης, καθώς η εννοιολογική συγκρότηση του όρου περιλαμβάνει τη μελέτη φαινομένων και συμπεριφορών που ενυπάρχουν και αναπαράγονται στον κοινωνικό βίο. Οι συγκεκριμένες συμπεριφορές όσον αφορά το κοινωνικό κεφάλαιο ταυτίζονται με την ανάπτυξη και διατήρηση κοινωνικών σχέσεων και επαφών από έναν δρώντα, οι οποίες εντάσσονται σε ένα γενικότερο πλαίσιο σχέσεων και επαφών που χαρακτηρίζεται ως δίκτυο (*network*). Σημαίνουσες ακαδημαϊκές προσωπικότητες που ανέδειξαν το κοινωνικό κεφάλαιο και το έφεραν στο προσκήνιο του ακαδημαϊκού διαλόγου είναι οι: Granovetter M., Burt R., Coleman S. και Lin N.

Αυτή η προσπάθεια διάνοιξε το εύρος μελέτης του όρου και επιχειρήθηκε η χρήση του και σε άλλους τομείς των κοινωνικών επιστημών, όπως είναι η οικονομική επιστήμη (Johannisson & Mønsted, 1997; Westlund & Nilsson, 2005). Από το σημείο αυτό, εφορμά και η κεντρική θεματική της παρούσας διπλωματικής εργασίας, επιχειρώντας να αναδείξει τη συμβολή του κοινωνικού κεφαλαίου στην επιχειρηματικότητα, η οποία αποτελεί τομέα της ευρύτερης οικονομικής επιστήμης. Η επιχειρηματικότητα, λοιπόν, ως μία δραστηριότητα ενταγμένη στον κοινωνικό γίγνεσθαι, θεωρείται αδύνατον να μελετηθεί αποκομμένη από τα κοινωνικά φαινόμενα, και να αναλυθεί με όρους καθαρά θετικιστικούς, όπως είθισται να συμβαίνει στη μελέτη των οικονομικών φαινομένων (Anderson, Park, & Jack, 2007; Dodd & Patra, 2002) . Επιχειρείται κατ' αυτόν τον τρόπο, η σύνδεση των συγκεκριμένων όρων, με σκοπό να αναδειχθεί πρωτίστως η σημαντικότητα και η συμβολή του κοινωνικού κεφαλαίου στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων και των επιχειρηματιών.

Συνοψίζοντας, ο βασικός σκοπός της εργασίας αποτελεί η συστηματική εξέταση της βιβλιογραφίας, η οποία αναφέρεται στη συμβολή του κοινωνικού κεφαλαίου (*social capital*) και των διαπροσωπικών σχέσεων (*interpersonal ties*) των επιχειρηματιών στην ανάπτυξη των επιχειρήσεών τους και να αναδειχθούν οι επικρατέστερες πτυχές

και τάσεις στο πεδίο αυτό, με παράλληλες αναφορές στα κενά και τις προτάσεις για μελλοντική έρευνα.

Το πεδίο που καλύπτει η ανωτέρω θεματική έχει αρχίσει να απασχολεί περισσότερο συστηματικά την επιστημονική βιβλιογραφία τα τελευταία είκοσι χρόνια, οπότε και διακρίνουμε τον μεγαλύτερο όγκο των επιστημονικών άρθρων. Από τις έρευνες που έχουν πραγματοποιηθεί όλα αυτά τα χρόνια, οι περισσότερες έχουν καταλήξει σε μια σειρά από συμπεράσματα, τα οποία σε αρκετές των περιπτώσεων, όπως θα αναλυθεί παρακάτω, είτε έρχονται σε αντίθεση μεταξύ τους, είτε παρουσιάζουν αναλυτικές αδυναμίες, είτε χρήζουν επιπλέον επαλήθευσης και διερεύνησης. Στις συγκεκριμένες παρατηρήσεις, έρχεται να προστεθεί και μία βασική έλλειψη που αφορά τη συνολική – ολιστική θεώρηση και εξέταση της βιβλιογραφίας για το συγκεκριμένο θέμα. Σκοπός μιας τέτοιας προσπάθειας αποτελεί ουσιαστικά να αποσαφηνιστούν έτι περαιτέρω τα όποια αντικρουόμενα αποτελέσματα έχουν διατυπωθεί στο παρελθόν, να αναδειχθούν οι επικρατέστερες θέσεις και κενά στη βιβλιογραφία, καθώς και να παρουσιασθούν προτάσεις για μελλοντική έρευνα. Επιπλέον, επιχειρείται να σκιαγραφηθούν οι παρατηρούμενες τάσεις που σχετίζονται με τα επιμέρους χαρακτηριστικά των ερευνών, όπως η επιλογή της μεθοδολογίας και της χώρας ή των χωρών αναφοράς, η επιλογή των επιστημονικών περιοδικών και η βαθμονόμησή τους στην *ABS list* καθώς και οι χρονολογίες που τα ίδια έχουν δημοσιευτεί.

Ο συγκεκριμένος τρόπος ανάλυσης και εξέτασης της βιβλιογραφίας προσδίδει έναν *συστηματικό* χαρακτήρα στην παρούσα μελέτη, με σκοπό να αποτυπωθούν και να εξαχθούν οι δυνατόν περισσότερα ολοκληρωμένα συμπεράσματα και θέσεις, για το υπό εξέταση θέμα (Tranfield, Denyer, & Smart, 2003). Η συγκεκριμένη συλλογιστική θα έχει ως αποτέλεσμα την παροχή πρακτικών συμβουλών προς του επιχειρηματίες (*practical implications*), να δοθούν κατευθυντήριες γραμμές ως προς τις παρεμβάσεις (*interventions*) σε επίπεδο δημόσιων πολιτικών (*public policy implications*) και να εμπλουτίσει τη θεωρητική γνώση μέσω της ανάδειξης των θεωρητικών και ερευνητικών κενών και να προβάλλει νέα ερωτήματα για μελλοντική έρευνα.

Η διάρθρωση της εργασίας εκκινεί με τη παρουσίαση του θεωρητικού πλαισίου στο οποίο επιχειρείται η ανάλυση του κοινωνικού κεφαλαίου και η σύνδεση του όρου με

την επιχειρηματικότητα, έπειτα ακολουθεί η παρουσίαση της μεθόδου έρευνας της μελέτης των 115 άρθρων, ενώ στη συνέχεια παρατίθενται τα ευρήματα της ανασκόπησης τα οποία παρουσιάζονται με πίνακες και γραφήματα και έπειτα συντίθενται με αφηγηματικό τρόπο, ενώ τέλος η εργασία καταλήγει στη συζήτηση των ευρημάτων και στην παράθεση των συμπερασμάτων (*conclusions*).

1. ΘΕΩΡΗΤΙΚΟ ΠΛΑΙΣΙΟ

Εκκινώντας τη θεωρητική ανάλυση του κοινωνικού κεφαλαίου, σε πρώτο στάδιο πραγματοποιείται μια αναφορά για το πλαίσιο μέσα στο οποίο **δημιουργείται** και **ενυπάρχει** το κοινωνικό κεφάλαιο. Το πλαίσιο αυτό αποτελεί ουσιαστικά το **δίκτυο** (*network*) επαφών μέσα στα οποία αναπτύσσονται οι κοινωνικές σχέσεις ενός ατόμου. Έπειτα, περιγράφεται το **ανθρώπινο κεφάλαιο**, με σκοπό να κατανοηθεί καλύτερα ο όρος του κοινωνικού κεφαλαίου καθώς αποτελεί στην ουσία εννοιολογικά ένα αντιθετικό σχήμα. Τέλος, γίνεται αναφορά στο καθαυτό όρο του κοινωνικού κεφαλαίου, όπου πραγματοποιείται ένας διαχωρισμός στα **τρία** βασικά δομικά στοιχεία από τα οποία και αποτελείται:

- I. Το πρώτο δομικό στοιχείο του όρου αποτελεί η έννοια των **πόρων**, όπου αναλύονται τα **είδη** των πόρων στα οποία παρέχει πρόσβαση το κοινωνικό κεφάλαιο.
- II. Το δεύτερο δομικό στοιχείο αποτελούν οι **αρχές – νόρμες** που διέπουν την έρρυθμη λειτουργία των σχέσεων, με σημαντικότερη απ' όλες την αρχή της **εμπιστοσύνης**.
- III. Ενώ, το τρίτο στοιχείο συνιστούν η **μορφή** και τα **είδη** των σχέσεων και των δικτύων επαφών που διατηρούν και αναπτύσσουν τα άτομα, π.χ. η μορφή μιας σχέσης δύναται να έχει τον χαρακτήρα του ισχυρού είτε ισχνού δεσμού, είτε θέτοντάς το διαφορετικά, ένα δίκτυο επαφών δύναται να έχει τη μορφή ενός συνεκτικού ή ενός αραιού δικτύου επαφών.

Τα συγκεκριμένα τρία δομικά στοιχεία τίθενται παράλληλα με ισάριθμα ερευνητικά ερωτήματα, καθώς με αυτόν τον τρόπο θα επιτευχθεί η καλύτερη σύνδεση του

θεωρητικού πλαισίου με τα ευρήματα της συστηματικής ανασκόπησης, όπου και θα επιχειρηθεί η απάντηση των συγκεκριμένων ερωτημάτων σχετικά με τη διασύνδεση του κοινωνικού κεφαλαίου και της επιχειρηματικότητας.

Πριν όμως τεθούν τα συγκεκριμένα τρία ερευνητικά ερωτήματα τα οποία απαντώνται από το **περιεχόμενο** των άρθρων της ανασκόπησης, είναι σημαντικό να καταγραφούν τα **επιμέρους χαρακτηριστικά** όλων των άρθρων που έχουν δημοσιευτεί σε υψηλής αναγνωρισιμότητας επιστημονικά περιοδικά τα τελευταία χρόνια. Η ανάγκη αυτή οδηγεί στο πρώτο ερευνητικό της παρούσας εργασίας:

Ερευνητικό ερώτημα 1: Ποια είναι τα επιμέρους χαρακτηριστικά των εξεταζόμενων άρθρων στο συγκεκριμένο αντικείμενο μελέτης;

1.1 Δίκτυα επαφών (*Networks*)

Τα δίκτυα επαφών λοιπόν αποτελούν τους χώρους μέσα στους οποίους δημιουργείται και αναπτύσσεται το κοινωνικό κεφάλαιο. Αυτό συμβαίνει διότι μέσα στα δίκτυα αναπτύσσονται διάφορες συναλλακτικές σχέσεις μεταξύ των ατόμων, οι οποίες έχουν ως αποτέλεσμα τη δημιουργία του κοινωνικού κεφαλαίου του κάθε ατόμου. Αναφορικά με τα δίκτυα, επειδή στον πυρήνα χαρακτηρίζονται από την ανάπτυξη των κοινωνικών σχέσεων μέσα σε αυτά, προσφέρουν μία διαφορετική βάση οργάνωσης των συναλλακτικών σχέσεων που διατρέχουν την *αγορά* και την *κοινωνία*, πέρα δηλαδή από τις λεγόμενες παραδοσιακές θεωρήσεις. Συγκεκριμένα, ως παραδοσιακές θεωρήσεις λογίζονται οι περιπτώσεις από τη μία πλευρά των **απρόσωπων** συναλλακτικών σχέσεων που βασίζονται στη θεωρία του κόστους δοσοληψίας (*transaction cost theory*) (Michael, 2007; Nahapiet & Ghoshal, 1998) και των σχέσεων «επί ίσοις όροις και αποστάσεων» (*arms-length relationships*), δηλαδή σχέσεις που δομούνται στο πλαίσιο του ελεύθερου ανταγωνισμού και διακρίνονται από καθαρά εμπορικούς όρους και πρακτικές, με την τιμή (*price*) και κατ' επέκταση το κέρδος να καθορίζει την ουσία των δυαδικών συναλλαγών. Από την άλλη πλευρά, οι συναλλακτικές σχέσεις αναπτύσσονται σε ένα πλαίσιο **ιεραρχικής δομής**

(*hierarchical structure*) όπου υφίσταται ένας κεντρικός έλεγχος όλων των δραστηριοτήτων μέσα σε μια κοινωνία (Easley & Kleinberg, 2010; Thompson, 2003).

Θέτουμε, λοιπόν, τις συναλλακτικές σχέσεις πέρα από αυτές τις θεωρήσεις, εισάγοντας την προσέγγιση των **κοινωνικών σχέσεων**, ως τον παράγοντα «ελέγχου» και «συντονισμού» της αγοράς. Με άλλα λόγια, οι **κοινωνικές σχέσεις** μεταξύ των ατόμων που δημιουργούνται και αναπτύσσονται μέσα στα δίκτυα, ενεργούν ως ένας μηχανισμός τον οποίο χρησιμοποιεί ο εκάστοτε επιχειρηματίας, ο οποίος είναι ενταγμένος και ο ίδιος σε ένα δίκτυο, με σκοπό να διευκολύνει τις συναλλαγές του στο πλαίσιο της αγοράς και να επιτύχει τα ανάλογα οργανωσιακά αποτελέσματα (Larson, 1992; Larson & Starr, 1993; Renzulli & Aldrich, 2005).

1.2 Ανθρώπινο κεφάλαιο (*human capital*)

Πριν όμως επεξηγήσουμε το ποιόν των κοινωνικών επαφών οι οποίες εκφράζονται υπό τον όρο του **κοινωνικού κεφαλαίου** κρίνεται χρήσιμο να παρουσιασθεί συνοπτικά ο όρος του **ανθρώπινου κεφαλαίου** (*human capital*), ο οποίος σχετίζεται με τις προσωπικές ιδιότητες που φέρει ένα άτομο (Burt, 1997; Lin, 2001), τις οποίες θα μπορούσαμε να αποδώσουμε ως ικανότητες και δεξιότητες. Αυτή η αναφορά θα μας βοηθήσει στην καλύτερη σκιαγράφηση του κοινωνικού κεφαλαίου, καθώς ουσιαστικά πρόκειται εν πολλοίς για ένα αντιθετικό σχήμα. Η δημιουργία του ανθρώπινου κεφαλαίου βασίζεται κυρίως στις «αλλαγές» που βελτιώνουν τις δεξιότητες και ικανότητες των ατόμων, με συνέπεια την παρεπόμενη προσωπική τους ανάπτυξη (Coleman, 1988; Koniorodos, 2008). Για παράδειγμα, το επίπεδο εκπαίδευσης που έχει λάβει κάποιος, οι γλώσσες που ομιλεί, η εργασιακή εμπειρία, αποτελούν στοιχεία που συγκροτούν το τον όρο αυτό (Burt, Karen, & Lin, 2001). Το άτομο (*individual*) στην προκειμένη περίπτωση, επιδιώκει να αναπτύξει το κεφάλαιο αυτό, καθώς προσβλέπει στα ανάλογα πλεονεκτήματα – οφέλη (π.χ. μια προαγωγή)· στοιχεία που θα τον ξεχωρίσουν σε ένα σύνολο – δίκτυο ανθρώπων στο οποίο ανήκει. Για να μπορέσουν να αποδώσουν τα μέγιστα αυτές οι ιδιότητες και να οδηγήσουν στον επιδιωκόμενο σκοπό τον κάτοχό τους, ο παράγοντας του **κοινωνικό κεφάλαιο**

(*social capital*) παρεισφρέει στην όλη διαδικασία, με αποτέλεσμα να μεταλλάσσει προς το καλύτερο ή χειρότερο τα αποτελέσματα που ανακύπτουν.

1.3 Κοινωνικό κεφάλαιο (*social capital*)

Το κοινωνικό κεφάλαιο (*social capital*) σύμφωνα με τον Lin (2001) δημιουργείται ως απότοκο των κοινωνικών σχέσεων και επαφών που διατηρεί ένα άτομο, οι οποίες με τη σειρά τους, προσφέρουν τη «συναλλακτική» ουσία των σχέσεων αυτών, με λίγα λόγια τους πόρους (*resources*) που διακινούνται στο δίκτυο (*network*) των επαφών του. Όπως αναφέρει χαρακτηριστικά, το κοινωνικό κεφάλαιο βασίζεται στο αξίωμα «της επένδυσης στις κοινωνικές σχέσεις με την προσδοκώμενη απόδοση [σε πόρους] στο [εκάστοτε] πεδίο αναφοράς¹». Με άλλα λόγια, συνιστούν μια σειρά από πόρους των οποίων ο πυρήνας εδράζεται στις κοινωνικές επαφές και δημιουργούνται από την αλληλεπίδραση και την κοινωνική συνδιαλλαγή που υφίσταται μεταξύ των ατόμων (Elfenbein & Zenger, 2014; Nahapiet & Ghoshal, 1998) Η δημιουργία των συγκεκριμένων πόρων που αντικατοπτρίζονται στον όρο του κοινωνικού κεφαλαίου, είναι αποτέλεσμα της συντελούμενης «αλλαγής» που υφίστανται οι σχέσεις που αναπτύσσει ένα άτομο, είτε γνωρίζοντας νέους ανθρώπους είτε ενδυναμώνοντας τις ήδη υπάρχουσες επαφές που διατηρεί (Coleman, 1988; Koniorodos, 2008).

Το κοινωνικό κεφάλαιο δομείται και αναπαράγεται μέσα στο πλαίσιο ενός δικτύου (*network*) και για αυτό τον λόγο ενδείκνυται να το μελετάμε πάντα σε σχέση με αυτό και με τα άτομα που συγκαταλέγονται σε αυτό (Castiglione, Van Deth, & Wolleb, 2008). Απαραίτητη προϋπόθεση για την ανάπτυξή του, αποτελεί η ύπαρξη σχέσεων «αμοιβαίας γνωριμίας και αναγνώρισης» μεταξύ των ατόμων που εμπεριέχονται σε αυτό (Nahapiet & Ghoshal, 1998). Για παράδειγμα, το κοινωνικό κεφάλαιο εκπορεύεται από τη δύναμη, τις δεξιότητες, τη φήμη κ.ο.κ των ατόμων με τα οποία ένα άτομο είναι συνδεδεμένο και συνυπάρχει στο ίδιο δίκτυο. Συνιστά κάτι κοινό μεταξύ δύο ατόμων, όπου προϋπόθεση για να δημιουργηθεί χρειάζεται την αμοιβαία σύγκλιση και αλληλεπίδραση και των δύο μερών ταυτόχρονα (Burt, 1992; Elfenbein

¹ Ως πεδίο αναφοράς λογίζεται η κοινωνία, η αγορά, το εργασιακό περιβάλλον κ.λπ.

& Zenger, 2014). Θα λέγαμε παραστατικά πως πρόκειται για ένα κοινωνικό χρησιδάνειο (*sic*), όπου ο «χρησάμενος» (ο κύριος δρων στο παράδειγμά μας) κάνοντας χρήση του κοινωνικού του κεφαλαίου, αποκτά πρόσβαση και χρησιμοποιεί τις «ιδιότητες» του «χρήστη» (δηλ. του φίλου ή γνωστού του) τις οποίες περιγράψαμε παραπάνω και ως «πόρους», με επιδίωξη την εξυπηρέτηση των προσωπικών του σκοπών, με συνέπεια να παράγεται για τον «χρησάμενο» μία «υπεραξία» (*surplus value*).

Για τον Putnam (1995) όμως τα οφέλη που δημιουργούνται από το κοινωνικό κεφάλαιο δεν αφορούν και δεν αποτελούν αντικείμενο χρήσης αποκλειστικά σε ατομικό επίπεδο, αλλά και σε συλλογικό, όπως ένας δήμος, μία πολιτιστική ένωση κ.ο.κ. δηλαδή μέσα από τις επίσημες και ανεπίσημες σχέσεις που διαμορφώνονται σε ένα δίκτυο αλληλοεπιδρώντων επαφών, γεννάται το λεγόμενο *συλλογικό κοινωνικό κεφάλαιο* (Koniorodos, 2008).

Παραγόμενη αξία

Ο λόγος που καθίσταται το κοινωνικό κεφάλαιο ιδιαίτερος χρήσιμο και σημαντικό για κάποιον, όπως συμβαίνει με την αντίστοιχη παραγόμενη αξία του οικονομικού και ανθρώπινου κεφαλαίου, αποτελεί το γεγονός πως μια απλή κοινωνική σχέση, μια απλή φιλία, μπορεί να επιφέρει αμοιβαία υλικά και άυλα οφέλη ανάμεσα στα μέρη που τη συγκροτούν (Kwon & Adler, 2014). Η εννοιολογική συγκρότηση του όρου περιλαμβάνει όλα εκείνα τα στοιχεία που περιγράφουν τις κοινωνικές σχέσεις, τα δίκτυα επαφών και τους πόρους που δημιουργούνται από αυτά.

Εν συνεχεία, για την καλύτερη κατανόηση του όρου του κοινωνικού κεφαλαίου θα επιχειρηθεί ο διαχωρισμός και η ανάλυση των δομικών στοιχείων και εννοιών που απαρτίζουν την έννοια αυτή, βλ. **α) πόροι, β) νόρμες/αρχές & γ) μορφή σχέσεων** και από τα οποία στοιχεία ουσιαστικά αντλεί την υπόστασή του.

1.3.1 Πόροι (*resources*)

Όπως έχει ειπωθεί, το βασικό γνώρισμα και δομικό στοιχείο του κοινωνικού κεφαλαίου αποτελούν οι **πόροι** (*resources*) στους οποίους εξασφαλίζει πρόσβαση, οι οποίοι σε αρκετές περιπτώσεις στη βιβλιογραφία αναφέρονται και ως το **περιεχόμενο** (*content*) των δικτύων. Επομένως, οι κοινωνικές σχέσεις λειτουργούν ως μία πύλη για την πρόσβαση σε αυτούς τους **πόρους**, οι οποίοι καθίστανται απαραίτητοι για έναν επιχειρηματία όπως θα αναφερθεί παρακάτω (Hanlon & Saunders, 2007). Οι συγκεκριμένοι πόροι διαθέτουν, είτε υλική είτε άυλη μορφή (Baron, 2007). Στους υλικούς πόρους θα μπορούσαμε να κατηγοριοποιήσουμε τα χρηματικό κεφάλαιο, το ανθρώπινο δυναμικό, ενώ στους άυλους πόρους τις γνώσεις, τις πληροφορίες, την αξιοπιστία, τις καινοτομίες, τις ευκαιρίες και τις συμβουλές.

Οι συγκεκριμένοι πόροι, όταν διακινούνται στα δίκτυα μεταξύ των ατόμων, προσλαμβάνουν ιδιαίτερη αξία, όταν είναι σε ισχύ ένα σύστημα «ατελούς αγοράς» (*imperfect market*) (Lin, 2001) στο οποίο ένας δρων δεν διαθέτει για παράδειγμα καθολική πρόσβαση στο σύνολο των πληροφοριών και των ευκαιριών που διακινούνται. Χαρακτηριστικό παράδειγμα αποτελεί η περίπτωση όπου κάποιος, βρίσκεται σε αναζήτηση εργασίας και χρησιμοποιήσει τις επαφές του για να «βοηθηθεί», καταφεύγοντας σε οιονεί «ενδιάμεσους» και «γνωριμίες». Από την άλλη πλευρά, σε ένα σύστημα όπου όλοι θα είχαν γνώση για το σύνολο των διαθέσιμων θέσεων εργασίας, με ίσες ευκαιρίες σε αυτές, εν προκειμένω θα κάναμε λόγο πως υφίσταται η περίπτωση της «τέλειας αγοράς» (*perfect market*). Παρακάτω, κρίνεται σκόπιμο να επιχειρηθεί μια ανάλυση σε επιμέρους κατηγορίες των πόρων ή του περιεχομένου των δικτύων.

1.3.1.1 Πληροφορίες

Βασικό γνώρισμα των κοινωνικών σχέσεων αποτελεί η πρόσβαση σε *πληροφορίες*, καθώς η πληροφορία από τη φύση της δημιουργεί αξία για αυτόν που έχει πρόσβαση σε αυτήν, όπως και στην περίπτωση του ανθρώπινου κεφαλαίου ένα πτυχίο πανεπιστημίου ως επίπεδο γνώσης προσφέρει αξία στον κάτοχό του. Η πρόσβαση

και η απόκτηση της πληροφορίας, όμως, έχει ένα «κόστος» (Coleman, 1988). Το συγκεκριμένο κόστος μεταφράζεται ως επένδυση χρόνου και χρημάτων και άλλων υλικών και άυλων στοιχείων, στη διατήρηση ενός δικτύου κοινωνικών σχέσεων, το οποίο προσφέρει και την πολυπόθητη πρόσβαση στην πληροφόρηση. Παρ' όλα αυτά, οι πληροφορίες από μόνες τους ως πόρος που διαχέεται στα δίκτυα επαφών δεν δύναται να επιφέρει τις ωφέλειες που προσδοκά ένας επιχειρηματίας, αν ο ίδιος δεν έχει αναπτύξει παράλληλα τα κατάλληλα γνωσιακά σχήματα (*cognitive schemas*) π.χ. πρότερη εμπειρία για να την αξιοποιήσει (Baron, 2007).

1.3.1.2 Γνώση

Η γνώση συνιστά έναν πολύτιμο πόρο που ανταλλάσσεται στα πλαίσια της κοινωνικής συνδιαλλαγής και φανερώνει μία από τις ωφέλειες του κοινωνικού κεφαλαίου (Inkpen & Tsang, 2005; Nahapiet & Ghoshal, 1998). Από τη φύση της καταλαβαίνουμε πως για να παραχθεί, υφίσταται μία διεργασία ανταλλαγής και συνδυασμού των επιμέρους γνώσεων, το οποίο συμβαίνει στην περίπτωση που τα μέρη ενός δικτύου έρχονται σε επικοινωνία και αλληλοεπιδρούν μεταξύ τους.

Επομένως, το κοινωνικό κεφάλαιο προσφέρει οφέλη σε αυτόν που θεωρείται «καλύτερα δικτυωμένος» (Burt *et al.*, 2001) στο πλαίσιο μίας ατελούς αγοράς, σε σχέση με το ανθρώπινο κεφάλαιο (*human capital*) στο οποίο τα οφέλη προέρχονται από τις επίκτητες κατά κύριο λόγο ιδιότητες που αναπτύσσει το άτομο (*individual*) όπως περιγράψαμε.

Έχοντας περιγράψει τα σημαντικότερα στοιχεία των πόρων στους οποίους παρέχει πρόσβαση το κοινωνικό κεφάλαιο σε γενικό πλαίσιο, θέτουμε το ερώτημα εάν το κοινωνικό κεφάλαιο μπορεί πιο συγκεκριμένα να διασυνδεθεί με την επιχειρηματικότητα και ιδιαίτερα με το να χορηγεί πρόσβαση στους επιθυμητούς πόρους για τους επιχειρηματίες. Συνεπώς, το δεύτερο ερευνητικό ερώτημα είναι το εξής:

Ερευνητικό ερώτημα 2: Συμβάλλει το κοινωνικό κεφάλαιο στην απόκτηση πόρων προς όφελος των επιχειρηματιών;

1.3.2 Αρχές ή νόρμες (*Governance*)

Το δεύτερο κατά σειρά δομικό στοιχείο του κοινωνικού κεφαλαίου, αποτελούν οι αρχές και οι κανόνες που διέπουν τις κοινωνικές σχέσεις. Συγκεκριμένα, οι κανόνες (*norms*) αποτελούν ένα τέτοιου είδους στοιχείο, το οποίο στο πλαίσιο μιας κοινωνίας, λειτουργεί προς όφελος της εύρυθμης συνύπαρξης μέσα σε αυτήν. Οι συγκεκριμένες νόρμες επιβάλλονται είτε με εσωτερικό είτε με εξωτερικό τρόπο² και επηρεάζουν με τη σειρά τους τη διαδικασία ανάπτυξης του κοινωνικού κεφαλαίου. Εάν για παράδειγμα, σε αυτές συγκαταλέγονται οι αξίες της αμοιβαιότητας και της εμπιστοσύνης, τότε αυτό αντικατοπτρίζεται στις υφιστάμενες κοινωνικές σχέσεις των ατόμων, καθώς είναι λογικό να επηρεάζονται από αυτές, με συνέπεια να προκύπτουν αμοιβαίες ωφέλειες για το κοινωνικό σύνολο (Coleman, 1988; Provan & Kenis, 2007).

Συγκεκριμένα, οι κοινωνικές σχέσεις δομούνται σε ένα πλαίσιο προσδοκιών (*expectations*) και υποχρεώσεων (*obligations*). Οι μεν πρώτες δημιουργούνται στην περίπτωση που κάποιος προσφέρει πόρους που δημιουργούν αξία προς το άλλο μέρος της δυαδικής σχέσης, όπως για παράδειγμα μία πληροφορία είτε μία βοήθεια/διευκόλυνση. Ο παρέχων την πληροφορία, βοήθεια κ.λπ. αποκτά με αυτόν τον τρόπο την **προσδοκία** πως οι πόροι που θα διαθέσει και θεωρούνται πολύτιμοι προς τα άλλα μέρη του δικτύου, κάποια στιγμή στο μέλλον θα τύχουν της ανάλογης ανταπόδοσης «καλή τη πίστη». Στην περίπτωση των **υποχρεώσεων** εν προκειμένω, αυτές «βαρύνουν» τους λήπτες και χρήστες των συγκεκριμένων πόρων, με συνέπεια αυτοί, να ανταποδώσουν την παρεχόμενη ωφέλεια κάποια στιγμή στο μέλλον εκπληρώνοντας την υποχρέωση που έχουν (Casciaro, Gino, & Kouchaki, 2014). Σκοπός, φυσικά, των μερών είναι να διατηρηθεί ο συγκεκριμένος δεσμός στο μέλλον, με την ανάλογη ανταλλαγή πόρων όπως έχει αναφερθεί, και για αυτόν τον λόγο είναι δόκιμο οι συγκεκριμένες σχέσεις να δομούνται με βάση την **αξιοπιστία** και την

² Ο εσωτερικός τρόπος αποτελεί την περίπτωση όπου η συμπεριφορά κάποιου επηρεάζεται – σχηματοποιείται από τις προσωπικές του πεποιθήσεις και το αξιακό του σύστημα, πράγμα που θα τον **προτρέψει** να προβεί σε συγκεκριμένες ενέργειες (π.χ. ανταπόδοση μιας χάρις) ή θα τον **αποτρέψει** να πραγματοποιήσει άλλες (π.χ. αθέτηση υπόσχεσης), αναλόγως το πως έχει ιεραρχήσει – βάσει των προσωπικών του αξιών – το *ορθώς πράττειν* και το *σφάλλιν*.

Από την άλλη πλευρά, ο εξωτερικός τρόπος, δηλαδή η εξωτερική τήρηση των κανόνων από το άτομο, βασίζεται σε εξωγενείς παράγοντες όπως για παράδειγμα είτε η ηθική ανταμοιβή του, είτε η αποδοκμασία του από το σύνολο της κοινωνίας για το *ορθώς πράττειν* ή *σφάλλιν* αντίστοιχα, με αποτέλεσμα να προβαίνει σε κάποιες ενέργειες και να αποτρέπεται από κάποιες άλλες.

εμπιστοσύνη (Coleman, 1988). Το κοινωνικό κεφάλαιο κατ' ουσίαν για να λειτουργήσει με επιτυχία, επαφίεται στην ύπαρξη των συγκεκριμένων παραδεδομένων κανόνων και αντιλήψεων που με τη σειρά τους στηρίζουν και **ρυθμίζουν** την ομαλή και επιτυχημένη λειτουργία των **συναλλακτικών σχέσεων**.

Έχοντας αναπτύξει το σκέλος των αρχών που διέπουν και ρυθμίζουν τις σχέσεις και συγκεκριμένα τη βασική αρχή της εμπιστοσύνης, τίθεται το ερώτημα εάν η συγκεκριμένη αρχή λειτουργεί με επωφελή τρόπο στη δόμηση των σχέσεων κατά τη διάρκεια της επιχειρηματικής δραστηριότητας. Το τρίτο ερευνητικό ερώτημα που προκύπτει από τον παραπάνω προβληματισμό είναι το εξής:

Ερευνητικό ερώτημα 3: Με ποιον τρόπο η δόμηση ενός κλίματος εμπιστοσύνης στις σχέσεις που αναπτύσσουν οι επιχειρηματίες συνδέεται με την πρόσβαση σε πόρους προς όφελός τους;

1.3.3 Μορφή των σχέσεων (*Structural dimension*)

Το τρίτο κατά σειρά στοιχείο που συγκροτεί τον όρο του κοινωνικού κεφαλαίου, αποτελεί η επονομαζόμενη **δομική προσέγγιση** (*structural dimension*) του κοινωνικού κεφαλαίου, η οποία αναφέρεται ουσιαστικά στη **μορφή** και το **είδος** των σχέσεων που αναπτύσσει ένα άτομο, όπως για παράδειγμα ένας επιχειρηματίας (Gedajlovic, Honig, Moore, Payne, & Wright, 2013). Με σκοπό να αποσαφηνιστεί καλύτερα το συγκεκριμένο στοιχείο της μορφής των σχέσεων, πραγματοποιείται ένας διαχωρισμός. Ο συγκεκριμένος διαχωρισμός επιτελείται με βασικό κριτήριο το χαρακτηριστικό της ισχύος (*strength*) βάσει της οποίας είναι δομημένος/σχηματισμένος ένας δεσμός. Συνεπώς, ένας δεσμός μπορεί να χαρακτηριστεί ως **ισχυρός** (*strong*) ή **ισχνός** (*weak*) και αντίστοιχα ένα δίκτυο επαφών να χαρακτηριστεί ως **συνεκτικό** (*cohesive*) με **περιττές επαφές** (*redundant ties*) ή ως **αραιό** (*sparse*) με **μη περιττές επαφές** (*non redundant ties*) (Granovetter, 1973, 2017). Παρακάτω, αναλύονται οι συγκεκριμένες μορφές και τα είδη του δεσμών και των δικτύων επαφών που αναπτύσσουν τα άτομα, ενώ στο τελευταίο σκέλος της υποενότητας προβάλλεται μία σύγκριση των συγκεκριμένων όρων.

1.3.3.1 Ισχυροί δεσμοί (*Strong ties*)

Καθοριστικός παράγοντας για την αποτελεσματικότητα των συγκεκριμένων κανόνων που αναφέρθηκαν παραπάνω, διαδραματίζει το επίπεδο κλειστότητας (*closure*) είτε ενός δικτύου ατόμων είτε μιας ολόκληρης κοινότητας. Εάν μέσα σε αυτή, υφίσταται μία σχέση αμοιβαίας γνωριμίας μεταξύ όλων των μερών, αυτό έχει ως αποτέλεσμα την ευκολότερη επιβολή της εξωτερικής τήρησης των κανόνων. Ειδικότερα, η όποια αθέτηση ή παραβίασή τους, αποδοκιμάζεται από την πλειοψηφία της, με συνέπεια τον κοινωνικό κατακρημνισμό – απομόνωση του ατόμου που προβαίνει στις συγκεκριμένες ενέργειες (Coleman, 1988). Όπως είναι εμφανές, με αυτόν τον τρόπο «τραυματίζεται» το κοινωνικό κεφάλαιο του «παραβάτη», ο οποίος αδυνατεί να κάνει χρήση των κοινωνικών του επαφών προς όφελός του, με απόρροια να περιορίζεται κατά κύριο λόγο στη χρήση του ανθρώπινου και φυσικού του κεφαλαίου που έχει στη διάθεσή του. Με άλλα λόγια, η υψηλή κλειστότητα ενός δικτύου προσφέρει ένα θετικό αντίβαρο στις συναλλακτικές σχέσεις και όπως ο Coleman (1988) αναφέρει χαρακτηριστικά: «δημιουργεί μία αξιοπιστία (*trustworthiness*) στο δίκτυο των κοινωνικών σχέσεων».

Στην περίπτωση ενός δικτύου όπως αναφέρθηκε με υψηλή κλειστότητα, οι σχέσεις διαθέτουν το χαρακτηριστικό των **ισχυρών δεσμών** (*strong ties*), καθώς υφίσταται μία στενή σχέση γνωριμίας μεταξύ των συμμετεχόντων στο δίκτυο, όπου η μεταξύ τους επικοινωνία είναι συχνή, γεγονός το οποίο επαυξάνει τη δυναμική των δεσμών τους. Οι συγκεκριμένοι δεσμοί καθίστανται ισχυροί, διότι αναλώνεται μεγαλύτερο μερίδιο χρόνου (*time*) στην ανάπτυξη και διατήρησή τους, καθώς και για τον λόγο ότι οι συμμετέχοντες εμφανίζουν ομοιότητες (*similarity*) σε στοιχεία που σχετίζονται με τον χαρακτήρα και τη συμπεριφορά τους, πράγμα το οποίο επιβεβαιώνει τη γενικότερη ισχύ (*strength*) του δεσμού. Οι συγκεκριμένες σχέσεις ονομάζονται διαφορετικά και ως *bonding ties* και η θεωρητική συγκρότηση του όρου αποδίδεται κυρίως στο έργο του Coleman (1988) (Gedajlovic *et al.*, 2013).

Οι ισχυρές επαφές εμφανίζουν επίσης κάποια πλεονεκτήματα (Granovetter, 1983, 2017), καθώς παρατηρείται μεγαλύτερη προθυμία για βοήθεια και αμοιβαιότητα ανάμεσα σε στενούς φίλους, όπως και μεγαλύτερη αμεσότητα και ταχύτητα στην

επικοινωνία. Απεναντίας, η διατήρηση στενών επαφών, ειδικότερα εάν κάποιος βρίσκεται παραδείγματος χάριν σε χαμηλότερο κοινωνικό επίπεδο, δεν προσφέρει την ανάλογη ανέλιξη, διότι οι στενές επαφές διακρίνονται από την επονομαζόμενη κοινωνική ομοιότητα (*homophily*). Ενώ οι ισχνές σχέσεις (*weak ties*), όπως θα αναλυθεί παρακάτω, δύνανται να περιλαμβάνουν άτομα διαφορετικής κοινωνικής διαστρωμάτωσης (*heterophily*) που με τη σειρά τους προσφέρουν μεγαλύτερη ποικιλία πληροφοριών, επομένως και μεγαλύτερες ευκαιρίες ανέλιξης.

1.3.3.2. Ισχνοί δεσμοί (*Weak ties*)

Από την άλλη πλευρά, όπως ειπώθηκε υφίστανται οι επονομαζόμενες **ισχνές σχέσεις** (*weak ties*), οι οποίες διακρίνονται κυρίως από το στοιχείο της «χαλαρότητας» (*looseness*). Εν προκειμένω, όταν ένα άτομο δομεί ένα δίκτυο αποτελούμενο από ισχνούς δεσμούς (*weak ties*), τα άτομα που περιλαμβάνονται σε αυτό το δίκτυο, δεν τυγχάνει να γνωρίζονται μεταξύ τους, συνεπώς το άτομο θα ενεργεί ως **ενδιάμεσος** (*broker*), καθώς θα αποτελεί τον **συνδυατικό κρίκο** που συνδέει τα μέρη. Τα συγκεκριμένα μέρη ουσιαστικά συνιστούν τις ισχνές επαφές που διατηρεί ο ενδιάμεσος, οι οποίες, η κάθε μία από αυτές, διαθέτει το δικό της στενό δίκτυο σχέσεων (*close knit network*), όπως συμβαίνει αντίστοιχα και για τον ενδιάμεσο. Στην περίπτωση αυτή, μέσω των «χαλαρών» σχέσεων (*weak ties*) που διατηρεί ο ενδιάμεσος με τις συγκεκριμένες τρίτες επαφές, δημιουργεί μία «γέφυρα» (*bridge*) ανάμεσα στο δικό του στενό δίκτυο επαφών (*close knit network*) και στα έτερα στενά δίκτυα επαφών των γνωστών του (*acquaintances*) (Granovetter, 1983, 2017).

Το συγκεκριμένο είδος σχέσεων στη βιβλιογραφία εμφανίζεται με τον όρο γεφύρωση σχέσεων (*bridging ties*), την οποία γεφύρωση όπως ειπώθηκε αναλαμβάνει να πραγματοποιήσει το άτομο που ενεργεί ως ενδιάμεσος στις σχέσεις αυτές. Ο συγκεκριμένος όρος αποδίδεται κατά κύριο λόγο στον Burt (2000, 2007) (Gedajlovic, *et al.*, 2013).

Το αντίθετο φυσικά ισχύει, όπως περιγράψαμε παραπάνω, στα δίκτυα που χαρακτηρίζονται από ισχυρούς και συνεκτικούς δεσμούς (*strong ties*), συνήθως

περιορισμένου μεγέθους, καθώς τα επιμέρους άτομα που το απαρτίζουν, έχουν αναπτύξει ιδιαίτερα στενές σχέσεις, με συνέπεια την δημιουργία μικρών σε μέγεθος δικτύων με απουσία «γεφυρών» μέσα σε αυτό.

