

# 基于企业家视角的中小企业国际化影响因素研究

钱海燕,张 晓

(南京大学 商学院,江苏 南京 210093)

摘 要:企业家在中小企业发展过程中的作用显得尤为突出,试图从该角度对中小企业国际化的影响因素进行研究,认为影响中小企业国际化的企业家因素主要是企业家精神、企业家特征和企业家社会资本,前两者在直接发挥影响作用的同时,还通过企业家社会资本的桥梁作用影响着中小企业国际化的深度和广度。

关键词:企业家精神;企业家特征;企业家社会资本;中小企业国际化

中图分类号: 文献标识码:A 文章编号:1001-7348(2009)19-0072-05

## 0 引言

无论是国际经验还是国内实践都表明,中小企业有着国际化的迫切需要,拓展海外市场可以解决国内市场饱和及过度竞争的问题;国际化可以摊薄技术研发的成本,充分发挥所有权优势;在世界经济格局和金融环境急剧振荡

的今天,国际化也有利于保持经营的稳定,并可能迅速增强获利能力。同时中小企业也具备国际化的可能性,事实上中小企业和非公有经济已经成为我国对外开放的生力军,2006年私营企业进出口总值达2435.8亿美元,同比增长46.5%,高于全国增长率22.7个百分点<sup>[1]</sup>,理论研究也显示:随着信息技术成本下降使得世界范围的直接交流更容易,小企业都能够获得信息和资源以进入世界市场<sup>[2]</sup>。

同时,应提升企业的管理水平。

## 3 结论

在测算我国汽车工业16年发展水平的基础上,尝试运用新经济增长理论来进行定量测算与分析,得到了汽车产业技术创新水平模型。本文虽然对罗默模型中技术这一指标进行了修正,加入了技术的可变性,但是仍然存在诸多因素不能体现,如国家对汽车的扶持政策,国有企业制度等,所有分析结果难免与现实存在偏差。需要指出的是,应用罗默模型来分析和测算技术创新水平,具有一定的实际意义,同时需注意:①技术创新属于广义范畴,不仅单纯包括技术的改进,而且包括管理水平提升,组织优化,资源有效配置等因素;②同时运用罗默模型分析,应注意统计数据不能反映某一项技术的进步,只能反映整个产业的技术进步情况。

参考文献:

[1] 曾国屏,李正风.世界各国创新系统——知识的生产、扩散和利用[M].济南:山东教育出版社,1999.

[2] 吴清华,李从东.DEA方法与生产函数法的比较[J].系统工程,1995,13(3):15-19.  
[3] CHIANG F S,SUN C H,YU J M.Technical efficiency analysis of milk fish production in Taiwan—an application of the stochastic frontier production function [J]. Aquaculture, 2004,230:99-116.  
[4] BLUMSTEIN C,STOFT SE.Technical efficiency,production functions and conservations supply curves [J].Fuel and Energy Abstracts, 1996,37 (1):70-75.  
[5] ROUSSEAU S,ROUSSEAU R.The scientific wealth of European nations:Taking effectiveness into account [J].Scientometrics, 1998,42(1):75-87.  
[6] 熊义杰.世纪之交我国石油企业的技术水平分析[J].系统工程理论与实践,2001(8):130-134.  
[7] 朱善利.微观经济学[M].北京:北京大学出版社,1994.  
[8] 胡红梅,陈咏梅.技术进步与西方产业组织理论演进[J].科技进步与对策,2006(12):54-57.  
[9] 中国汽车工业年鉴编委会.中国汽车工业年鉴[M].天津:中国汽车工业年鉴编辑部,1990-2005.  
[10] 中国统计年鉴编委会.中国统计年鉴[M].1990-2005.