Η Θεωρία της Δομικής Οπής (*Structural Hole theory*)

Εν συνεχεία, ένα δίκτυο δομημένο με **ισχνές επαφές**, όπου υφίσταται το φαινόμενο της *γεφύρωσης*, δύναται να επεξηγηθεί καλύτερα τιθέμενο στο πλαίσιο της θεωρίας της δομικής οπής (*structural hole theory*). Συγκεκριμένα, σύμφωνα με τον Burt (1992, 1997, 2007) τα οφέλη και οι πόροι μέσα σε ένα δίκτυο (*network*) προσλαμβάνουν μεγαλύτερη αξία, όταν στο δίκτυο αυτό παρατηρούνται τα λεγόμενα κενά (*holes*) μεταξύ των κόμβων (*nodes*)³. Με άλλα λόγια, στην περίπτωση που τα υποκείμενα ενός δικτύου τυγχάνει να μην μοιράζονται μια αμοιβαία σχέση γνωριμίας, δημιουργείται ένα κενό (*hole*) ανάμεσά τους, το οποίο έρχεται να επικαλύψει ο επονομαζόμενος «ενδιάμεσος» (*broker*), ο οποίος ελέγχει ουσιαστικά τις πληροφορίες διακινούνται ανάμεσά τους. Στην συγκεκριμένη συλλογιστική, η τοποθεσία (*location*) που καταλαμβάνει ο ενδιάμεσος (*broker*) μέσα στο δίκτυο, καθορίζει τη μέγιστη ωφέλεια που δύναται να καρπωθεί ο ίδιος, από τις κοινωνικές σχέσεις που αναπτύσσει (Halevy, Halali, & Zlatev, 2019).

Η τοποθεσία που καταλαμβάνει σχετίζεται με τον βαθμό της κεντρικότητας (*centrality*) που χαρακτηρίζει τη θέση του μέσα στο δίκτυο, δηλαδή το κατά πόσο βρίσκεται στο κέντρο του δικτύου και ως εκ τούτου έχει τη δυνατότητα να επικοινωνεί με μεγάλο αριθμό ατόμων που βρίσκονται σε μικρή απόσταση από αυτόν. Με άλλα λόγια, οι επαφές του απέχουν μικρό σχετικά εύρος από αυτόν, με συνέπεια να αναφύονται ευκαιρίες για μεσολάβηση (*brokerage*) στο δίκτυο που έχει δομήσει ο ίδιος (Aldrich & Zimmer, 1986). Όσο πιο πολλές συνιστούν οι επαφές που προστίθενται στο δίκτυό του τόσο περισσότερο ενισχύεται η κεντρική θέση που κατέχει μέσα σε αυτό (Hallen & Eisenhardt, 2012).

³ Ως κόμβοι (*nodes*) νοούνται τα έλλογα υποκείμενα – άτομα

Tertius Gaudens

Η συλλογιστική της θεωρίας της δομικής οπής εκφράζεται επίσης και με τον λατινικό όρο *tertius gaudens*, το οποίο σημαίνει «ο τρίτος που επωφελείται». Στη συγκεκριμένη περίπτωση, ο *tertius* δημιουργεί μία «γέφυρα» (*bridge*), όπως ειπώθηκε μεταξύ δύο ανθρώπων που δεν υφίσταται ανάμεσά τους κάποια σχέση αμοιβαίας γνωριμίας, με συνέπεια ο ίδιος να είναι το μοναδικό πρόσωπο που ελέγχει αυτή τη σχέση και η ύπαρξή του να κρίνεται απαραίτητη για να επιτευχθεί η όποια επικοινωνία ανάμεσά στα δύο μέρη που δεν γνωρίζονται μεταξύ τους. Το συγκεκριμένο γεγονός δημιουργεί μια σειρά από οφέλη για τον συγκεκριμένο «τρίτο» (Burt, 1997) καθώς με αυτόν τον τρόπο δημιουργείται ένα μία κατάσταση αμοιβαιότητας (*reciprocity*) και «υποχρέωσης» προς το πρόσωπο του για τις «διαμεσολαβητικές υπηρεσίες» που προσφέρει. Παράλληλα, ο ενδιάμεσος ελέγχει όχι μόνο επίτευξη της της συγκεκριμένης επικοινωνίας, αλλά και το **ποιόν** της, καθώς δύναται να τροποποιήσει κατά το δοκούν τις πληροφορίες που μεταφέρει μεταξύ των μερών, με γνώμονα το ίδιον συμφέρον. Στην προκειμένη περίπτωση οι πληροφορίες εμποτίζονται με την υποκειμενική του κρίση, επηρεάζοντας με αυτόν τον τρόπο, τις αντιλαμβανόμενες «εικόνες» που σχηματίζουν τα μέρη εκατέρωθεν

1.3.3.3 Σύγκριση δύο μορφών δόμησης σχέσεων και δικτύων

Περιττές και μη περιττές επαφές

Αποτελούν όμως όλες οι πληροφορίες που διακινούνται μέσα σε ένα δίκτυο εξίσου σημαντικές για τον ενδιάμεσο (*broker*); Σύμφωνα με τον Burt (1997, 2000, 2007) η αξία των πληροφοριών σχετίζεται με τη περίπτωση των **περιττών** (*redundant*) και **μη περιττών** (*non-redundant*) επαφών. Συγκεκριμένα, στις μεν πρώτες οι πληροφορίες διακινούνται σε ένα κλειστό και **συνεκτικό δίκτυο** (*cohesive network*) όπου το σύνολο των ατόμων σε αυτό σε μεγάλο βαθμό γνωρίζονται μεταξύ τους. Αυτό έχει ως αποτέλεσμα ο ενδιάμεσος να γίνεται αποδέκτης πληροφοριών που χαρακτηρίζονται από μία ταύτιση και επαναληπτικότητα, συνέπεια της διαρκούς ανακύκλωσης των πληροφοριών που λαμβάνει χώρα στο συγκεκριμένο δίκτυο. Είτε

ακόμη, το δίκτυο επαφών να χαρακτηρίζεται από **δομική ισοτιμία** (*structural equivalence*), με απόρροια οι επαφές του ενδιάμεσου (*broker*) να περιλαμβάνουν άτομα ιδίου επιπέδου με αυτόν (λ.χ. από ιδίου βαθμού συναδέλφους του στην εργασία κλπ) και να μην περιλαμβάνονται στο δίκτυο γνωριμιών του ανώτεροι ή κατώτεροι στη βαθμίδα συνάδελφοί του. Αυτό επηρεάζει άμεσα τον ενδιάμεσο, με αποτέλεσμα να γίνεται κοινωνός **ανακυκλωμένων πληροφοριών**, πληροφορίες δηλαδή προερχόμενες από *ομοίους* του, καθώς συναναστρέφεται κατά κύριο λόγο μόνο με αυτούς με μεγάλη επαναληπτικότητα, διακρίνεται με άλλα λόγια μία περίπτωση ομοιογένειας (*homophily*) (Aldrich & Kim, 2007).

Στον αντίποδα, για να θεωρήσουμε ότι πράγματι οι πληροφορίες που λαμβάνει ο ενδιάμεσος έχουν αξία (*value*) για τον ίδιο, αυτές ενδείκνυνται να διακινούνται σε ένα σύστημα με **μη περιττές επαφές** (*non-redundant contacts*), δηλαδή οι επαφές ενός επιχειρηματία που λειτουργεί ως ενδιάμεσος (*broker*) να περιλαμβάνουν άλλους επιχειρηματίες από διαφορετικούς κλάδους και όχι από αυτόν στον οποίο ο ίδιος δραστηριοποιείται, είτε να συναναστρέφεται με επιχειρηματίες που δεν ανήκουν στα ίδια δίκτυα επαφών και συνεπώς δεν υπάρχει σχέση γνωριμίας ανάμεσά τους. Σε αυτό λοιπόν το σημείο, εφαρμόζεται η θεωρία της δομικής οπής (*structural hole theory*), όπου ο ενδιάμεσος (*broker*) έρχεται να επικαλύψει τα συγκεκριμένα κενά (*holes*) στο δίκτυο (*δίκτυο*) · κενά τα οποία υφίστανται σε ένα σύστημα με μη περιττές επαφές (*non-redundant contacts*), από όπου θα διαχέονται νέες, διαφορετικές είτε ακόμη και αντικρουόμενες πληροφορίες, καθώς προέρχονται από κόμβους (*nodes*) που διακρίνονται από ετερογένεια (*heterogeneity*).

Γιατί όμως θεωρείται σημαντική η διατήρηση ενός δικτύου με ισχνές (*weak*) και μη περιττές επαφές (*non-redundant contacts*); Σε αυτό μας απαντάει επίσης ο Granovetter (1974) μέσω της εμπειρικής του έρευνας για άτομα που βρίσκονται σε αναζήτηση εργασίας, αναφέροντας πως οι ισχνές σχέσεις δύνανται να μεταφέρουν πολλές *περισσότερες* αλλά και *πολυποίκιλες πληροφορίες* στον ενδιαφερόμενο, παρά εάν ο ίδιος διατηρούσε μόνο ένα μικρό και συνεκτικό δίκτυο επαφών, περίπτωση ισχυρών δεσμών (*strong ties*).

Πυκνός και αραιός χαρακτήρας δικτύου

Συνοψίζοντας, η μορφή/δομή ενός δικτύου σχέσεων (*network structure*) αποκτά τον ανάλογο σχηματισμό βάσει της **πυκνότητας ή του βαθμού συγκέντρωσης** που χαρακτηρίζει το εσωτερικό του. Ένα δίκτυο με πολλές **διασυνδεδεμένες – αλληλεπικαλυπτόμενες επαφές** (*close knit network*), χαρακτηρίζεται ως **πυκνό** (*dense*) και **συνεκτικό** (*cohesive*), ενώ ένα δίκτυο με «**χαλαρές**» σχέσεις (*loose knit network*) ως **ισχνό** (*weak*) και **αραιό** (*sparse*) (Aldrich & Zimmer, 1986; Granovetter, 1973, 2017; Lin, 2001)

Όπως ειπώθηκε, τα περισσότερα οφέλη προέρχονται στην περίπτωση που υφίσταται ένα ισχνό δίκτυο επαφών, όπου κάποιος γίνεται κοινωνός περισσότερων και πολυποίκιλων πληροφοριών (Granovetter, 1973, 1983, 2017). Όμως, όταν ένα δίκτυο διακρίνεται από την απουσία αμοιβαίων σχέσεων και γνωριμίας μεταξύ των μελών του και άρα την απουσία άμεσης ή και έμμεσης επικοινωνίας, αυτό έχει ως συνέπεια να υφίσταται ένας υψηλός βαθμός ανοικτότητας (*openness*) στο εσωτερικό του. Σε αυτήν την περίπτωση, ενδέχεται οι ενέργειες κάποιων μελών του δικτύου, οι οποίες έχουν αρνητικό αντίκτυπο και πηγαίνουν κόντρα στους κοινά αποδεκτούς κανόνες, να μην διαδίδονται ευρύτερα και να γίνονται γνωστές. Αυτό συμβαίνει διότι τα άτομα που περιλαμβάνονται στο συγκεκριμένο δίκτυο δεν διατηρούν ανοιχτούς διαύλους επικοινωνίας, γιατί πολύ απλά δεν γνωρίζονται μεταξύ τους. Αυτό έχει ως συνέπεια οι «παραβάτες» να μην τίθενται στο κοινωνικό «περιθώριο» από τους υπόλοιπους και να συνεχίζουν να συμπεριφέρονται με τον ίδιο αρνητικό ή και επιβλαβή τρόπο, δίχως να «τραυματίζεται» η δυναμική του κοινωνικού τους κεφαλαίου. Σε αυτό ουσιαστικά λειτουργεί αντισταθμιστικά η δόμηση ενός δικτύου με ισχυρούς δεσμούς (Coleman, 1988).

Κατόπιν της ανάλυσης της μορφής και της δομής που χαρακτηρίζουν τις σχέσεις και τα δίκτυα που αναπτύσσουν τα άτομα σε γενικό πλαίσιο, τίθεται το ερώτημα πιο συγκεκριμένα για την περίπτωση των επιχειρηματιών και των ιδανικών μορφών σχέσεων που χρειάζεται να δομήσουν οι ίδιοι:

Ερευνητικό ερώτημα 4: Ποια θεωρείται η ιδανική μορφή που χρειάζεται να έχουν οι δεσμοί και τα δίκτυα που αναπτύσσουν οι επιχειρηματίες για να αποκομίσουν οφέλη;

1.4 Επιχειρηματικότητα και κοινωνικό κεφάλαιο

Στο παρόν μέρος που αποτελεί και το τελευταίο του θεωρητικού πλαισίου και έχοντας εξετάσει γενικότερα την έννοια του κοινωνικού κεφαλαίου, κρίνεται σκόπιμο να γίνει μια ειδικότερη αναφορά σε ορισμένα στοιχεία που καταγράφονται στη θεωρία και σχετίζονται με την έννοια της επιχειρηματικής δραστηριότητας και του κοινωνικού κεφαλαίου. Αυτό θα μας επιτρέψει να κατανοήσουμε καλύτερα τη σύνδεση των δύο εννοιών η οποία θα επιχειρηθεί στην ενότητα 3, όπου παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της συστηματικής ανασκόπησης και επιχειρείται η απάντηση των ερευνητικών ερωτημάτων.

Η επιχειρηματικότητα ως δραστηριότητα συνιστά μία έκφανση της κοινωνικής ζωής μέσα στο γενικότερο κοινωνικό σύστημα. Συνεπώς, είναι επιτακτικό να μελετάται σε συνάρτηση με αυτό, καθώς οι μηχανισμοί που συνθέτουν τα επιμέρους στοιχεία της, όπως η εύρεση και αξιοποίηση επιχειρηματικών ευκαιριών (*opportunity discovery & exploitation*), είναι άμεσα συνυφασμένα με την κοινωνική πραγματικότητα (Gedajlovic *et al.*, 2013). Με άλλα λόγια, η επιχειρηματικότητα (*entrepreneurship*) θεωρείται μια διαδικασία διάδρασης με το περιβάλλον, με στόχο ο επιχειρηματίας (*entrepreneur*) να βρίσκεται σε θέση να ανακαλύψει τους πόρους (*resources*) και τις ευκαιρίες στην αγορά (*niches*) (Aldrich & Zimmer, 1986).

Σε αυτό το σημείο, το κοινωνικό κεφάλαιο έρχεται να επηρεάσει άμεσα και με πολλούς τρόπους τα οργανωσιακά αποτελέσματα και την επίδοση των επιχειρηματιών (Smith, Smith, & Shaw, 2017). Συγκεκριμένα, οι επιχειρηματίες αποκομίζουν πόρους οι οποίοι βασίζονται στις κοινωνικές τους σχέσεις, πράγμα το οποίο διαφέρει από τις κλασικές δοσοληψίες που βασίζονται στις απρόσωπες επαφές και μηχανισμούς της αγοράς, όπου στην προκειμένη περίπτωση συνήθως υπάρχει ένα μεγαλύτερο συναλλακτικό κόστος για τους ίδιους (Rangan, 2000). Υπό αυτήν τη συλλογιστική, επιχειρείται μία «απεμπλοκή» από το κλασικό παράδειγμα,

όπου η οικονομική δραστηριότητα μελετάται υπό το πρίσμα της ορθολογικής επιλογής (*rational choice*) και τους μηχανισμούς των τιμών (*price mechanism*) (McKeever, Jack, & Anderson, 2015; Rangan, 2000).

Για να καταλήξουμε, όμως, στην παγιοποίηση και στον σχηματισμό του κοινωνικού κεφαλαίου από τους επιχειρηματίες, υφίσταται μία διαδικασία **ενεργής δικτύωσης** από τους ίδιους, η οποία εμπεριέχει τα χαρακτηριστικά της συνεχούς διάδρασης με το περιβάλλον τους. Παράλληλα, η επιχειρηματικότητα ως δραστηριότητα ενέχει πάντοτε το στοιχείο του ρίσκου και της αβεβαιότητας, συνεπώς η ανάληψη επιχειρηματικής δράσης και η πρακτική της δικτύωσης παρατηρείται ότι μοιράζονται κοινά στοιχεία. Κατ' αυτόν τον τρόπο, και με αυτό το κοινό χαρακτηριστικό θα μπορούσαμε να εξάγουμε το συμπέρασμα πως η δικτύωση αποτελεί δομικό στοιχείο στη δραστηριότητα ενός επιχειρηματία (Engel *et al.*, 2017).

Η επιχειρηματική δράση ουσιαστικά αποτελεί ένα συμπεριφοριστικό στοιχείο που απολήγει στο σχηματισμό των κοινωνικών και επιχειρηματικών σχέσεων, οι οποίες αξιολογούνται από τη βιβλιογραφία σε μεγάλο βαθμό από το αριθμητικό και ποιοτικό τους στοιχείο (Baron, 2007). Συγκεκριμένα, η δράση αυτή συνίσταται στον πυρήνα της από τη δυαδική επικοινωνία, η οποία σύμφωνα με τους Aldrich & Martin (2006) εμπεριέχει τρία στοιχεία:

Το στοιχείο της *επικοινωνίας*, δηλαδή η ανταλλαγή πληροφοριών, το στοιχείο της *συναλλαγής*, δηλαδή η ανταλλαγή παρεχόμενων υπηρεσιών και προϊόντων και το στοιχείο της *συμπεριφοράς*, ήτοι προσδοκίες στοιχείο που έχουν οι εμπλεκόμενοι ο ένας για τον άλλο.

Επομένως, τα δίκτυα χρησιμοποιούνται ως μέσα (*media*) από τους επιχειρηματίες με σκοπό να αποκτήσουν πρόσβαση σε άλλους επιχειρηματίες και στους ανάλογους πόρους που αυτοί κατέχουν και νοούνται χρήσιμοι προς αυτούς (Hoang & Antoncic, 2003).

Δομοποίηση

Σημαντικός, όμως, παράγοντας κατανόησης του κοινωνικού κεφαλαίου και της σύνδεσης με την επιχειρηματικότητα αποτελεί η τοποθέτηση της επιχειρηματικής δραστηριότητας στο λεγόμενο δίπολο της δομοποίησης (*structuration*). Συγκεκριμένα, από τη μία πλευρά υφίσταται η δομή (*structure*) από την οποία επηρεάζεται ο επιχειρηματίας, η οποία αποτελεί το περιβάλλον μέσα στο οποίο δρα και από την άλλη πλευρά η ατομική δράση του υποκειμένου (*agency*), η οποία επηρεάζει με τη σειρά της τη δομή (Jack, 2010). Σε αυτό το δίπολο, αναφέρεται το πλαίσιο (*context*) μέσα στο οποίο ένας επιχειρηματίας δραστηριοποιείται και μας βοηθά να κατανοήσουμε καλύτερα τους μηχανισμούς που διέπουν την πρακτική της δικτύωσης. Με αυτόν τον τρόπο, το κοινωνικό κεφάλαιο και η δικτύωση μελετάται και τίθεται στο εκάστοτε κοινωνικό, πολιτισμικό, οικονομικό συγκείμενο, λειτουργώντας ουσιαστικά ως ένας παράγοντας εξάρτησης (*contingency factor*) των παραγόμενων αποτελεσμάτων των ερευνών (Jack & Anderson, 2002; McKeever *et al.*, 2015)

Η αναφορά στο πλαίσιο (*context*) μέσα στο οποίο δραστηριοποιείται ο επιχειρηματίας γίνεται σκόπιμα, διότι η οικονομική δραστηριότητα παραδοσιακά έχει μελετηθεί αποκομμένη από το κοινωνικό της στοιχείο, πράγμα το οποίο μας παρακινεί να την εξετάσουμε λαμβάνοντας υπόψιν τον συγκεκριμένο παράγοντα, με σκοπό να εξάγουμε περισσότερο ολοκληρωμένα συμπεράσματα και θεωρήσεις. Συνεπώς, η επιχειρηματική/οικονομική δραστηριότητα εδράζεται (*embedded*) στη κοινωνική πραγματικότητα, εμφανίζει με άλλα λόγια το στοιχείο της δομικής έδρασης (*structural embeddedness*) ή αλλιώς δομικής πλαισίωσης (Granovetter, 1983, 2017) και το γεγονός αυτό επηρεάζει την ανάπτυξη των σχέσεων και την δικτύωση επιχειρηματιών, όπου θα αναδειχθούν οι θετικοί και οι αρνητικοί παράγοντες στην ανάπτυξη της επιχειρηματικής δραστηριότητας, όπως θα παρουσιασθεί παρακάτω (McKeever *et al.*, 2015).

Συνοψίζοντας, με σκοπό να απαντηθούν τα ερώτημα περί σύνδεσης της επιχειρηματικής δραστηριότητας και ανάπτυξης με αυτήν του κοινωνικού κεφαλαίου, επιχειρείται μία ανάλυση που λαμβάνει τη μορφή της συστηματικής

ανασκόπησης της βιβλιογραφίας και της ανάδειξης των επικρατέστερων ευρημάτων και των βασικότερων τάσεων, ενώ θα παρουσιασθεί ο τρόπος που το κοινωνικό κεφάλαιο και οι κοινωνικές σχέσεις έχουν αντίκτυπο στην επιχειρηματική δραστηριότητα (Slotte-Kock & Coviello, 2010).

2. ΜΕΘΟΔΟΛΟΓΙΑ ΚΑΙ ΣΧΕΔΙΑΣΜΟΣ ΤΗΣ ΕΡΕΥΝΑΣ

2.1 Μεθοδολογία της παρούσας έρευνας

Η συστηματική βιβλιογραφική ανασκόπηση έχει ως αρχικό στόχο να «χαρτογραφήσει» με συστηματικό τρόπο την ήδη υπάρχουσα γνώση για ένα επιστημονικό ζήτημα (Kraus, Breier, & Dasí-Rodríguez, 2020; Tranfield, Denyer, & Smart, 2003). Καθώς επίσης, να συνδυάσει και να συγκρίνει τα επιμέρους ευρήματα και εν συνεχεία να ανακαλύψει τα κενά στη βιβλιογραφία και να προβεί σε προτάσεις για μελλοντική έρευνα. Παράλληλα, ο συγκεκριμένος τρόπος με τον οποίο αναπτύσσεται η εργασία ελαττώνει σε σημαντικό βαθμό τη συγγραφική μεροληψία (Petticrew & Helen Roberts, 2006).

Η συστηματική βιβλιογραφική ανασκόπηση δεν αποτελεί ακόμη μία εκτενής βιβλιογραφική ανασκόπηση, αλλά χρησιμοποιείται με επιδίωξη να απαντήσει σε ένα πολύ συγκεκριμένο κάθε φορά **ερευνητικό ερώτημα**. Το συγκεκριμένο ερώτημα όμως για να απαντηθεί, πραγματοποιείται μία αυστηρώς οριοθετημένη αναζήτηση στο ήδη υπάρχον επιστημονικό υλικό, η οποία βασίζεται σε αντικειμενικά κριτήρια (βλ. περιοδικά με κριτές, χρονολογικό πλαίσιο, λέξεις κλειδιά κ.λπ.) και όχι σε προτημιακά/μεροληπτικά (*biased*) κριτήρια, όπως συμβαίνει στις κλασικές βιβλιογραφικές ανασκοπήσεις (Petticrew & Roberts, 2006). Στην ανά χειράς έρευνα, για τον τρόπο συλλογής, οργάνωσης, αξιολόγησης και σύνθεσης του υλικού, η μεθοδολογία βασίστηκε εν πολλοίς στα άρθρα των Bembom & Schwens (2018) και Jones, Coviello & Tang (2011).

Πρώτο βήμα αποτέλεσε η επιλογή της βιβλιογραφίας, η οποία βασίστηκε σε περιοδικά τα οποία συγκαταλέγονται στην *ABS list 2018*. Στην προκειμένη περίπτωση, για να αυξηθεί η αξιοπιστία των ευρημάτων, χρησιμοποιήθηκαν άρθρα από

περιοδικά αποκλειστικά με κριτές, το οποίο γεγονός οδήγησε στην επιλογή περιοδικών αξιολογικής βαθμίδας από 2 έως 4* αστερών. Από τη συγκεκριμένη οριοθέτηση προέκυψαν εν τέλει 89 περιοδικά, τα οποία προέρχονται από τέσσερις (4) θεματικές περιοχές (*subject areas*) της *ABS list*, οι οποίες είναι:

- ***Entrepreneurship & Small Business Management (ENT-SBM)***
- ***Ethics, CSR & Management (ETHICS-CSR-MAN)***
- ***Innovation (INNOV)***
- ***Strategy (STRAT)***

Η επιλογή των συγκεκριμένων θεματικών πεδίων πραγματοποιήθηκε καθώς εμπεριέχονται σε αυτά, ο κύριος όγκος των άρθρων που έχουν χρησιμοποιεί στην εργασία και καλύπτουν τις λέξεις κλειδιά καθώς και το ερευνητικό ερώτημα που έχει τεθεί. Παράλληλα, οριοθετήθηκε ένα χρονολογικό πλαίσιο αναφορικά με την αναζήτηση των άρθρων στα επιλεγόμενα περιοδικά μεταξύ 1999–2019, καθώς σε αυτήν την 20ετία υφίσταται μία άνθηση στη διαπροσωπική επικοινωνία και διάχυση των πληροφοριών, καθώς με αυτόν τον τρόπο η έρευνα τοποθετείται εγγύτερα στη σημερινή πραγματικότητα, γεγονός που συμβάλλει στην αξιοπιστία και χρησιμότητά της. Επιπλέον, κατά τη διάρκεια της αναζήτησης χρησιμοποιήθηκαν τρεις λέξεις κλειδιά, στη γενική και ελλειπτική τους μορφή, με σκοπό η διερεύνηση της βιβλιογραφίας να καταστεί γόνιμη και με πλήθος αποτελεσμάτων. Συγκεκριμένα, χρησιμοποιήθηκαν οι λέξεις – κλειδιά: “*network* AND social capital AND entrepreneur** ” οι οποίες σε πρώτη (1^η) φάση οδήγησαν σε αποτέλεσμα 14.444 άρθρων από το σύνολο των 89 περιοδικών. Από αυτά, κατόπιν αξιολόγησης των τίτλων και των περιλήψεών τους, επιλέχθηκαν σε δεύτερη (2^η) φάση 360. Στη συνέχεια, μετά από αξιολόγηση του πλήρους περιεχομένου των 360 άρθρων, η έρευνα κατέληξε στη τρίτη (3^η) φάση όπου έγινε η τελική επιλογή των 115 άρθρων, τα οποία πληρούν τα τιθέμενα κριτήρια ενσωμάτωσης στην εργασία.

Πίνακας 1

Αστέρια ★	Περιοδικά	Άρθρα 1^η φάση	Άρθρα 2^η φάση	Άρθρα 3^η φάση
	<i>Entrepreneurship & Small Business Management</i>			
4	Entrepreneurship Theory and Practice	465	44	24
4	Journal of Business Venturing	480	23	12
4	Strategic Entrepreneurship Journal	165	23	9
3	Entrepreneurship & Regional Development	458	16	4
3	Family Business Review	191	0	0
3	International Small Business Journal	350	21	3
3	Journal of Small Business Management	322	13	8
3	Small Business Economics	593	21	7
2	Entrepreneurship Research Journal	125	0	0
2	International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research	488	7	2
2	International Journal of Entrepreneurship and Innovation	278	8	5
2	International Journal of Entrepreneurship and Small Business	570	10	3
2	International Review of Entrepreneurship	17	4	0
2	Journal of Family Business Strategy	74	0	0
2	Journal of Small Business and Enterprise Development	433	3	2
2	Journal of Social Entrepreneurship	135	0	0
2	Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance	195	4	2
	<i>Ethics, CSR & Management</i>			

4*	Academy of Management Journal	305	17	4
4*	Academy of Management Review	145	14	0
4*	Administrative Science Quarterly	181	15	4
4*	Journal of Management	203	13	1
4	Academy of Management Annals	155	3	0
4	British Journal of Management	103	1	0
4	Business Ethics Quarterly	50	0	0
4	Journal of Management Studies	258	3	1
3	Academy of Management Perspectives	193	2	0
3	Business and Society	177	0	0
3	California Management Review	145	2	0
3	European Management Review	88	2	0
3	Gender and Society	0	0	0
3	Gender, Work and Organization	0	0	0
3	Harvard Business Review	Αδυναμία πρόσβασης		
3	International Journal of Management Reviews	104	1	0
3	Journal of Business Ethics	506	0	0
3	Journal of Business Research	334	6	2
3	Journal of Management Inquiry	69	0	0
3	MIT Sloan Management Review	Αδυναμία πρόσβασης		
2	Africa Journal of Management	49	0	0
2	Australian Journal of Management	15	0	0
2	Business and Politics	120	0	0
2	Business Ethics: A European Review	49	0	0
2	Business Horizons	104	0	0
2	Canadian Journal of Administrative Sciences	63	0	0
2	Competition and Change	93	0	0
2	European Business Review	149	1	0

2	European Journal of Women's Studies	11	1	0
2	European Management Journal	116	3	0
2	Feminist Economics	58	2	0
2	Feminist Review	22	0	0
2	IIM Kozhikode Society & Management Review	6	0	0
2	International Journal of Gender and Entrepreneurship	43	4	0
2	International Studies of Management & Organization	83	0	0
2	Journal of Business Economics	40	0	0
2	Journal of General Management	53	0	0
2	Journal of Intellectual Capital	200	0	0
2	Journal of Management & Organization	217	1	1
2	Journal of Public Procurement	25	0	0
	Journal of Revenue and Pricing Management	4	0	0
2	Journal of Management Decision	483	5	3
2	Management Revue: Socio-economic Studies	Αδυναμία πρόσβασης		
2	Review of Managerial Science	51	0	0
2	Scandinavian Journal of Management	51	2	1
2	Schmalenbach Business Review	35	0	0
	Innovation			
4*	Research Policy	504	14	3
4	Journal of Product Innovation Management	94	1	0
3	R and D Management	149	7	1
3	Technovation	259	6	1

2	Creativity and Innovation Management	93	1	0
2	Industry and Innovation	183	0	0
2	Innovation: Organization & Management	153	3	2
2	International Journal of Innovation Management	171	1	1
2	Journal of Engineering and Technology Management	47	0	0
2	Journal of High Technology Management Research	43	1	1
2	Journal of Technology Transfer	333	0	0
2	Prometheus	174	0	0
2	Research Technology Management: international journal of research management	148	0	0
2	Science & Technology Studies	20	0	0
2	Science, Technology & Human Values	55	0	0
2	Scientometrics	114	0	0
2	Social Studies of Science	48	0	0
2	Structural Change and Economic Dynamics	32	0	0
	Strategy			
4*	Strategic Management Journal	563	22	8
3	Global Strategy Journal	106	0	0
3	Long Range Planning	143	0	0
3	Strategic Organization	74	1	0
2	Business Strategy and the Environment	72	0	0
2	Journal of Economics and Management Strategy	24	1	0

2	Strategic Change	159	3	0
2	Technology Analysis and Strategic Management	188	4	0
	ΣΥΝΟΛΟ	14.444	360	115

Πηγή ακαδημαϊκών περιοδικών: **Academic Journal Guide (2018) by Chartered ABS**

Εν προκειμένω, η συγκεκριμένη επιλογή των περιοδικών συνιστά ίσως το μόνο μεροληπτικό στοιχείο της παρούσας έρευνας, αλλά λόγω της αποδοχής που χαίρουν τα συγκεκριμένα περιοδικά, στην επιστήμη της διοίκησης, θεωρούμε πως συνιστά το μείζον αντιπροσωπευτικό και αξιόπιστο πλήθος ερευνητικών άρθρων, προς απάντηση και τεκμηρίωση του ερευνητικού ερωτήματος που έχει προταθεί.

Στη συνέχεια, για να καταλήξουμε στα συγκεκριμένα 115 άρθρα, επιβλήθηκαν μια σειρά από κριτήρια ενσωμάτωσης και αποκλεισμού. Ειδικότερα, αποκλείστηκαν άρθρα που αναφέρονται στη συμβολή της δικτύωσης στις διαδικασίες εξαγωγικών δραστηριοτήτων και διεθνοποίησης των επιχειρήσεων. Η συγκεκριμένη επιλογή έχει ως δικαιολογητική βάση τη στόχευση της έρευνας στο να μελετήσει τις διαδικασίες της δικτύωσης σε εθνικό, κυρίως, επίπεδο και όχι σε επίπεδο διαπολιτισμικό και διεθνές όπου μηχανισμοί δικτύωσης ενδέχεται να διαφέρουν. Επιπλέον, κρίθηκε σκόπιμο να μην συμπεριληφθούν όσα άρθρα αναφέρονται σε οικογενειακές επιχειρήσεις και στη συμβολή των οικογενειακών δεσμών στην επιχειρηματική ανάπτυξη, καθώς είναι αρκετά διαφορετικό το πλαίσιο (*context*) που διέπει τις συγκεκριμένες σχέσεις. Παράλληλα, μεγάλο μέρος των αποτελεσμάτων, ιδιαίτερα της πρώτης φάσης της αναζήτησης, σχετιζόταν με το ζήτημα του *social entrepreneurship*, πράγμα το οποίο απέχει εμφανώς εννοιολογικά με το ερευνητικό ερώτημα που έχει τεθεί. Ενώ ακόμη, δεν έγινε χρήση άρθρων που αναφέρονται στη συμβολή της δικτύωσης για τη δημιουργία και ανάπτυξη μη κερδοσκοπικών οργανισμών και κοινωφελών ιδρυμάτων, λόγω της φύσης και του σκοπού τους, καθώς ο αρχικός σκοπός της έρευνας εστιάζει αποκλειστικά στις ιδιωτικές κερδοσκοπικές επιχειρήσεις. Επιπρόσθετα, αρκετά άρθρα αναφέρονται στη συμβολή του ανθρώπινου κεφαλαίου (*human capital*) των επιχειρηματιών, και ιδιαίτερα στα γνωσιακά χαρακτηριστικά και στις ατομικές δεξιότητες των ιδίων, καθώς και με τον τρόπο που αυτά συμβάλλουν στην επικείμενη πραγμάτωση των εγχειρημάτων τους,

γεγονός το οποίο ανήκει σε διαφορετικό πεδίο διερεύνησης. Ενώ τέλος, επιλέχθηκαν μόνο άρθρα τα οποία ακολουθούν τη μεθοδολογία είτε της ποσοτικής είτε της ποιοτικής έρευνας, είτε της μορφής της εννοιολογικής ανάλυσης, με συνέπεια να αποκλεισθούν τα άρθρα που αναπτύσσονται με τη μορφή της απλής βιβλιογραφικής ανασκόπησης, καθώς η εστίαση σε πρωτογενείς έρευνες θεμελιώνει την αξιοπιστία και αντικειμενικότητα της παρούσας εργασίας.

2.2 Σύνοψη και παράθεση των αποτελεσμάτων

Με το πέρας των πρώτων βημάτων της συστηματικής ανασκόπησης, κρίνεται επιτακτικό να αναλυθεί ο τρόπος παρουσίασης και σύνοψης των αποτελεσμάτων – ευρημάτων. Στη συστηματική ανασκόπηση τα αποτελέσματα των επιμέρους πρωτογενών ερευνών (*primary studies*) δύνανται να αναλυθούν με τρεις κυρίως τρόπους. Αρχικά, εάν πρόκειται για σύνοψη ποσοτικών ερευνών (*quantitative*) αυτό πραγματώνεται με τη μορφή της μετα-ανάλυσης (Petticrew & Roberts, 2006), εάν πρόκειται για σύνοψη αποκλειστικά ποιοτικών ερευνών (*qualitative*) τότε εφαρμόζεται η μεθοδολογία της μετα-σύνοψης (*meta-synthesis*) (Sandelowski, Docherty, & Emden, 1997) ενώ στην περίπτωση που υπάρχει ανάγκη να συνδυαστούν έρευνες οποίες εφαρμόζουν διαφορετικές μεταξύ τους μεθοδολογίες (*mixed-method studies*), τότε προκρίνεται η χρήση της **αφηγηματικής σύνοψης** (*narrative synthesis*)⁴ (Popay *et al.*, 2006) η οποία συνιστά και την επιλεγόμενη μεθοδολογία που θα ακολουθήσει η παρούσα συστηματική ανασκόπηση. Παράλληλα με την αφηγηματική σύνοψη, τα αποτελέσματα της έρευνας θα παρουσιασθούν επίσης κατά τρόπο κωδικοποιημένο, και συγκεκριμένα με τη μορφή επεξηγηματικών πινάκων (*tabulation*) (Kraus *et al.*, 2020) και με μήτρες περίληψης/πληροφοριών (*summary/data matrix*) (Pawson, 2002).

⁴ Η συγκριμένη μορφή ανάλυσης και απόδοσης των ευρημάτων δεν πρέπει να συγχέεται με την αφηγηματική ανασκόπηση (*narrative review*) η οποία αποτελεί ουσιαστικά την κλασική βιβλιογραφική ανασκόπηση.

Απεναντίας, δεν προκρίνεται η χρήση της μετα-ανάλυσης, καθότι οι έρευνες που χρησιμοποιήθηκαν δεν μπορούν να συσχετιστούν με ποσοτικό τρόπο. Ειδικότερα, στα επιλεγόμενα άρθρα περιλαμβάνονται έρευνες και μελέτες που χρησιμοποιούν πέρα από ποσοτικές – εξίσου και ποιοτικές μεθόδους (*qualitative methods*), καθώς και άρθρα που ακολουθούν το μοτίβο της εννοιολογικής ανάλυσης (*conceptual analysis*) (Gilson & Goldberg, 2015; Whetten, 1989) πράγμα το οποίο δύναται να προκαλέσει μη ορθά τελικά αποτελέσματα (Petticrew & Roberts, 2006). Υφίσταται με άλλα λόγια, μία ετερογένεια (*heterogeneity*) ως προς την μεθοδολογία της έρευνας που ακολουθούν τα συγκεκριμένα άρθρα μεταξύ τους, **διότι σε αυτά εμπεριέχονται και ποσοτικές και ποιοτικές έρευνες**, με αποτέλεσμα μία παρεπόμενη σύζευξή τους – με τη χρήση στατιστικής ανάλυσης – να καταστεί εσφαλμένη (Tranfield *et al.*, 2003). Επίσης, τα αποτελέσματα της μετα-ανάλυσης εντάσσονται σε ένα αρκετά θα λέγαμε «αποπλαισιωμένο» (*de-contextualised*) καθεστώς, πράγμα το οποίο δημιουργεί δυνητικά προβλήματα, στην προσπάθεια γενίκευσης των παραγόμενων αποτελεσμάτων, καθώς παρουσιάζονται αποκομμένα από το πλαίσιο (*context*) στο οποίο έχουν αναπτυχθεί (Pawson, 2002). Απεναντίας, τα αποτελέσματα της αφηγηματικής σύνθεσης τίθενται σε ένα υπερ-πλαισιωμένο (*over-contextualised*) καθεστώς, γεγονός το οποίο προσφέρει ασφαλή κριτήρια στη διαδικασία της επαγωγικής μεθόδου ανάδειξης των αποτελεσμάτων και παραγωγής της θεωρίας. Με άλλα λόγια, τα στοιχεία της αφηγηματικής σύνθεσης συνεκφέρονται και αναπαράγονται συνοδευόμενα με την απαραίτητη περιγραφή του πλαισίου στο οποίο παρήχθησαν, με συνέπεια ο αναγνώστης να βρίσκεται σε θέση να ελέγξει τη δυνατότητα γενίκευσης των αποτελεσμάτων, καθώς και τις ανάλογες πρακτικές επιπτώσεις που αναφύονται.

Προς καλύτερη οργάνωση και παρουσίαση των ευρημάτων, διενεργήθηκε σε πρώτη φάση μία περιγραφή με ποσοτικό τρόπο των επιμέρους χαρακτηριστικών των άρθρων, απαντώντας στο ερευνητικό ερώτημα 1. Στη συνέχεια επιχειρήθηκε η απάντηση των τριών επόμενων ερευνητικών ερωτημάτων, τα οποία βασίστηκαν στα τρία δομικά στοιχεία του κοινωνικού κεφαλαίου, μέσω της αφηγηματικής σύνθεσης των άρθρων. Αρχικά, το πρώτο δομικό στοιχείο αναφέρεται στο **περιεχόμενο** (*content*) του κοινωνικού κεφαλαίου, και συγκεκριμένα στους **πόρους** (*resources*)

που διακινούνται σε ένα δίκτυο επαφών, όπως η γνώση, οι πληροφορίες, ευκαιρίες και η πρόσβαση σε χρηματοδότηση και δημιουργία αξιοπιστίας. Έπειτα, το δεύτερο δομικό στοιχείο σχετίζεται με το **σχεσιακό** (*relational*) σκέλος των κοινωνικών επαφών, αναλύοντας τις αρχές που διέπουν τις σχέσεις που δομούν οι επιχειρηματίες, όπως η **εμπιστοσύνη** (*trust*). Τέλος, το τρίτο στοιχείο συνδέεται με τη **δομική διάσταση** (*structural dimension*) των δικτύων, δηλαδή τη **μορφή** που έχουν αυτά και η οποία περιλαμβάνει αναφορές για το εύρος (*network size*) των δικτύων επαφών, την ισχύ των σχέσεων (*tie strength*), και τη θέση μέσα σε ένα δίκτυο επαφών (*network position*).

3. ΤΑ ΑΠΟΤΕΛΕΣΜΑΤΑ ΤΗΣ ΣΥΣΤΗΜΑΤΙΚΗΣ ΑΝΑΣΚΟΠΗΣΗΣ ΤΗΣ ΒΙΒΛΙΟΓΡΑΦΙΑΣ

3.1 Περιγραφή των χαρακτηριστικών των εξεταζόμενων άρθρων

Στη συνέχεια, προς απάντηση του ερευνητικού ερωτήματος 1:

Ποια είναι τα χαρακτηριστικά των εξεταζόμενων άρθρων στο συγκεκριμένο αντικείμενο μελέτης;

Θα επιχειρηθεί η παράθεση με ποσοτικό τρόπο των σημαντικότερων χαρακτηριστικών των 115 άρθρων, με σκοπό να αποτυπωθούν εκτενέστερα κάποια βασικά ευρήματα και επικρατούσες τάσεις που παρατηρούνται από το σύνολο της εξέτασης των χαρακτηριστικών της βιβλιογραφίας, η οποία παρατίθεται εν τω συνόλω στον **Πίνακα 2** (παράρτημα).

3.1.1 Χρονολογία δημοσίευσης άρθρων

Αρχής γενομένης, το βασικό χαρακτηριστικό αποτελεί η **χρονολογία δημοσίευσης** των άρθρων, όπου παρατηρούμε, όπως φαίνεται και στο *Γράφημα 1*, τα περισσότερα

άρθρα έχουν δημοσιευτεί κατά τη διάρκεια του 2013 και συγκεκριμένα 12 στον αριθμό. Σε πιο γενικό πλαίσιο, λαμβάνοντας υπόψιν τη δεκαετία από τη αρχή του 1999 έως το τέλος του 2008, έχουν δημοσιευτεί συνολικά 45 άρθρα και από το 2009 έως το 2019, 70 άρθρα, γεγονός το οποίο μας οδηγεί στο συμπέρασμα πως κατά τη διάρκεια της 2^{ης} δεκαετίας, παρατηρείται μεγαλύτερη αύξηση στον αριθμό των δημοσιευμένων άρθρων.

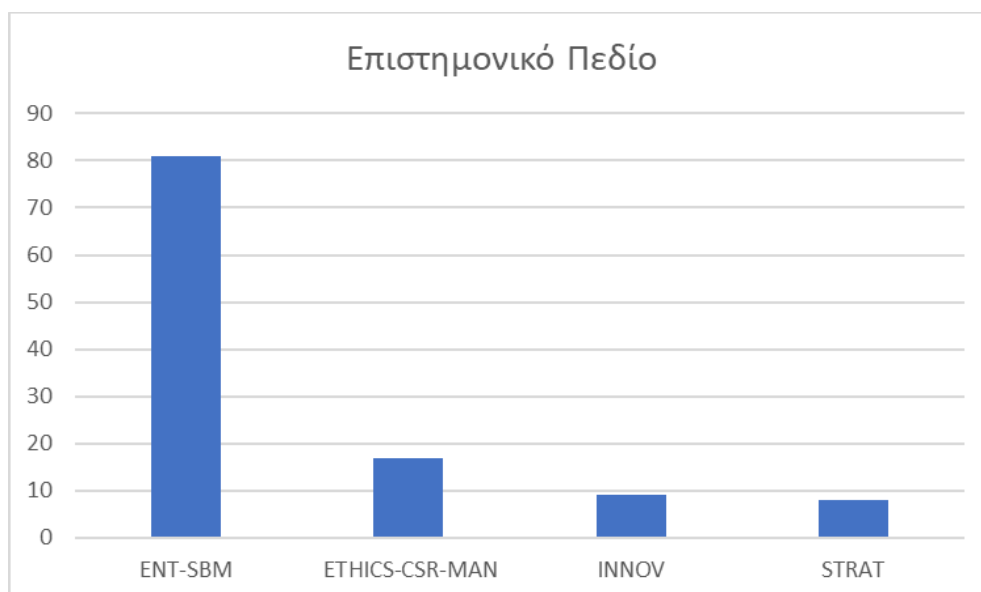


Γράφημα 1: Αριθμός των δημοσιεύσεων ανά έτος

3.1.2 Επιστημονικό πεδίο

Αναφορικά με το **επιστημονικό πεδίο** στο οποίο ανήκουν τα επιστημονικά περιοδικά, με μεγάλη διαφορά έρχεται πρώτο το πεδίο *Entrepreneurship and Small Business Management (ENT-SBM)* απαριθμώντας 81 άρθρα, όπως είναι εμφανές στο *Γράφημα 2*, το οποίο θεωρείται απολύτως λογικό διότι το ερευνητικό ερώτημα σχετίζεται άμεσα με την επιχειρηματικότητα (*entrepreneurship*) ενώ ακολουθεί το πεδίο *Ethics, Corporate Social Responsibility and Management (ETHICS-CSR-MAN)* με 17 κείμενα, το οποίο περιλαμβάνει περισσότερο άρθρα με θεματική που άπτεται του γενικότερου μάνατζμεντ και των επιχειρήσεων, ενώ το πεδίο *Innovation (INNO)* έπεται με 9 άρθρα, στο οποίο συγκαταλέγονται άρθρα που σχετίζονται με την καινοτομία των επιχειρήσεων και τελευταίο ακολουθεί το πεδίο *Strategy (STRAT)* με

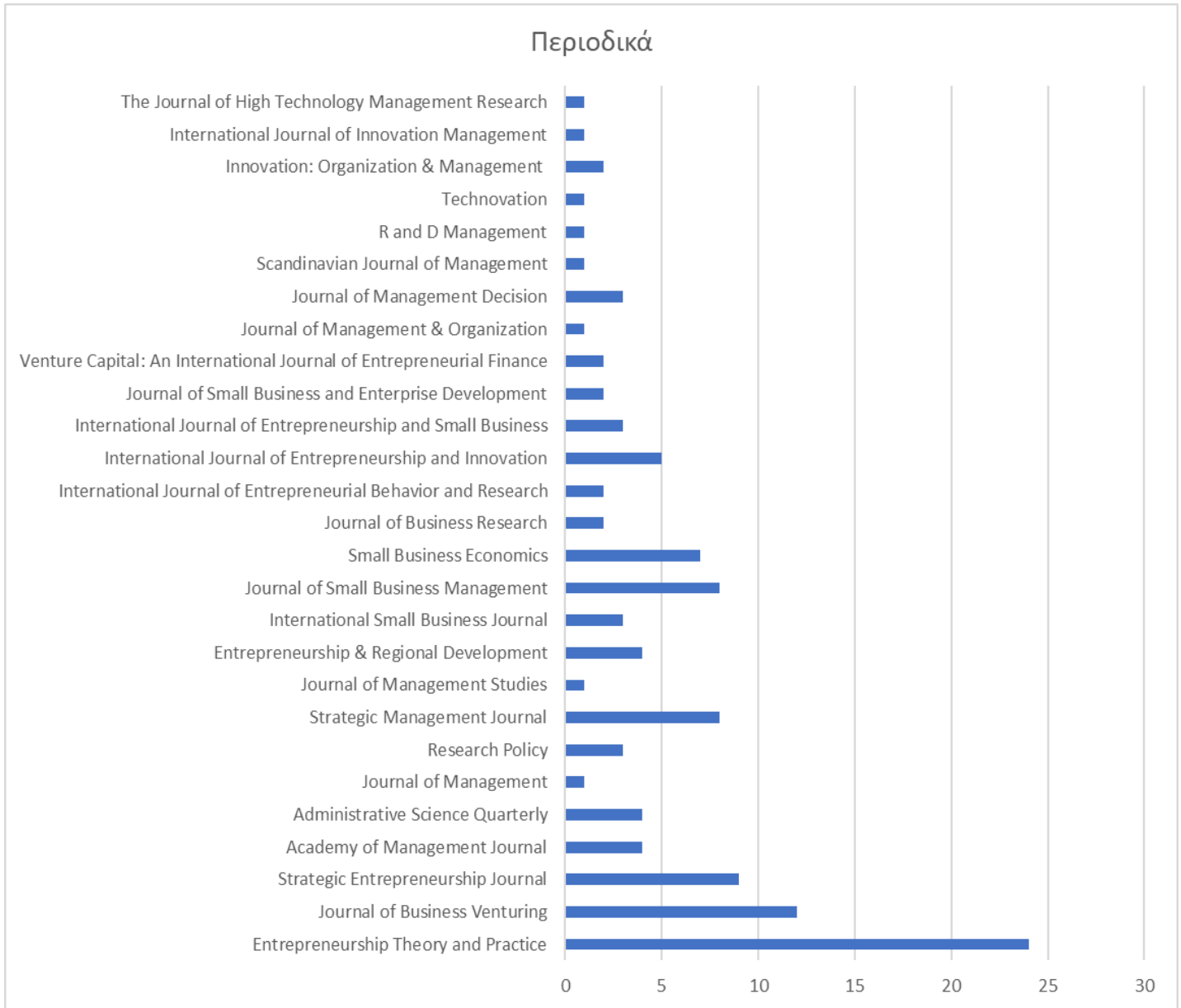
8 κείμενα, όπου συγκαταλέγονται άρθρα με περισσότερο εξειδικευμένο περιεχόμενο σχετικά με επιχειρησιακή στρατηγική με περισσότερο πρακτικό χαρακτήρα.



Γράφημα 2: Αριθμός άρθρων ανά επιστημονικό πεδίο

3.1.3 Επιστημονικά περιοδικά

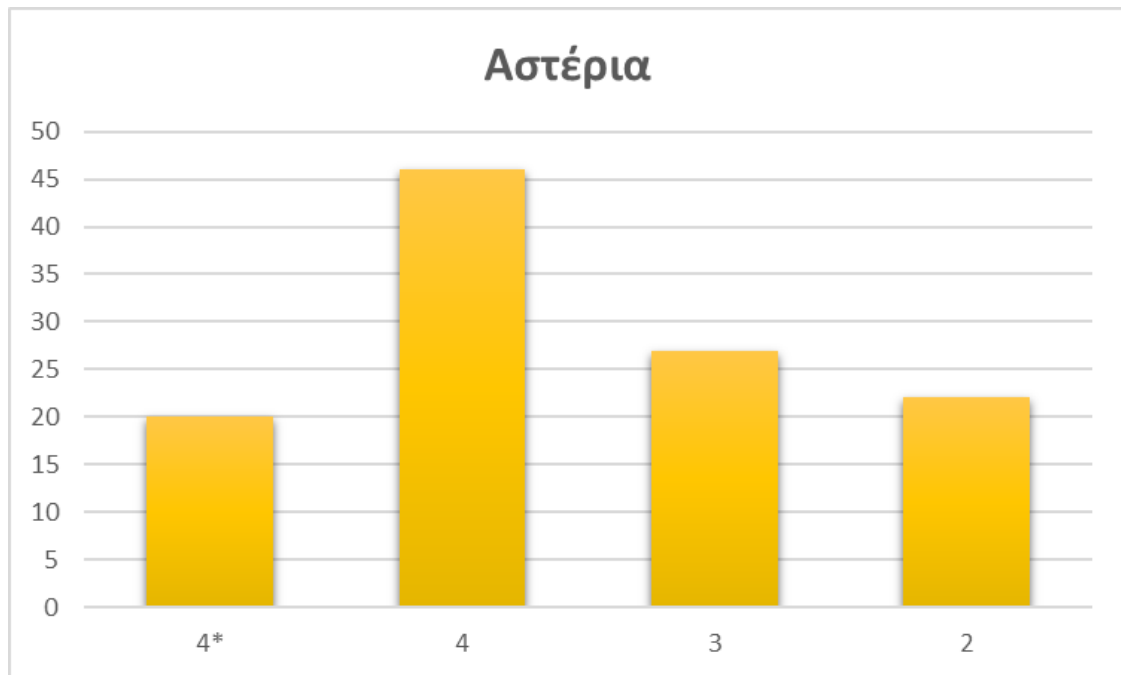
Έπειτα, όσον αφορά τα **περιοδικά** τα οποία εμφανίζουν τις περισσότερες δημοσιεύσεις, όπως είναι διακριτό και στο *Γράφημα 3*, με διαφορά ανέρχεται πρώτο το περιοδικό *Entrepreneurship Theory and Practice* με 24 άρθρα στο σύνολο και έπεται το *Journal of Business Venturing* με 9. Τα συγκεκριμένα περιοδικά ανήκουν στο επιστημονικό πεδίο (*ENT-SBM*), πράγμα επίσης λογικό εξαιτίας της άμεσης συσχέτισης με το ερευνητικό ερώτημα της εργασίας.



Γράφημα 3: Αριθμός άρθρων ανά περιοδικό

3.1.4 Βαθμονόμηση περιοδικών

Στη συνέχεια, αναφορικά με τη **βαθμονόμηση** των περιοδικών παρατηρείται η πλειοψηφία των άρθρων να ανευρίσκεται σε περιοδικά τεσσάρων αστέρων (4* & 4) απαριθμώντας 66 άρθρα στο σύνολο, τα άρθρα σε περιοδικά τριών (3) αστέρων ανέρχονται σε 27, ενώ 22 άρθρα συγκαταλέγονται σε περιοδικά των δύο (2) αστέρων, βλ. *Γράφημα 4*.



Γράφημα 4: Αριθμός άρθρων ανά κατηγορία αστεριού

3.1.5 Θεωρητικό πλαίσιο

Κατόπιν, εξετάζοντας το κυρίως **θεωρητικό πλαίσιο** των κειμένων, οι αριθμοί είναι μοιρασμένοι ανάμεσα στη Θεωρία των Δικτύων (*Network theory*) όπου γίνεται αναφορά σε 59 άρθρα και στη Θεωρία του Κοινωνικού Κεφαλαίου, σε 55, βλ. *Γράφημα 5*.



Γράφημα 5: Αριθμός άρθρων ανά θεωρητικό πλαίσιο

3.1.6 Χρησιμοποιούμενη μεθοδολογία

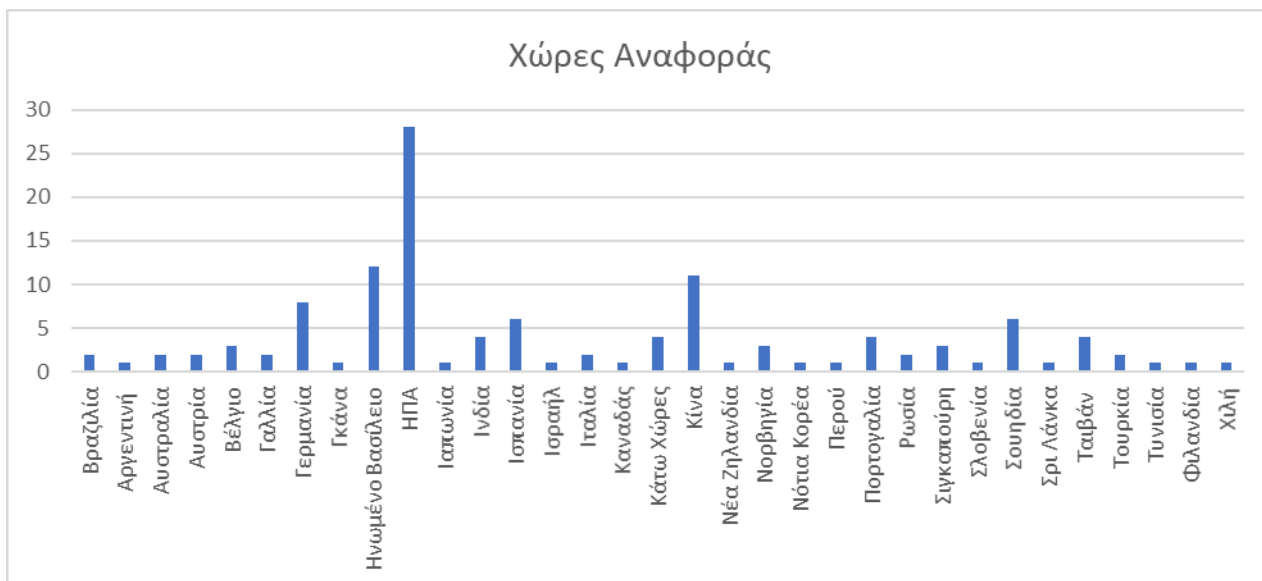
Στη συνέχεια, όπως διακρίνεται και στο *Γράφημα 6* η **μεθοδολογία** που εφαρμόστηκε στα περισσότερα άρθρα υπήρξε η ποσοτική (*quantitative*) με 80 άρθρα και η ποιοτική (*qualitative*) με 25, ενώ ο αριθμός των εννοιολογικών άρθρων ανήλθε σε 9. Το συγκεκριμένο γεγονός καταδεικνύει ίσως την ανάγκη εκπόνησης περισσότερων ποιοτικών ερευνών, με σκοπό να υπάρξει ανάλυση εις βάθος των μηχανισμών λειτουργίας του κοινωνικού κεφαλαίου και της επιχειρηματικής ανάπτυξης.



Γράφημα 6: Αριθμός άρθρων ανά μεθοδολογία

3.1.7 Χώρες αναφοράς

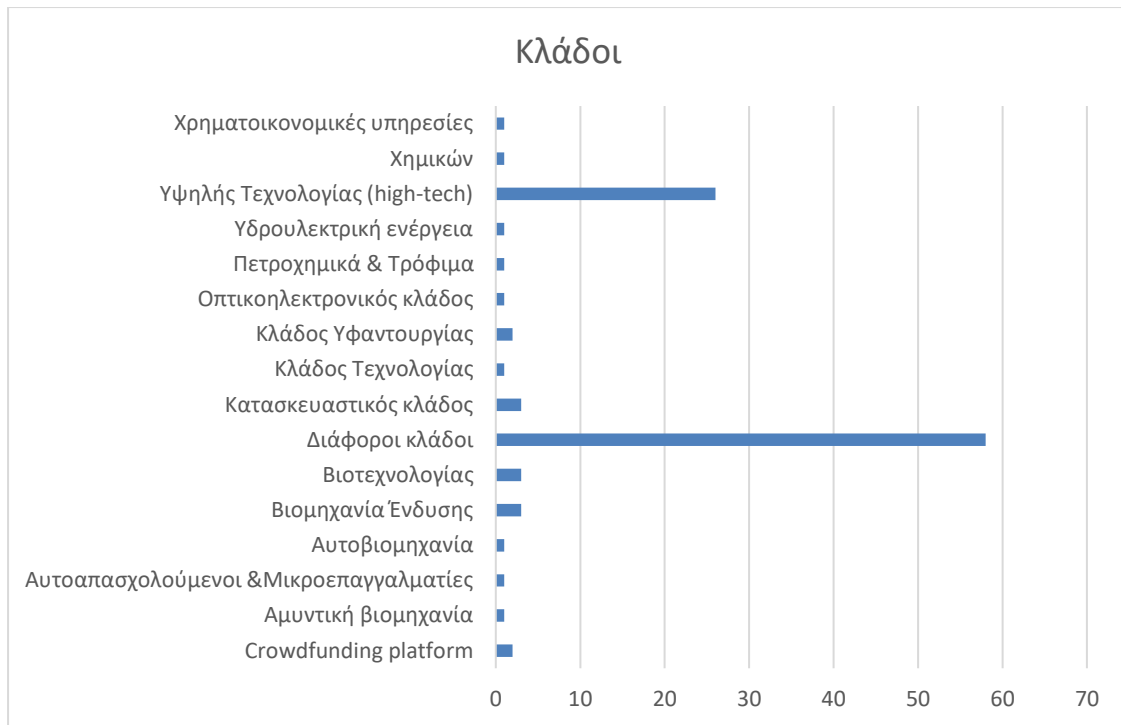
Σχετικά με τις **χώρες αναφοράς** των άρθρων, σε αυτά περιλαμβάνονται κατά κύριο λόγο αναφορές σε δυτικές χώρες, όπως φαίνεται και στο *Γράφημα 7*, με το μεγαλύτερο δείγμα να προέρχεται από τις ΗΠΑ με 28 αναφορές και να έπεται το Ηνωμένο Βασίλειο με 12, ενώ αξιοσημείωτη είναι κάλυψη της Κίνας με 11 αναφορές.



Γράφημα 7: Αριθμός άρθρων ανά χώρα αναφοράς

3.1.8 Κλάδοι

Τέλος, οι έρευνες διενεργήθηκαν σε μία πληθώρα **κλάδων** και αυτό συνάγεται από το υψηλό ποσοστό των 56 ερευνών όπου δηλώθηκε ως δείγμα ένα γενικότερο εύρος επιχειρήσεων από διάφορους κλάδους, βλ. *Γράφημα 8*, ενώ αξιοσημείωτο είναι το γεγονός πως 26 στον αριθμό έρευνες διενεργήθηκαν αποκλειστικά στον κλάδο υψηλής τεχνολογίας. Ο συγκεκριμένος κλάδος σε αρκετές περιπτώσεις, εκπροσωπείται από μικρές σε μέγεθος νεοφυείς επιχειρήσεις, που αναπτύσσονται κατά κύριο λόγο από ατομικές προσπάθειες διαφόρων επιχειρηματιών, συνεπώς παρέιχε σημαντικό πρωτογενές υλικό στην ερευνητική διαδικασία.



Γράφημα 8: Αριθμός άρθρων ανά κλάδο αναφοράς

Έχοντας πραγματοποιήσει την παρουσίαση κατά ποσοτικό τρόπο των επιμέρους χαρακτηριστικών των άρθρων που προέκυψαν από την συστηματική ανασκόπηση της βιβλιογραφίας, επιχειρείται σε δεύτερη φάση η **αφηγηματική σύνθεση του περιεχομένου** των συγκεκριμένων ερευνών, με στόχο να απαντηθούν τα επόμενα ερευνητικά ερωτήματα στη σειρά και να εξαχθούν τα ανάλογα συμπεράσματα.

3.2 Περιεχόμενο – πόροι των δικτύων

Προς απάντηση του ερευνητικού ερωτήματος 2:

Συμβάλλει το κοινωνικό κεφάλαιο στην απόκτηση πόρων προς όφελος των επιχειρηματιών;

Παρατίθενται παρακάτω τα ευρήματα της ανασκόπησης που σχετίζονται με τη συμβολή του κοινωνικού κεφαλαίου στην παροχή πρόσβασης σε πόρους προς όφελος των επιχειρηματιών. Συγκεκριμένα, αναφέρονται τα είδη των πόρων ξεχωριστά, **βλ. χρηματοοικονομικοί πόροι, ευκαιρίες, αξιοπιστία & γνώσεις**, στα

οποία χορηγεί πρόσβαση το κοινωνικό κεφάλαιο, παραθέτοντας παράλληλα τα άρθρα που προέκυψαν από την ανασκόπηση της βιβλιογραφίας και επιχειρούν να φωτίσουν το συγκεκριμένο ερώτημα.

3.2.1 Χρηματοοικονομικοί πόροι

Ένα σημαντικό χαρακτηριστικό γνώρισμα των δικτύων επαφών το οποίο διατηρούν οι επιχειρηματίες, αποτελεί η πρόσβαση σε πόρους που σχετίζονται με τη χρηματοδότηση των επιχειρήσεών τους. Η αξιοποίηση των συγκεκριμένων πόρων συνιστά έναν από τους βασικότερους παράγοντες οργανωσιακής ανάπτυξης και επίδοσης, ιδιαίτερα στα πρωταρχικά στάδια της ζωής μιας επιχείρησης, όπου η αδυναμία εξεύρεσης χρηματοδότησης, εμφανίζεται ως το κυρίαρχο πρόβλημα στις νεοφυείς επιχειρήσεις, αλλά και στις πιο ώριμες σε περιπτώσεις όπου χρειάζονται χρηματικοί πόροι για επιπρόσθετες επενδύσεις σε τεχνολογία, ανθρώπινο δυναμικό, δημιουργία νέων προϊόντων κλπ.

Η επιλεγόμενη βιβλιογραφία συγκλίνει στην γενική άποψη περί αποκόμισης χρηματοδοτικών πόρων από τις κοινωνικές και επιχειρηματικές σχέσεις, δηλαδή εξίσου σε διαπροσωπικό και διεπιχειρησιακό επίπεδο και συγκεκριμένα 18 από τα 19 κείμενα που κάνουν αφορά σε αυτή τη διάσταση του κοινωνικού κεφαλαίου. Για παράδειγμα, το κείμενο των Jonsson & Lindbergh (2011) αναφέρει πως η χρηματοδότηση από τις τραπεζικά ιδρύματα καθίσταται ευκολότερη όταν έχουν δομηθεί σχέσεις σε προσωπικό επίπεδο με αυτά, καθώς «μειώνεται η λεγόμενη ασυμμετρία πληροφόρησης» (*information asymmetry*) μεταξύ των ιδρυμάτων και των επιχειρηματιών. Με αυτόν τον τρόπο τα ιδρύματα αποκτούν καλύτερη πληροφόρηση για το αξιόχρεο των πελατών τους και την εν γένει μελλοντική τους επίδοση (Capelleras, Greene, Kantis, & Rabetino, 2010).

Αλλά και στην περίπτωση όπου οι επιχειρηματίες χρησιμοποιούν ίδια μέσα για να χρηματοδοτήσουν τα εγχειρήματά τους και όχι δανεισμό ή πώληση εταιρικών μεριδίων, εφαρμόζοντας την πρακτική του λεγόμενου *bootstrapping*, η ύπαρξη ισχυρών σχέσεων με το συγγενικό ή φιλικό τους περιβάλλον, τους παρέχει πρόσβαση

σε απαραίτητους χρηματικούς πόρους για την ανάπτυξη καινοτόμων προϊόντων και υπηρεσιών (Grichnik, Brinckmann, Sing, & Manigart, 2014; Hormiga, Batista-Canino, & Sánchez-Medina, 2011; Jones & Jayawarna, 2010; Smith, 2009) αλλά επίσης και οι οργανωσιακές – διεπιχειρησιακές σχέσεις αποφέρουν τα ίδια οφέλη (Premaratne, 2001; Propriis, 2002). Επιπλέον, οι Semrau & Werner (2013) σημειώνουν πως στην περίπτωση πρόσβασης σε χρηματοδότηση είναι προτιμότερο να επιλέγεται η χρήση διαπροσωπικών/διεπιχειρησιακών σχέσεων, οι οποίες βασίζονται σε δίκτυα επαφών – γνωριμιών (*network-based exchanges*) παρά μέσω απρόσωπων σχέσεων (*market-based exchanges*), ενώ και στην περίπτωση χρηματοδότησης μέσω ηλεκτρονικού πληθοπορισμού (*crowdfunding*), η κοινωνική διάδραση και ανάπτυξη σχέσεων με την online κοινότητα που υποστηρίζει χρηματικά επιχειρηματικές ιδέες με σκοπό να γίνουν πράξη, μέσα από πλατφόρμες πληθοπορισμού, διαδραματίζει καταλυτικό ρόλο στην επίτευξη της εταιρικής χρηματοδότησης (Colombo, Franzoni, & Rossi-Lamastra, 2015; Buttice, Colombo, & Wright, 2017). Αρκετές αναφορές έχουν γίνει π.χ. Omrane (2015) στην περίπτωση εξασφάλισης χρηματοδότησης από κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (*venture capitals*) καθώς η συγκεκριμένη επιλογή θεωρείται ιδιαίτερα δημοφιλής στον χώρο των νεοφυών επιχειρήσεων και ειδικότερα υψηλής τεχνολογίας εταιρειών (Wang, 2016). Συνεπώς, όταν έχουν δομηθεί σχέσεις με συγκεκριμένα *ventures capitals* αυτό έχει ως απόρροια η αξιολόγηση των επιχειρηματιών και των εγχειρημάτων τους να πραγματοποιείται υπό ευμενέστερους όρους και σε συντομότερο χρονικό διάστημα (Hsu, 2007; Wuebker, Hampl, & Wüstenhagen, 2015), γεγονός ζωτικής σημασίας όταν πρόκειται για κλάδους με μεγάλο βαθμό ανταγωνισμού και ταχύρυθμων αλλαγών.

Αντιθέτως, σε ένα διαφορετικό περιβάλλον όπως της Ν. Κορέας, το κοινωνικό κεφάλαιο και η διασύνδεση με χρηματοοικονομικά ινστιτούτα δεν κατέστη στατιστικά σημαντικός παράγοντας ως προς την ανάπτυξη των εσωτερικών δυνατοτήτων (*internal capabilities*) των επιχειρήσεων και εν γένει να συμβάλει στην επίδοσή τους (Lee, Pennings, & Lee, 2001).

Φέρνοντας εκ νέου τη συζήτηση στη λεγόμενη ασυμμετρία πληροφόρησης, αυτή τη φορά παρατηρείται από την πλευρά των επιχειρηματιών να μην καθίστανται οι ίδιοι πλήρως ενήμεροι για τις συνολικές επιλογές και τους τρόπους χρηματοδότησης που

διαθέτουν, με σκοπό να συμβάλλουν στην ανάπτυξη του εγχείρηματός τους, με αποτέλεσμα να μην οδηγούνται στην επιλογή της βέλτιστης λύσης για τους ίδιους. Σε αυτό το κενό, εμφυλοχωρεί, όπως έχει ειπωθεί, το κοινωνικό κεφάλαιο, το οποίο λειτουργεί ως μηχανισμός πρόσβασης σε πληροφορίες χρηματοοικονομικού περιεχομένου (Seghers, Manigart, & Vanacker, 2012), όπου στην ουσία μέσω αυτού, διαχέονται οι διαθέσιμες ευκαιρίες χρηματοδότησης (Zhang, Souitaris, Soh, & Wong, 2008). Το γεγονός αυτό, εξαρτάται όμως κατά κύριο λόγο από τον βαθμό ανοιχτότητας (*openness*), τον αριθμό των ισχών επαφών (*weak ties*) καθώς και των δομικών οπών (*structural holes*) που χαρακτηρίζει το δίκτυο επαφών που έχει αναπτύξει ο εκάστοτε επιχειρηματίας (Heuven & Groen, 2012). Η ανάπτυξη σχέσεων, όπως φαίνεται και στο παράδειγμα του Ηυγνι (2018), όπου εξετάζει διάφορες επιχειρηματικές ομάδες, προερχόμενες αυτή τη φορά από τον ακαδημαϊκό χώρο (*academic spin-offs*), έρχεται να βελτιώσει τις εσωτερικές δυνατότητες των ομάδων (*internal capabilities*), πράγμα το οποίο οδηγεί σε ευκολότερη έρευνα χρηματοδότησης του αρχικού κεφαλαίου (*seed-capital*) των ομάδων αυτών. Οι έρευνες, λοιπόν, καταδεικνύουν το φαινόμενο της αξιοποίησης του κοινωνικού κεφαλαίου και των κοινωνικών σχέσεων προς την κατεύθυνση της εξασφάλισης οικονομικής και χρηματοδοτικής αρωγής (Honig, Lerner, & Raban, 2006), όμως το κύριο ερώτημα προς απάντηση θεωρείται το *πως* επιτυγχάνεται αυτός ο σκοπός.

Για να γίνει αυτό χρειάζεται να περάσουμε από τις περιγραφικές (*descriptive*) αναφορές στις επεξηγηματικές (*explanatory*), όπου γίνεται λόγος για τους μηχανισμούς πίσω από τη λειτουργία του κοινωνικού κεφαλαίου, όπως τι είδους δίκτυα δομούν οι επιχειρηματίες, πως τα σχηματίζουν και πως αυτοί τρόποι και τύποι σχηματισμού επιφέρουν τα αποτελέσματα που αναφέρθηκαν ανωτέρω.

Οι προτάσεις για μελλοντική έρευνα περιλαμβάνουν την εκπόνηση ερευνών σε ένα περισσότερο συγκριτικό πλαίσιο, λαμβάνοντας υπόψιν το θεσμικό περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται οι επιχειρηματίες, καθώς αναλόγως την χώρα αναφοράς, κάποιες μεθοδοι χρηματοδότησης θεωρούνται περισσότερο διαδεδομένοι, όπως για παράδειγμα η άντληση χρηματικών πόρων από «κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών» (*venture capitals*) βλ. δυτικές χώρες, συνεπώς οι επιχειρηματίες δίνουν βάση στην ανάπτυξη σχέσεων με παράγοντες και άτομα που σχετίζονται με τις

συγκεκριμένες εταιρείες. Απεναντίας, σε ένα διαφορετικό θεσμικό περιβάλλον όπως αυτό της Κίνας ή της Ρωσίας, με χαρακτηριστικά περισσότερο κολεκτιβιστικά ή σε ένα σύστημα ανταπόδοσης βασισμένο στις «χάρες» και στις «αμοιβαίες εξυπηρετήσεις», βλ. φιλοσοφία *blat* [Ρωσία] και *guanxi* [Κίνα] (Michailova & Worm, 2003; Rehn & Taalas, 2004), ο προσεταιρισμός και η ανάπτυξη σχέσεων με άλλες ομάδες οι οποίες σχετίζονται έμμεσα ή άμεσα για την παροχή χρηματοδότησης, πχ. κρατικοί αξιωματούχοι στην Κίνα (Li & Zhang, 2007; Peng & Luo, 2000) είτε ισχυροί επιχειρηματίες στη Ρωσία, θα ήταν αρκετά χρήσιμο για να λάβουμε μια σφαιρικότερη εικόνα σε διεθνές επίπεδο.

3.2.2 Επιχειρηματικές ευκαιρίες

Οι ευκαιρίες (*opportunities*) ως μια μορφή πληροφορίας αποτελούν έναν από τους πυρήνες της επιχειρηματικής δράσης, διότι αποτελούν το έναυσμα σε αρκετές περιπτώσεις για την ανάπτυξη νέων εγχειρημάτων είτε για την βελτίωση και επέκταση ήδη υφιστάμενων επιχειρηματικών δραστηριοτήτων. Συνεπώς, κρίνεται σκόπιμο να εξετάσουμε τον βαθμό που οι σχέσεις και τα δίκτυα των επιχειρηματιών συμβάλλουν στην ανακάλυψη (*discovery*), στην πρόσβαση (*access*) και στην αξιοποίηση (*exploitation*) των νέων και υφιστάμενων ευκαιριών (Maurer & Ebers, 2006).

Συγκεκριμένα, η θετική επίδραση του κοινωνικού κεφαλαίου στην αναγνώριση ευκαιριών (*opportunity discovery/recognition*), αναφέρεται επίσης και από τα ευρήματα σειράς ερευνών ερευνών, συγκεκριμένα έντεκα κείμενα έκαναν αναφορά σε αυτό το χαρακτηριστικό έναντι ενός όπου διατυπώθηκαν κάποιες επιφυλάξεις. Η κάθε έρευνα προσθέτει μια διαφορετική οπτική των σχέσεων που αναπτύσσουν οι επιχειρηματίες, όπως για παράδειγμα οι επαφές με μέντορες της αγοράς και η συμμετοχή σε διάφορα φόρουμ (Ozgen & Baron, 2007), οι συγκεκριμένες ενέργειες οδηγούν στην παρεπόμενη αξιοποίηση των επιχειρηματικών ευκαιριών που ανακύπτουν από τις σχέσεις που έχει καλλιεργήσει ο επιχειρηματίας (Bhagavatula, Elfring, van Tilburg, & van de Bunt, 2010; Ramos-Rodríguez, Medina-Garrido, Lorenzo-Gómez, & Ruiz-Navarro, 2010; Smith, Moghaddam, & Lanivich, 2018). Επιπλέον, σε περιπτώσεις όπου οι επιχειρηματίες διατηρούν ένα εκτεταμένο δίκτυο επαφών

αυξάνονται συνακόλουθα και οι επιχειρηματικές ευκαιρίες με τις οποίες έρχονται σε επαφή (Gordon, 2007). Οι Tocher, Oswald, & Hall (2015) θέτουν ελαφρώς διαφορετικά τα παραπάνω επιχειρήματα, καθώς αναφέρονται στη διαδικασία της δημιουργίας ευκαιριών (*opportunity creation*), όπου εκ νέου παρατηρούμε ότι το κοινωνικό κεφάλαιο πρωταγωνιστεί σε συνδυασμό με τις κοινωνικές δεξιότητες και συμβάλει στην διαδικασία γέννησης νέων επιχειρηματικών ευκαιριών.

Στη συνέχεια, στο κείμενο του Hite, (2005) περιγράφεται ο μηχανισμός μέσω του οποίου λαμβάνει χώρα η ανακάλυψη νέων ευκαιριών, καθώς αυτή εναπόκειται στο βαθμό της σχεσιακής έδρασης (*relational embeddedness*) που χαρακτηρίζει τις επαφές που έχει αναπτύξει ο επιχειρηματίας, δηλαδή τον βαθμό εμπιστοσύνης που έχει δομήσει ο ίδιος με τις επαφές του. Συγκεκριμένα, στην περίπτωση που οι σχέσεις του χαρακτηρίζονται από πλήρη έδραση (*full embeddedness*), εντάσσονται δηλαδή σε ένα πλαίσιο συνδιαλλαγής με έντονο το κοινωνικό στοιχείο όπου επικρατεί η πλήρης αμοιβαία εμπιστοσύνη, τότε επέρχεται η επιτυχής ανακάλυψη των ευκαιριών με τη μορφή πληροφοριών που διακινούνται μέσα στα δίκτυα επαφών και γνωριμιών του. Το αντίθετο συμβαίνει στις περιπτώσεις που οι σχέσεις του έχουν παραμείνει στο επίπεδο της απλής γνωριμίας και η όποια συνδιαλλαγή πραγματοποιείται σε ένα πλαίσιο απρόσωπων συναλλαγών (*market-based exchanges*). Με άλλα λόγια, οι επιχειρηματικές ευκαιρίες εδράζονται κατά κύριο λόγο στη κοινωνική πραγματικότητα και τους μηχανισμούς της (*socially embedded*) (Jack & Anderson, 2002).

Σημαντική αναφορά χρειάζεται να γίνει επίσης και στον μηχανισμό και τη μορφή των δικτύων που χρειάζεται να διέπουν τις σχέσεις που αναπτύσσουν οι επιχειρηματίες για να είναι εφικτή η επιτυχής ανακάλυψη και αξιοποίηση των ευκαιριών. Ειδικότερα, οι ισχνές επαφές (*weak ties*) έχοντας το χαρακτηριστικό γνώρισμα της πρόσβασης σε νέες πληροφορίες και λιγότερο σε ανακλυκλωμένες – περιττές (*non-redundant information*) θεωρούνται ως οι ιδανικές για την καλύτερη επαφή με νέες ευκαιρίες, όπως για παράδειγμα ευκαιρίες για πρόσβαση σε μια νέα αγορά (Lechner & Dowling, 2003). Βεβαίως, υπάρχει και η πεποίθηση του συνδυασμού ισχνών και ισχυρών επαφών (*weak and strong ties*), όπως προτείνεται από την ποιοτική έρευνα έρευνα

των Elfring & Hulsink (2003), το οποίο όμως θα αναλυθεί περισσότερο στα παρακάτω υποκεφάλαια.