(责任编辑:王尚勇)

收稿日期:2008-08-30

基金项目:国家自然科学基金项目(70802026);江苏省软科学项目基金(BR2008046)

作者简介:钱海燕(1978-),女,江苏南京人,博士研究生,南京大学商学院,讲师,研究方向为国际企业管理;张晓(1978-),男,江西景德镇人,博士,南京大学商学院,讲师,研究方向为国际企业管理。

然而,对于实践中的中小企业国际化的活跃程度和重要性,国内外的理论研究和探讨都显得比较薄弱。传统的国际化理论认为规模是企业国际化的重要影响因素,但却无法解释中小企业国际化的问题。近期的研究分析了新的经济环境下影响企业国际化的内、外部因素,如东道国的竞争环境、文化的差异、企业的战略选择、跨国经营经验、销售网络等<sup>[3]</sup>,它们对中小企业国际化有一定的解释作用,但很难区别对中小企业和大型企业的影响。笔者认为无论是在激烈竞争的环境中生存、对文化差异的克服、在战略上的睿智决策、国际化经验的积累,还是网络的建立,都离不开“人”的因素。企业家是对企业的经营管理有着重要影响的“人”,而在中小企业中,他们的作用显得尤为突出。因此,本文将从这一角度进行探讨,试图找出影响中小企业国际化的企业家因素,并分析其产生影响的作用机制。

## 1 影响中小企业国际化的企业家因素

近年来中小企业的国际化问题已引起学者们的关注。从国外的研究来看,综合其中的企业家因素,我们发现:首先,企业家精神影响着中小企业的国际化。Zahra 等<sup>[5]</sup>认为,中小企业的国际化过程的战略选择会强烈地受到企业家自尊心、偏好和倾向等个体特质的影响。而企业家精神还会影响到中小企业国际化扩展的计划,企业家精神较强的企业往往具有较高的跨国经营的倾向,从而反映在它们国外市场的范围和国外市场活动的强度等方面<sup>[6]</sup>。

其次,企业家特征也会影响中小企业国际化。Fischer<sup>[7]</sup>指出具有国际化经验的管理团队能够带来高的国际化程度,它们会选择国际合作伙伴,成立后不延迟在国际市场的销售。快速国际化的中小企业的创始人和高层管理者都拥有丰富的国际化经验<sup>[8]</sup>,这些经验主要是工作经验<sup>[9]</sup>,它们有利于管理者就潜在交易行为作出决策<sup>[10]</sup>,并且有助于整合资源,获得已有国际商业网络的进入权以及构建企业的价值链。

最后,企业家社会资本对中小企业国际化有着重要影响。社会资本中最重要的概念是网络,以及通过网络可以调用的资源。Coviello 和 Munro 发现,他们所研究的中小企业均倾向于利用它们网络伙伴的市场和分销能力来促成自身业务的国际化。因此他们认为,网络内部存在的正式和非正式关系不仅扩大了企业国际化战略和进入模式选择的范围,同时也扩大了可供利用的资源范围。同时中小企业国际化过程中,网络对获得企业缺乏的知识和经验至关重要,小企业可以通过网络获得更多的有关国际化的默会性知识与能力<sup>[12]</sup>。

国内学者也对我国中小企业国际化的问题进行了有益的探讨。从国际化动机来看,李朝明<sup>[13]</sup>认为私营中小企业选择海外市场的标准是市场潜力与销售渠道,动机依次是拓宽市场、获取信息、利润等。从成长方式来看,我国企业,特别是民营中小企业,依赖于网络式发展,以渐进式过程为主,从“引进来”到“走出去”,从心理距离和地理距离

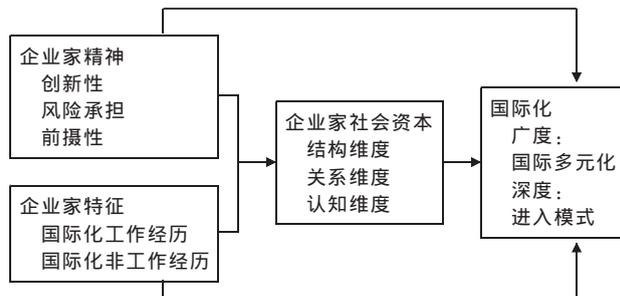


图 1 企业家因素对中小企业国际化的影响机制模型

近的国家到远的国家,从出口到投资建厂<sup>[14,15]</sup>。总体看来,中小企业的国际化离不开我国的文化背景,文化只有通过人的思维和行为才能体现,并对企业成长决策产生作用,而对于中小企业来说,最重要的、影响力最大的人就是企业家。