Όπως ειπώθηκε παραπάνω αλλά και στην περίπτωση της εξεύρεσης χρηματοδοτικών πόρων, η διαδικασία της ανακάλυψης και δημιουργίας ευκαιρών λαμβάνει χώρα όταν οι επιχειρηματίες αναπτύσσουν ένα δίκτυο με δομικές οπές (*structural holes*) και ισχνές σχέσεις (*weak ties*), καθώς με αυτόν τον τρόπο καθίστανται κοινωνικοί περισσότερων, αλλά και σε πρώτο χρόνο πληροφοριών, κρίσιμων προς αξιοποίηση στην επιχειρηματική διαδικασία. Αυτή η διαπίστωση, όμως, δεν μπορεί να λάβει γενικευμένο (*generalized*) χαρακτήρα καθώς αρκετά σημαντικό ρόλο διαδραματίζει το πολιτισμικό περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιείται ο επιχειρηματίας. Συγκεκριμένα, αναλόγως αν πρόκειται για ατομικιστικό ή κολεκτιβιστικό, τότε δόμηση των σχέσεών του για να αποκτήσει την επιθυμητή πρόσβαση σε πληροφορίες για ενδεχόμενες επιχειρηματικές ευκαιρίες, χρειάζεται να είναι η ανάλογη που θα ταιριάζει και θα «προκρίνει» το κοινωνικό του περιβάλλον. Για παράδειγμα σε ένα κολεκτιβιστικό περιβάλλον όπως αυτό της Κίνας, κάποιες ενέργειες οι οποίες δεν συμβαδίζουν με τη φιλοσοφία του *guanxi* ενδέχεται να μην αποδώσουν, σε αντίθεση με ένα δυτικότερο περιβάλλον όπου επικρατούν διαφορετικές αντιλήψεις (Ma, Huang, & Shenkar, 2011).

Η αναζήτηση και αξιοποίηση νέων ευκαιριών μπορεί να εξαρτάται σε μεγάλο βαθμό από το κοινωνικό κεφάλαιο και τις ιδιότητες που έχει, αλλά δεν παύει να παρατηρούνται και κάποιες **αρνητικές συνέπειες**. Για παράδειγμα, το κοινωνικό κεφάλαιο αναπόφευχτα θα επηρεάσει τα γνωστικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία, τον τρόπο που σκέφτεται και τι είδους αποφάσεις θα λάβει, καθώς οι πληροφορίες που θα λάβει από το δίκτυο επαφών του ενδέχεται να του δημιουργήσουν ένα αίσθημα σιγουριάς και υπέρμετρης αυτοπεποίθησης (*overconfidence*), με συνέπεια την ανάληψη αποφάσεων και αξιοποίηση ευκαιριών υψηλού ρίσκου. Το γεγονός αυτό παρατηρείται στις περιπτώσεις όπου ένας επιχειρηματίας λαμβάνει πολλές πληροφορίες από το περιβάλλον του αλλά και από την πεποίθηση της σιγουριάς που νιώθει εξαιτίας των πολλών γνωριμιών που ενδεχομένως να διαθέτει, είτε της ισχυρής εμπιστοσύνης που τρέφει για τον κύκλο επαφών τους (De Carolis & Saporito, 2006).

Το κοινωνικό κεφάλαιο όπως περιγράφηκε κομίζει μια συναλλακτική δυναμική η οποία επηρεάζει τα γνωστικά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία και με τη σειρά του αυτός ο συνδυασμός, επηρεάζει την επίδοση του εγχειρήματός του. Περαιτέρω έρευνα σε αυτό το ζήτημα θα ήταν χρήσιμη αντιστρέφοντας τις μεταβλητές και εξετάζοντας τον τρόπο που τα γνωστικά χαρακτηριστικά αυτή τη φορά επηρεάζουν την ανάπτυξη του κοινωνικού κεφαλαίου και ειδικότερα τις μορφές των δικτύων επαφών που σχηματίζει (λ.χ. ευρεία δίκτυα ή πιο συκεκτικά με λίγες επαφές). Όπου οι συγκεκριμένοι σχηματισμοί θα επιφέρουν την ευκολότερη ή μη αναγνώριση και αξιοποίηση των ευκαιριών, αφορμώντας ουσιαστικά από τα γνωστικά χαρακτηριστικά, την πρότερη εμπειρία και την εκπαίδευση του επιχειρηματία (Arenius & Clercq, 2005).

Σε μελλοντικό χρόνο για να καταστεί περισσότερο κατανοητή η χρησιμότητα και αξία των επιχειρηματικών ευκαιριών στη διαδικασία της επιχειρηματικής ανάπτυξης, κρίνεται σκόπιμο να μελετηθεί ο μηχανισμός σύμφωνα με τον οποίο οι **πληροφορίες** του εξωτερικού περιβάλλοντος οι οποίες διακινούνται στα δίκτυα επαφών του επιχειρηματία, μετασχηματίζονται σε **γνώση** και έπειτα η γνώση μετασχηματίζεται σε **ευκαιρία/ες** προς αξιοποίηση, στην ουσία χρειάζεται οι μελλοντικές έρευνες να δώσουν βάση όχι μόνο στη χρήση του κοινωνικού κεφαλαίου αλλά και στο επόμενο στάδιο της επιτυχούς αξιοποίησης των ευκαιριών που ανακαλύπτονται μέσω αυτού (Dyer, Gregersen, & Christensen, 2008; Linder, Lechner, & Pelzel, 2019; Ripollés & Blesa, 2005).

3.2.3 Αξιοπιστία στις συναλλαγές

Ένα διαχρονικό ζήτημα των επιχειρήσεων αποτελεί ο βαθμός αξιοπιστίας (*legitimacy*) τον οποίο επιδεικνύουν, ειδικά στις περιπτώσεις όπου πρόκειται για επιχειρήσεις ακετά νέες, το οποίο στη βιβλιογραφία περιγράφεται ως *liability of newness* (Stinchcombe, 1965). Σε αυτό το πρόβλημα, σημαντικό αντίκτυπο έχουν οι επαφές που έχει αναπτύξει ο επιχειρηματίας, καθώς μέσω αυτών δύναται ο ίδιος να αποκτήσει την αξιοπιστία (*legitimacy*) που επιδιώκει να λάβει από το περιβάλλον του (Jack & Anderson, 2002), καθότι ο συγκεκριμένος παράγοντας θα τον βοηθήσει στο

να παγιωθεί επιχειρηματικά και να σχηματίσει μία σταθερή πελατεία, σταθερούς προμηθευτές κ.ο.κ. (Packalen, 2007). Χρειάζεται ουσιαστικά να λάβει μία «επιδοκιμασία» (*endorsement*) από σημαίνοντες παίχτες της αγοράς, χτίζοντας σχέσεις με αυτούς, πράγμα το οποίο θα λειτουργήσει ως ένα «σήμα» (*signaling*) προς την αγορά με σκοπό να αποκτήσει ευκολότερα πρόσβαση σε χρηματοδότηση (Honig *et al.*, 2006), είτε να δομήσει σχέσεις γενικότερα με άλλες εταιρείες που θεωρούνται κολοσσοί στον τομέα τους (Elfring & Hulsink, 2003; Lechner, Dowling, & Welppe, 2006; Stuart, Hoang, & Hybels, 1999; Zott & Huy, 2007).

Συγκεκριμένο παράδειγμα αναφέρει η έρευνα των Galvão, Marques, Franco, & Mascarenhas (2019) καθώς μελετά τις σχέσεις που αναπτύσσουν οι νεοφυείς επιχειρήσεις οι οποίες βρίσκονται ενταγμένες σε κοιτίδες επιχειρηματικότητας. Συγκεκριμένα, αναφέρουν τον βοηθητικό ρόλο των τελευταίων στον σχηματισμό των σχέσεων και των συνεργασιών των νεοφυών επιχειρήσεων, καθώς με αυτόν τον τρόπο τίθενται τα θεμέλια για τη δημιουργία μιας αξιόπιστης (*legitimate*) εταιρικής ταυτότητας για τις ίδιες.

Είναι εμφανές ότι το ζήτημα της αξιοπιστίας δεν έχει απασχολήσει ιδιαίτερα τη βιβλιογραφία αν κρίνουμε από το μικρό όγκο των άρθρων που αναφέρονται σε αυτή τη θεματική, συνεπώς χρειάζεται περισσότερη έρευνα για να αποδειχθούν με ισχυρότερο τρόπο τη θετική είτε και αρνητική σχέση του κοινωνικού κεφαλαίου και της επιχειρηματικής αξιοπιστίας.

3.2.4 Επιχειρηματική γνώση

Αναφορικά με τη γνώση η οποία ανήκει στην κατηγορία των πόρων που ένας επιχειρηματίας χρειάζεται να κατέχει για να διαχειριστεί αποτελεσματικά το εγχείρημά του, ανακύπτουν κάποια βασικά ζητήματα. Αρχικά, η έλλειψη προσωπικής γνώσης από τον επιχειρηματία δημιουργεί μία κατάσταση μειωμένης κριτικής ικανότητας για το περιβάλλον γύρω του, γεγονός το οποίο αναγκάζει τον ίδιο να προσφύγει στην αναζήτηση νέας – διαφορετικής γνώσης (*knowledge heterogeneity*) από αυτήν που ήδη κατέχει, με σκοπό να βελτιώσει την απόδοσή του. Αυτό

επιτυγχάνεται εν πολλοίς, από την προσφυγή σε νέες επαφές και δημιουργία νέων γνωριμιών, καθώς με αυτόν τον τρόπο γίνεται κοινωνός περισσοτέρων αλλά και (το σημαντικότερο) διαφορετικού περιεχομένου γνώσεων (*non overlapping knowledge*). Το γεγονός αυτό είναι αρκετά σημαντικό, ειδικά στο κρίσιμο χρονικό σημείο της πρώιμης ανάπτυξης μίας επιχείρησης, όπου ο εκάστοτε επιχειρηματίας χαρακτηρίζεται από έλλειψη αξιόλογων και στοχευμένων γνώσεων και πληροφοριών του αντικειμένου ενασχόλησής του (Sullivan & Ford, 2014). Σειρά ερευνών καταδεικνύουν τη σημασία των δικτύων επαφών και σχέσεων στην απόκτηση γνώσεων (Hayter, 2016; Hughes, Morgan, Ireland, & Hughes, 2014; Jack & Anderson, 2002; Lechner & Dowling, 2003; Semrau & Werner, 2013; Sousa, Fontes, & Videira, 2011; Yli-Renko, Autio, & Sapienza, 2001), με αποτέλεσμα το κοινωνικό κεφάλαιο να εμφανίζει θετική συσχέτιση με τους πόρους που σχετίζονται με γνώσεις οι οποίες καθίστανται χρήσιμες για την επιχειρηματική ανάπτυξη.

Ένας σημαντικός παράγοντας στη σχέση μεταξύ δικτύων επαφών/γνωριμιών και της απόκτησης νέας γνώσης συνιστά η ικανότητα της επιχείρησης να απορροφά αποτελεσματικά και να αφομοιώνει (*absorptive capacity*) τη γνώση η οποία διακινείται στο περιβάλλον της (Hughes *et al.*, 2014). Παρ' όλα αυτά, το συγκεκριμένο ζήτημα χρήζει περαιτέρω διερεύνησης, ιδιαίτερα στο ζήτημα της βελτίωσης της ικανότητα απορρόφησης των γνώσεων μέσω των κοινωνικών σχέσεων (Debrulle, Maes, & Sels, 2014; Yli-Renko *et al.*, 2001) με σκοπό να ολοκληρωθεί ο πλήρης μηχανισμός που αποτελείται και από την απόκτηση αλλά και την αξιοποίηση των γνώσεων.

Η έρευνα των Davidsson & Honig (2003), Helena Chiu & Lee (2012) και Lechner & Dowling (2003) αναφέρει ως ιδιαίτερα επωφελείς τις ισχνές επαφές (*weak ties*) στην απόκτηση εξειδικευμένης αλλά και ευρείας γνώσης, καθώς σε αντίθετη περίπτωση ο επιχειρηματίας ευρισκόμενος σε ένα περιβάλλον με λίγες επαφές που χαρακτηρίζεται από ισχυρούς δεσμούς (*strong ties*) δημιουργεί περιορισμούς ως προς το εύρος των πληροφοριών και γνώσεων που έρχεται σε επαφή. Οι ισχυροί δεσμοί όμως, αν και σε πρώτη ανάγνωση εμφανίζονται να έχουν αρνητικό αντίκτυπο στην απόκτηση γνώσεων με χαρακτηριστικό την ποικιλομορφία, απεναντίας στο στάδιο της αξιοποίησης των γνώσεων διακρίνονται να έχουν θετικά αποτελέσματα

(Lechner & Dowling, 2003), πράγμα το οποίο χρήζει περαιτέρω μελλοντικής διερεύνησης.

3.3 Διαχείριση των σχέσεων

Η σχεσιακή διάσταση (*relational dimension*) του κοινωνικού κεφαλαίου αναφέρεται ως επί το πλείστον στην αρχή της **εμπιστοσύνης** που διέπει τις σχέσεις μεταξύ των επιχειρηματιών και των εταιρειών (Molina-Morales & Martínez-Fernández, 2009). Οι σχέσεις αυτές δομούνται συνήθως μετά από μια μακρά περίοδο έντονης και συχνής διάδρασης, ενταγμένες πολλές φορές σε ένα συγκεκριμένο δίκτυο επαφών ή δρώντων με κοινά χαρακτηριστικά. Για παράδειγμα, ο κοινός τόπος δράσης θεωρείται ένα κοινό χαρακτηριστικό, το οποίο δημιουργεί μία συχνότητα και επαναληπτικότητα στην επικοινωνία μεταξύ των ατόμων μέσα σε ένα δίκτυο (Lechner & Dowling, 2003).

Προς απάντηση του ερευνητικού ερωτήματος 3:

Με ποιον τρόπο η δόμηση ενός κλίματος εμπιστοσύνης στις σχέσεις που αναπτύσσουν οι επιχειρηματίες συνδέεται με την πρόσβαση σε πόρους προς όφελός τους;

Αναλύεται παρακάτω το ενδεχόμενο της πρόσβασης σε συγκεκριμένους πόρους, ως αποτέλεσμα της δόμησης σχέσεων βασισμένων στην εμπιστοσύνη. Σημαντικό χαρακτηριστικό γνώρισμα των δικτύων που συγκαταλέγεται στη σχεσιακή διάσταση (*relational dimension*) του κοινωνικού κεφαλαίου, όπως ειπώθηκε, αποτελεί ο παράγοντας της εμπιστοσύνης. Η εμπιστοσύνη ουσιαστικά λειτουργεί ως ένας άτυπος μηχανισμός «ελέγχου» των σχέσεων που αναπτύσσουν και διατηρούν τα άτομα και επιχειρήσεις μεταξύ τους, με σκοπό να υπάρχει μία ισορροπία και χρονική συνέχεια σε αυτές, μακριά από φαινόμενα ομορτουισμού (Hite, 2005). Η εμπιστοσύνη σε αυτήν την περίπτωση αναφέρεται ως το αποτέλεσμα της δημιουργίας ομοιογενών (*homophily*) σχέσεων μεταξύ του επιχειρηματία και των ατόμων που περιλαμβάνονται στο δίκτυο επαφών, βασισμένες στην κοινή ταυτότητα και στα

κοινά βιώματα που μοιράζονται οι δρώντες και για αυτό τον λόγο χαρακτηρίζεται ως εμπιστοσύνη βασισμένη στην ταυτότητα (*identity-based trust*) (Phillips, Tracey, & Karra, 2013).

Η εμπιστοσύνη θεωρείται ένα ισχυρό εφόδιο στη δόμηση σχέσεων μέσα σε ένα επιχειρηματικό περιβάλλον και αυτό είναι φανερό σε αρκετά άρθρα της υπό εξέταση βιβλιογραφίας, καθώς στην περίπτωση που δομούνται σχέσεις με βάση το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό, επιτυγχάνεται για παράδειγμα η πρόσβαση και η μετακίνηση **πληροφοριών** αξιόλογης ποιότητας δια μέσου των δικτύων επαφών (Elfring & Hulsink, 2003; Jonsson & Lindbergh, 2011; Kreiser, Patel, & Fiet, 2013; Leung, Zhang, Wong, & Foo, 2006; Liao & Welsch, 2003; Mosey & Wright, 2007; Newbert & Tornikoski, 2013; Newbert, Tornikoski, & Quigley, 2013; Ozdemir, Moran, Zhong, & Bliemel, 2016; Smith, Moghaddam, & Lanivich, 2018) όπως και για τη μεταφορά **γνώσης** (Hughes *et al.*, 2014; Lechner & Dowling, 2003; Liao & Welsch, 2003) και την αναγνώριση νέων επιχειρηματικών **ευκαιριών** (Gordon, 2007). Επιπλέον, η απόκτηση αρχικού **κεφαλαίου** των εταιριών από κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (*venture capitals*) καθώς και από **τράπεζες** βασίζονται στο στοιχείο αυτό (Yeşil & Doğan, 2019).

Ένα βασικό χαρακτηριστικό γνώρισμα της εμπιστοσύνης είναι πως ως μηχανισμός διέπει περισσότερο τις στενές/ισχυρές σχέσεις (*strong ties*), καθώς οι συγκεκριμένες απαιτούν περισσότερο χρόνο και πόρους για να δομηθούν. Οι συγκεκριμένες σχέσεις λόγω του στοιχείου της ισχυρής εμπιστοσύνης που τις χαρακτηρίζει, θεωρούνται προτιμητέες για τους επιχειρηματίες που βρίσκονται στα πρώτα στάδια του εγχειρήματός τους, καθώς λόγω της έλλειψης εμπειρίας και αναγνωρισιμότητας που συνήθως τους χαρακτηρίζει, η εμπιστοσύνη που υπάρχει προς το πρόσωπό τους προερχόμενη από τους στενούς δεσμούς που διατηρούν, λειτουργεί καταλυτικά και αντισταθμιστικά στην εξεύρεση πόρων, όπως για παράδειγμα πόρους χρηματοδότησης (Heuven & Groen, 2012). Η εμπιστοσύνη επιφέρει επίσης θετικό αντίκτυπο στη διαδικασία της λήψης αποφάσεων, καθώς μέσω της δόμησης σχέσεων με αυτό το στοιχείο ο επιχειρηματίας λαμβάνει αποφάσεις ένα μεγαλύτερο αίσθημα ασφάλειας, το οποίο έχει θετικό αντίκτυπο στην ανάπτυξη της επιχείρησής του (Li, Wang, Huang, & Bai, 2013).

Η ενδυνάμωση της εμπιστοσύνης μέσα σε μια σχέση απαιτεί πρωτίστως την αφιέρωση του ανάλογου χρόνου, καθώς με αυτόν τον τρόπο επιτυγχάνεται η πρόσβαση στους επιθυμητούς πόρους για τον επιχειρηματία. Όμως, η κατάσταση αυτή σύμφωνα με τους Semrau & Werner (2013) εμφανίζει κάποια **μειούμενα** θετικά αποτελέσματα, από κάποιο σημείο και έπειτα, όσον αφορά τον βαθμό ανάπτυξης και ενδυνάμωσης του ποιοτικού στοιχείου των σχέσεων βλ. εμπιστοσύνη. Η συγκεκριμένη παρατήρηση, αποτελεί καίρια επισήμανση για περαιτέρω έρευνα στο ζήτημα αυτό, με στόχο να καταδειχθεί η πραγματική και ιδανική χρονική επένδυση που χρειάζεται να πραγματοποιήσει ένας επιχειρηματίας, για να έχει πρόσβαση στους πόρους του δικτύου επαφών που έχει δομήσει περισσότερο αποτελεσματικά.

Η έρευνα των Wu, Wang, Chen, & Pan (2008) στις εταιρείες υψηλής τεχνολογίας της Ταϊβάν έδειξε πως η συναισθηματική εμπιστοσύνη (*affective trust*) αποτελεί βασικό αναπτυξιακό και ανταγωνιστικό στοιχείο των συγκεκριμένων επιχειρήσεων ιδίως στα πρωταρχικά στάδια ανάπτυξής τους, όπου το δίκτυο επαφών αποτελείται από ισχυρές και κοντινές σχέσεις με φίλους και συγγενείς. Ενώ στα επόμενα στάδια οι σχέσεις που αναπτύσσει ένας επιχειρηματίας χαρακτηρίζονται από το στοιχείο της γνωστικής εμπιστοσύνης (*cognitive trust*) όπου λαμβάνεται υπόψιν περισσότερο η λογική και η γνώσεις για τον άλλο παρά τα συναισθήματα (Smith & Lohrke, 2008). Επιπλέον, έχει παρατηρηθεί πως η δόμηση εμπιστοσύνης με τις επαφές που έχει αναπτύξει ένας επιχειρηματίας και του προσφέρουν την ανάλογη υποστήριξη στο έργο του, συμβάλει στην «αποφυγή του ομορτισμού» μεταξύ τους, καθώς η συγκεκριμένη συμπεριφορά δύναται να διαβρώσει τις σχέσεις τους και να αυξήσει τα κόστη συναλλαγής (*relational costs*) (Ahuja, 2000; Aldrich & Martin, 2006; Newbert & Tornikoski, 2013).

Από την άλλη πλευρά, η έρευνα των Yli-Renko *et al.* (2001) αναφέρει την αρνητική σχέση που έχει το στοιχείο της ποιότητας των σχέσεων που αναπτύσσουν οι επιχειρηματίες, οι οποίες βασίζονται στο στοιχείο της εμπιστοσύνης και της αμοιβαιότητας, με επιδίωξη την απόκτηση γνώσεων. Αυτό συμβαίνει διότι οι σχέσεις που χαρακτηρίζονται από υψηλό βαθμό εμπιστοσύνης, νοούνται στην ουσία οι λεγόμενες ισχυρές σχέσεις (*strong ties*) οι οποίες λόγω της υψηλής επαναληπτικότητας και του χρόνου που αφιερώνεται για να καλλιεργηθούν,

δημιουργούν το φαινόμενο της υπερένθεσης (*overembeddedness*), όπου ο επιχειρηματίας δεν έρχεται σε επαφή με νέες πληροφορίες και γνώσεις, εξαιτίας του μικρού και συνεκτικού δικτύου με το οποίο έρχεται σε επαφή και συναλλάσσεται (Uzzi, 1997), με συνέπεια να επέρχονται αντιπαραγωγικά αποτελέσματα στην ανάπτυξή του (Zahra, Yavuz, & Ucbasaran, 2006). Παρόμοιο αποτέλεσμα συνάγεται και από την έρευνα των Molina-Morales & Martínez-Fernández (2009) σχετικά με την επίδραση της εμπιστοσύνης στην **καινοτομία** των επιχειρήσεων, όπου παρατηρείται μία σχέση με τον χαρακτήρα της αντεστραμμένης κυρτής καμπύλης (*U-shaped*), πράγμα το οποίο φανερώνει πως μέχρι ένα σημείο, η εμπιστοσύνη έχει θετικά αποτελέσματα ως δομικό στοιχείο των σχέσεων που αναπτύσσονται μεταξύ του επιχειρηματία και του περιβάλλοντός του.

Ένα άλλο ζήτημα που σχετίζεται με την επίδραση του στοιχείου της εμπιστοσύνης στις σχέσεις, αποτελεί το αντίκτυπο του εξωτερικού περιβάλλοντος και της κοινωνίας μέσα στην οποία δραστηριοποιείται ένας επιχειρηματίας. Οι Ma *et al.* (2011) αναφέρουν πως το πολιτισμικό πλαίσιο (*cultural context*), ως το παράγοντα που επηρεάζει το βαθμό της άμεσης ή έμμεσης επίδρασης της εμπιστοσύνης που διευκολύνει και διέπει τις συναλλαγές. Από αυτήν τη συλλογιστική, εκπορεύονται δύο βασικές διαφορές που βασίζονται στο εκάστοτε πολιτισμικό στοιχείο, ως προς το βαθμό που η εμπιστοσύνη λειτουργεί ως μηχανισμός ελέγχου των σχέσεων, και συγκεκριμένα το κολεκτιβιστικό και το ατομικιστικό περιβάλλον. Στο μεν πρώτο οι σχέσεις βασίζονται σε λιγότερο βαθμό στη επονομαζόμενη γενικευμένη εμπιστοσύνη (*generalized trust*) – η οποία αντικατοπτρίζει την παροχή ενός υψηλού βαθμού εμπιστοσύνης σε λιγότερο οικείες και γνωστές επαφές με τις οποίες κάποιος έρχεται σε συνδιαλλαγή – καθώς στις κολεκτιβιστικές κοινωνίες υφίσταται ο φόβος του οπορτουνισμού, με συνέπεια να αναγνωρίζονται περισσότερο ως «ασφαλείς», οι σχέσεις με άτομα που περιλαμβάνονται στο στενό κύκλο επαφών ενός επιχειρηματία. Από την άλλη πλευρά, η γενικευμένη εμπιστοσύνη αποτελεί βασικό χαρακτηριστικό των ατομικιστικών κοινωνιών, πράγμα το οποίο προκρίνει την ανάπτυξη ισχνών σχέσεων (*weak ties*), λόγω και της παροχής εμπιστοσύνης σε άτομα που δεν γνωρίζονται μεταξύ τους σε μεγάλο βαθμό, δημιουργώντας με αυτόν τον τρόπο πηγές νέων πληροφοριών (Ma *et al.*, 2011) καθώς έρχονται σε επαφή με νέες

επιχειρηματικές ευκαιρίες (Kwon & Arenius, 2010). Από τη συγκεκριμένη συλλογιστική, γίνεται κατανοητό πως χρειάζεται να μελετηθεί περισσότερο το θεσμικό και πολιτισμικό περιβάλλον στο οποίο δραστηριοποιούνται οι επιχειρήσεις και οι επιχειρηματίες, καθώς η βιβλιογραφία σε αρκετές περιπτώσεις θέτει σε δεύτερη μοίρα την εξέταση του πλαισίου (*context*) το οποίο περιβάλλει τους δρώντες.

Μελλοντικά θα ήταν χρήσιμο να υπάρξει ένα δυναμικό μοντέλο που θα αναφέρεται στην επίδραση της εμπιστοσύνης σε όλα τα οργανωσιακά στάδια ανάπτυξης μιας επιχείρησης για να κατανοηθεί η χρησιμότητα και λειτουργία του στοιχείου αυτού καλύτερα (Wu, Wang, Chen, & Pan, 2008). Επιπλέον, χρήζει περαιτέρω μελέτης η δόμηση σχέσεων εμπιστοσύνης ανάμεσα στον επιχειρηματία και τον κάτοχο των πόρων, καθώς και τυχόν ενδιάμεσους (*brokers*) που πραγματοποιούν συστάσεις ανάμεσα σε δύο μέρη που δεν τυγχάνει να γνωρίζονται μεταξύ τους. Στην περίπτωση αυτή, δεν υπάρχουν επαρκή στοιχεία και ευρήματα για το τρόπο με τον οποίο η εμπιστοσύνη θα βοηθήσει τον επιχειρηματία να λάβει τη πολυπόθητη σύσταση από τις επαφές και τις γνωριμίες του, με στόχο να «φθάσει» στους δρώντες εκείνους που κατέχουν τους πόρους που χρειάζεται (Zhang & Wong, 2010).

3.4 Δομή δικτύου

Ποια θεωρείται η ιδανική μορφή που χρειάζεται να έχουν οι δεσμοί και τα δίκτυα που αναπτύσσουν οι επιχειρηματίες για να αποκομίσουν οφέλη;

Για να απαντηθεί το παρόν ερώτημα επιχειρείται να αναλυθεί η **ιδανική μορφή/δομή των σχέσεων και δικτύων** που χρειάζεται να αναπτύξουν οι επιχειρηματίες, με σκοπό να έχουν πρόσβαση σε περισσότερους πόρους και με αποτελεσματικότερο τρόπο. Ουσιαστικά γίνεται αναφορά στο ιδανικό **εύρος του δικτύου** (*network size*) που χρειάζεται να επιλέξουν και να αναπτύξουν οι επιχειρηματίες, όπως και ποια θεωρείται η καταλληλότερη **ισχύς των δεσμών** (*tie strength*) που πρέπει να χαρακτηρίζουν τις σχέσεις τους. Για παράδειγμα, όσον αφορά το εύρος του δικτύου, ενδέχεται να είναι **διάσπαρτο** (*sparse*) είτε

περιορισμένο (*constrained*), ενώ στην περίπτωση της ισχύος των δεσμών να δομούνται είτε **ισχυρές σχέσεις** (*strong ties*) είτε **ισχνές** (*weak ties*) είτε ακόμη ένα **μείγμα** των δύο συγκεκριμένων μορφών σχέσεων.

3.4.1 Εύρος Δικτύου

Το μέγεθος/εύρος του δικτύου ενός επιχειρηματία διαδραματίζει καταλυτικό ρόλο στην ανάπτυξη του εγχειρήματός του. Το ποιο θεωρείται το ιδανικό εύρος για ένα τέτοιο δίκτυο, υπάρχουν μια σειρά από απόψεις και έρευνες, οι οποίες σε αρκετές περιπτώσεις καταλήγουν σε διαφορετικά ή/και εντελώς αντικρουόμενα αποτελέσματα. Μια μερίδα ερευνών υποστηρίζει πως η αύξηση του αριθμού των επαφών που διατηρούν οι επιχειρηματίες, ουσιαστικά διατηρώντας ένα δίκτυο με ισχνές σχέσεις (*weak ties*), έχει θετικό αντίκτυπο στην οργανωσιακή τους ανάπτυξη (Kannadhasan, Charan, Singh, & Sivasankaran, 2018; Kreiser, Patel, & Fiet, 2013; Sullivan & Ford, 2014), καθώς αυτό μειώνει τις εξαρτήσεις που έχει κάποιος από άλλα άτομα και προσφέρει πρόσβαση σε ποικιλία από πόρους (Sullivan & Ford, 2014). Επιπλέον, με τον τρόπο αυτό βελτιώνουν την επίδοσή τους ιδιαίτερα στα πρώτα στάδια ανάπτυξης τους (Lechner *et al.*, 2006), ενώ υπάρχουν ευρήματα που αποδεικνύουν πως το εύρος του δικτύου σχετίζεται θετικά με την απόκτηση πληροφοριών και ανεύρεση επιχειρηματικών ευκαιριών (Ozgen & Baron, 2007).

Το ίδιο γεγονός της μεγέθυνσης του δικτύου παρατηρείται και στην περίπτωση των επιχειρήσεων που αναζητούν χρηματοδότηση, με σκοπό να αποκτήσουν περισσότερες πηγές και επιλογές ως προς την ανάγκη αυτή, η οποία είναι πολύ κρίσιμη στα πρώτα στάδια ανάπτυξής τους. Συνεπώς, είναι σημαντικό για τους επιχειρηματίες να δώσουν βάση στο δομικό στοιχείο (*structural dimension*) του κοινωνικού τους κεφαλαίου και να προβούν στο περαιτέρω άνοιγμά του, μετεξελίσσοντας τον χαρακτήρα του δικτύου τους από συνεκτικό (*cohesive*) και βασισμένο στο σχεσιακό στοιχείο (*relational*), σε ένα δίκτυο περισσότερο με χαρακτήρα ανοιχτό (*open*) και διάσπαρτο (*sparse*) (Jonsson & Lindbergh, 2011).

Παρ' όλα τα αυτά, από την έρευνα των Greve & Salaff (2003) διαφαίνεται πως πρέπει να μελετούμε τα δίκτυα περισσότερο σε μακροχρόνιο πλαίσιο (*longitudinal*), καθώς διακρίνονται μεταβολές σε αυτά, όσον αφορά το μέγεθος των δικτύων που διατηρούν οι επιχειρηματίες στα διάφορα στάδια ανάπτυξης τα οποία βρίσκεται η επιχείρησή τους. Συγκεκριμένα, στα πρώτα στάδια ο αριθμός των γνωριμιών και επαφών που διατηρούν είναι περιορισμένος, διότι στη συγκεκριμένη χρονική περίοδο η όποια αρωγή προέρχεται κατά κύριο λόγο από τον στενό – φιλικό και οικογενειακό κύκλο, ενώ στο επόμενο στάδιο, λόγω της ανάγκης για εισροή περισσότερων πόρων για την επιχείρηση ο κύκλος των επαφών του αυξάνεται και ενώ στα αρκετά μεταγενέστερα και πιο ώριμα στάδια, η δικτύωσή τους γίνεται περισσότερο στοχευμένα και με συγκεκριμένο αριθμό επαφών (Greve & Salaff, 2003; Vissa & Chacar, 2009).

Η παραπάνω συλλογιστική περί αριθμητικής αύξησης ή μείωσης των επαφών που διατηρεί ένας επιχειρηματίας έχει απασχολήσει και άλλους συγγραφείς (Hallam, Dorantes Dosamantes, & Zanella, 2018; Semrau & Werner, 2012; Semrau & Werner, 2013), καθώς σε πρώτη ανάγνωση η αριθμητική αύξηση φαίνεται να επιφέρει θετικά αποτελέσματα στον επιχειρηματία, αλλά το συγκεκριμένο θετικό αντίκτυπο αυξάνεται με έναν **φθίνοντα ρυθμό**, μέχρι το σημείο όπου αντιστρέφεται αυτή η θετικότητα και παράγονται αρνητικά αποτελέσματα, με απόρροια τη δημιουργία της λεγόμενης αντεστραμμένης κυρτής καμπύλης. Συνεπώς, η λογική της ατέρμονης δικτύωσης και δημιουργίας νέων επαφών μετά από κάποιο σημείο και λόγω της δέσμευσης αρκετού προσωπικού χρόνου δημιουργεί τα συγκεκριμένα αρνητικά αποτελέσματα (Semrau & Werner, 2013).

Επιπλέον, η βιβλιογραφία αναφέρει πως η ποσότητα των επαφών δεν επιφέρει το επιθυμητό αποτέλεσμα, εάν δεν δοθεί έμφαση και στην καλλιέργεια του **ποιοτικού** παράγοντα στην ανάπτυξη και διατήρηση των σχέσεων (Newbert & Tornikoski, 2013). Παράλληλα, στην περίπτωση που το μέγεθος του ήδη υπάρχοντος δικτύου που διατηρεί ένας επιχειρηματίας, είναι **ευρύ**, ίσως δεν είναι δόκιμο να επιδοθεί στην περαιτέρω ανάπτυξή του (Newbert, *et al.*, 2013), διότι εκ νέου παρατηρείται το φαινόμενο της αντεστραμμένης κυρτής καμπύλης *U-shaped*.

Προτάσεις για μελλοντική έρευνα θα μπορούσαν να συμπεριλάβουν ερωτήματα που αναφέρονται περισσότερο σε **συγκεκριμένα είδη σχέσεων** που χρειάζεται να αναπτύξουν οι επιχειρηματίες. Με άλλα λόγια, είναι χρήσιμο να πραγματοποιηθεί με αναλυτικότερο τρόπο η αναφορά και η διερεύνηση σε συγκεκριμένα **μείγματα σχέσεων** (*relational mix*) και τα διάφορα είδη των δικτύων, όπως για παράδειγμα ένα δίκτυο απαρτιζόμενο από μία ομάδα επαφών που συνδέεται με το *μάρκετινγκ* ή μία ομάδα επαφών που σχετίζεται με τις *νέες τεχνολογίες*. Το συγκεκριμένο στοιχείο θα προσδώσει στις μελλοντικές έρευνες ιδιαίτερη αναλυτική αξία, ενώ θα βοηθήσει να δοθούν συγκεκριμένες κατευθυντήριες γραμμές και προτάσεις με συγκεκριμένο περιεχόμενο από τον *ακαδημαϊκό διάλογο* προς τους επιχειρηματίες της πράξης. Στην ουσία, χρειάζονται έρευνες που θα μετεξελιξουν τη επικρατούσα συλλογιστική η οποία εμπεριέχει περισσότερο γενικευμένες προτροπές για συσσώρευση και μεγέθυνση αριθμητικά του δικτύου επαφών των επιχειρηματιών (Lechner *et al.*, 2006).

3.4.2 Ισχύς των δεσμών(*tie strength*)

3.4.2.1 Ισχυροί δεσμοί (*strong ties*)

Όσον αφορά την ισχύ των δεσμών, σε πρώτο στάδιο θα αναλυθούν επωνομαζόμενοι ισχυροί δεσμοί (*strong ties*). Οι συγκεκριμένοι δεσμοί βασίζονται κατά κύριο λόγο στην εμπιστοσύνη (Phillips *et al.*, 2013), ενώ εμφανίζουν το θετικό χαρακτηριστικό της **αμεσότητας**, πράγμα το οποίο οδηγεί στην ευκολότερη απόκτηση πόρων που διακινούνται στα δίκτυα επαφών, σε σχέση με τις ισχνές σχέσεις (*weak ties*) όπου ένας επιχειρηματίας μέσω αυτών αποκτά πρόσβαση και έρχεται σε επαφή με μεγαλύτερο όγκο πόρων, αλλά ίσως με μικρότερες πιθανότητες να τους αποκτήσει και να τους αξιοποιήσει (Gemmell, Boland, & Kolb, 2011; Newbert & Tornikoski, 2013). Οι ισχυροί δεσμοί διαδραματίζουν σημαντικό ρόλο στην περίπτωση της απόκτησης νέου προσωπικού στις επιχειρήσεις, καθώς οι ισχυρές σχέσεις αποτελούν παράγοντα εξασφάλισης τέτοιων πόρων σε όλα τα εξελικτικά στάδια (Leung *et al.*, 2006).

Επίσης, παρατηρείται μία θετική επιρροή των ισχυρών επαφών αναφορικά με την πρακτική του **bootstrapping** (Grichnik *et al.*, 2014; Jones & Jayawarna, 2010) και την παροχή **χρηματοδοτικών πόρων** από κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών ιδιαίτερα στις ΗΠΑ και σε λιγότερο βαθμό στην Ευρώπη (Wuebker *et al.*, 2015) όπως και τη **δημιουργία ευκαιριών** (Smith, Moghaddam, & Lanivich, 2018) καθώς και στην περίπτωση απόκτησης πόρων, όπου παρεμβαίνουν ενδιάμεσοι με πολλές γνωριμίες που όμως διατηρούνται με αυτούς ισχυρές σχέσεις (Aarstad, Haugland, & Greve, 2010). Κλασικό παράδειγμα δόμησης ισχυρών επαφών αποτελεί η Κίνα, όπου το πολιτισμικό περιβάλλον προκρίνει αυτού του είδους τις σχέσεις, καθώς η κουλτούρα βασίζεται σε κολεκτιβιστικά στοιχεία και στην ευρύτερη κοινωνική αποδοχή της συμπεριφοράς που επιδεικνύει ο κάθε δρων (Ma *et al.*, 2011; Zhang & Wong, 2010). Όπως επίσης οι ισχυρές σχέσεις συμβάλλουν στην **αύξηση πωλήσεων** και στη **βελτίωση της επίδοσης** (Tretiakov, Bensemman, Sanders, & Galloway, 2019).

Η παροχή πόρων από επαφές που εντάσσονται στο στενό κύκλο ενός επιχειρηματία, δηλαδή από τις ισχυρές του σχέσεις που είναι ενταγμένες σε ένα συνεκτικό δίκτυο επαφών, δεν χαρακτηρίζονται από ιδιαίτερη ποικιλία (*nonspecific resources*) πράγμα που λειτουργεί ως **αδυναμία** και έχει ως συνέπεια οι συγκεκριμένοι πόροι να **μην** θεωρούνται τις περισσότερες φορές άμεσα καταλυτικοί και χρήσιμοι στην επιχειρηματική ανάπτυξη (Newbert & Tornikoski, 2013). Επίσης οι ισχυροί δεσμοί επιφέρουν **αρνητικά** αποτελέσματα και σε άλλες εκφάνσεις της επιχειρηματικής δραστηριότητας, όπως για παράδειγμα της **καινοτομικής επίδοσης** (Pirolo & Presutti, 2010) και της διαδικασίες έναρξης **νέων εγχειρημάτων** (Kreiser *et al.*, 2013).

3.4.2.2 Ισχνές επαφές (*weak ties*)

Η δόμηση ενός δικτύου με ισχνές ή χαλαρές επαφές ουσιαστικά ταυτίζεται εν πολλοίς, με την πρακτική της γεφύρωσης σχέσεων (*bridging ties*) μεταξύ δύο ή περισσότερων μη συνδεδεμένων μερών, η οποία περιγράφεται και στη βιβλιογραφία ως η ανάπτυξη ενός δικτύου με δομικές οπές (*structural holes*), όπου ο επιχειρηματίας έρχεται για να καλύψει αυτές τις οπές με το αποτελεί τον ενδιάμεσο (*broker*) μεταξύ των μερών. Η συγκεκριμένη πρακτική την οποία ακολουθεί ο

εκάστοτε επιχειρηματίας, έχει ως αποτέλεσμα τη δημιουργία ενός δικτύου με μεγάλο εύρος επαφών, αλλά και σε συνδυασμό με τη θέση (*position*) που καταλαμβάνει ο ίδιος μέσα σε αυτό, δηλαδή με το βαθμό κεντρικότητας (*centrality*), επέρχονται θετικά αποτελέσματα ως προς την επίδοση των εγχειρημάτων του (Stam & Elfring, 2008; Vissa & Chacar, 2009).

Μέσα από μια σειρά ερευνών στη βιβλιογραφία, οι ισχνές επαφές εμφανίζουν θετικό αντίκτυπο στην **ανάπτυξη** και στην **επίδοση** των νέων επιχειρήσεων (Santarelli & Tran, 2013; Sullivan & Ford, 2014; Watson, 2007) στην απόκτηση **οικονομικών πόρων** (Grichnik *et al.*, 2014), στην ανεύρεση νέων επιχειρηματικών **ευκαιριών** (De Carolis & Saporito, 2006; Arenius & Clercq, 2005) και στην ικανότητα των επιχειρήσεων να απορροφούν αποτελεσματικά τις **πληροφορίες** από το περιβάλλον τους και να βελτιώσουν την **καινοτομική** επίδοσή τους (Debrulle *et al.*, 2014; Helena Chiu & Lee, 2012; Pirolo & Presutti, 2010; Tan, Zhang, & Wang, 2014).

3.4.2.3 Δομικές οπές (*structural holes*)

Η πρακτική της γεφύρωσης και διασύνδεσης των σχέσεων (*bridging ties*) δυο μερών που δεν είχαν πρότερες σχέσεις μεταξύ τους, δημιουργεί ωφέλειες για τον τρίτο (*broker*) που τους συνδέει, καθώς αποκτά με αυτόν τον τρόπο πρόσβαση σε **πόρους** και **γνώσεις** που διακινούνται στα δίκτυα επαφών που έχει δομήσει (Ozdemir *et al.*, 2016). Ουσιαστικά η πρακτική του *bridging ties* επιφέρει περισσότερους σε αριθμό άλλα και χρηστικότητα πόρους, σε σχέση με τη πρακτική του *bonding ties*. Στην τελευταία περίπτωση ένας επιχειρηματίας δομεί μικρότερα σε εύρος και περισσότερο συνεκτικά (*cohesive*) δίκτυα επαφών, όπου λόγω του μικρότερου αριθμού των σχέσεων που αναπτύσσει οι πόροι στους οποίους αποκτά πρόσβαση είναι περιορισμένοι και χαμηλότερης αξίας (Hernández-Carrión, Camarero-Izquierdo, & Gutiérrez-Cillán, 2017).

Παρ' όλα αυτά, υπάρχουν έρευνες που εγείρουν ερωτήματα ως προς το πόσο η πρακτική της δημιουργίας ενός δικτύου με **ισχνές επαφές** και **δομικές οπές** εμφανίζει θετικά αποτελέσματα και συγκεκριμένα, στην **καινοτομική επίδοση** μιας

επιχείρησης, όπως αναφέρει η έρευνα του (Ahuja, 2000), όπου διαφαίνονται κάποια όρια σε αυτήν την επίδραση, καθώς από ένα σημείο και έπειτα οι ισχνές επαφές αρχίζουν να δημιουργούν ένα **αρνητικό** αντίκτυπο. Ενώ αντίθετα αποτέλεσμα φαίνεται να επέρχονται στην αύξηση των πωλήσεων όπως περιγράφεται στην έρευνα των (Tretiakov *et al.*, 2019).

Προς επίρρωση των παραπάνω, μπορούμε να λάβουμε ως παράδειγμα την Κίνα όπου οι δομικές οπές (*structural holes*) εμφανίζουν αρνητικό αντίκτυπο, καθώς στο συγκεκριμένο πολιτισμικό περιβάλλον το να συμπεριφέρεται κάποιος ως ενδιάμεσος και να επωφελείται από αυτήν την τακτική, θεωρείται ότι εναντιώνεται στις αξίες του κollectιβιστικού στοιχείου που ενυπάρχει σε αυτήν την χώρα, καθώς προκρίνονται περισσότερο η καλλιέργεια και η διατήρηση ενός συνεκτικού δικτύου επαφών με ισχυρές σχέσεις (*strong ties*) (Tan, Zhang, & Wang, 2014) (Ma *et al.*, 2011). Το συγκεκριμένο χαρακτηριστικό της κινεζικής κουλτούρας, εδράζεται στη φιλοσοφία του *guanxi*, η οποία επιτάσσει τη δόμηση ισχυρών και συνεκτικών σχέσεων με βάση «την εμπιστοσύνη, την αμοιβαιότητα και την ανταπόδοση» (Xiao & Tsui, 2007). Αυτό, συνεπώς, γεννά ερωτήματα ως προς το βαθμό επίδρασης του πολιτισμικού στοιχείου στον τρόπο της δικτύωσης, οποίος διαφαίνεται ως ο περισσότερο αποτελεσματικός στο να τον ακολουθήσουν οι επιχειρηματίες. Από την άλλη πλευρά, σε ένα περιβάλλον όπως αυτό της Ινδίας, οι δομικές οπές εμφανίζουν θετικό αντίκτυπο στην περίπτωση της αναγνώρισης επιχειρηματικών ευκαιριών (Bhagavatula, Elfring, van Tilburg, & van de Bunt, 2010), αλλά η ίδια έρευνα όσον αφορά στην απόκτηση και αξιοποίηση των ευκαιριών και των πόρων καταλήγει πως οι ισχυρές εν τέλει επαφές, κρίνονται ως οι πλέον αποτελεσματικές. Αυτή η εν μέρει αμφισημία αποτελεί από μόνης πεδίο περαιτέρω έρευνας. Την ίδια αμφισημία παρατηρούμε και στην έρευνα του (Batjargal B. , 2010) όπου στο μεν πολιτισμικό περιβάλλον της Ρωσίας η γεφύρωση σχέσεων και το χτίσιμο ενός δικτύου με δομικές οπές θεωρείται φυσιολογικό και επιφέρει θετικά αποτελέσματα στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων. Στην ίδια έρευνα όπου μελετάται παράλληλα και το περιβάλλον της Κίνας, η διατήρηση από πλευράς επιχειρηματιών, ενός δικτύου με ισχνές επαφές (*weak ties*) και δομικές οπές (*structural holes*) τις οποίες γεφυρώνει ένας επιχειρηματίας για να αποκομίσει πόρους και πληροφορίες, πρωτίστως για τον εαυτό του, θεωρείται

οπορτουνιστικό, καθώς όπως ειπώθηκε πρόκειται για μια κοινωνία η οποία διακρίνεται ιδιαίτερα για το κολεκτιβιστικό της πνεύμα. Συνεπώς, χρειάζεται περαιτέρω έρευνα σε αυτό το ζήτημα και σε διαφορετικά πολιτισμικά πλαίσια (Sigmund, Semrau, & Wegner, 2013)

3.4.2.4 Μεικτές σχέσεις

Στη βιβλιογραφία υπάρχει και η άποψη της **μεικτής** διαχείρισης και ανάπτυξης των σχέσεων και συγκεκριμένα της ανάπτυξης ενός δικτύου με τα χαρακτηριστικά από τη μία πλευρά της συνεκτικότητας (*cohesive network*) και των ισχυρών σχέσεων (*strong ties*) και από την άλλη πλευρά της δόμησης ενός δικτύου με ισχνές σχέσεις (*weak ties*) και δομικές οπές (*structural holes*). Συγκεκριμένα, στην αρχικό στάδιο δίνεται έμφαση στην ανάπτυξη ισχυρών δεσμών, ενώ μετέπειτα λόγω και του πεπερασμένου χαρακτήρα που έχει η ιδιότητα του χρόνου και η αδυναμία διατήρησης επιπλέον ισχυρών δεσμών, επιλέγεται η «οδός» των ισχνών επαφών οι οποίες απαιτούν λιγότερο χρόνο για να καλλιεργηθούν (Ozdemir *et al.*, 2016). Ουσιαστικά προκρίνεται η επιλογή εκείνων των επαφών που θα έχουν τον χαρακτήρα της στενής σχέσης και εκείνων των επαφών που δεν θεωρούνται υψηλής σημασίας και θα περάσουν στο καθεστώς των χαλαρών-ισχνών επαφών, όπου οι συναντήσεις πραγματοποιούνται σε πιο αραιά βάση (Ozdemir *et al.*, 2016). Έτσι, λοιπόν, δίνεται σημασία όχι απλά στους πόρους που εκπροσωπεί και διαθέτει η κάθε επαφή, αλλά στην αξία (*value*) που χαρακτηρίζουν αυτούς τους πόρους για τον επιχειρηματία. Για παράδειγμα, η πρόσβαση σε πληροφορίες επιτυγχάνεται με τις ισχνές επαφές, αλλά η αξιοποίησή τους και ο διαμοιρασμός τους επιτυγχάνεται κυρίως από τις δομημένες ισχυρές σχέσεις που βασίζονται στην εμπιστοσύνη (Inge Jenssen & Greve, 2002).

Σειρά αρκετών ερευνών καταλήγουν στο επιχείρημα της **ταυτόχρονης συνύπαρξης** και αλληλοσυμπλήρωσης των ισχυρών (*strong*) και ισχνών (*weak*) επαφών (Batjargal B. , 2006; Bratkovic, Antoncic, & Ruzzier, 2009; Echols & Tsai, 2005; Hallam *et al.*, 2018; Inge Jenssen & Greve, 2002; Lechner & Dowling, 2003; Maurer & Ebers, 2006; Pirolo & Presutti, 2010; Liao & Welsch, 2003; Sousa *et al.*, 2011; Tocher *et al.*, 2015).

Με έναν λίγο διαφορετικό τρόπο περιγράφει τη συγκεκριμένη συλλογιστική των μεικτών σχέσεων και η έρευνα των Fang, Chi, Chen, & Baron (2015), όπου ο παράγοντας επιτυχίας ενός επιχειρηματία αποτελεί η ανάπτυξη ισχυρών σχέσεων με τα άτομα από το στενό του περιβάλλον με τα οποία μοιράζεται κοινά χαρακτηριστικά (*homophily*), καθώς επίσης αναπτύσσει ισχνές σχέσεις με άτομα τα οποία βρίσκονται στο ευρύτερο δίκτυό του και διαφέρουν αισθητά από αυτόν.

Επιπρόσθετα, ο σχηματισμός των σχέσεων διαφοροποιείται αναλόγως της εξελικτικής φάσης που βρίσκεται μία επιχείρηση (Hite & Hesterly, 2001). Έρευνες όπως των Davidsson & Honig (2003) καταδεικνύουν πως στα πρώτα στάδια οι επιχειρήσεις και οι επιχειρηματίες καλλιεργούν και διατηρούν ισχυρούς δεσμούς (*bonding ties*) με το δίκτυο επαφών τους, σε αντίθεση με τα μεταγενέστερα στάδια όπου επιδίδονται σε ανάπτυξη σχέσεων με περισσότερο ισχνά χαρακτηριστικά, γεφυρώνοντας ουσιαστικά τις ασύνδετες επαφές μεταξύ τους (*bridging ties*) που υφίστανται στο δίκτυο επαφών τους.

Το ίδιο υποστηρίζει και η έρευνα των Bhagavatula *et al.* (2010), όπου ένας **συνδυασμός** των δύο πρακτικών αποδίδει το ιδεατό αποτέλεσμα, καθώς με αυτό τον τρόπο επιτυγχάνεται μία **ετερογένεια** (*heterogeneity*) στη μορφή των δικτύων που δομεί ένας επιχειρηματίας. Με αυτό τον τρόπο καλύπτονται οι όποιες ανάγκες ανακύπτουν σε πόρους και επέρχονται τα ιδανικά αποτελέσματα επίδοσης, καθώς ο κάθε τύπος σχέσεων είτε ισχυρός είτε ισχνός παρέχει διαφορετικά οφέλη στον επιχειρηματία. Συνεπώς, η σύζευξη των δύο μορφών προκρίνεται ως η πλέον αποτελεσματική ειδικά στο στάδιο της αρχικής ανάπτυξης (Newbert, Tornikoski, & Quigley, 2013). Επίσης, παρόμοιο αποτέλεσμα διακρίνεται και στην περίπτωση της καινοτομίας των επιχειρήσεων, όπου οι δύο τύποι σχέσεων αλληλοσυμπληρώνουν το ιδανικό μείγμα επαφών, με αποτέλεσμα την καλύτερη καινοτομική επίδοση. Σε αυτό καταλήγει η έρευνα του Rost (2011), όπου επιτυγχάνεται η εξεύρεση ευκαιριών με χαρακτηριστικά καινοτομίας, αλλά και η παρεπόμενη αξιοποίησή τους, καθώς η εξεύρεση των ευκαιριών επιτυγχάνεται από τις ισχνές επαφές και η αξιοποίησή τους από τις ισχυρές. Τα συγκεκριμένα ευρήματα έρχονται σε αντίθεση με αρκετές έρευνες που αναδεικνύουν πως μόνο οι ισχνές επαφές (*weak ties*) ως τις πλέον καταλυτικές όσον αφορά την καινοτομία (Rost, 2011).

Τέλος, αρκετά άρθρα αναφέρονται στο κοινωνικό κεφάλαιο σε γενικό πλαίσιο χωρίς να πραγματοποιούν επιμέρους αναλύσεις των δομικών του στοιχείων, αναδεικνύοντας τις θετικές επιπτώσεις που έχει το ίδιο στην γενικότερη επίδοση των επιχειρήσεων και στον βαθμό καινοτομίας τον οποίο επιδεικνύουν (Augusto Felício, Couto, & Caiado, 2014; Bosma, van Praag, Thurik, & de Wit, 2004; Chen & Wang, 2008; De Carolis, Litzky, & Eddleston, 2009; Eriksson & Rataj, 2019; Havnes & Senneseth, 2001; Huang, Lai, & Lo, 2012; Hung, 2006; Klyver, Hunter, & Watne, 2012; Obeng, 2019; Seghers, *et al.*, 2012; Walter, Auer, & Ritter, 2006).

4. ΣΥΜΠΕΡΑΣΜΑΤΑ

Η παρούσα εργασία ακολούθησε τη μέθοδο της συστηματικής βιβλιογραφικής ανασκόπησης, με πρόθεση να μελετήσει τη συμβολή του κοινωνικού κεφαλαίου των επιχειρηματιών στην ανάπτυξη των εγχειρημάτων τους. Προς τον σκοπό αυτό προέκυψαν κατά συστηματικό τρόπο 115 άρθρα τα οποία συνδέονταν με την προαναφερθείσα θεματική, όπου επιχειρήθηκε η ανάλυση του συγκεκριμένου φαινομένου, με στόχο να αναδειχθούν οι κεντρικές τάσεις που διέπουν την πρακτική και τους μηχανισμούς της δικτύωσης, πάντα σε άμεση συσχέτιση με τις αντίστοιχες πτυχές της επιχειρηματικής ανάπτυξης. Πέρα όμως από τις κεντρικές θέσεις και τάσεις που αναδύθηκαν από την εξέταση των επιμέρους χαρακτηριστικών της βιβλιογραφίας, δόθηκε βάση στην ανίχνευση των κενών που υπάρχουν σε αυτήν, καθώς και στην παρεπόμενη διενέργεια προτάσεων για μελλοντική έρευνα, με επιδίωξη να καλυφθούν τα συγκεκριμένα κενά, αλλά και να φωτισθούν έτι περαιτέρω πτυχές που χαρακτηρίστηκαν από ημιτελή διερεύνηση. Κατ' ουσίαν, η παρούσα εργασία έρχεται να καλύψει ένα κενό στην ήδη υπάρχουσα βιβλιογραφία, **προσπαθώντας να συγκεντρώσει το δημοσιευμένο υλικό της τελευταίας 20ετίας και να προβάλλει τις σημαντικότερες πτυχές, θέσεις ομοφωνίας, προβληματισμούς και κενά της βιβλιογραφίας.**

Προς αυτήν την κατεύθυνση κινήθηκε η απάντηση στο **ερευνητικό ερώτημα 1**, όπου ανεδείχθησαν με ποσοτικό τρόπο τα **επιμέρους χαρακτηριστικά** των άρθρων που

προέκυψαν από τη συστηματική επισκόπηση. Συγκεκριμένα, έγινε εμφανές πως τα περισσότερα άρθρα δημοσιεύτηκαν κατά τη διάρκεια της δεκαετίας 2009-2019 σε σύγκριση με τη δεκαετία 1999-2008, ενώ το πρωτεύον επιστημονικό πεδίο στο οποίο ανήκουν τα περιοδικά με τα περισσότερα άρθρα αποτελεί το *Entrepreneurship and Small Business Management (ENT-SBM)*. Έπειτα, αναφορικά με την κατάταξη των περιοδικών στην κλίμακα της *ABS list*, τα περισσότερα άρθρα ανήκαν σε περιοδικά τεσσάρων αστέρων (4* & 4), ενώ αναφορικά με το θεωρητικό πλαίσιο με το οποίο δομήθηκαν τα άρθρα, υπήρξε μία αριθμητική ισορροπία μεταξύ της *θεωρίας του κοινωνικού κεφαλαίου* και της *θεωρίας των δικτύων*. Στη συνέχεια, έγινε λόγος για τη χρησιμοποιούμενη μεθοδολογία των άρθρων, όπου η ποσοτική μέθοδος με σημαντική πλειοψηφία ήρθε πρώτη, ενώ σχετικά με τις χώρες και τους κλάδους αναφοράς, οι ΗΠΑ, ακολουθούμενη από το *Ηνωμένο Βασίλειο* και την *Κίνα* υπήρξαν οι κυριότερες χώρες αναφοράς των άρθρων, ενώ η *Υψηλή Τεχνολογία* υπήρξε ο σημαντικότερος κλάδος από πλευράς έρευνας.

Μετά την ποσοτική περιγραφή των επιμέρους χαρακτηριστικών των άρθρων, επιχειρήθηκε η απάντηση των τριών επόμενων ερευνητικών ερωτημάτων που σχετίζονται με τα 3 δομικά στοιχεία του κοινωνικού κεφαλαίου.

Αρχικά, αναφορικά με το **ερευνητικό ερώτημα 2**, έγινε αντιληπτό πως το κοινωνικό κεφάλαιο συμβάλλει γενικά στην απόκτηση πόρων προς όφελος των επιχειρηματιών, όπως για παράδειγμα, χρηματοοικονομικών πόρων, επιχειρηματικών ευκαιριών, αξιοπιστίας και επιχειρηματικών γνώσεων. Οι περισσότερες έρευνες συνέκλιναν προς αυτήν την άποψη, πλην όμως υπήρξαν ορισμένες που δεν εμφάνισαν ισχυρά ευρήματα προς αυτήν την κατεύθυνση και έθεσαν ορισμένους προβληματισμούς. Οι προβληματισμοί αυτοί σχετίζονταν με τους επιπλέον παράγοντες οι οποίοι χρειάζεται να λαμβάνονται υπόψιν κατά τη διάρκεια της έρευνας, όπως για παράδειγμα το πολιτισμικό και το θεσμικό περιβάλλον, με σκοπό να καταστεί εφικτό να δοθούν περισσότερο ολοκληρωμένες απαντήσεις για το συγκεκριμένο ερώτημα.

Στη συνέχεια, καθώς τέθηκε το **ερευνητικό ερώτημα 3**, αναδείχθηκε ο σημαίνων ρόλος της εμπιστοσύνης που διέπει τις σχέσεις και φάνηκε να οδηγεί μέσα από την

εξέταση των ερευνών στην παροχή πρόσβασης σε πόρους, αρκετά ωφέλιμους για τους επιχειρηματίες. Παραδείγματα τέτοιων πόρων αποτελούν οι πληροφορίες, οι γνώσεις, οι επιχειρηματικές ευκαιρίες και η πρόσβαση σε τραπεζικό δανεισμό. Παράλληλα, όμως, τέθηκαν και κάποιοι προβληματισμοί, καθώς η εμπιστοσύνη ως αρχή – μηχανισμός που διέπει τις σχέσεις, απαιτεί τη διάθεση σημαντικού χρόνου που συνήθως είναι αρκετά πολύτιμος για έναν επιχειρηματία, καθώς και τη δόμηση ενός δικτύου με περιορισμένο αριθμό επαφών, γεγονός το οποίο συνακόλουθα μειώνει τους πόρους στους οποίους αποκτά πρόσβαση κάποιος. Επομένως, οι συγκεκριμένες συμπεριφορές σε βάθος χρόνου δύνανται να επιφέρουν μειούμενα θετικά αποτελέσματα και σε κάποιες περιπτώσεις και αρνητικά.

Τέλος, σχετικά με το **ερευνητικό ερώτημα 4**, διαπιστώθηκαν πως οι έρευνες είναι μοιρασμένες ως προς την καταλληλότερη μορφή σχετικά με το εύρος του δικτύου που χρειάζεται να δομήσει ένας επιχειρηματίας και για την καταλληλότερη ισχύ που πρέπει να χαρακτηρίζουν τις σχέσεις που διατηρούν οι ίδιοι, με στόχο την καλύτερη πρόσβαση σε πόρους και την επίτευξη οφέλους για τους αυτούς. Παρ' όλα αυτά, διακρίνεται ένα μικρό προβάδισμα αναφορικά με το επιχείρημα της **μεικτής μορφής** που πρέπει να χαρακτηρίζει τις σχέσεις και τα δίκτυα που χρειάζεται να διατηρούν οι επιχειρηματίες, όπου σε αυτή την περίπτωση υφίσταται μία ταυτόχρονη **συνύπαρξη** των **ισχυρών** (*strong*) και των **ισχνών** (*weak*) σχέσεων, καθώς και η δόμηση ενός **συνεκτικού** (*cohesive*) και **αραιού** (*sparse*) δικτύου επαφών. Αυτός ο συγκερασμός υπήρξε αρχικά αποτέλεσμα της επιδίωξης από πλευράς των επιχειρηματιών μιας **ετερογένειας** στις επαφές τους, με σκοπό να εξασφαλίσουν πρόσβαση σε **περισσότερους** πόρους και με **αποτελεσματικότερο** τρόπο, αλλά και για τον λόγο πως σε κάθε **οργανωσιακό – εξελικτικό** στάδιο, στο οποίο βρίσκονται ή μελλοντικά θα βρεθούν, χρειάζεται να προσαρμόζονται αναλόγως και να δομούν τις ανάλογες σχέσεις και δίκτυα.

Ανακεφαλαιώνοντας, η γενικότερη επιδίωξη της εργασίας είναι να αποτελέσει έναν οδηγό για τους επιχειρηματίες μέσα από τη ανάδειξη των επικρατέστερων πρακτικών δικτύωσης, αλλά και να λειτουργήσει ως έναυσμα για περαιτέρω έρευνα.

4.1 Πρακτικές εφαρμογές σε επιχειρηματικό επίπεδο

Μέσα από την ενδελεχή μελέτη της βιβλιογραφίας, προκύπτει η βασική θέση πως οι κοινωνικές σχέσεις κατέχουν σημαντικό ρόλο στην κοινωνική ζωή και με όπλο το κοινωνικό κεφάλαιο οι επιχειρηματίες έχουν τη δυνατότητα να αποκτήσουν πόρους αρκετά χρήσιμους για την επιχειρηματική τους ανάπτυξη. Μέσα από την προσπάθεια περιγραφής του περιεχομένου (*content*) του κοινωνικού κεφαλαίου και της απάντησης στο ερώτημα κατά πόσο ωφελεί το κοινωνικό κεφάλαιο στην απόκτησή τους από τους επιχειρηματίες, αλλά και των μηχανισμών που το συνθέτουν, φωτίζονται χρήσιμες πρακτικές για τους επίδοξους και εν ενεργεία επιχειρηματίες, όπως για παράδειγμα τον τρόπο δόμησης και διατήρησης των κατάλληλων μορφών δικτύων, με στόχο να λάβουν τα μέγιστα οφέλη. Τα συγκεκριμένα οφέλη, περιλαμβάνουν την πρόσβαση σε πληροφορίες, γνώσεις και ευκαιρίες, τη δημιουργία αξιοπιστίας και την δόμηση σχέσεων εμπιστοσύνης. Ενώ, γίνεται αναφορά και στον παράγοντα χρόνο που επηρεάζει καταλυτικά την επιτυχή πρόσβαση στους συγκεκριμένους πόρους, όπως επίσης και στο πολιτισμικό πλαίσιο που χρειάζεται να λαμβάνουν υπόψιν οι επιχειρηματίες με σκοπό να εφαρμόζουν τις κατάλληλες πρακτικές δικτύωσης.

4.2 Πρακτικές εφαρμογές σε επίπεδο δημόσιων πολιτικών (*public policy implications*)

Αναφορικά με τις εφαρμογές της έρευνας σε επίπεδο δημόσιων πολιτικών, το κοινωνικό κεφάλαιο συνδέεται με τη γενικότερη ευημερία μιας κοινωνίας, καθώς η συμβολή στην ανάπτυξη των επιχειρηματιών και των εγχειρημάτων τους, έχει ως αντίκτυπο τη γενικότερη οικονομική μεγέθυνση (Audretsch & Keilbach, 2004). Εφόσον το κοινωνικό κεφάλαιο αποτελεί έναν καταλυτικό παράγοντα προς την οικονομική ευημερία, οι δημόσιες πολιτικές χρειάζεται να συμβάλλουν στη δημιουργία συνθηκών κατάλληλων για την ανάπτυξή του, όπως για παράδειγμα με τη δημιουργία δράσεων και εκδηλώσεων με στόχο να επιτευχθεί η συνδιαλλαγή μεταξύ επιχειρηματιών, η ανταλλαγή γνώσεων, πληροφοριών κλπ.

Επίσης προκρίνεται η διασύνδεση των επιχειρηματιών με τη πανεπιστημιακή κοινότητα, με σκοπό να προκύψουν αμοιβαία οφέλη από τον συνδυασμό έρευνας και εμπορικής αξιοποίησης καινοτόμων προτάσεων και λύσεων. Συγκεκριμένα, οι δημόσιοι και ιδιωτικοί φορείς που εκπροσωπούν τις ομάδες αυτές είναι επιτακτικό να προβούν σε ενέργειες υποστήριξης της **δικτύωσης** μεταξύ των εμπλεκόμενων (Ramos-Rodríguez *et al.*, 2010). Παρόμοια λειτουργία επιτελούν για παράδειγμα οι θερμοκοιτίδες καινοτομίας, όπου σε αυτήν την περίπτωση πραγματοποιούνται αρκετές δράσεις μέσω αυτών, με επιδίωξη να ενταθεί την κουλτούρα της δικτύωσης μεταξύ των επιχειρηματιών και να προκύψουν αμοιβαίες επωφελείς συνέργειες (Soetanto & Jack, 2011).

4.3 Περιορισμοί

Ένας από τους βασικούς περιορισμούς της έρευνας αποτελεί το γεγονός πως δεν έγινε χρήση άρθρων από επιστημονικά περιοδικά της *ABS list* που κατατάσσονται στην βαθμίδα του ενός (1) αστεριού, διότι αρκετά από αυτά δεν εμφανίζουν υψηλό δείκτη απήχησης (*impact factor*), παρά την αναγνωρισμένη επιστημονικότητα που τα χαρακτηρίζει, όπως επίσης δεν χρησιμοποιήθηκαν περιοδικά τα οποία βρίσκονται εκτός της *ABS list*, με αποτέλεσμα ορισμένο δείγμα άρθρων εν τέλει να μην έχει συμπεριληφθεί σε αυτήν. Επιπλέον, η πρακτική της δικτύωσης και η δημιουργία του κοινωνικού κεφαλαίου μελετήθηκε περισσότερο σε ατομικό επίπεδο (*ego-centric network*) παρά σε επίπεδο συνολικού δικτύου (*whole network*) όπου μελετώνται το σύνολο των σχέσεων και οι αλληλεπιδράσεις των δρώντων μέσα στο δίκτυο.

4.4 Προτάσεις για μελλοντική έρευνα

Η συστηματική ανασκόπηση της βιβλιογραφίας βοήθησε στην ανάδειξη κενών, τα οποία θα μπορούσαν να οδηγήσουν σε προτροπές για μελλοντική έρευνα για το υπό εξέταση ζήτημα. Αρχικά, έγινε αντιληπτό το γεγονός πως χρειάζονται περισσότερες **μακροχρόνιες** (*longitudinal*) έρευνες και σε λιγότερο βαθμό **στατικές/συγχρονικές** (*cross-sectional*), με σκοπό να είμαστε σε θέση να μελετήσουμε με εναργέστερο τρόπο την εξέλιξη του κοινωνικού κεφαλαίου των επιχειρηματιών, καθώς αυτό

αναπροσαρμόζεται στην κάθε εξελικτική περίοδο των εγχειρημάτων τους (Lundmark, Krzeminska, & Shepherd, 2019). Από τέτοιου είδους έρευνες θα μπορούσαν να εξαχθούν συμπεράσματα που θα απαντούν στα ερωτήματα του *πώς* και του *γιατί* λειτουργεί το κοινωνικό κεφάλαιο μέσα στο χρόνο και όχι απλώς να δίδονται απαντήσεις στο *ποιες* θεωρούνται οι πλέον κατάλληλες μορφές δικτύων χωρίς να λαμβάνονται υπόψιν οι παράγοντες του χρόνου και της εξέλιξης (Koka, Madhavan, & Prescott, 2006; Newbert, Tornikoski, & Quigley, 2013).

Επίσης, φαίνεται να υφίσταται γενικότερα μια έλλειψη ερευνών που να κάνουν εκτενή αναφορά στο **αρνητικό αντίκτυπο** του κοινωνικού κεφαλαίου στα οργανωσιακά αποτελέσματα, καθώς σε πολλές περιπτώσεις το κοινωνικό κεφάλαιο ενδέχεται να δεσμεύει πόρους για έναν επιχειρηματία όπως χρόνο, χρήματα κ.ο.κ. (Gedajlovic *et al.*, 2013), με συνέπεια να γίνεται δυσλειτουργικό για τον ίδιο (Lundmark *et al.*, 2019). Θα μπορούσε να διερευνηθεί περαιτέρω σε αυτήν την περίπτωση το *κόστος* της διατήρησης ενός εκτεταμένου δικτύου επαφών (Yli-Renko *et al.*, 2001).

Μελλοντικά θα ήταν χρήσιμο να ερευνηθούν και άλλοι παράγοντες που επηρεάζουν τη μορφή των δικτύων που διατηρεί ένας επιχειρηματίας, όπως η πρότερη εμπειρία του και το ανθρώπινο κεφάλαιο που έχει καλλιεργήσει. Καθώς όπως φαίνεται από την έρευνα των Zheng, Ahsan, & DeNoble (2019) οι πιο νέοι επιχειρηματίες επιδίδονται στην καλλιέργεια ισχυρών δεσμών, ενώ οι πιο έμπειροι επιδιώκουν την δόμηση ενός δικτύου με ισχνές επαφές και μεγάλη ευρύτητα, συνεπώς χρειάζεται να μελετηθούν εις βάθος οι διάφοροι μηχανισμοί, οι δρώντες και το περιβάλλον που επηρεάζουν την πρακτική της δικτύωσης (Anderson, Dodd, & Jack, 2010).

Επίσης μια αναλυτική αδυναμία πολλών άρθρων αποτελεί η έλλειψη δείγματος επιχειρήσεων που έχουν τερματίσει τις δραστηριότητές τους, το οποίο θα φανέρωνε σε μεγαλύτερο βαθμό τις ελλείψεις και τις κακές πρακτικές όσον αφορά τη δικτύωση των επιχειρηματιών (Helena Chiu & Lee, 2012). Επίσης, ιδιαίτερη έμφαση χρειάζεται να δοθεί όχι μόνο στον αριθμό των πόρων που εξασφαλίζονται μέσω των δικτύων αλλά και στην ποιότητάς τους (Hanlon & Saunders, 2007).

Βασικό επιχείρημα της εργασίας αποτέλεσε η πλαisiώση της οικονομικής και επιχειρηματικής δραστηριότητας από τις κοινωνικές σχέσεις. Ουσιαστικά η επιχειρηματική δραστηριότητα επηρεάζεται από το λεγόμενο δομικό συγκείμενο (*structural embeddedness*) που περιλαμβάνει τις κοινωνικές σχέσεις που αναπτύσσονται σε ένα συγκεκριμένο περιβάλλον.

Ένα ακόμη στοιχείο που αναλύθηκε εκτενώς στην παρούσα εργασία αποτελεί η επίδραση του πολιτισμικού στοιχείου στην πρακτική της δικτύωσης και δόμησης του κοινωνικού κεφαλαίου. Για παράδειγμα, στην έρευνα των Light & Dana (2013) προκύπτουν σημαντικά ευρήματα ως προς την επιρροή του κοινωνικού κεφαλαίου στην οργανωσιακή ανάπτυξη των επιχειρηματιών υπό το πρίσμα όμως ενός συγκεκριμένου πολιτισμικού πλαισίου (*cultural context*) και στην προκειμένη περίπτωση των Alutiiq στην Αλάσκα. Στην συγκεκριμένη πληθυσμιακή ομάδα, παρόλο που το κοινωνικό κεφάλαιο και οι κοινωνικοί δεσμοί χαρακτηρίζονται ως αρκετά ισχυροί, καθώς περιλαμβάνουν συνεκτικά δίκτυα επαφών, εντούτοις η επιχειρηματικότητα ως τρόπος οικονομικής δραστηριοποίησης δεν θεωρείται ιδιαίτερα δημοφιλής και ίσως θα λέγαμε αντιβαίνει με το αξιακό σύστημα της συγκεκριμένου πληθυσμού, το οποίο έχει ως συνέπεια το κοινωνικό κεφάλαιο να μην εμφανίζεται ιδιαίτερα καταλυτικό στην ανάπτυξη των επιχειρηματιών. Το συγκεκριμένο εύρημα έρχεται να επιβεβαιώσει το βασικό επιχείρημα σειράς ερευνών που καταρρίπτουν τη λογική της καθολικής ισχύος (*universality*) των μηχανισμών του κοινωνικού κεφαλαίου που συντελούν στην επιχειρηματική ανάπτυξη (Ma *et al.*, 2011).

Συνεπώς, βασικό ρόλο στο αντίκτυπο κοινωνικού κεφαλαίου στην επιχειρηματική δράση διαδραματίζει το πολιτισμικό πλαίσιο μέσα στο οποίο είναι ενταγμένες οι σχέσεις των επιχειρηματιών. Στη βιβλιογραφία συνηθίζεται να γίνεται ένας διαχωρισμός μεταξύ κollectιβιστικού και ατομικιστικού περιβάλλοντος. Στο μεν πρώτο οι σχέσεις δομούνται σε ένα κλειστό και συνεκτικό δίκτυο επαφών το οποίο χαρακτηρίζεται από την τήρηση συγκεκριμένων αξιών και συμπεριφορών, ενώ στο δεύτερο οι σχέσεις έχουν περισσότερο «χαλαρό» χαρακτήρα και βασίζονται σε μια σχέση αμοιβαίας εμπιστοσύνης ανταπόδοσης «δούναι και λαβείν» (Rooks, Klyver, & Sserwanga, 2014). Ειδικότερα, παρατηρούνται σημαντικές διαφορές σε διαφορετικά

πολιτισμικά περιβάλλοντα όπως αυτό της Κίνας και των ΗΠΑ. Για παράδειγμα, συγκεκριμένες συμπεριφορές, όπως το να ενεργεί κάποιος ως ενδιάμεσος (*broker*) ανάμεσα σε δύο μέρη και να επωφελείται από αυτήν του τη δράση, στο περιβάλλον της Κίνας θεωρείται ως μη ηθικό και επιφέρει πολλές φορές το στιγματισμό του ατόμου που ενεργεί κατ' αυτόν τον τρόπο (Xiao & Tsui, 2007). Είναι φανερό πως η προαναφερθείσα θεωρία των δομικών οπών (*structural holes*) βρίσκει περισσότερο εφαρμογή σε ένα περιβάλλον εμποτισμένο με τις «δυτικές» αξίες και νόρμες. Συνεπώς, είναι κρίσιμο να δίνεται βάση στο θεσμικό περιβάλλον (*institutional context*) στο οποίο δραστηριοποιείται ένας επιχειρηματίας και ειδικά σε οικονομίες οι οποίες χαρακτηρίζονται υπό μετάβαση ή είναι αναπτυσσόμενες (Su, Xie, & Wang, 2013).

Καταλήγοντας, χρήζει περαιτέρω εμπειρικής διερεύνησης ο τρόπος με τον οποίο λειτουργεί το κοινωνικό κεφάλαιο σε διαφορετικά πολιτισμικά περιβάλλοντα, με σκοπό να αναδειχθούν περισσότερες πτυχές του, πράγμα το οποίο θα ωφελήσει τους επιχειρηματίες της πράξης και θα βελτιώσει την εννοιολογική συγκρότηση του όρου.

Τέλος, η πρακτική της δικτύωσης ως αναπόσπαστος μηχανισμός του κοινωνικού κεφαλαίου, χρειάζεται να μελετηθεί περισσότερο **ολιστικά**, όπως για παράδειγμα η εξέταση τόσο σε επίπεδο δυαδικό (*dyadic*) όπου το αντικείμενο ανάλυσης αποτελεί η ατομική δράση του επιχειρηματία (*agency*) και τα χαρακτηριστικά της προσωπικότητάς του (Sasonova, Mehra, Borgatti, & Schippers, 2010), όσο και σε επίπεδο δικτύου (*network*) όπου εξετάζεται εν τω συνόλω η δομή του δικτύου των σχέσεων και επαφών που έχει αναπτύξει, καθώς με αυτόν τον τρόπο θα εξαχθούν ολοκληρωμένα συμπεράσματα, διότι η έρευνα διενεργείται σε πολλαπλά επίπεδα, τα οποία χαρακτηρίζονται από μία συμπληρωματική σχέση (Dhanaraj & Parkhe, 2006).

Βιβλιογραφία

- Aarstad, J., Haugland, S. A., & Greve, A. (2010). Performance spillover effects in entrepreneurial networks: Assessing a dyadic theory of social capital. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(5), σσ. 1003–1019.
- Ahuja, G. (2000). Collaboration networks, structural holes, and innovation: A longitudinal study. *Administrative Science Quarterly*, 45(3), σσ. 425-455.
- Aldrich, H. E., & Kim, P. (2007). Small worlds, infinite possibilities? How social networks affect entrepreneurial team formation and search. *Strategic Entrepreneurship Journal*, σσ. 147–165.
- Aldrich, H., & Martin, R. (2006). *Organizations Evolving* (2 εκδ.). London: SAGE Publications.
- Aldrich, H., & Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship through social networks. Στο D. Sexton, & R. Smiler, *The Art and Science of Entrepreneurship* (σσ. 3-23).
- Anderson, A. R., Dodd, S. D., & Jack, S. (2010). Network practices and entrepreneurial growth. *Scandinavian Journal of Management*, 26(2), σσ. 121–133.
- Anderson, A., Park, J., & Jack, S. (2007). Entrepreneurial social capital: Conceptualizing social capital in new high-tech firms. *International Small Business Journal*, 25(3), 245–272.
- Arenius, P., & Clercq, D. (2005). A network-based approach on opportunity recognition. *Small Business Economics*, 24(3), σσ. 249–265.
- Audretsch, D. B., & Keilbach, M. (2004). Does entrepreneurship capital matter? *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(5), σσ. 419–429.
- Augusto Felício, J., Couto, E., & Caiado, J. (2014). Human capital, social capital and organizational performance. *Journal of Management Decision*, 52(2), σσ. 350–364.
- Baron, R. A. (2007). Behavioral and cognitive factors in entrepreneurship: entrepreneurs as the active element in new venture creation. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1-2), σσ. 167–182.
- Batjargal, B. (2006). The dynamics of entrepreneurs' networks in a transitioning economy: The case of Russia. *Entrepreneurship & Regional Development*, 18(4), σσ. 305-320.
- Batjargal, B. (2010). The effects of network's structural holes polycentric institutions, product portfolio, and new venture growth in China and Russia. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 4(2), σσ. 146-163.
- Bembom, M., & Schwens, C. (2018). The role of networks in early internationalizing firms: A systematic review and future research agenda. *European Management Journal*, 36(6), σσ. 679-694.