国内研究同样发现,企业家精神、企业家特征和企业家社会网络构成了影响中小企业国际化的最重要的企业家因素。张骁和杨忠<sup>[16]</sup>在分析了日韩综合商社的成功经验之后认为,我国企业国际化,尤其是中小企业国际化的驱动力应该来自于政府力量,应该在政府的主导下以及银行或大型国有资产管理公司的参与下,充分发挥行业协会的力量,先成立以行业划分的一级商社,然后在一级商社的基础上整合形成大型综合商社,并主要以服务和整合中小企业为主。赵优珍<sup>[17]</sup>基于资源基础论视角分析了中小企业国际化的优势,认为企业家精神、有关全球机会与国际化的默会知识及其运用能力、与外国市场的网络联系构成了其国际化的动因和竞争优势。陈扬和张骁<sup>[18]</sup>分析了企业家特征和企业家网络与中小企业国际化之间的联系,认为企业家特征和企业家网络可以为中小企业提供国际化扩张所必需的多种资源。

## 2 企业家因素对中小企业国际化的影响机制分析

本文将企业家精神界定为个体特质的主观方面,综合不同学者的研究<sup>[19,20]</sup>,这一内涵主要包括承担风险的能力、对市场机会的洞察力和创新的精神等,它们是企业发展和经济增长的动力之源。同时本文将企业家特征界定为个体特质的客观方面,包括企业家教育背景、任职经历等客观因素及其产生的知识和经验,主要可以分为工作经历和非工作经历两大类<sup>[21]</sup>。企业家社会资本是中小企业最重要的社会资本的来源,而网络是社会资本的核心概念,对社会网络的研究目前处于社会资本研究的前列<sup>[22]</sup>。一个网络可以定义为连接某一特定人群或社会角色 (social actors) 的关系模式,对于企业来说,这些关系模式主要可以从从关系维度、结构维度和认知维度进行研究<sup>[23]</sup>。最后本文所使用的国际化概念指的是“外向”的国际扩张<sup>[24]</sup>,包含了国际化广度和深度两个方面,广度主要是指国际多元化的程度,深度主要是指进入模式的差别。

结合以上的概念界定和已有的研究成果,加之合理的

逻辑推演,本文得出企业家因素对中小企业国际化影响机制的模型(见图1),下面就其中的关系逐一进行解释。

## 2.1 企业家精神与中小企业国际化

企业家精神是决定企业家决策和行动具有创新性的主观态度和能力,中小企业国际化的启动和战略选择、进入国际市场的程度和国际化最终的绩效都受到其直接影响。同时,企业家精神还通过企业家网络的建立、管理和拓展,从而间接地对中小企业国际化的各个方面发生作用。

### (1)企业家精神直接影响着中小企业国际化的决策。

首先,国际化必须靠人去引发,国外市场必须靠企业家去选择,没有企业家,就无法启动国际化,更无法进行国际多元化。系统论观点认为,企业的行为会受到环境的影响。企业家所处的环境是复杂的<sup>[25]</sup>,但也是客观存在的。环境中各种因素是个人和企业难以改变的,但个人由于主观意志的不同,对它们的解释也会不同。而这些解释却影响着企业国际化的选择,也就是说,在选择是否进行国际化以及如何进行国际化时,企业家对环境的印象和判断往往要比事实本身更加重要<sup>[26]</sup>。