- Bhagavatula, S., Elfring, T., van Tilburg, A., & van de Bunt, G. (2010). How social and human capital influence opportunity recognition and resource mobilization in India's handloom industry. *Journal of Business Venturing*, 25(3), σσ. 245–260.
- Bosma, N., van Praag, J. M., Thurik, R., & de Wit, G. (2004). The value of human and social capital investments for the business performance of startups. *Small Business Economics*, 23(3), σσ. 227–236.
- Bratkovic, T., Antoncic, B., & Ruzzier, M. (2009). Strategic utilization of entrepreneur's resource-based social capital and small firm growth. *Journal of Management & Organization*, 15(4), σσ. 486 - 499.
- Burt, R. (1992). *Structural holes: The social structure of competition*. Cambridge: Harvard University Press.
- Burt, R. (2000). The network structure of social capital. *Research in Organizational Behavior*(22), σσ. 345–423.
- Burt, R. (2007). Secondhand brokerage evidence on the importance of local structure for managers, bankers and analysts. *Academy of Management Journal*, 50(1), σσ. 119–148.
- Burt, R., Karen, C., & Lin, N. (2001). *Social capital theory and research*. New York: Aldine de Gruyter.
- Burt, S. (1997). The contingent value of social capital. *Administrative Science Quarterly*, 42(2), σσ. 339-365.
- Butticè, V., Colombo, M., & Wright, M. (2017). Serial Crowdfunding, Social Capital, and Project Success. *41(2)*, σσ. 183–207.
- Capelleras, J.-L., Greene, F. J., Kantis, H., & Rabetino, R. (2010). Venture creation speed and subsequent growth: Evidence from South America. *Journal of Small Business Management*, 48(3), σσ. 302–324.
- Casciaro, T., Gino, F., & Kouchaki, M. (2014). The contaminating effects of building instrumental ties. *Administrative Science Quarterly*, 59(4), σσ. 705–735.
- Castiglione, D., Van Deth, J., & Wolleb, G. (2008). *The handbook of social capital*. New York: Oxford University Press.
- Chen, M.-H., & Wang, M.-C. (2008). Social networks and a new venture's innovative capability: the role of trust within entrepreneurial teams. *R&D Management*, 38(3), σσ. 253–264.
- Coleman, J. S. (1988). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 94, σσ. 95–120.
- Colombo, M., Franzoni, C., & Rossi-Lamastra, C. (2015). Internal social capital and the attraction of early contributions in crowdfunding. *39(1)*, σσ. 75-100.

- Davidsson, P., & Honig, B. (2003). The role of social and human capital among nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, *18*(3), σσ. 301–331.
- De Carolis, D. M., & Saporito, P. (2006). Social capital, cognition, and entrepreneurial opportunities: A theoretical framework. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *30*(1), σσ. 41-56.
- De Carolis, D. M., Litzky, B. E., & Eddleston, K. A. (2009). Why networks enhance the progress of new venture creation: The influence of social capital and cogtition. *Entrepreneurship Theory and Practice*, *33*(2), σσ. 527–545.
- Debrulle, J., Maes, J., & Sels, L. (2014). Start-up absorptive capacity: Does the owner's human and social capital matter. *International Small Business Journal*, *32*(7), σσ. 777-801.
- Dhanaraj, C., & Parkhe, A. (2006). Orchestrating innovation networks. *Academy of Management Review*, *31*(3), σσ. 659–669.
- Dodd, S. D., & Patra, E. (2002). National differences in entrepreneurial networking. *Entrepreneurship & Regional Development*, *14*(2), σσ. 117–134.
- Dyer, J. H., Gregersen, H. B., & Christensen, C. (2008). Entrepreneur behaviors, opportunity recognition, and the origins of innovative ventures. *Strategic Entrepreneurship Journal*, *2*(4), σσ. 317–338.
- Easley, D., & Kleinberg, J. (2010). *Networks, crowds, and markets: Reasoning about a highly connected world*. New York: Cambridge University Press.
- Echols, A., & Tsai, W. (2005). Niche and performance the moderating role of network embeddedness. *Strategic Management Journal*, *26*(3), σσ. 219–238.
- Elfenbein, D. W., & Zenger, T. R. (2014). What is a relationship worth? Repeated exchange and the development and deployment of relational capital. *Organization Science*, *25*(1), σσ. 222–244.
- Elfring, T., & Hulsink, W. (2003). Networks in entrepreneurship: The case of high-technology firms. *Small Business Economics*, *21*(4), σσ. 409–422.
- Engel, Y., Kaandorp, M., & Elfring, T. (2017). Toward a dynamic process model of entrepreneurial networking under uncertainty. *Journal of Business Venturing*, *32*(1), σσ. 35–51.
- Eriksson, R., & Rataj, M. (2019). The geography of starts-ups in Sweden. The role of human capital, social capital and agglomeration. *Entrepreneurship & Regional Development*, *31*(9-10), σσ. 735-754.
- Fang, R., Chi, L., Chen, M., & Baron, R. A. (2015). Bringing political skill into social networks: Findings from a field study of entrepreneurs. *Journal of Management Studies*, *52*(2), σσ. 175-212.

- Galvão, A., Marques, C., Franco, M., & Mascarenhas, C. (2019). The role of start-up incubators in cooperation networks from the perspective of resource dependence and interlocking directorates. *Management Decision*, 57(10), σσ. 2816-2836.
- Gedajlovic, E., Honig, B., Moore, C. B., Payne, G. T., & Wright, M. (2013). Social capital and entrepreneurship: A schema and research agenda. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(3), σσ. 455–478.
- Gemmell, R. M., Boland, R. J., & Kolb, D. A. (2011). The socio-cognitive dynamics of entrepreneurial ideation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 5, σσ. 1053–1073.
- Gilson, L. L., & Goldberg, C. B. (2015). Editors' comment: So, what is a conceptual paper? *Group & Organization Management*, 40(2), σσ. 127 –130.
- Gordon, S. R. (2007). Interpersonal trust, vigilance and social networks roles in the process of entrepreneurial opportunity recognition. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 4(5), σσ. 564-585.
- Granovetter, M. (1973). The strength of weak ties. *American Journal of Sociology*, 78(6), σσ. 1360-1380.
- Granovetter, M. (1983). The strength of weak ties: A network theory revisited. *Sociological Theory*, 1, σσ. 201-233.
- Granovetter, M. (2017). *Society and economy: framework and principles*. Cambridge, Massachusetts: The Belknap Press of Harvard University Press.
- Greve, A., & Salaff, J. W. (2003). Social Networks and Entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28(1), σσ. 1-22.
- Grichnik, D., Brinckmann, J., Sing, . L., & Manigart, S. (2014). Beyond environmental scarcity: Human and social capital as driving forces of bootstrapping activities. *Journal of Business Venturing*, 29(2), σσ. 310–326.
- Hallam, C., Dorantes Dosamantes, C. A., & Zanella, G. (2018). Culture and social capital network effects on the survival and performance of high-tech micro and small firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(1), σσ. 81-106.
- Hallen, B. L., & Eisenhardt, K. (2012). Catalyzing strategies and efficient tie formation: How entrepreneurial firms obtain investment ties. *Academy of Management Journal*, 55(1), σσ. 35-70.
- Hanlon, D., & Saunders, C. (2007). Marshaling resources to form small new ventures: Toward a more holistic understanding of entrepreneurial support. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(4), σσ. 619–641.
- Halevy, N., Halali, E., & Zlatev, J. J. (2019). Brokerage and brokering: An integrative review and organizing framework for third party influence. *Academy of Management Annals*. 13(1), σσ. 215–239.

- Havnes, P.-A., & Senneseth, K. (2001). A panel study of firm growth among SMEs in networks. *Small Business Economics*, 16(4), σσ. 293-302.
- Hayter, C. S. (2016). Constraining entrepreneurial development: A knowledge-based view of social networks among academic entrepreneurs. *Research Policy*, 45(2), σσ. 475–490.
- Helena Chiu, Y.-T., & Lee, T.-L. (2012). Structural embeddedness and innovation performance: Capitalizing on social brokerage in high-tech clusters. *Innovation: Organization & Management*, 14(3), σσ. 337-348.
- Hernández-Carrión, C., Camarero-Izquierdo, C., & Gutiérrez-Cillán, J. (2017). Entrepreneurs' social capital and the economic performance of small businesses: The moderating role of competitive intensity and entrepreneurs' experience. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 11(1), σσ. 61-89.
- Heuven, J., & Groen, A. (2012). The role of social networks in financing technology-based ventures: An empirical exploration. *Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance*, 14(2-3), σσ. 131-149.
- Hite, J. M. (2005). Evolutionary processes and paths of relationally embedded network ties in emerging entrepreneurial firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(1), σσ. 113-144.
- Hite, J., & Hesterly, W. (2001). The evolution of firm networks from emergence to early growth of the firm. *Strategic Management Journal*, 22(3), σσ. 275-286.
- Hoang, H., & Antoncic, B. (2003). Network-based research in entrepreneurship: A critical review. *Journal of Business Venturing*, 18(2), σσ. 165–187.
- Honig, B., Lerner, M., & Raban, Y. (2006). Social capital and the linkages of high-tech companies to the military defense system: Is there a signaling mechanism? *Small Business Economics*, 27(4-5), σσ. 419–437.
- Hormiga, E., Batista-Canino, R. M., & Sánchez-Medina, A. (2011). The impact of relational capital on the success of new business start-ups. *Journal of Small Business Management*, 49(4), σσ. 617–638.
- Hsu, D. H. (2007). Experienced entrepreneurial founders, organizational capital, and venture capital funding. *Research Policy*, 36(5), σσ. 722–741.
- Huang, H.-C., Lai, M.-C., & Lo, K.-W. (2012). Do founders' own resources matter? The influence of business networks on start-up innovation and performance. *Technovation*, 32(5), σσ. 316–327.
- Hughes, M., Morgan, R., Ireland, R., & Hughes, P. (2014). Social capital and learning advantages: A problem of absorptive capacity. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 8(3), σσ. 214–233.

- Hung, H. (2006). Formation and survival of new ventures: A path from interpersonal to interorganizational networks. *International Small Business Journal*, 24(4), σσ. 359–378.
- Huynh, T. (2018). What makes external financial supporters engage in university spin-off seed investments entrepreneurs' capabilities or social networks. *International Journal of Innovation Management*, 23(2).
- Inge Jenssen, J., & Greve, A. (2002). Does the degree of redundancy in social networks influence the success of business start-ups? *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, 8(5), σσ. 254 - 267.
- Inkpen, A.C., & Tsang E. (2005). Social capital, networks, and knowledge transfer. *The Academy of Management Review*, 30(1), σσ 146-165.
- Jack, S. L. (2010). Approaches to studying networks: Implications and outcomes. *Journal of Business Venturing*, 25(1), σσ. 120–137.
- Jack, S. L., & Anderson, A. (2002). The effects of embeddedness on the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing*, 17(5), σσ. 467–487.
- Johannisson, B., & Mønsted, M. (1997). Contextualizing entrepreneurial networking. *International Studies of Management & Organization*, 27(3), σσ. 109–136.
- Jones, M. V., Coviello, N., & Tang, Y. K. (2011). International entrepreneurship research (1989–2009): A domain ontology and thematic analysis. *Journal of Business Venturing*, 26(6), σσ. 632–659.
- Jones, O., & Jayawarna, D. (2010). Resourcing new businesses social networks, bootstrapping and firm performance. *Venture Capital An International Journal of Entrepreneurial Finance*, 12(2), σσ. 127-152.
- Jonsson, S., & Lindbergh, J. (2011). The Development of Social Capital and Financing of Entrepreneurial Firms From Financial Bootstrapping to Bank Funding. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(4), σσ. 661-686.
- Kannadhasan, M., Charan, P., Singh, P., & Sivasankaran, N. (2018). Relationships among social capital, self-efficacy, and new venture creations. *Journal of Management Decision*, 56(1), σσ. 204-218.
- Klyver, K., Hunter, E., & Watne, T. (2012). Entrepreneurial ties and innovativeness in the start-up decision. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 13(3), σσ. 153–163.
- Koka, B. R., Madhavan, R., & Prescott, J. E. (2006). The evolution of interfirm networks environmental effects on patterns of network change. *Academy of Management Review*, 31(3), σσ. 721–737.
- Koniordos, S. M. (2008). Social capital contested. *International Review of Sociology*, 18(2), σσ. 317–337.

- Kraus, S., Breier, M., & Dasí-Rodríguez, S. (2020). The art of crafting a systematic literature review in entrepreneurship research. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 16(3), σσ. 1023–1042.
- Kreiser, P. M., Patel, P., & Fiet, J. (2013). The influence of changes in social capital on firm-founding activities. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(3), σσ. 539-567.
- Kwon, S.-W., & Adler, P. S. (2014). Social capital: Maturation of a field of research. *Academy of Management Review*, 39(4), σσ. 412–422.
- Kwon, S.-W., & Arenius, P. (2010). Nations of entrepreneurs: A social capital perspective. *Journal of Business Venturing*, 25(3), σσ. 315-330.
- Larson, A. (1992). Network dyads in entrepreneurial settings: A study of the governance of exchange relationships. *Administrative Science Quarterly*, 37(1), σσ. 76-104.
- Larson, A., & Starr, J. (1993). A network model of organization formation. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(2), σσ. 5–15.
- Lechner, C., & Dowling, M. (2003). Firm networks external relationships as sources for the growth and competitiveness of entrepreneurial firms. *Entrepreneurship & Regional Development*, 15(1), σσ. 1-26.
- Lechner, C., Dowling, M., & Welp, I. (2006). Firm networks and firm development: The role of the relational mix. *Journal of Business Venturing*, 21(4), σσ. 514-540.
- Lee, K., Pennings, J., & Lee, C. (2001). Internal capabilities, external networks, and performance a study of technology-based ventures. 22(6-7), σσ. 615–640.
- Leung, A., Zhang, J., Wong, P., & Foo, M. (2006). The use of networks in human resource acquisition for entrepreneurial firms: Multiple “fit” considerations. *Journal of Business Venturing*, 21(5).
- Li, H., & Zhang, Y. (2007). The role of managers’ political networking and functional experience in new venture performance Evidence from China’s transition economy. *Strategic Management Journal*, 28(8), σσ. 791–804.
- Li, Y., Wang, X., Huang, L., & Bai, X. (2013). How does entrepreneurs’ social capital hinder new business development: A relational embeddedness perspective. *Journal of Business Research*, 66(12), σσ. 2418-2424.
- Liao, J., & Welsch, H. (2003). Social capital and entrepreneurial growth aspiration a comparison of technology- and non-technology-based nascent entrepreneurs. *The Journal of High Technology Management Research*, 14(1), σσ. 149–170.
- Light, I., & Dana, L.-P. (2013). Boundaries of social capital in entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(3), σσ. 603-624.
- Lin, N. (2001). *Social capital: A theory of social structure and action*. Cambridge University Press.

- Linder, C., Lechner, C., & Pelzel, F. (2019). Many roads lead to Rome: How human, social, and financial capital are related to new venture survival. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 44(5), σσ. 909–932.
- Lundmark, E., Krzeminska, A., & Shepherd, D. A. (2019). Images of entrepreneurship: Exploring root metaphors and expanding upon them. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 43(1), σσ. 1–33.
- Ma, R., Huang, Y.-C., & Shenkar, O. (2011). Social networks and opportunity recognition: A cultural comparison between Taiwan and the United States. *Strategic Management Journal*, 32(11), σσ. 1183–1205.
- Maurer, I., & Ebers, M. (2006). Dynamics of social capital and their performance implications lessons from biotechnology start-ups. *Administrative Science Quarterly*, 51(2), σσ. 262-292.
- McKeever, E., Jack, S., & Anderson, A. (2015). Embedded entrepreneurship in the creative re-construction of place. *Journal of Business Venturing*, 30(1), σσ. 50-65.
- Michael, S. C. (2007). Transaction cost entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 22(3), σσ. 412–426.
- Michailova, S., & Worm, V. (2003). Personal networking in Russia and China: blat and guanxi. *European Management Journal*, 21(4), σσ. 509-519.
- Molina-Morales, F. X., & Martínez-Fernández, M. (2009). Too much love in the neighborhood can hurt: How an excess of intensity and trust in relationships may produce negative effects on firms. *Strategic Management Journal*, 30(9), σσ. 1013–1023.
- Mosey, S., & Wright, M. (2007). From human capital to social capital: A longitudinal study of technology-based academic entrepreneurs. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(6), σσ. 909-935.
- Nahapiet, J., & Ghoshal, J. (1998). Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), σσ. 242-266.
- Newbert, S. L., & Tornikoski, E. (2013). Resource acquisition in the emergence phase considering the effects of embeddedness and resource dependence. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 37(2), σσ. 249-280.
- Newbert, S. L., Tornikoski, E. T., & Quigley, N. R. (2013). Exploring the evolution of supporter networks in the creation of new organizations. *Journal of Business Venturing*, 28(2), σσ. 281–298.
- Obeng, B. A. (2019). Strategic networking and small firm growth in an emerging economy. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 26(1), σσ. 43-66.

- Omrane, A. (2015). Entrepreneurs' social capital and access to external resources the effects of social skills. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 24(3), σσ. 357-382.
- Ozdemir, S. Z., Moran, P., Zhong, X., & Bliemel, M. J. (2016). Reaching and acquiring valuable resources: The entrepreneur's use of brokerage, cohesion and embeddedness. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 40(1), σσ. 49-79.
- Ozgen, E., & Baron, R. (2007). Social sources of information in opportunity recognition: Effects of mentors, industry networks, and professional forums. *Journal of Business Venturing*, 22(2), σσ. 174-192.
- Packalen, K. A. (2007). Complementing capital: The role of status, demographic features, and social capital in founding teams' abilities to obtain resources. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(6), σσ. 873-891.
- Pawson, R. (2002). Evidence-based policy: In search of a method. *Evaluation*, 8(2), σσ. 157-181.
- Peng, M. W., & Luo, Y. (2000). Managerial ties and firm performance in a transition economy the nature of a micro-macro link. *Academy of Management Journal*, 43(3), σσ. 486-501.
- Petticrew, M., & Helen Roberts, R. (2006). *Systematic Reviews in the Social Sciences: A Practical Guide*. Blackwell Publishing.
- Phillips, N., Tracey, P., & Karra, N. (2013). Building entrepreneurial tie portfolios through strategic homophily: The role of narrative identity work in of narrative identity work in venture creation and early growth. *Journal of Business Venturing*, 28(1), σσ. 134-150.
- Pirollo, L., & Presutti, M. (2010). The impact of social capital on the start-ups' performance growth. *Journal of Small Business Management*, 48(2), σσ. 197-227.
- Popay, J., Roberts, H., Sowden, A., Petticrew, M., Arai, L., Rodgers, M., & Britten, N. (2006). *Guidance on the conduct of narrative synthesis in systematic reviews. A product from the ESRC methods programme*.
- Premaratne, S. P. (2001). Networks, resources, and small business growth: The experience in Sri Lanka. *Journal of Small Business Management*, 39(4), σσ. 363-371.
- Proprius, L. D. (2002). Types of innovation and inter-firm co-operation. *Entrepreneurship & Regional Development*, 14(4), σσ. 337-353.
- Provan, K. G., & Kenis, P. (2007). Modes of network governance: Structure, management, and effectiveness. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18(2), σσ. 229-252.

- Putnam, R. D. (1995). Tuning in, tuning out: The strange disappearance of social capital in America. *PS: Political Science and Politics*, 28(4), σσ. 664-683.
- R. Burt. (1997). The Contingent Value of Social Capital. *Administrative Science Quarterly*, 42(2), σσ. 339–365.
- Ramos-Rodríguez, A.-R., Medina-Garrido, J.-A., Lorenzo-Gómez, J.-D., & Ruiz-Navarro, J. (2010). What you know or who you know? The role of intellectual and social capital in opportunity recognition. *International Small Business Journal*, 28(6), σσ. 566–582.
- Rangan, S. (2000). The problem of search and deliberation in economic action: When social networks really matter. *Academy of Management Review*, 25(4), σσ. 813–828.
- Rehn, A., & Taalas, S. (2004). “Znakomstva I Svyazi” (Acquaintances and connections) –Blat, the Soviet Union, and mundane entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, 16(3), σσ. 235-250.
- Renzulli L. & Aldrich H. (2005) Who can you turn to? Tie activation within core business discussion networks. *Social Forces*, 84(1), σσ.323-341.
- Ripollés, M., & Blesa, A. (2005). Personal networks as fosterers of entrepreneurial orientation in new ventures. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 6(4), σσ. 239-248.
- Rooks, G., Klyver, K., & Sserwanga, A. (2014). The context of social capital: A comparison of rural and urban entrepreneurs in Uganda. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 40(1), σσ. 111–130.
- Rost, K. (2011). The strength of strong ties in the creation of innovation. *Research Policy*, 40(4), σσ. 588–604.
- Sandelowski, M., Docherty, S., & Emden, C. (1997). Qualitative metasynthesis: Issues and techniques. *Research in Nursing & Health*, 20(4), σσ. 365–371.
- Santarelli, E., & Tran, H. (2013). The interplay of human and social capital in shaping entrepreneurial performance the case of Vietnam. *Small Business Economics*, 40(2), σσ. 435-458.
- Sasovova, Z., Mehra, A., Borgatti, S. P., & Schippers, M. C. (2010). Network churn The effects of self-monitoring personality on brokerage dynamics. *Administrative Science Quarterly*, 55(4), σσ. 639–670.
- Seghers, A., Manigart, S., & Vanacker, T. (2012). The Impact of Human and Social Capital on Entrepreneurs’ Knowledge of Finance Alternatives. *Journal of Small Business Management*, 50(1), σσ. 63–86.
- Semrau, T., & Werner, A. (2012). The two sides of the story network investments and new venture creation. *Journal of Small Business Management*, 50(1), σσ. 159–180.

- Semrau, T., & Werner, A. (2013). How exactly do network relationships pay off? The effects of network size and relationship quality on access to start-up resources. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(3), σσ. 501-525.
- Sigmund, S., Semrau, T., & Wegner, D. (2013). Networking ability and the financial performance of new ventures: Moderating effects of venture size, institutional environment, and their interaction. *Journal of Small Business Management*, 53(1), σσ. 266–283.
- Slotte-Kock, S., & Coviello, N. (2010). Entrepreneurship research on network processes: A review and ways forward. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 34(1), σσ. 31-57.
- Smith, A. W., Moghaddam, K., & Lanivich, S. (2018). A set-theoretic investigation into the origins of creation and discovery opportunities. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 13(1), σσ. 75-92.
- Smith, C., Smith, J. B., & Shaw, E. (2017). Embracing digital networks: Entrepreneurs' social capital online. *Journal of Business Venturing*, 32(1), σσ. 18-34.
- Smith, D. (2009). Financial bootstrapping and social capital how technology-based start-ups fund innovation. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 10(2), σσ. 199-209.
- Smith, D. A., & Lohrke, F. T. (2008). Entrepreneurial network development: Trusting in the process. *Journal of Business Research*, 61(4), σσ. 315-322.
- Soetanto, D. P., & Jack, S. (2011). Networks and networking activities of innovative firms in incubators: An exploratory study. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 12(2), σσ. 127-136.
- Sousa, C., Fontes, M., & Videira, P. (2011). The role of entrepreneurs' social networks in the creation and early development of biotechnology companies. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 12(2), σσ. 227-244.
- Stam, W., & Elfring, T. (2008). Entrepreneurial orientation and new venture performance: The moderating role of intra- and extra-industry social capital. *Academy of Management Journal*, 51(1), σσ. 97–111.
- Stinchcombe, A. L. (1965). Social structure and organisations. Στο J. G. March (ed), *Handbook of Organizations*. Chicago: Rand McNally and Company.
- Stuart, T. E., Hoang, H., & Hybels, R. C. (1999). Interorganizational endorsements and the performance of entrepreneurial ventures. *Administrative Science Quarterly*, 44(2), σσ. 315-349.
- Su, Z., Xie, E., & Wang, D. (2013). Entrepreneurial orientation, managerial networking, and new venture performance in China. *Journal of Small Business Management*, 53(1), σσ. 228–248.

- Sullivan, D. M., & Ford, C. (2014). How entrepreneurs use networks to address changing resource requirements during early venture development. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(3), σσ. 551-574.
- Tan, J., Zhang, H., & Wang, L. (2014). Network closure or structural hole? The conditioning effects of network-level social capital on innovation performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(5), σσ. 1189-1212.
- Thompson, G. (2003). *Between hierarchies and markets: The logic and limits of network forms of organization*. London: Oxford University Press.
- Tocher, N., Oswald, S., & Hall, D. (2015). Proposing social resources as the fundamental catalyst toward opportunity creation. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 9(2), σσ. 119–135.
- Tranfield, D., Denyer, D., & Smart, P. (2003). Towards a methodology for developing evidence-informed management knowledge by means of systematic review. *British Journal of Management*, 14(3), σσ. 207–222.
- Tretiakov, A., Bensemann, J., Sanders, J., & Galloway, L. (2019). The perceived importance of externalities and the performance of smallowner-managed firms. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 20(3), σσ. 209-219.
- Tsai, W. (2001). Knowledge transfer in intraorganizational networks: Effects of network position and absorptive capacity on business unit innovation and performance. *Academy of Management Journal*, 44(5), σσ. 996-1004.
- Uzzi, B. (1997). Social structure and competition in interfirm networks: The paradox of embeddedness. *Administrative Science Quarterly*, 42(1), σσ. 35–67.
- Vissa, B., & Chacar, A. (2009). Leveraging ties the contingent value of entrepreneurial teams' external advice networks on Indian software venture performance. *Strategic Management Journal*, 30(11), σσ. 1179–1191.
- Vissa, B., & Chacar, A. S. (2009). Leveraging ties the contingent value of entrepreneurial teams' external advice networks on Indian software venture performance. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 30(11), σσ. 1179–1191.
- Walter, A., Auer, M., & Ritter, T. (2006). The impact of network capabilities and entrepreneurial orientation on university spin-off performance. *Journal of Business Venturing*, 21(4), σσ. 541–567.
- Wang, Y. (2016). Bringing the stages back in social network ties and start-up firms' access to venture capital in china. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 10(3), σσ. 300–317.
- Watson, J. (2007). Modeling the relationship between networking and firm performance. *Journal of Business Venturing*, 22(6), σσ. 852–874.
- Westlund, H., & Nilsson, E. (2005). Measuring enterprises' investments in social capital: A

- pilot study. *Regional Studies*, 39(8), σσ. 1079–1094.
- Whetten, D. A. (1989). What constitutes a theoretical contribution? *Academy of Management review*, 14(4), σσ. 490–495.
- Wu, L.-Y., Wang, C.-J., Chen, C.-P., & Pan, L.-Y. (2008). Internal resources, external network, and competitiveness during the growth stage: A study of taiwanese high-tech ventures. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(3), σσ. 529–549.
- Wuebker, R., Hampl, N., & Wüstenhagen, R. (2015). The strength of strong ties in an emerging industry: Experimental evidence of the effects of status hierarchies and personal ties in venture capitalist decision making. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 9(2), σσ. 167–187.
- Xiao, Z., & Tsui, A. (2007). When brokers may not work: The cultural contingency of social capital in chinese high-tech firms. *Administrative Science Quarterly*, 52(1), σσ. 1–31.
- Yeşil, S., & Doğan, I. (2019). Exploring the relationship between social capital, innovation capability and innovation. *Innovation, Organization & Management*, 21(4), σσ. 506–532.
- Yli-Renko, H., Autio, E., & Sapienza, H. (2001). Social capital, knowledge acquisition, and knowledge exploitation in young technology-based firms. *Strategic Management Journal*, 6-7, σσ. 587–613.
- Zahra, S. A., Yavuz, R. I., & Ucbasaran, D. (2006). How much do you trust me ? The dark side of relational trust in new business creation in established companies. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30(4), σσ. 541–559.
- Zhang, J., Souitaris, V., Soh, P., & Wong, P. (2008). A contingent model of network utilization in early financing of technology ventures. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 32(4), σσ. 593–613.
- Zhang, S. P., & Wong, P. (2010). Entrepreneurial resource acquisition through indirect ties: Compensatory effects of prior knowledge. *Journal of Management*, 36(2), σσ. 511–536.
- Zheng, C., Ahsan, M., & DeNoble, A. (2019). Entrepreneurial networking during early stages of opportunity exploitation: Agency of novice and and experienced new venture leaders. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 44(4), σσ. 671–699.
- Zott, C., & Huy, Q. (2007). How entrepreneurs use symbolic management to acquire resources. *Administrative Science Quarterly*, 52(1), σσ. 70–105.

ΠΑΡΑΡΤΗΜΑ

ΠΙΝΑΚΑΣ 2

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Stuart, Hoang & Hybels (1999)	ETHICS- CSR- MAN	4*	Administrative Science Quarterly	Θεωρία Διεπιχειρησιακών Δικτύων	Ποσοτική	ΗΠΑ	Βιοτεχνολογίας
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Μελετά την επίπτωση των διεπιχειρησιακών σχέσεων των νέων επιχειρήσεων στην απόκτηση πόρων για την ανάπτυξη και επιβίωσή τους							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Η ανάπτυξη και διατήρηση σχέσεων με σημαίνουσες εταιρείες, βοηθούν στην καλύτερη επίδοση και χρηματοδότηση των νέων επιχειρήσεων, με όχημα τη μεταφορά αξιοπιστίας από τις πρώτες προς τις τελευταίες							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Ahuja (2000)	ETHICS- CSR- MAN	4*	Administrative Science Quarterly	Θεωρία Διεπιχειρησιακών Δικτύων	Ποσοτική	ΗΠΑ, Ιαπωνία, Δυτική Ευρώπη	Χημικών
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Ερευνά την επίπτωση των σχέσεων μιας επιχείρησης στην καινοτομία που επιδεικνύει							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Οι άμεσες και έμμεσες σχέσεις εμφανίζουν θετική συσχέτιση με την καινοτομία, αλλά οι δομικές οπές (<i>structural holes</i>) μετά από ένα σημείο έχουν αρνητικό αντίκτυπο στην καινοτομική δραστηριότητα των επιχειρήσεων. Η ιδεατή δομή ενός διεπιχειρησιακού δικτύου εξαρτάται από την στόχευση που έχει η κάθε επιχείρηση							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Peng & Luo (2000)	ETHICS- CSR- MAN	4*	Academy of Management Journal	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	Κίνα	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Εξετάζει τις σχέσεις που αναπτύσσουν οι μάνατζερς των επιχειρήσεων λαμβάνοντας ως παράγοντα το θεσμικό και επιχειρηματικό καθεστώς της χώρα που δραστηριοποιούνται							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Ιδιαίτερο ρόλο διαδραματίζει το κοινωνικό πλαίσιο στο οποίο αναπτύσσονται οι σχέσεις και ιδιαίτερα σε μία χώρα όπως η Κίνα που θεωρείται υπό μετάβαση οικονομία με διαφορετικά χαρακτηριστικά από τις υπόλοιπες δυτικές χώρες, με συνέπεια οι σχέσεις με άλλους μάνατζερς από άλλες επιχειρήσεις και οι σχέσεις με κρατικούς αξιωματούχους να προκρίνονται ως επωφελείς στη μακρο-οργανωσιακή επίδοση							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Yli-Renko, Autio & Sapienza (2001)	STRAT	4*	Strategic Management Journal	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου & Θεωρία Γνώσης	Ποσοτική	Ηνωμένο Βασίλειο	Υψηλής Τεχνολογίας (high-tech)
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Αξιολογεί την επίδραση του κοινωνικού κεφαλαίου ως προς την απόκτηση γνώσης σχετικά με τη βέλτιστο χειρισμό των πελατών πράγμα το οποίο θα οδηγήσει σε ανταγωνιστικό πλεονέκτημα							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Οι κοινωνικές σχέσεις και αλληλεπιδράσεις έχουν θετικό αντίκτυπο στην απόκτηση γνώσης από τις επιχειρήσεις, ενώ η απόκτηση γνώσεων με τη σειρά της σχετίζεται με την καλύτερη αξιοποίησή της, όπως με τη δημιουργία νέων προϊόντων, νέων διαδικασιών, εξοικονόμησης κόστους, γεγονός το οποίο οδηγεί στην δημιουργία ανταγωνιστικού και αναπτυξιακού πλεονεκτήματος							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Lee, Lee & Pennings (2001)	STRAT	4*	Strategic Management Journal	Θεωρία Δικτύων (Network theory) & Θεωρία Εσωτερικών Ικανοτήτων	Ποσοτική	Νότια Κορέα	Υψηλής Τεχνολογίας (high-tech)
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Εξετάζει την επίδραση των εσωτερικών δυνατοτήτων (<i>internal capabilities</i>) και των εξωτερικών σχέσεων των επιχειρήσεων στη επιχειρηματική τους απόδοση							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Από όλες τις εξεταζόμενες σχέσεις, μόνο αυτές που σχετίζονται με τις εταιρείες επιχειρηματικών συμμετοχών (<i>venture capitals</i>) καθώς και τα διάφορα πιστωτικά ιδρύματα έχουν ουσιαστικό αντίκτυπο στην επίδοση των επιχειρήσεων							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Hite & Hesterly (2001)	STRAT	4*	Strategic Management Journal	Θεωρία Δικτύων (Network theory)	Εννοιολογικό	–	–
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Διερευνά την επίδραση των συνεκτικών δικτύων (<i>cohesive networks</i>) και των αραιών δικτύων (<i>sparse networks</i>) στην επίδοση των επιχειρήσεων							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Και τα δύο είδη σχέσεων είναι καθοριστικής σημασίας για την ανάπτυξη μιας επιχείρησης, λαμβάνοντας υπόψιν το στάδιο στο οποίο βρίσκεται, όπου καθορίζει και το ανάλογο μείγμα σχέσεων που βελτιστοποιεί το κάθε επιχειρηματικό εγχείρημα							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Tsai (2001)	ETHICS- CSR- MAN	4*	Academy of Management Journal	Δικτυακή θεωρία (Network theory) & Θεωρία Ικανότητας Αφομοίωσης	Ποσοτική	ΗΠΑ	Πετροχημικά & Τρόφιμα
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Αναδεικνύει την περίπτωση των επιχειρήσεων εκείνων που κατέχουν κεντρική θέση στο δίκτυο στο οποίο ανήκουν και αλληλοεπιδρούν με τις υπόλοιπες επιχειρήσεις και του ρόλου που διαδραματίζει το συγκεκριμένο στοιχείο στην ανάπτυξη περισσότερων καινοτομιών καθώς και στη βελτίωση των επιχειρησιακών αποτελεσμάτων							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Τα χαρακτηριστικά της ικανότητας των επιχειρήσεων να αφομοιώνουν τις γνώσεις που λαμβάνουν από το περίγυρό τους (<i>absorptive capacity</i>), σε συνδυασμό με το σημείο τοποθέτησης που καταλαμβάνουν στο δίκτυο τους (βλ. κεντρική θέση στο δίκτυο), επηρεάζουν θετικά τον βαθμό ροπής προς την καινοτομία και την επίδοση των συγκεκριμένων επιχειρήσεων							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Premaratne (2001)	ENT- SBM	3	Journal of Small Business Management	Θεωρία Δικτύων (Network theory)	Ποσοτική	Σρι Λάνκα	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Εξετάζει τη σχέση της ανάπτυξης δεσμών με την απόκτηση πόρων οι οποίοι θα συμβάλλουν στην καλύτερη οργανωσιακή επίδοση							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Οι διεπιχειρησιακές σχέσεις σχετίζονται θετικά με την απόκτηση πόρων, όπως χρήματα, πληροφορίες κ.α.							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Havnes & Senneseth (2001)	ENT-SBM	3	Small Business Economics	Θεωρία Δικτύων (Network theory)	Ποσοτική	8 Ευρωπαϊκές Χώρες	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Διερευνά την επίδραση της δικτύωσης στην επίδοση και ανάπτυξη των μικρών επιχειρήσεων							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Η δικτύωση επιφέρει θετικά αποτελέσματα στις μικρές επιχειρήσεις σε μακροχρόνιο επίπεδο και όχι τόσο σε βραχυπρόθεσμο και κυρίως συμβάλει στην ανάπτυξη στο γεωγραφικό επίπεδο αγοράς							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Jack & Anderson (2002)	ENT-SBM	4	Journal of Business Venturing	Θεωρία Δομοποίησης (Giddens)	Ποιοτική	Σκωτία (H.B.)	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Χρησιμοποιεί τη θεωρία της δομοποίησης (<i>structuration</i>), με σκοπό να αναδείξει ότι η επιχειρηματική διαδικασία είναι ενσωματωμένη στο ευρύτερο κοινωνικό-οικονομικό πλαίσιο καθώς επηρεάζεται άμεσα από αυτό							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Το στοιχείο της ένθεσης στις κοινωνικές δομές και σχέσεις δημιουργεί ένα πρόσφορο έδαφος για τη δημιουργία ευκαιριών και την βελτίωση της απόδοσης							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Propriis (2002)	ENT-SBM	3	Entrepreneurship & Regional Development	Θεωρία Δικτύων (Network theory)	Ποσοτική	Ηνωμένο Βασίλειο	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Εξετάζει το αντίκτυπο των διεπιχειρησιακών σχέσεων σε διάφορα είδη καινοτομίας μιας επιχείρησης							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Η ανάπτυξη διεπιχειρησιακών σχέσεων και της γενικότερης συνεργασίας μεταξύ των επιχειρήσεων επιφέρει καλύτερα αποτελέσματα στην ανάπτυξη καινοτομίας σε οργανωσιακό επίπεδο σε σχέση με την επένδυση σε δράσεις έρευνας και ανάπτυξης μόνο στο εσωτερικό επίπεδο							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Inge Jenssen & Greve (2002)	ENT-SBM	2	International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research	Θεωρία Δικτύων (Network theory)	Ποσοτική	Νορβηγία	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Μελετά το βαθμό που οι περιττές πληροφορίες από ένα αρκετά συνεκτικό δίκτυο επαφών επηρεάζουν την επιτυχία των νεοφυών επιχειρήσεων							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Ο αριθμός και η δυναμική των επαφών είναι πιο σημαντικοί παράγοντες από τη πλεονασμό (<i>redundancy</i>) των πληροφοριών διότι εξίσου οι ισχνές και οι ισχυρές επαφές αυξάνουν την πρόσβαση σε χρήσιμες για τον επιχειρηματία πληροφορίες							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Greve & Salaff (2003)	ENT-SBM	4	Entrepreneurship Theory and Practice	Θεωρία Δικτύων (Network theory) & Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	Ιταλία, Νορβηγία, Σουηδία, ΗΠΑ	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Περιγράφει τον τρόπο που οι νέοι επιχειρηματίες αναπτύσσουν τις κοινωνικές σχέσεις τους κατά τη διάρκεια τριών φάσεων της ανάπτυξης των επιχειρημάτων τους σε τέσσερις χώρες							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Οι επιχειρηματίες δομούν με διαφορετικό τρόπο τις κοινωνικές τους σχέσεις ανάλογα με το στάδιο ανάπτυξης στο οποίο βρίσκονται, καθώς παρατηρούνται διαφορές ως προς το αριθμό των επαφών και τον χρόνο που αφιερώνουν οι ίδιοι στη δικτύωσή τους, στο στάδιο του σχεδιασμού συνδιαλέγονται με τον μεγαλύτερο αριθμό επαφών, οι οικογενειακές σχέσεις εμφανίζονται σε όλες τις φάσεις, ενώ διαφαίνονται ομοιότητες πως προς την πρακτική της δικτύωσης και στις 4 χώρες που εξετάζονται							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Davidsson & Honig (2003)	ENT-SBM	4	Journal of Business Venturing	Θεωρία Ανθρώπινου & Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	Σουηδία	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Εξετάζει τη συμβολή του κοινωνικού και ανθρώπινου κεφαλαίου στη διαδικασία ανάπτυξης νέων επιχειρήσεων κατά την περίοδο 18 μηνών							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Εξίσου οι δυνατές και ισχνές σχέσεις ως κύριο χαρακτηριστικό του κοινωνικού κεφαλαίου ενός νέου επιχειρηματία φαίνονται να συμβάλλουν στην ανάπτυξη των εγχειρημάτων τους και στην εμφάνιση των πρώτων εσόδων							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Lechner & Dowling (2003)	ENT-SBM	3	Entrepreneurship & Regional Development	Θεωρία Δικτύων (Network theory)	Ποιοτική	Γερμανία	Υψηλής Τεχνολογίας (high-tech)
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Μελετά τα δίκτυα και τις σχέσεις που αναπτύσσουν οι επιχειρήσεις και το αντίκτυπο που έχουν αυτές στην ανάπτυξη και επίδοσή τους							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Κάθε αναπτυξιακή φάση μιας επιχείρησης χρειάζεται να εφαρμόζεται διαφορετικό μείγμα σχέσεων το οποίο να ανταποκρίνεται στις εκάστοτε ανάγκες							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Elfring & Hulsink (2003)	ENT- SBM	3	Small Business Economics	Θεωρία Δικτύων (Network theory)	Ποιοτική	Κάτω Χώρες	Υψηλής Τεχνολογίας (high-tech)
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Αναλύει την επίδραση των ισχνών και ισχυρών δεσμών που αναπτύσσουν οι επιχειρήσεις καθώς και ο βαθμός καινοτομίας που επιδεικνύουν στο κατά πόσο βοηθούν αυτοί οι παράγοντες στην επιτυχία και την επιβίωσή τους							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Ένα μείγμα ισχνών και ισχυρών δεσμών διακρίνεται ως το πιο κατάλληλο στις περιπτώσεις της ανακάλυψης νέων ευκαιριών και της απόκτησης αξιοπιστίας (<i>legitimacy</i>) καθώς και στην επίτευξη ριζικής καινοτομίας (<i>radical innovation</i>). Γενικότερα, οι ισχυροί δεσμοί αποτελούν τους σημαντικότερους δεσμούς για την απόκτηση κρίσιμων πόρων για τις επιχειρήσεις							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Liao & Welsch (2003)	INNOV	2	The Journal of High Technology Management Research	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	ΗΠΑ	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Αναλύει πως τα τρία σκέλη του κοινωνικού κεφαλαίου αλληλεπιδρούν μεταξύ τους και επηρεάζουν την ανάπτυξη συγκρίνοντας τεχνολογικές και μη επιχειρήσεις							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Επιβεβαιώνεται η θετική επίδραση του κοινωνικού κεφαλαίου στην οργανωσιακή ανάπτυξη καθώς παρέχει πρόσβαση σε πόρους							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Bosma, van Praag, Thurik & de Wit (2004)	ENT-SBM	3	Small Business Economics	Θεωρία Δικτύων (Network theory)	Ποσοτική	Κάτω Χώρες	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Αναλύει την επίδραση του ανθρώπινου και κοινωνικού κεφαλαίου στην επιχειρηματική επίδοση							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Οι παράγοντες του ανθρώπινου και κοινωνικού κεφαλαίου έχουν σημαντική και ουσιαστική επίδραση στην οργανωσιακή επίδοση, στα κέρδη και στην πρόσληψη νέου προσωπικού							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Hite (2005)	ENT-SBM	4	Entrepreneurship Theory and Practice	Θεωρία Δικτύων (Network theory) & Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	ΗΠΑ	Υψηλής Τεχνολογίας (high-tech)
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Μελετά τις σχέσεις που αναπτύσσουν οι νέοι επιχειρηματίες και στον τρόπο που αυτές επηρεάζουν την απόκτηση επιχειρηματικών πόρων, την εύρεση νέων ευκαιριών και την καλύτερη διαχείριση της επιχείρησης							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Οι κοινωνικές σχέσεις επηρεάζουν θετικά την οικονομική επίδοση των νέων επιχειρήσεων							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Echols & Tsai (2005)	STRAT	4*	Strategic Management Journal	Θεωρία Δικτύων (Network theory)	Ποσοτική	ΗΠΑ	Χρηματοοικονομικές υπηρεσίες
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Αναλύει τον ρόλο των διεπιχειρησιακών σχέσεων στη σχέση ανάμεσα στα εξειδικευμένα προϊόντα και διαδικασίες (<i>product and process niche</i>) και στην οργανωσιακή επίδοση							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Οι επιχειρήσεις που έχουν αναπτύξει ένα εκτεταμένο δίκτυο επαφών, το γεγονός αυτό συμβάλει θετικά στα ήδη εξειδικευμένα προϊόντα και υπηρεσίες που προσφέρουν σε σχέση με την επίδοσή τους							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Arenius & Clercq (2005)	ENT-SBM	3	Small Business Economics	Θεωρία Δικτύων (Network theory)	Ποσοτική	Βέλγιο & Φιλανδία	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Μελετά σε ποιο βαθμό το επίπεδο έδρασης (<i>embeddedness</i>) στα δίκτυα των επιχειρηματιών επηρεάζει τις αντιλήψεις τους για την αναγνώριση νέων ευκαιριών (<i>opportunity recognition</i>)							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Οι επιχειρηματίες που βρίσκονται εγκατεστημένοι σε μεγάλα αστικά κέντρα και έρχονται σε επαφή με μεγαλύτερο αριθμό ατόμων είναι πιθανότερο να ανακαλύψουν επιχειρηματικές ευκαιρίες, διότι σε αυτές περιοχές υπερισχύει το στοιχείο των ισχνών δεσμών (<i>weak ties</i>)							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Ripollés & Blesa (2005)	ENT-SBM	2	International Journal of Entrepreneurship and Innovation	Θεωρία Δικτύων (Network theory)	Ποσοτική	Ισπανία	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Αναδεικνύει την επίδραση των επιχειρηματικών σχέσεων στο λεγόμενο επιχειρηματικό προσανατολισμό (<i>entrepreneurial orientation</i>) και την παρεπόμενη επίδραση που έχουν αυτοί οι παράγοντες στην επίδοση των επιχειρήσεων							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Τα κοινωνικές σχέσεις που αναπτύσσει ένας επιχειρηματίας έχει άμεσο και έμμεσο αντίκτυπο στην επιχειρηματική επίδοση και συγκεκριμένα οι συνεκτικές – στενές σχέσεις διαφαίνονται ως οι πιο χρήσιμες							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Zahra, Yavuz & Ucbasaran (2006)	ENT-SBM	4	Entrepreneurship Theory and Practice	Θεωρία Δικτύων (Network theory)	Εννοιολογικό	–	–
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Ερευνά τον ρόλο της σχεσιακής εμπιστοσύνης στο σχηματισμό νέων επιχειρήσεων							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Η σχεσιακή εμπιστοσύνη εμφανίζει θετικά και αρνητικά αποτέλεσμα σε κάθε στάδιο της επιχειρηματικής ανάπτυξης							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
De Carolis & Saporito (2006)	ENT-SBM	4	Entrepreneurship Theory and Practice	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου & Γνωσιακή Θεωρία	Εννοιολογικό	–	–
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Προτείνει ένα μοντέλο όπου το κοινωνικό κεφάλαιο και τα νοητικά/γνωστικά χαρακτηριστικά επηρεάζουν την επιτυχή αξιοποίηση των επιχειρηματικών ευκαιριών							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Το στοιχείο της πρότερης επιχειρηματικής εμπειρίας χαρακτηρίζεται ως ουσιώδες στο δόμηση σχέσεων με το ευρύτερο περιβάλλον του ακαδημαϊκού επιχειρηματία							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Leung, Zhang, Wong & Foo (2006)	ENT-SBM	4	Journal of Business Venturing	Δικτυακή θεωρία (Network theory)	Ποιοτική	Σιγκαπούρη	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Ερευνά τη χρήση των δικτύων από τις επιχειρήσεις με σκοπό την εύρεση ανθρώπινου δυναμικού							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Από την ίδρυση μέχρι την περαιτέρω ανάπτυξη οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν διαφορετικό μείγμα σχέσεων από τις ισχνές (<i>weak ties</i>) προς τις ισχυρές (<i>strong ties</i>) σε μεταγενέστερο στάδιο για την ανεύρεση ταλέντων							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Lechner, Dowling & Welpe (2006)	ENT-SBM	4	Journal of Business Venturing	Δικτυακή θεωρία (Network theory)	Ποσοτική	Γερμανόφωνες χώρες	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Εξετάζει το σχεσιακό μείγμα (<i>relational mix</i>) και το αντίκτυπό του στη διαδικασία ανάπτυξης των νέων επιχειρήσεων.							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Συγκεκριμένοι τύποι δικτύων και σχέσεων έχουν περισσότερο βάρος κατά το στάδιο της οργανωσιακής ανάπτυξης. Συγκεκριμένα, τα δίκτυα φήμης, συνανταγωνισμού και πληροφόρησης μάρκετινγκ έχουν τον μεγαλύτερο αντίκτυπο ενώ τα δίκτυα τεχνολογικής συνεργασίας, καθώς και τα κοινωνικά δίκτυα έχουν αντίθετη σχέση.							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Maurer & Ebers (2006)	ETHICS-CSR-MAN	4*	Administrative Science Quarterly	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποιοτική	Γερμανία	Βιοτεχνολογίας
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Αναλύει το πως ο σχηματισμός, η διαχείριση και η εξέλιξη του κοινωνικού κεφαλαίου και των σχέσεων που αναπτύσσουν οι νέες επιχειρήσεις έχει αντίκτυπο στην επίδοσή τους							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Το αντίκτυπο στην επίδοση των επιχειρήσεων είναι θετικό στην περίπτωση το κοινωνικό τους κεφάλαιο μετασηματίζεται συνεχώς και αναπροσαρμόζεται στην εκάστοτε ανάγκες που ανακύπτουν, το αντίθετο συμβαίνει όταν το πλέγμα των σχέσεών τους παραμένει σταθερό							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Batjargal (2006)	ENT-SBM	3	Entrepreneurship & Regional Development	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	Σουηδία	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Αναδεικνύει τον ρόλο του κοινωνικού κεφαλαίου μαζί με αυτό του ανθρώπινου κεφαλαίου και της επιχειρηματικής κουλτούρας στην ανάπτυξη νέων επιχειρήσεων							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Το κοινωνικό κεφάλαιο σχετίζεται θετικά με τη δημιουργία και ανάπτυξη νέων επιχειρήσεων ειδικά σε περιοχές που βρίσκονται στην περιφέρεια							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Hung (2006)	ENT-SBM	3	International Small Business Journal	Θεωρία Δικτύων (Network theory) & Θεωρία των πόρων	Εννοιολογικό	–	–
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Προτείνει ένα μοντέλο όπου οι διαπροσωπικές και διεπιχειρησιακές σχέσεις συμβάλλουν στον σχηματισμό και την επιβίωση νέων επιχειρήσεων							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Καθώς αναπτύσσεται μια επιχείρηση οι σχέσεις που σχηματίζει μετεξελίσσονται από διαπροσωπικές σε διεπιχειρησιακές καθώς αυτό το στοιχείο συμβάλει στην επιβίωσή της							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Honig, Lerner & Raban (2006)	ENT-SBM	3	Small Business Economics	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου, Αναγνωρισιμότητας & Διάχυσης της Γνώσης	Ποσοτική	Ισραήλ	Αμυντική Βιομηχανία
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Εξετάζει το αντίκτυπο του κοινωνικού κεφαλαίου, της διάχυσης της γνώσης και της εταιρικής αναγνωρισιμότητας (<i>signaling</i>) στην απόκτηση οικονομικών πόρων για τις επιχειρήσεις							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Οι τρεις παράγοντες έχουν θετικό στην χρηματοδότηση και εν γένει επίδοση των επιχειρήσεων							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Mosey & Wright (2007)	ENT-SBM	4	Entrepreneurship Theory and Practice	Θεωρία Ανθρώπινου & Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποιοτική	Ηνωμένο Βασίλειο	Υψηλής Τεχνολογίας (high-tech)
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Αναπτύσσει θεωρία που βασίζεται στην εξάρτηση του κοινωνικού κεφαλαίου από τις ιδιότητες του ανθρώπινου κεφαλαίου σε δείγμα ακαδημαϊκών επιχειρηματιών							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Οι επιχειρηματίες με πρότερη επιχειρηματική εμπειρία εμφανίζουν μεγαλύτερο εύρος κοινωνικών σχέσεων και είναι περισσότερο αποδοτικοί στην ανάπτυξη σχέσεων							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Hanlon & Saunders (2007)	ENT-SBM	4	Entrepreneurship Theory and Practice	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου & Θεωρία των Πόρων	Ποιοτική	Καναδάς	Λιανική, Κατασκευές, Υπηρεσίες
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Αναδεικνύει τον ρόλο των υποστηρικτών των νέων επιχειρηματιών και τον τρόπο συμβάλλουν οι πρώτοι με τους πόρους στην επιτυχία των νέων εγχειρημάτων των τελευταίων							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Η αποτελεσματικότητα των πόρων που κατέχουν το δίκτυο των υποστηρικτών του κάθε επιχειρηματία εξαρτάται από τον συνδυασμό ποσότητας και ποιότητας των πόρων και την αποδοτικότητα σε σχέση με την αποτελεσματικότητα των "υποστηρικτών"							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Packalen (2007)	ENT-SBM	4	Entrepreneurship Theory and Practice	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου & Θεωρία των Πόρων	Εννοιολογικό	–	–
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Μελετά την αλληλεπίδραση της κλαδικής φήμης, των δημογραφικών χαρακτηριστικών και του κοινωνικού κεφαλαίου των ιδρυτικών ομάδων στην επίδραση που έχει ο συγκεκριμένος συνδυασμός στην απόκτηση πόρων							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Η ύπαρξη στις ιδρυτικές ομάδες ενός από τα τρία χαρακτηριστικά/ιδιότητες αντιπαρέρχεται την απουσία των άλλων δύο, με αποτέλεσμα να ενισχύεται η αξιοπιστία της επιχείρησης που ισοδυναμεί σε ευκολότερη πρόσβαση σε πόρους							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Watson (2007)	ENT-SBM	4	Journal of Business Venturing	Δικτυακή θεωρία (Network theory)	Ποσοτική	Αυστραλία	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Διερευνά τη σχέση μεταξύ της ανάπτυξης των δικτύων επαφών των επιχειρηματιών και της επίδοσης των επιχειρήσεών τους							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Υφίσταται θετική σχέση μεταξύ δικτύωσης και επιβίωσης μιας επιχείρησης και κατά ελάσσονα βαθμό της ανάπτυξής της. Επιπλέον, η επαναλαμβανόμενη τάση για δικτύωση έχει θετικό αντίκτυπο στην οργανωσιακή επιβίωση ενώ το εύρος των δικτύων με τις επαφές στην οργανωσιακή ανάπτυξη							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Ozgen & Baron (2007)	ENT-SBM	4	Journal of Business Venturing	Δικτυακή (Network theory) & Γνωσιακή Θεωρία Αυτόαποτελεσματικότητας	Ποσοτική	ΗΠΑ	Πληροφορικής
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Εξετάζει την επίδραση τριών πηγών πληροφόρησης (μέντορες, ανεπίσημες επαγγελματικές σχέσεις, συμμετοχή σε συνέδρια και φόρουμ) στην διαδικασία αναγνώρισης νέων επιχειρηματικών ευκαιριών							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Οι τρεις πηγές πληροφόρησης εμφάνισαν θετική σχέση με τη διαδικασία αναγνώρισης νέων ευκαιριών και συγκεκριμένα, οι μέντορες και τα φόρουμ επηρεάζονται από τα γνωσιακά σχήματα και τα ανεπίσημα επαγγελματικά δίκτυα επαφών από το στοιχείο της αυτό-αποτελεσματικότητας							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Zott & Huy (2007)	ETHICS- CSR- MAN	4*	Administrative Science Quarterly	Θεωρία Συμβολικού Μάνατζμεντ	Ποιοτική	Ηνωμένο Βασίλειο	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Μελετά τον τρόπο που οι νέες επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τον «συμβολικό μάνατζμεντ» για να αποκτήσουν τους αναγκαίους για αυτές πόρους, όπως για παράδειγμα η χρήση των σχέσεων και των ποιοτικών επαφών τους ως ένδειξη της αξιοπιστίας τους προς το περιβάλλον τους							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Η χρήση συμβολικού μάνατζμεντ από τους επιχειρηματίες συμβάλει στη δημιουργία αξιοπιστίας για τις επιχειρήσεις τους, με αποτέλεσμα και την ευκολότερη και καλύτερη απόκτηση πόρων							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Hsu (2007)	INNOV	4*	Research Policy	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	ΗΠΑ	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Διερευνά τον τρόπο αξιολόγησης που χρησιμοποιούν τα κεφάλαια επιχειρηματικών συμμετοχών (<i>venture capitals</i>) για τους επιχειρηματίες που επιθυμούν να χρηματοδοτήσουν							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Συμπεραίνει πως οι δεσμοί που αναπτύσσουν οι επιχειρηματίες με τις συγκεκριμένες χρηματοδοτικές εταιρείες έχουν θετικό αντίκτυπο στην επίδοση των επιχειρημάτων τους, αλλά και στην τελική αξιολόγηση από τις συγκεκριμένες εταιρείες							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Li & Zhang (2007)	STRAT	4*	Strategic Management Journal	Θεωρία Δικτύων (Network theory)	Ποσοτική	Κίνα	Υψηλής Τεχνολογίας (high-tech)
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Μελετά την επίδραση της δικτύωσης με πολιτικούς παράγοντες καθώς και της πρότερης εμπειρίας σε λειτουργικά θέματα ως παράγοντες επιτυχίας των επιχειρήσεων							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Η δικτύωση με πολιτικούς αξιωματούχους σε συνδυασμό με την πρότερη εμπειρία των μάνατζερς επέχουν θετικά αποτελέσματα στην επίδοση των νέων επιχειρήσεων							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Gordon (2007)	ENT-SBM	2	International Journal of Entrepreneurship and Small Business	Θεωρία Δικτύων (Network theory)	Ποσοτική	Αυστραλία	Υψηλής Τεχνολογίας (high-tech)
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Διερευνά τον ρόλο της εμπιστοσύνης, της εγγήγορσης και της ανάπτυξης επαφών στην αναγνώριση και αξιοποίηση επιχειρηματικών ευκαιριών							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Το εκτεταμένο δίκτυο επαφών η ανάπτυξη ισορροπημένης διαπροσωπικής εμπιστοσύνης έχουν υποστηρικτικό και θετικό ρόλο στην ανάπτυξη νέων επιχειρηματικών ευκαιριών							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Wu, Wang, Chen & Pan (2008)	ENT-SBM	4	Entrepreneurship Theory and Practice	Δικτυακή Θεωρία (Network theory), Θεωρία των Πόρων	Ποσοτική	Ταϊβάν	Υψηλής Τεχνολογίας (high-tech)
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Ασχολείται με τον αντίκτυπο που έχουν οι πόροι και τα δίκτυα επαφών μιας επιχείρησης στην ανταγωνιστικότητα και ανάπτυξη της							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Η ανταγωνιστικότητα των επιχειρήσεων καθορίζεται από τους πόρους που κατέχουν οι ίδιες κατά το στάδιο ανάπτυξής τους, καθώς και τον βαθμό εμπιστοσύνης που έχουν αναπτύξει με το δίκτυο επαφών – επιχειρήσεων που διατηρούν							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Zhang, Souitaris, Soh & Wong (2008)	ENT-SBM	4	Entrepreneurship Theory and Practice	Θεωρία Ανθρώπινου & Κοινωνικού Κεφαλαίου, Δεξιότητων & Πόρων	Ποιοτική	Κίνα (Πεκίνο) & Σιγκαπούρη	Υψηλής Τεχνολογίας (high-tech)
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Εξετάζει τον ρόλο του ανθρώπινου κεφαλαίου και των κοινωνικών δεξιοτήτων των επιχειρηματιών στη σωστή αξιοποίηση του κοινωνικού τους κεφαλαίου και δικτύου επαφών, οι οποίες επηρεάζουν την απόκτηση πόρων							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Η επαγγελματική φήμη και η πρότερη εμπειρία συμβάλουν στη σωστή αξιοποίηση του δικτύου επαφών ενός επιχειρηματία από όπου δυνητικά θα λάβει τις αναγκαίους οικονομικούς πόρους για την ανάπτυξη των εγχειρημάτων του							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Dyer, Gregersen & Christensen (2008)	ENT-SBM	4	Strategic Entrepreneurship Journal	Δικτυακή θεωρία (Network theory) & Γνωσιακή Θεωρία	Ποιοτική	ΗΠΑ	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Μελετά τις διαφορές μεταξύ των καινοτόμων επιχειρηματιών και των στελεχών επιχειρήσεων στο κομμάτι της ανάπτυξης καινοτόμων ιδεών, συγκρίνοντας τα γνωστικά τους χαρακτηριστικά και την ικανότητά τους για κοινωνική δικτύωση							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Η γένεση νέων καινοτόμων επιχειρηματικών ιδεών εδράζεται στα συμπεριφορικά χαρακτηριστικά των επιχειρηματιών, όπως για παράδειγμα τα γνωστικά τους χαρακτηριστικά και η τάση τους για κοινωνικοποίηση της ιδέας τους							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Stam & Elfring (2008)	ETHICS-CSR-MAN	4*	Academy of Management Journal	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	Κάτω Χώρες	Υψηλής Τεχνολογίας (high-tech)
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Ερευνά την επίδραση των ενδοκλαδικών και διακλαδικών σχέσεων που αναπτύσσει η ιδρυτική ομάδα μιας εταιρείας στη σχέση μεταξύ του επιχειρηματικού προσανατολισμού (<i>entrepreneurial orientation</i>) και της επιχειρησιακής επίδοσης							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Οι επιχειρήσεις που καταλαμβάνουν κεντρική θέση στο δίκτυό τους σε συνδυασμό με διατήρηση επαφών πέρα από το δίκτυό τους (εξωκλαδικά) (<i>bridging ties</i>) εμφανίζουν καλύτερες επιδόσεις σε σχέση με τις επιχειρήσεις που κατείχαν κεντρική θέση στο δίκτυό τους αλλά δεν είχαν αναπτύξει έναν εξωστρεφή κύκλο επαφών με συνέπεια να το στοιχείο της κεντρικότητας (<i>centrality</i>) να τις οδηγεί σε εσωστρέφεια							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Smith & Lohrke (2008)	ETHICS- CSR- MAN	3	Journal of Business Research	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Εννοιολογικό	–	–
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Εξετάζει τον παράγοντα της εμπιστοσύνης στην ανάπτυξη του δικτύου επαφών των επιχειρήσεων, από όπου θα δημιουργηθεί το κοινωνικό κεφάλαιο της επιχείρησης το οποίο συμβάλλει στην επίδοσή της							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Προτείνει πως αναλόγως του σταδίου ανάπτυξης στο οποίο βρίσκεται η επιχείρηση θα επηρεάσει και το βαθμό που η ίδια θα χρησιμοποιήσει το δίκτυο επαφών της							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Chen & Wang (2008)	INNOV	3	R and D Management	Θεωρία Δικτύων (Network theory)	Ποσοτική	Ταϊβάν	Υψηλής Τεχνολογίας (high-tech)
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Αναλύει την επίδραση των κοινωνικών σχέσεων και της εμπιστοσύνης στη καινοτομική ικανότητα νέων επιχειρήσεων							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Οι εσωτερικές και εξωτερικές σχέσεις της ομάδας ιδρυτών των νέων επιχειρήσεων έχει θετικό αντίκτυπο στην καινοτομική ικανότητα τους							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
De Carolis, Litzky & Eddleston (2009)	ENT-SBM	4	Entrepreneurship Theory and Practice	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου & Κοινωνικογνωστικών Χαρακτηριστικών	Ποσοτική	ΗΠΑ	–
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Ερευνά τη διάδραση μεταξύ κοινωνικού κεφαλαίου και γνωσιακών χαρακτηριστικών των επιχειρηματιών και στο τρόπο που αυτά επιταχύνουν τη δημιουργία νέων επιχειρήσεων							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Οι κοινωνικές σχέσεις και το σχεσιακό κεφάλαιο επηρεάζουν διάφορες γνωστικές λειτουργίες, όπως την τάση για ρίσκο και την ψευδαίσθηση του ελέγχου, πράγμα το οποίο έχει επιπτώσεις στην έναρξη νέων εγχειρημάτων							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Walter, Auer & Ritter (2009)	ENT-SBM	4	Journal of Business Venturing	Δικτυακή θεωρία (Network theory)	Ποσοτική	–	Υψηλής Τεχνολογίας (high-tech)
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Ερευνά την ανάπτυξη των διεπιχειρησιακών σχέσεων των πανεπιστημιακών εταιριών (<i>spin outs</i>) και το αντίκτυπο τους στην οργανωσιακή επίδοση							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Η δυνατότητα δικτύωσης (<i>network capabilities</i>) έχει θετικό αντίκτυπο στην οργανωσιακή επίδοση							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Zhang, Soh & Wong (2009)	ETHICS- CSR- MAN	4*	Journal of Management	Θεωρία Δικτύων (Network theory) & Θεωρία Πόρων	Ποσοτική	Σιγκαπούρη & Κίνα	Υψηλής Τεχνολογίας (high-tech)
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Εξετάζει τον ρόλο των έμμεσων επαφών μεταξύ ενός επιχειρηματία και ενός δρώντα ο οποίος κατέχει πόρους χρήσιμους για την οργανωσιακή ανάπτυξη με την ταυτόχρονη μεσολάβηση ενός τρίτου στη σχέση αυτή							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Η πρότερη γνώση των δρώντων που κατέχουν τους πόρους αποτελεί καθοριστικής σημασίας για την επιτυχή ανάπτυξη έμμεσων σχέσεων με αυτούς και αποκόμιση πόρων							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Vissa & Chacar (2009)	STRAT	4*	Strategic Management Journal	Θεωρία Δικτύων (Network theory)	Ποσοτική	Ινδία	Υψηλής Τεχνολογίας (high-tech)
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Ερευνά το κοινωνικό κεφάλαιο των επιχειρηματικών ομάδων και το αντίκτυπο που έχει στην οργανωσιακή επίδοση							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Οι επιχειρήσεις εκείνες των οποίων οι ομάδες είναι αρκετά συνεκτικές στο εσωτερικό τους και επεκτείνουν τα δίκτυα επαφών τους, καλύπτοντας τις λεγόμενες δομικές σπές στα δίκτυα από όπου λαμβάνουν συμβουλές, εμφανίζουν καλύτερη επίδοση.							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Molina-Morales & Martínez-Fernández (2009)	STRAT	4*	Strategic Management Journal	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	Ισπανία	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Εξετάζει την επίδραση των κοινωνικών σχέσεων στο βαθμό καινοτομίας των επιχειρήσεων							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Η θετική επίδραση του κοινωνικού κεφαλαίου και της εμπιστοσύνης μετά από κάποιο σημείο ελαττώνεται και δημιουργεί αρνητικές συνέπειες, δημιουργώντας μία αντεστραμμένη κυρτή καμπύλη <i>U-shaped</i>							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Smith (2009)	ENT-SBM	2	International Journal of Entrepreneurship and Innovation	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποιοτική	Ηνωμένο Βασίλειο	Κλάδος Τεχνολογίας
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Μελετά τον τρόπο που οι νεοφυείς επιχειρήσεις χρηματοδοτούν την καινοτομία στο εσωτερικό τους χρησιμοποιώντας το κοινωνικό τους κεφάλαιο							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Οι προσωπικές σχέσεις έχουν αντίκτυπο στην απόκτηση μιας σειράς από πόρους και κυρίως χρηματοοικονομικούς πόρους							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Bratkovic, Antoncic & Ruzzier (2009)	ETHICS- CSR- MAN	2	Journal of Management & Organization	Θεωρία Δικτύων (Network theory) & Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	Σλοβενία	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Αναπτύσσει ένα μοντέλο όπου οι κοινωνικές σχέσεις των επιχειρηματιών εξασφαλίζουν πρόσβαση σε πόρους που έχουν αντίκτυπο στην οργανωσιακή επίδοση							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Οι ισχνές επαφές εμφανίζουν καλύτερο αντίκτυπο για την ανάπτυξη μιας επιχείρησης και όχι οι φιλικό δεσμοί που διακρίνονται από τον ισχυρό και στενό – επαναλαμβανόμενο χαρακτήρα της σχέσης							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Aarstad, Haugland & Greve (2010)	ENT- SBM	4	Entrepreneurship Theory and Practice	Δικτυακή θεωρία (Network theory) & Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	Νορβηγία	Υδροηλεκτρικής Ενέργειας
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Αναδεικνύει την περίπτωση της ασυμμετρίας στο κοινωνικό κεφάλαιο μεταξύ δυο επιχειρηματιών και το αντίκτυπο που έχει αυτό το γεγονός στην δημιουργία αξίας και επιτυχίας για τα εγχειρήματα στα οποία επιδίδονται							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Η έλλειψη κοινωνικού κεφαλαίου από τους επιχειρηματίες μπορεί να αναπληρωθεί από την ανάπτυξη συνεκτικών/στενών σχέσεων με δρώντες οι οποίοι διαθέτουν ένα ισχυρό και πλούσιο κοινωνικό κεφάλαιο, είτε να «μμηθούν» της πρακτικές δικτύωσης των τελευταίων							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Kwon & Arenius (2010)	ENT-SBM	4	Journal of Business Venturing	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	36 χώρες	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Αναδεικνύει την επίδραση του κοινωνικού κεφαλαίου στην γένεση νέων επιχειρηματικών ευκαιριών και στην ανάπτυξη των ισχνών των σχέσεων των επιχειρηματιών χρησιμοποιώντας και συγκρίνοντας το στοιχείο της "εμπιστοσύνης" με βάση την εθνική κουλτούρα							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Οι κάτοικοι των χωρών με εντονότερο το στοιχείο της "γενικευμένης εμπιστοσύνης" και της συμμετοχής σε επίσημους οργανισμούς, επομένως και εντονότερο στο στοιχείο του κοινωνικού κεφαλαίου, έχουν μεγαλύτερες πιθανότητες να διακρίνουν νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες, καθώς και οι κάτοικοι αυτών των χωρών είναι πιθανότερο να επενδύσουν σε κάποιον νέο επιχειρηματία με τον οποίον διατηρούσαν μακρινή – ισχνή σχέση							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Bhagavatula, Elfring, van Tilburg & van de Bunt (2010)	ENT-SBM	4	Journal of Business Venturing	Θεωρία Ανθρώπινου & Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποιοτική	Ινδία	Υφαντουργίας
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Ερευνά τον τρόπο που κοινωνικό και ανθρώπινο κεφάλαιο επηρεάζει τους νέους επιχειρηματίες στην ικανότητά τους να αναγνωρίζουν τις νέες ευκαιρίες και να ενεργοποιούν τους διαθέσιμους πόρους από το κοινωνικό τους περιβάλλον							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Ο αριθμός των δομικών οπών (κενών) στο δίκτυο επαφών ενός επιχειρηματία έχει θετικό αντίκτυπο στην αναγνώριση νέων ευκαιριών, αλλά αρνητικό στην απόκτηση πόρων. Χρειάζεται επομένως ένα δίκτυο εξίσου από ισχνές αλλά και δυνατές – κοντινές σχέσεις με σκοπό να καλύπτονται με επιτυχία τα προαναφερθέντα χαρακτηριστικά της επιχειρηματικής διαδικασίας							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Batjargal (2010)	ENT-SBM	4	Strategic Entrepreneurship Journal	Δικτυακή θεωρία (Network theory) & Θεωρία των θεσμών (Institutional Theory)	Ποσοτική	Ρωσία, Κίνα	Υψηλής Τεχνολογίας (high-tech)
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Εξετάζει την επίδραση των δομικών οπών στην ανάπτυξη νέων προϊόντων και επίτευξης κερδών σε τεχνολογικές επιχειρήσεις που εδρεύουν στη Ρωσία και την Κίνα							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Η επίδραση των δομικών οπών σχετίζεται άρρηκτα με το θεσμικό πλαίσιο της χώρας όπου λαμβάνει χώρα η επιχειρηματική δραστηριότητα και συγκεκριμένα διαφαίνεται ότι στη Ρωσία οι δομικές οπές στις κοινωνικές σχέσεις έχουν θετικότερο αντίκτυπο σε σχέση με την Κίνα							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Ramos-Rodríguez, Medina-Garrido, Lorenzo-Gómez, & Ruiz-Navarro (2010)	ENT-SBM	3	International Small Business Journal	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	Ισπανία	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Διερευνά τον τρόπο και τους μηχανισμούς που οι επιχειρηματίες αποκτούν οι γνώσεις για το πεδίο δραστηριοποίησής τους και στο κατά πόσο σε αυτή την διαδικασία συντελεί στην αναγνώριση νέων ευκαιριών κάνοντας χρήση των κοινωνικών τους σχέσεων							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Το κοινωνικό κεφάλαιο αποτελεί σημαντικό παράγοντα στην πρόσβαση των επιχειρηματιών σε εξωτερική γνώση που σχετίζεται με νέες επιχειρηματικές ευκαιρίες							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Pirollo & Presutti (2010)	ENT-SBM	3	Journal of Small Business Management	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	Ιταλία	Υψηλής Τεχνολογίας (high-tech)
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Αναλύει την ανάπτυξη ισχυρών και ισχνών δεσμών μεταξύ μίας νεοφυούς επιχείρησης και των πελατών και το αντίκτυπο της σχέσης αυτής στη οργανωσιακή επίδοση και τη καινοτομία							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Διάφορα μοτίβα ανάπτυξης σχέσεων εμφανίζονται ως τα ιδανικά για την ανάπτυξη των επιχειρήσεων αναλόγως του σταδίου στο οποίο βρίσκεται η εκάστοτε επιχείρηση, ενώ για την επίδοση στον τομέα της καινοτομίας οι ισχνές σχέσεις μόνο διαφαίνονται ως οι πιο αποτελεσματικές							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Capelleras, Greene, Kantis & Rabetino (2010)	ENT-SBM	3	Journal of Small Business Management	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	Αργεντινή, Βραζιλία, Περού & Χιλή	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Μελετά τους παράγοντες που επιδρούν στην ταχύτητα δημιουργίας μιας νέας επιχείρησης και στο παρεπόμενο ρυθμό ανάπτυξής της							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Οι νέοι επιχειρηματίες χρησιμοποιούν το ανθρώπινο και κοινωνικό κεφάλαιο για την επίτευξη γρηγορότερης ανάπτυξης των εγχειρημάτων τους							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Newbert & Tornikoski (2010)	ENT-SBM	3	Small Business Economics	Θεωρία Δικτύων (Network theory)	Ποσοτική	ΗΠΑ	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Μελετά τις άμεσες επιπτώσεις που έχουν τα διακρινόμενα χαρακτηριστικά των εκάστοτε επαφών που σχηματίζουν τα δίκτυα των νέων επιχειρηματιών στην οργανωσιακή ανάπτυξη							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Το σχεσιακό σκέλος, το περιεχόμενο και η ανάπτυξη του δικτύου των επαφών έχουν αντίκτυπο στην οργανωσιακή ανάπτυξη							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Jones & Jayawarna (2010)	ENT-SBM	2	Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	Ηνωμένο Βασίλειο	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Διερευνά τον τρόπο που το κοινωνικό κεφάλαιο βοηθά τις επιχειρήσεις να εξασφαλίσουν χρηματοοικονομικούς πόρους							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Το κοινωνικό κεφάλαιο το οποίο σχηματίζεται από τις ισχνές και ισχυρές σχέσεις που αναπτύσσουν οι ιδρυτές των νεοφυών επιχειρήσεων συμβάλλει στην απόκτηση χρηματοδοτικών πόρων							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Anderson, Dodd & Jack (2010)	ETHICS- CSR- MAN	3	Scandinavian Journal of Management	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποιοτική	Ηνωμένο Βασίλειο	Κατασκευαστικός
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Μελετά τις πρακτικές της δικτύωσης και τη σχέση τους με την επιχειρηματική ανάπτυξη							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Η οργανωσιακή ανάπτυξη επηρεάζεται και συν-δημιουργείται από τη στρατηγική διαχείριση των σχέσεων που αναπτύσσουν οι επιχειρήσεις							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Jonsson & Lindbergh (2011)	ENT- SBM	4	Entrepreneurship Theory and Practice	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποιοτική	Σουηδία	Βιομηχανία Μόδας
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Μελετά τον τρόπο που οι επιχειρηματίες αναπτύσσουν το κοινωνικό τους κεφάλαιο για να ανταποκριθούν στις ανάγκες χρηματοδότησης των επιχειρήσεών τους από το ευρύτερο περιβάλλον τους, όταν ίδιοι πόροι τους έχουν καταστεί μη επαρκείς για το εγχείρημά τους							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Οι επιχειρηματίες αναπτύσσουν το δομικό στοιχείο των κοινωνικών σχέσεών τους, δηλαδή αναπτύσσουν νέες επαφές με εστίαση στη λειτουργικότητά τους και όχι σε άλλα χαρακτηριστικά, όπως τα δημογραφικά και τα ψυχογραφικά στοιχεία, αποσκοπώντας στην απευθείας χρηματοδότηση από αυτές τις επαφές. Απεναντίας, όταν αναζητούν απλώς πληροφορίες για χρηματοδότηση στηρίζονται στις ήδη υπάρχουσες επαφές, ενισχύοντας το σχεσιακό και γνωστικό στοιχείο με αυτές							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Gemmell, Boland & Kolb (2011)	ENT-SBM	4	Entrepreneurship Theory and Practice	Θεωρία Επιχειρηματικού Ιδεασμού & Πειραματική Μαθησιακή Θεωρία	Ποιοτική	ΗΠΑ	Υψηλής Τεχνολογίας (high-tech)
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Αναλύει την κοινωνικο-γνωσιακή διαδικασία γέννησης νέων και δημιουργικών ιδεών από τους τεχνολογικούς επιχειρηματίες με σκοπό την ανάπτυξη νέων προϊόντων και υπηρεσιών							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Η κοινωνικο-γνωσιακή διαδικασία η οποία περιλαμβάνει έντονα το στοιχείο της κοινωνικής συνδιαλλαγής μεταξύ των ισχυρών δεσμών (<i>strong ties</i>) του επιχειρηματία με άτομα του στενού περιβάλλοντός του, με τους οποίους μοιράζεται κοινά γνωστικά χαρακτηριστικά, έχει ως αποτέλεσμα τη γέννηση νέων ιδεών για την περαιτέρω επιχειρηματική τους ανάπτυξη							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Rost (2011)	INNOV	4*	Research Policy	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	Γερμανία	Αυτοκινητοβιομηχανία
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Μελετά τον καταλληλότερο τύπο κοινωνικού κεφαλαίου (ανάπτυξη δομικών οπών ή κλειστότητα) που συνδέεται με την καινοτομία που δημιουργούν οι βιομηχανικοί εφευρέτες							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Για την επίτευξη καινοτομίας τόσο οι δομικές οπές όσο και η κλειστότητα και οι ισχυρές σχέσεις λειτουργούν συμπληρωματικά η μία πρακτική με την άλλη, καθώς χρειάζονται και οι δύο τρόποι δικτύωσης για να επέλθουν τα ανάλογα αποτελέσματα							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Ma, Huang & Shenkar (2011)	STRAT	4*	Strategic Management Journal	Θεωρία Δικτύων (Network theory)	Ποσοτική	ΗΠΑ & Ταιβάν	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Διερευνά τη σχέση μεταξύ των κοινωνικών σχέσεων και της αναγνώρισης νέων ευκαιριών (<i>opportunity recognition</i>) σε οργανωσιακό επίπεδο, λαμβάνοντας υπόψιν το πολιτισμικό πλαίσιο							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Το πολιτισμικό πλαίσιο ΗΠΑ - Ταιβάν (ατομικιστικό και κολεκτιβιστικό) επιφέρει διαφορετικά έως και αντιθετικά αποτελέσματα όσον αφορά τη δυναμική των σχέσεων, τις δομικές σπές με την αναγνώριση νέων ευκαιριών							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Hormiga, Batista-Canino & Sánchez-Medina (2011)	ENT-SBM	3	Journal of Small Business Management	Θεωρία Δικτύων (Network theory)	Ποσοτική	Ισπανία & Πορτογαλία	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Αναδεικνύει το αντίκτυπο των σχέσεων των νεοφυών επιχειρήσεων στη επιτυχή αρχική τους ανάπτυξη							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Οι προσωπικές επαφές ενός επιχειρηματία σχετίζονται θετικά με την επιτυχημένη επίδοση της επιχείρησής του							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Soetanto & Jack (2011)	ENT-SBM	2	International Journal of Entrepreneurship and Innovation	Θεωρία Δικτύων (Network theory)	Ποσοτική	Ηνωμένο Βασίλειο	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Ερευνά την επίπτωση των σχέσεων που αναπτύσσουν οι νεοφυείς επιχειρήσεις μέσα σε θερμοκοιτίδες επιχειρηματικότητας εξαιτίας της έλλειψης πόρων που αντιμετωπίζουν με σκοπό να αναπτύξουν τις καινοτομίες τους							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Οι μικρές επιχειρήσεις τείνουν να σχηματίζουν σχέσεις με ιδίου μεγέθους επιχειρήσεις και όχι μεγαλύτερες, ενώ οι σχέσεις που σχηματίζουν διαφαίνονται ως καθοριστικοί για το βαθμό καινοτομίας που επιδεικνύουν και τη γενικότερη επίδοσή τους							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Sousa, Fontes & Videira (2011)	ENT-SBM	2	International Journal of Entrepreneurship and Small Business	Θεωρία Δικτύων (Network theory)	Ποιοτική	Πορτογαλία	Βιοτεχνολογίας
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Μελετά την επίδραση του δικτύου επαφών των επιχειρηματιών στην πρόσβαση και αξιοποίηση πόρων για τις επιχειρήσεις τους							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Διαφορετικοί τύποι δόμησης και σχηματισμού δικτύων επαφών έχει ως αποτέλεσμα την απόκτηση διαφορετικών πόρων χρήσιμων για την ίδρυση και ανάπτυξη επιχειρήσεων							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Vissa & Bhagavatula (2012)	ENT-SBM	4	Strategic Entrepreneurship Journal	Θεωρία Δικτύων (Network theory) & Θεωρία Επιχειρηματικής Δράσης/Αυτοβούλησης	Ποσοτική	Ινδία	Υψηλής Τεχνολογίας (high-tech)
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Ερευνά τη σχέση μεταξύ των διαφόρων στυλ δικτύωσης που εφαρμόζουν οι νέοι επιχειρηματίες και της συντελούμενης αλλαγής που υφίστανται τα δίκτυα επαφών τους με την εισαγωγή νέων επαφών σε αυτά κατά τη διάρκεια ανάπτυξης των εγχειρημάτων τους							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Οι επιχειρηματίες που αφιερώνουν περισσότερο χρόνο για να γνωρίσουν καλύτερα τις νέες επαφές τους ή συνδυάζουν τις επαγγελματικές με τις προσωπικές τους σχέσεις, αντιμετωπίζουν λιγότερες αλλαγές στη δομή του δικτύου επαφών τους. Απεναντίας, οι επιχειρηματίες των οποίων η πρακτική της δικτύωσης χαρακτηρίζεται από μεγάλο βαθμό διάδρασης, τότε παρατηρείται μεγαλύτερη εναλλαγή στο δίκτυό τους							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Semrau & Werner (2012)	ENT-SBM	3	Journal of Small Business Management	Θεωρία Δικτύων (Network theory)	Ποσοτική	Γερμανία	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Μελετά τις επενδύσεις που κάνουν οι επιχειρηματίες με σκοπό να δομήσουν δίκτυα επαφών τα οποία θα τους αποφέρουν τους αναγκαίους πόρους για την ανάπτυξη της νέας τους επιχείρησης							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Η ανάπτυξη και διατήρηση ενός πολύ εκτεταμένου δικτύου επαφών επιφέρει μετά από κάποιο σημείο αρνητικά αποτελέσματα, δημιουργώντας μία αντεστραμμένη καμπύλη U-shaped όσον αφορά την οργανωσιακή τους επίδοση							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Seghers, Manigart & Vanacker (2012)	ENT-SBM	3	Journal of Small Business Management	Θεωρία Ανθρώπινου & Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	Βέλγιο	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Ερευνά την επίπτωση του ανθρώπινου και κοινωνικού κεφαλαίου στην απόκτηση γνώσεων σχετικών με τις χρηματοδοτικές πηγές και εργαλεία που είναι διαθέσιμα για τους επιχειρηματίες							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Οι επιχειρηματίες έχοντας αναπτύξει ένα συνεκτικό δίκτυο επαφών που περιλαμβάνει σχέσεις με ανθρώπους που ανήκουν στον χρηματοοικονομικό χώρο έχει θετικό αντίκτυπο στην απόκτηση πληροφοριών σχετικών με τις βέλτιστες διαθέσιμες χρηματοδοτικές επιλογές							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Klyver, Hunter & Watne (2012)	ENT-SBM	2	International Journal of Entrepreneurship and Innovation	Θεωρία Δικτύων (Network theory)	Ποσοτική	45 Χώρες	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Εξετάζει τις επιχειρηματικές σχέσεις και την επίπτωσή τους στην καινοτομία των επιχειρήσεων κατά τη διάρκεια της ανάπτυξής τους							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Οι επιχειρηματικές σχέσεις έχουν θετικό αντίκτυπο στην καινοτομία και επίδοση των επιχειρήσεων							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Heuven & Groen (2012)	ENT- SBM	2	Venture Capital: An International Journal of Entrepreneurial Finance	Θεωρία Δικτύων (Network theory)	Ποιοτική	Κάτω Χώρες	Υψηλής Τεχνολογίας (high-tech)
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Εξετάζει τον ρόλο των σχέσεων στον εντοπισμό και την πρόσβαση σε παρόχους χρηματοδότησης							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Οι ισχυροί δεσμοί αποτελούν τον βέλτιστο τρόπο δικτύωσης με σκοπό την πρόσβαση σε χρηματοδότηση, αλλά και με συστάσεις μεταξύ γνωστών και φίλων είναι αποτελεσματικές όταν υφίσταται ισχυρός δεσμός με τα άτομα που παρέχουν αυτές τις συστάσεις							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Huang, Lai & Lo (2012)	INNOV	3	Technovation	Θεωρία Ανθρώπινου & Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική/Ποιοτική	Κίνα	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Διερευνά την επίδραση των επιχειρηματικών σχέσεων και του ανθρώπινου κεφαλαίου στην οργανωσιακή επίδοση και καινοτομία							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Οι επαφές των ιδρυτών των επιχειρήσεων έχουν θετικό αντίκτυπο στην οργανωσιακή επίδοση και καινοτομία							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Chiu & Lee (2012)	INNOV	2	Innovation: Organization & Management	Θεωρία Δικτύων (Network theory) & Οργανωσιακής Μάθησης	Ποσοτική	Ταϊβάν	Οπτικοηλεκτρονικός
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Μελετά τη σχέση μεταξύ της δομικής ένταξης (<i>structural embeddedness</i>), της ικανότητας απορρόφησης (<i>absorptive capacity</i>) και της καινοτομικής επίδοσης							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Ένα δίκτυο αποτελούμενο από δομικές οπές συμβάλει καταλυτικά στην ικανότητα απορρόφησης και την καινοτομία των επιχειρήσεων							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Newbert & Tornikoski (2013)	ENT-SBM	4	Entrepreneurship Theory and Practice	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου, Εξάρτησης & Εξειδίκευσης Πόρων	Ποσοτική	ΗΠΑ	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Εξετάζει την επιρροή της σχεσιακής και δομικής ένταξης πάνω στο κόστος και την εξειδίκευση των πόρων που χρησιμοποιούν οι επιχειρηματίες κατά το ξεκίνημα των επιχειρημάτων τους και τον τρόπο που αυτές οι σχέσεις μετριάζονται από το βαθμό εξάρτησης πάνω στους υποστηρικτές του κάθε επιχειρηματικού δρώντα							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Οι νέοι επιχειρηματίες αποκτούν πρόσβαση σε πόρους μέσω των επαφών τους που βασίζονται στο σχεσιακό και δομικό στοιχείο, μειώνοντας έτσι το κόστος απόκτησής τους και αυξάνοντας τον βαθμό εξειδίκευσης και μοναδικότητας αυτών των πόρων. Αντίθετα, όταν αυξάνεται ο βαθμός εξάρτησης των επιχειρηματιών προς το δίκτυο των υποστηρικτών τους, τότε αυξάνεται και το κόστος της απόκτησης των πόρων							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Light & Dana (2013)	ENT-SBM	4	Entrepreneurship Theory and Practice	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποιοτική	Αλάσκα, ΗΠΑ	Αυτοαπασχολούμενοι & φεπαγγελματίες
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Εξετάζει την επίδραση του πολιτιστικού κεφαλαίου και της κουλτούρας πάνω στη διαχείριση του κοινωνικού κεφαλαίου των αυτοχθόνων κατοίκων Alutiiq στην Αλάσκα, σε σχέση με τους Ευρω-αμερικανούς κατοίκους της ίδιας περιοχής							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Το κοινωνικό κεφάλαιο βοηθά στην ανάπτυξη επιχειρηματικής δράσης όταν υπάρχει το ανάλογο πολιτισμικό πλαίσιο που ενθαρρύνει την πρακτική αυτή. Συγκεκριμένα, ο πληθυσμός των αυτοχθόνων Alutiiq παρ' όλο που έχει ένα αρκετά αναπτυγμένο κοινωνικό κεφάλαιο, η κουλτούρα τους λειτουργεί ανασχετικά στο να το αξιοποιούν για εμπορικούς σκοπούς							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Kreiser, Patel & Fiet (2013)	ENT-SBM	4	Entrepreneurship Theory and Practice	Θεωρία Δικτύων (Network theory) & Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	ΗΠΑ	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Διερευνά τον τρόπο που οι ιδρυτές διαχειρίζονται τις μεταβολές στο δίκτυο των κοινωνικών τους επαφών κατά τη διάρκεια της ίδρυσης των επιχειρήσεών τους και τον τρόπο που οι αλλαγές αυτές έχουν θετικό αντίκτυπο στην επιχειρηματική τους ανάπτυξη							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Η αύξηση της δυναμικής των σχέσεων (<i>tie strength</i>) επηρεάζει αρνητικά τις διαδικασίες ίδρυσης μιας επιχείρησης, ενώ αντίθετα η αύξηση του αριθμού των νέων επαφών θετικά. Επιπλέον, η τάση για επιχειρηματικότητα (<i>entrepreneurial intensity</i>) αμβλύνει την αρνητική επιρροή ανάμεσα στη δυναμική των σχέσεων και τις διαδικασίες ίδρυσης και οι κοινωνικές ικανότητες (<i>social competence</i>) ενισχύουν τη θετική σχέση μεταξύ της αύξησης του αριθμού των νέων επαφών και τις διαδικασίες ίδρυσης							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Semrau & Werner (2013)	ENT-SBM	4	Entrepreneurship Theory and Practice	Θεωρία Δικτύων (Network theory)	Ποσοτική	Γερμανία	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Ερευνά την επιρροή των χαρακτηριστικών των δικτύων που σχηματίζουν οι νέοι επιχειρηματίες, όπως το μέγεθος και οι ποιότητες του δικτύου των επαφών τους στην πρόσβαση σε πόρους							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Η αύξηση του αριθμού των επαφών και εν γένει του μεγέθους του δικτύου που σχηματίζει ο επιχειρηματίας, όπως και η εστίαση στην αναβάθμιση της ποιότητας των σχέσεών τους, έχουν φθίνουσα απόδοση και επιρροή μετά από κάποιο σημείο όσον αφορά την πρόσβαση σε χρηματικό κεφάλαιο, γνώση και πληροφορίες							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Sullivan & Ford (2013)	ENT-SBM	4	Entrepreneurship Theory and Practice	Θεωρία Δικτύων (Network theory) & Θεωρία των Πόρων	Ποσοτική	ΗΠΑ	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Εξετάζει τον τρόπο που οι επιχειρηματίες χρησιμοποιούν και μεταλλάσσουν τα δίκτυα επαφών τους, με σκοπό να ανταπεξέλθουν στις μεταβαλλόμενες ανάγκες τους σε πόρους, κατά το στάδιο της επιχειρηματικής τους ανάπτυξης							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Τα δομικά χαρακτηριστικά (εύρος, ισχνές-ισχυρές επαφές) του αρχικού δικτύου επαφών των επιχειρηματιών στο στάδιο έναρξης των εγχειρημάτων τους, επηρεάζουν την μετέπειτα δομή του δικτύου επαφών που αναπτύσσουν καθώς και την παρεπόμενη πρόσβασή τους, σε πόρους που σχετίζονται με τις νέες επιχειρηματικές τους ανάγκες							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Phillips, Tracey & Karra (2013)	ENT-SBM	4	Journal of Business Venturing	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποιοτική	Τουρκία	Κλάδος Γυναικείων Σάκων
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Παρουσιάζει μία μελέτη περίπτωσης ενός επιχειρηματία, οποίος αναπτύσσει σχέσεις με χαρακτηριστικό την κοινωνική ομοιότητα, τα κοινά στοιχεία ταυτότητας, γεγονός που οδηγεί στην εδραίωση της εμπιστοσύνης							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Ο επιχειρηματίας χρησιμοποιεί κάποια αφηγηματικά στοιχεία βασισμένα στην κοινωνική ομοιότητα (<i>homophily</i>), όπως είναι η κοινή θρησκευτική και εθνική ταυτότητα, κοινά βιώματα (μετανάστευση) που εξυπηρετούν στην εδραίωση επιχειρηματικών δεσμών, γεγονός το οποίο επηρεάζει την επιτυχή ανάπτυξη των εγχειρημάτων του							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Newbert, Tornikoski & Quigley (2013)	ENT-SBM	4	Journal of Business Venturing	Δικτυακή θεωρία (Network theory) & Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	ΗΠΑ	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Σκιαγραφεί το πως (<i>how</i>) οι νέοι επιχειρηματίες αναπτύσσουν τα δίκτυα επαφών τους και τον λόγο που το προσωπικό εξελικτικό μονοπάτι που ακολουθούν είναι αποτελεσματικό σε σχέση με το μέγεθος της δύναμης που εμφανίζουν οι διάφορες σχέσεις τους							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Οι νέοι επιχειρηματίες για να μπορέσουν να δημιουργήσουν επιτυχώς τις νέες επιχειρήσεις τους, χρειάζεται να έχουν πρόσβαση σε μια σειρά από χρήσιμους πόρους για την ανάπτυξή τους καλλιεργώντας εξίσου ισχυρές και ισχνές σχέσεις							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Batjargal, Hitt, Tsui, Arregle, Webb, & Miller (2013)	ETHICS- CSR- MAN	4*	Academy of Management Journal	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου & Θεωρία Θεσμών (Institutional theory)	Ποσοτική	Κίνα, Γαλλία, Ρωσία, ΗΠΑ	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Εξετάζει τη διασύνδεση των θεσμών μιας κοινωνίας, των κοινωνικών σχέσεων και την ανάπτυξη των επιχειρήσεων							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Το θετικό αντίκτυπο των δομικών οπών (<i>structural holes</i>) που χαρακτηρίζουν τα δίκτυα επαφών των επιχειρηματιών και επηρεάζουν την επίδοση των επιχειρήσεών τους, εμφανίζουν ισχυρότερο αποτέλεσμα στην περίπτωση που υφίσταται ένα αδύναμο θεσμικό περιβάλλον							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Sigmund, Semrau & Wegner (2013)	ENT- SBM	3	Journal of Small Business Management	Θεωρία Δικτύων (Network theory)	Ποσοτική	Γερμανία & Βραζιλία	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Διερευνά την επίδραση του οργανωσιακού μεγέθους και του θεσμικού περιβάλλοντος στην σχέση μεταξύ της δικτύωσης και της οικονομικής επίδοσης των επιχειρήσεων							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Το μέγεθος των επιχειρήσεων αλλά και το γενικότερο περιβάλλον στο οποίο αναπτύσσονται επιφέρει διαφορετικά αποτελέσματα στην πρακτική της δικτύωσης και την οργανωσιακή επίδοση							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Su, Xie & Wang (2013)	ENT-SBM	3	Journal of Small Business Management	Θεωρία Δικτύων (Network theory) & Θεσμική Θεωρία	Ποσοτική	Κίνα	Κατασκευαστικός
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Εξετάζει διάφορους τύπους δικτύωσης και το αντίκτυπο που έχουν στη σχέση μεταξύ του επιχειρηματικού προσανατολισμού (<i>entrepreneurial orientation</i>) και της οργανωσιακής επίδοσης							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Η δικτύωση με πολιτικούς παράγοντες έχει αρνητικό αντίκτυπο στη σχέση του επιχειρηματικού προσανατολισμού και της επίδοσης, ενώ η δικτύωση με οικονομικούς – χρηματοδοτικούς παράγοντες έχει θετικά αποτελέσματα μέχρι ενός σημείου, διότι σχηματίζεται μια αντεστραμμένη κυρτή καμπύλη <i>U-shaped</i> , ενώ η δικτύωση με επιχειρηματικούς παράγοντες έχει θετικό αντίκτυπο στην προαναφερόμενη σχέση							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Santarelli & Tran (2013)	ENT-SBM	3	Small Business Economics	Θεωρία Ανθρώπινου & Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	Βιετνάμ	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Ερευνά την επίδραση του ανθρώπινου και κοινωνικού κεφαλαίου και του συνδυασμού αυτών στην επίδοση νεοϊδρυθέντων επιχειρήσεων							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Το ανθρώπινο κεφάλαιο σχετίζεται σημαντικά με την οργανωσιακή επίδοση, ενώ όσον αφορά το κοινωνικό κεφάλαιο, οι ισχνές σχέσεις έχουν το σημαντικότερο αντίκτυπο, ισοσταθμίζοντας και τις απώλειες από τη μη διατήρηση ισχυρών επαφών, ενώ ο συνδυασμός των δύο κεφαλαίων έχει επίσης στατιστικά σημαντική θετική επίδραση							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Li, Huang & Bai (2013)	ETHICS- CSR- MAN	3	Journal of Business Research	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	Κίνα	Υψηλής Τεχνολογίας (high-tech)
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Περιγράφει τον τρόπο που τα κοινά γνωσιακά χαρακτηριστικά που χαρακτηρίζουν τις σχέσεις που αναπτύσσουν οι επιχειρηματίες, τα οποία αποτελούν δομικό στοιχείο του κοινωνικού κεφαλαίου, επηρεάζουν την ανάπτυξη των νέων επιχειρήσεων							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Το κοινωνικό κεφάλαιο έχει εξίσου μια καλή και μια κακή πλευρά και συγκεκριμένα τα κοινά γνωσιακά χαρακτηριστικά επιβραβεύουν τον σχηματισμό μιας κουλτούρας εμπιστοσύνης και την ενδυνάμωση των ισχυρών δεσμών, όπου η μεν κουλτούρα έχει θετικά αποτελέσματα αλλά η οι ισχυροί δεσμοί όχι							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Tan, Zhang & Wang (2014)	ENT- SBM	4	Entrepreneurship Theory and Practice	Θεωρία Δικτύων (Network theory) & Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	Κίνα	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Συμβάλλει στην ανάδειξη του διαλόγου σχετικά με το ισχυρό δέσιμο των σχέσεων αλλά και τη γεφύρωση των σχέσεων (<i>bonding & bridging ties</i>) στον τομέα της ενίσχυσης της καινοτομίας στις επιχειρήσεις							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Ο μεγάλος βαθμός πυκνότητας (<i>density</i>) ενός δικτύου επηρεάζει αρνητικά την επίτευξη καινοτομικής επίδοσης. Απεναντίας ο συνδυασμός ισχνής πυκνότητας (<i>low-density</i>) στο δίκτυο επαφών μιας επιχείρησης με την ύπαρξη δομικών οπών (<i>structural holes</i>) σε αυτό και τον αντίστοιχο βαθμό κεντρικότητας (<i>centrality</i>) επιφέρουν θετικά αποτελέσματα στην επίδοση καινοτομίας							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Grichnik, Brinckmann, Singh, & Manigart (2014)	ENT-SBM	4	Journal of Business Venturing	Θεωρία Ανθρώπινου & Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	Γερμανία & Αυστρία	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Διερευνά την επίδραση του ανθρώπινου και κοινωνικού κεφαλαίου των επιχειρηματιών στην ροπή προς την πρακτική <i>bootstrapping</i> με σκοπό την απόκτηση πόρων όταν δεν υπάρχουν διαθέσιμοι πόροι							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Οι επιχειρηματίες που έχουν υψηλό επίπεδο ανθρώπινου και κοινωνικού κεφαλαίου τείνουν σε μεγαλύτερο βαθμό σε πρακτικές <i>bootstrapping</i>							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Hughes, Morgan, Ireland & Hughes (2014)	ENT-SBM	4	Strategic Entrepreneurship Journal	Θεωρία Δικτύων (Network theory)	Ποσοτική	Ηνωμένο Βασίλειο	Υψηλής Τεχνολογίας (high-tech)
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Ερευνά την περίπτωση που οι κοινωνικές σχέσεις λειτουργούν ως το όχημα απόκτησης γνώσης και τον τρόπο που το γεγονός αυτό επηρεάζει την επιχειρηματική απόδοση και τον ρόλο που διαδραματίζει το στοιχείο της ικανότητας αφομοίωσης της γνώσης							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Η διαδικασία της απόκτησης γνώσεων μέσω των διαπροσωπικών επαφών δεν έχει άμεση σχέση με την επίδοση της επιχείρησης, αλλά ερμηνεύεται και επηρεάζεται σε μεγάλο βαθμό από την ικανότητα απορρόφησης της παρεχόμενης γνώσης μέσω των επαφών							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Debrulle, Maes & Sels (2014)	ENT-SBM	3	International Small Business Journal	Θεωρία Ανθρώπινου & Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	Βέλγιο	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Διερευνά το βαθμό που το ανθρώπινο και κοινωνικό κεφάλαιο επιδρούν θετικά στην ικανότητα των επιχειρηματιών να απορροφούν αποτελεσματικά τις πληροφορίες από το περιβάλλον τους							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Η πρότερη εμπειρία στην ανάπτυξη νεοφυών επιχειρήσεων των επιχειρηματιών καθώς και η πρακτική της γεφύρωσης και ευρείας ανάπτυξης επαφών σχετίζονται θετικά με την απόκτηση και αποτελεσματική αξιοποίηση των πληροφοριών από το ευρύτερο επιχειρηματικό περιβάλλον							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Augusto Felício, Couto & Caiado (2014)	ETHICS-CSR-MAN	2	Journal of Management Decision	Θεωρία Ανθρώπινου & Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	Πορτογαλία	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Μελετά την επίδραση του ανθρώπινου και κοινωνικού κεφαλαίου των μάνατζερς μικρών επιχειρήσεων στην επίδοση των εταιριών τους							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Το ανθρώπινο κεφάλαιο επηρεάζει την αποτελεσματικότητα του κοινωνικού κεφαλαίου, το οποίο έχει ως αποτέλεσμα οργανωσιακή επίδοση							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Colombo, Franzoni & Rossi-Lamastra (2015)	ENT-SBM	4	Entrepreneurship Theory and Practice	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	ΗΠΑ	Crowdfunding platform: kickstarter.com
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Σκοπεί στην ανάδειξη του ρόλου του κοινωνικού κεφαλαίου στην επιτυχή χρηματοδότηση μέσω πληθοπορισμού (<i>crowdfunding</i>) διαφόρων εγχειρημάτων από δυνητικούς επιχειρηματίες							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Το εσωτερικό κοινωνικό κεφάλαιο συμβάλει στην ανεύρεση υποστηρικτών οι οποίοι παρέχουν το ανάλογο χρηματικό κεφάλαιο κατά τη διάρκεια των διαδικτυακών καμπανιών χρηματοδότησης στις πλατφόρμες πληθοπορισμού							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Wuebker, Hampl & Wüstenhagen (2015)	ENT-SBM	4	Strategic Entrepreneurship Journal	Θεωρία Δικτύων (Network theory)	Ποσοτική	ΗΠΑ & Ευρώπη	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Εξετάζει την επίδραση των κοινωνικών σχέσεων και το χαρακτηριστικό του κύρους της κάθε επαφής στην λήψη αποφάσεων σχετικά με χρηματοδοτήσεις εγχειρημάτων							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Οι προσωπικές επαφές θεωρούνται αρκετά πιο σημαντικές σχετικά με την επιρροή που έχουν στην διαδικασία λήψης των αποφάσεων των επενδυτών σε σχέση με το στοιχείο του κύρους των επενδυτών που συμμετέχουν στο εταιρικό σχήμα. Επιπλέον, οι προσωπικές επαφές έχουν μεγαλύτερη δυναμική στις ΗΠΑ παρά στην Ευρωπαϊκό χώρο							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Tocher, Oswald & Hall (2015)	ENT-SBM	4	Strategic Entrepreneurship Journal	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου & Κοινωνικών Δεξιοτήτων	Εννοιολογικό	–	–
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Αναδεικνύει τη συμβολή του κοινωνικού κεφαλαίου και των κοινωνικών δεξιοτήτων στην πραγμάτωση των επιχειρηματικών ιδεών μέσα από τη διαδικασία της δημιουργίας επιχειρηματικών ευκαιριών							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Οι επιχειρηματικές ιδέες δημιουργούνται από μια επαναλαμβανόμενη, προκαθορισμένη διαδικασία που εδράζεται στην ανάπτυξη και αξιοποίηση του κοινωνικού κεφαλαίου και των κοινωνικών δεξιοτήτων των επιχειρηματιών							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Fang, Chi, Chen & Baron (2015)	ETHICS-CSR-MAN	4	Journal of Management Studies	Θεωρία Δικτύων (Network theory)	Ποσοτική	ΗΠΑ	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Μελετά το τρόπο που χτίζουν τις διαπροσωπικές τους επαφές οι επιχειρηματίες και τον τρόπο που χρησιμοποιούν τους πόρους που απέκτησαν από αυτές							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Οι επιχειρηματίες που διαχειρίζονται με πολιτικό τρόπο τις σχέσεις στο δίκτυο επαφών τους καταφέρνουν να αποκομίσουν περισσότερους πόρους από τις συγκεκριμένες σχέσεις που έχουν αναπτύξει με συνέπεια την καλύτερη επίδοση των επιχειρήσεών τους							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Jonsson (2015)	ENT-SBM	2	International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research	Θεωρία Δικτύων (Network theory)	Ποιοτική	Σουηδία	Βιομηχανία Ένδυσης
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Διερευνά το πως εξελίσσεται το δίκτυο επαφών ενός επιχειρηματία και το αντίκτυπο αυτών των ενεργειών στην απόκτηση πόρων για την υποστήριξη του εγχειρήματός τους							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Τα γνωσιακά χαρακτηριστικά του επιχειρηματία διακρίνονται ως αρκετά σημαντικά για την δημιουργία νέων σχέσεων, διότι αυτά θα επηρεάσουν το βαθμό της εμπιστοσύνης και της τριβής με τις επαφές αυτές, πράγμα το οποίο θα οδηγήσει στην απόκτηση των επιζητούμενων πόρων από έχει στη διάθεσή του ο κύκλος των επαφών αυτών							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Omrane (2015)	ENT-SBM	2	International Journal of Entrepreneurship and Small Business	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου & Κοινωνικών Δεξιοτήτων	Ποιοτική	Τυνησία	Υψηλής Τεχνολογίας (high-tech)
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Ερευνά την επίδραση του κοινωνικού κεφαλαίου στη σχέση ανάμεσα στις κοινωνικές δεξιότητες των επιχειρηματιών και στην επιχειρηματική επίδοση και απόκτηση πόρων							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Οι κοινωνικές δεξιότητες βοηθούν τους επιχειρηματίες να δημιουργήσουν πιο αποτελεσματικά εκτεταμένα δίκτυα επαφών, γεγονός που τους αποφέρει πρόσβαση σε πολύτιμους πόρους όπως πηγές χρηματοδότησης και πληροφορίες							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Ozdemir, Moran, Zhong & Bliemel (2016)	ENT-SBM	4	Entrepreneurship Theory and Practice	Θεωρία Δικτύων (Network theory)	Εννοιολογικό	–	–
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Αναπτύσσει ένα θεωρητικό πλαίσιο και μοντέλο ανάλυσης που βασίζεται στον συνδυασμό των στοιχείων που χαρακτηρίζουν το δίκτυο επαφών ενός επιχειρηματία όπως, η πρακτική του ενδιάμεσου δρώντα (<i>brokerage</i>), το στοιχείο συνεκτικότητας (<i>cohesion</i>) και το στοιχείο της ένθεσης (<i>embeddedness</i>)							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Το ιδεατό μοντέλο ανάπτυξης σχέσεων από τους επιχειρηματίες περιλαμβάνει εξίσου σχέσεις που χαρακτηρίζονται ως περισσότερο ισχνές, δηλαδή υπερισχύει το δομικό στοιχείο (<i>structural</i>) και στοιχείο του ενδιάμεσου δρώντα (<i>brokerage</i>) και σχέσεις που χαρακτηρίζονται από το σχεσιακό στοιχείο (<i>relational</i>) και το στοιχείο της συνοχής (<i>cohesion</i>). Υποστηρίζεται, επομένως, ένας ισορροπημένος συνδυασμός συμπεριφορών με τα ανωτέρω χαρακτηριστικά και όχι η υπέρμετρη έμφαση σε ένα από τα δύο στοιχεία							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Wang (2016)	ENT-SBM	4	Strategic Entrepreneurship Journal	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποιοτική	Κίνα	Υψηλής Τεχνολογίας (high-tech)
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Αναλύει τις περιπτώσεις όπου νεοφυείς επιχειρήσεις επιχειρούν να λάβουν χρηματοδότηση από εταιρείες επιχειρηματικών συμμετοχών (<i>venture capitals</i>), περιγράφοντας τα στάδια στα οποία το κοινωνικό κεφάλαιο επηρεάζει την λήψη των αποφάσεων για χρηματοδότηση							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Οι επιχειρηματίες για να αντιμετωπίσουν την χαμηλή αξιοπιστία των νέων τους εγχειρημάτων τους, χρησιμοποιούν τις κοινωνικές τους επαφές και το κοινωνικό τους κεφάλαιο για να εξασφαλίσουν πρόσβαση σε χρηματοοικονομικό κεφάλαιο. Οι επαφές τους είναι ευνοϊκές περισσότερο στο στάδιο της πρόσβασης και της αρχικής συνέντευξης με τις χρηματοδοτικές εταιρείες και όχι τόσο στο μετέπειτα στάδιο της λήψης απόφασης για την χρηματοδότησή τους							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Hernández-Carrión, Camarero-Izquierdo & Gutiérrez-Cillán (2016)	ENT-SBM	4	Strategic Entrepreneurship Journal	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου & Θεωρία των Πόρων	Ποσοτική	Ισπανία	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Εξετάζει τις διάφορες μορφές σχέσεων που αναπτύσσει ένας επιχειρηματίας και την επίδρασή που έχουν οι πόροι οι οποίοι απορρέουν από τα συγκεκριμένα δίκτυα στην επίδοση των επιχειρήσεών τους							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Η επίδοση των επιχειρήσεων καθορίζεται κυρίως από τις επαγγελματικές και θεσμικές σχέσεις που έχει αναπτύξει ο επιχειρηματίας, ενώ ο παράγοντας «εμπειρία» τείνει να ρυθμίζει θετικά τη συγκεκριμένη σχέση							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Hayter (2016)	INNOV	4*	Research Policy	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	ΗΠΑ	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Αναλύει τον ρόλο και τα χαρακτηριστικά των σχέσεων που αναπτύσσουν οι επικεφαλής των πανεπιστημιακών επιχειρηματικών εγχειρημάτων (<i>spin-offs</i>) στην οργανωσιακή ανάπτυξη							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Στα αρχικά στάδια οι σχέσεις που αναπτύσσουν οι επιχειρηματίες είναι επιβληθητικές αλλά στα μεταγενέστερα στάδια αν δεν μετασηματισθούν καταλλήλως λειτουργούν περιοριστικά							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Buttice et al. (2017)	ENT- SBM	4	Entrepreneurship Theory and Practice	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	ΗΠΑ	Crowdfunding platform: kickstarter.com
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Εστιάζει στους επιχειρηματίες οι οποίοι χρησιμοποιούν κατά συρροή τον πληθοπορισμό (<i>crowdfunding</i>) ως μέσο χρηματοδότησης και στον τρόπο που οι κοινωνικές τους σχέσεις με χρηματοδότες που τους υποστήριξαν σε προηγούμενα εγχειρήματά τους, τους ευνοεί							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Οι προηγούμενες καμπάνιες χρηματοδότησης μέσω της πλατφόρμας <i>kickstarter</i> που είχαν λανσάρει οι λεγόμενοι και ως <i>serial crowdfunding</i> έχουν θετικά αποτελέσματα επιτυχίας σε νέες καμπάνιες που δημιουργούν οι ίδιοι, καθώς οι προηγούμενες καμπάνιες δημιουργούν ένα κοινωνικό κεφάλαιο αποτελούμενο από χρηματοδότες που συμμετείχαν σε αυτές και φαίνεται οι ίδιοι να συμμετέχουν εκ νέου στις καμπάνιες λόγω της δημιουργούμενης αυτής σχέσης μεταξύ των μερών							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Smith, Moghaddam & Lanivich (2018)	ENT- SBM	4	Strategic Entrepreneurship Journal	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου, Θεωρία Εύρεσης Ευκαιριών	Ποιοτική	ΗΠΑ	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Διερευνά την περίπτωση της δημιουργίας (<i>creation</i>) και του εντοπισμού (<i>discovery</i>) των επιχειρηματικών ευκαιριών αναδεικνύοντας τέσσερα αιτιώδη χαρακτηριστικά που επηρεάζουν την παραπάνω διαδικασία, όπως, οι κοινωνικές γέφυρες, συσσωρευμένη γνώση και πρότερη εμπειρία σε νεοφυείς επιχειρήσεις							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Οι ευκαιρίες για τη δημιουργία νέων ευκαιριών σχετίζονται με την ύπαρξη κοινωνικών δεσμών και προηγούμενης γνώσης, καθώς και από την έλλειψη πρότερης επιχειρηματικής εμπειρίας, ενώ ο εντοπισμός υφιστάμενων ευκαιριών σχετίζεται με τους κοινωνικούς δεσμούς, την πρότερη γνώση και κοινωνικές γέφυρες							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Hallam, Dorantes Dosamantes & Zanella (2018)	ENT- SBM	2	Journal of Small Business and Enterprise Development	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου & Περιφερειακής Κουλτούρας	Εννοιολογικό	–	Υψηλής Τεχνολογίας (high-tech)
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Αναλύει την επίδραση των διεπιχειρησιακών σχέσεων και της κουλτούρας στην επίδοση των μικρο-επιχειρήσεων							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Το πολιτιστικό περιβάλλον επηρεάζει τον τρόπο ανάπτυξης των σχέσεων μιας επιχείρησης πράγμα το οποίο έχει αντίκτυπο στην οργανωσιακή επίδοση							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Obeng (2018)	ENT- SBM	2	Journal of Small Business and Enterprise Development	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	Γκάνα	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Εξετάζει τις πηγές και τη χρήση του κοινωνικού κεφαλαίου στην ανάπτυξη και επίδοση των μικρών επιχειρήσεων							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Οι σχέσεις με τους πελάτες και τους λοιπούς συνεργάτες (τράπεζες, λογιστές κλπ) αποτελούν τις σημαντικότερες πηγές κοινωνικού κεφαλαίου που συμβάλλουν στην ανάπτυξη μιας επιχείρησης							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Kannadhasan, Parikshit Charan, Pankaj Singh, Sivasankaran (2018)	ETHICS- CSR- MAN	2	Journal of Management Decision	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου & Αυτό- αποτελεσματικότητας	Ποσοτική	Ινδία	Κατασκευαστικός
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Εξετάζει τη σχέση του κοινωνικού κεφαλαίου, με την ανάπτυξη νέων επιχειρήσεων και το βαθμό που η αυτο-αποτελεσματικότητα (<i>self-efficacy</i>) επηρεάζει αυτή τη σχέση							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Το κοινωνικό κεφάλαιο έχει θετική επίδραση στη δημιουργία και ανάπτυξη νέων επιχειρήσεων, καθώς επηρεάζει άμεσα την αυτό-αποτελεσματικότητα, γεγονός που οδηγεί στα ανάλογη επίδοση							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Hyunh (2018)	INNOV	2	International Journal of Innovation Management	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	Ισπανία	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Εξετάζει την επίδραση των κοινωνικών σχέσεων και των δυνατοτήτων των επιχειρηματικών ομάδων στην πρόσβαση σε εξωτερική χρηματοδότηση							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Η χρήση των κοινωνικών σχέσεων από τις ομάδες των επιχειρηματιών έχει αντίκτυπο στη βελτίωση των ικανοτήτων τους (<i>capabilities</i>) το οποίο με τη σειρά του έχει αντίκτυπο στην καλύτερη πρόσβαση σε χρηματοδότηση							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Zheng, Ahsan & DeNoble (2019)	ENT-SBM	4	Entrepreneurship Theory and Practice	Δικτυακή θεωρία (Network theory)	Ποιοτική	ΗΠΑ	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Εξετάζει τις πρότερες εμπειρίες των νέων επιχειρηματιών στο βαθμό που αυτές επηρεάζουν την πρακτική της δικτύωσης (<i>networking</i>) στα πρώιμα στάδια αξιοποίησης νέων επιχειρηματικών ευκαιριών							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Οι νέοι επιχειρηματίες οι οποίοι δεν έχουν πρότερη εμπειρία σε τεχνικά ζητήματα και εμπειρία πάνω στις νεοφυείς επιχειρήσεις, η δικτύωσή τους έχει βραχυπρόθεσμο χρονικό ορίζοντα, εστιάζουν σε ενέργειες εμβάθυνσης των κοινωνικών τους σχέσεων και επιζητούν οφέλη με λειτουργικό χαρακτήρα για τις επιχειρήσεις τους, με σκοπό να ισοσταθμίσουν την έλλειψη εμπειρίας τους. Αντίθετα, οι επιχειρηματίες με πρότερη εμπειρία στοχεύουν σε δικτύωση με μακροπρόθεσμο χρονικό ορίζοντα, εστιάζουν σε ενέργειες αύξησης του εύρους του δικτύου επαφών τους και αναζητούν οφέλη με συμβολική σημασία για τα νέα τους εγχειρήματα							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Linder, Lechner & Pelzel (2019)	ENT-SBM	4	Entrepreneurship Theory and Practice	Θεωρία Ανθρώπινου, Κοινωνικού & Οικονομικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	ΗΠΑ, Αυστραλία	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα:							
Αναδεικνύει τη συνδυαστική προσέγγιση των τριών επιμέρους κεφαλαίων διαθέτουν οι επιχειρηματίες (ανθρώπινο, κοινωνικό, οικονομικό) και την επιρροή που έχουν στην επιβίωση των επιχειρήσεών τους							
Αποτελέσματα/Ευρήματα:							
Ο συνδυασμός ανθρώπινου και κοινωνικού κεφαλαίου συντελεί στην επιβίωση των νέων επιχειρήσεων, αλλά η υπέρμετρη εξάρτηση στο οικονομικό κεφάλαιο όχι. Επιπλέον, παρατηρείται μια διαφορά ανάμεσα στην ανίχνευση μίας επιχειρηματικής ευκαιρίας και στην μετέπειτα αξιοποίησή της, γεγονός που σχετίζεται με τους πόρους (είδη κεφαλαίων) που κατέχει ο επιχειρηματίας στην κάθε φάση, καθώς η ανίχνευση μιας ευκαιρίας δεν σηματοδοτεί και την ίδια ικανότητα επιτυχούς αξιοποίησής της							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Eriksson & Rataj (2019)	ENT- SBM	3	Entrepreneurship & Regional Development	Θεωρία Ανθρώπινου & Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	Σουηδία	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Ερευνά την επίδραση του κοινωνικού και ανθρώπινου κεφαλαίου στην ανάπτυξη των επιχειρήσεων σε επίπεδο περιφερειακής συσσωμάτωσης							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Ο ρόλος των κοινωνικού κεφαλαίου και της επιχειρηματικής κουλτούρας εμφανίζουν σημαντικό αντίκτυπο στη επιχειρηματική ανάπτυξη							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Tretiakov, Bensemman, Sanders & Galloway (2019)	ENT- SBM	2	International Journal of Entrepreneurship and Innovation	Θεωρία Δικτύων (Network theory) & Θεωρία των πόρων	Ποσοτική	Σκωτία & Νέα Ζηλανδία	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Αναλύει τις επιπτώσεις των εξωτερικών σχέσεων των μικρο-επιχειρηματιών στην επίδοση των επιχειρήσεών τους							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Οι εξωτερικές σχέσεις που διακρίνονται από τη σημαντικότητά και το χαρακτηριστικό του ισχυρού δεσμού καθίστανται και οι πιο επωφελείς για την επίδοσή και την αύξηση στις πωλήσεις των επιχειρήσεων							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Galvão, Marques, Franco & Mascarenhas (2019)	ETHICS-CSR-MAN	2	Journal of Management Decision	Θεωρία Δικτύων (Network theory) & Θεωρία των Πόρων	Ποιοτική	Πορτογαλία	Διάφοροι κλάδοι
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Αναδεικνύει τον ρόλο των κοινωνικών σχέσεων και των θερμοκοιτίδων καινοτομίας στην εξέλιξη των νεοφυών επιχειρήσεων							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Οι επιχειρήσεις χρησιμοποιούν τα δίκτυά τους για να αποκομίσουν πόρους και αποδοχή από το περιβάλλον τους, ενώ στη διαδικασία αυτή έχουν βοηθητικό ρόλο οι θερμοκοιτίδες καθώς συντελούν στον σχηματισμό των συγκεκριμένων σχέσεων							

Συγγραφείς	Πεδίο	Αστέρια	Περιοδικό	Θεωρία	Μεθοδολογία	Χώρα/ες	Κλάδος
Yeşil & Doğan (2019)	INNOV	2	Innovation: Organization & Management	Θεωρία Κοινωνικού Κεφαλαίου	Ποσοτική	Τουρκία	Υφαντουργίας
Σκοπός/Ερευνητικό Ερώτημα: Ερευνά τη σχέση μεταξύ κοινωνικού κεφαλαίου, της ικανότητας για καινοτομία και της καινοτομικής επίδοσης							
Αποτελέσματα/Ευρήματα: Το κοινωνικό κεφάλαιο έχει άμεση και καθοριστική σχέση στην ικανότητα για καινοτομία και την καινοτομική επίδοση							