其次,全球化背景下中小企业的成功在很大程度上取决于战略的制定和实施,因此正确的战略决策对中小企业国际化的成功至关重要,而决策的结果取决于管理者的企业家精神。赵优珍<sup>[26]</sup>指出,中小企业得益于营销创新、强调质量、专门化生产等实现的产品差异化,这些战略离不开企业家精神。企业家精神强调各个方面的创新,并保持对外部市场的积极响应和对全球化的高度敏感,这些都有助于中小企业保持质量和品种的领先,寻求并进入新的市场,保证国际销售份额,从而进一步扩展国际化广度。而企业家的风险偏好与创新精神也决定了他们是否会采取更加深入的国际化进入模式,如寻求适当的时机,进行直接投资。

(2)企业家精神通过企业家社会资本为中小企业国际化提供所需资源。国际化需要广泛的资源,包括人力资本、充足的资金、专有的技术等,而资源的缺乏一直以来是中小企业的薄弱环节<sup>[27]</sup>,个人网络正是获取这些资源的重要途径。企业家精神,例如企业家说服他人向企业进行投资的能力<sup>[26]</sup>,企业家所表现出的企业的创新特征等<sup>[28]</sup>,正是建立网络、获得资源的关键所在。同时,企业家的洞察力、态度等因素也影响着网络的更新与拓展<sup>[18]</sup>,还决定着对网络的管理能力。因此,对企业家网络的探讨才是把企业家精神和中小企业国际化这两个研究领域连接起来的真正纽带<sup>[29]</sup>。

## 2.2 企业家特征与中小企业国际化

企业家特征,这里主要指企业家的各种国际经历,决定了企业家所能获取的知识和经验,从而影响着中小企业国际化的战略决策和选择。同时,这些经历又会对企业家的社会资本,包括其结构维度、关系维度和认知维度,产生一定的影响。

### (1)企业家的国际工作经历对中小企业国际化有着重

要影响。其一,企业家通过国际工作经历可以获得企业开展国际业务的经验,而有丰富经验的管理者与无经验的管理者感知到的信息完全不同<sup>[30]</sup>,因此任职背景丰富,有较多国际工作经历的企业家更容易获得促使有效实施国际化的信息(特别是多元化),并降低创建和并购等更为深入的国际化进入模式的相关风险<sup>[31]</sup>。研究也发现,对中小企业而言,企业家过去在某个国家经营的经验会增加其优先考虑在该国进行国际化扩张的倾向<sup>[32]</sup>。其二,企业家过去的国际任职经历,使得其拥有更多“关系”<sup>[33]</sup>,而更容易成为结构洞中的焦点人物,并获得更多的信任,从而对网络的结构维度和关系维度产生影响。

(2)企业家国际非工作经历也会对中小企业国际化产生影响。企业家的其它国际化经历对中小企业国际化的意愿、倾向、市场选择和进入模式等也会产生影响<sup>[34]</sup>,这些经历可能是学习经历或仅仅是生活经历,甚至旅游经历。特别是选择哪一个国家进行国际化,很多时候在于个人的偏好,而这种偏好很大程度上取决于企业家曾经有过哪一个国家的求学或其他的经历。另一方面,企业家的经历决定了企业家网络的现有组成状态<sup>[18]</sup>,因此企业家的这些国际经历会有助于其国际网络的创建与发展。同时通过这些经历,增强了语言能力、适应了当地文化、更深入了解了东道国的价值观,从而加强了以沟通为基础的网络认知维度。当企业家对网络关系认知得越准确,企业在网络中就处于越有利的位置,可以更加深入和多元化地实施国际化进程。

## 2.3 企业家社会资本与中小企业国际化

中小企业国际化本身的特殊性,使得它们必须通过建立微观运行机制提高能力,才能有效地参与国际竞争<sup>[35]</sup>。而利用企业家社会资本,获得国际化所需资源,发现国际化可行路径就是建立微观运行机制的核心内容。

(1)从结构维度上看,这里主要是指企业在网络中所处的位置,以及这样的位置能够带来的资源。首先要建立与国内中小企业的网络,形成企业集群,从而提高中小企业的竞争力。尤其在集群内已有企业开展国际化经营时,就可能跟随其走上国际化道路<sup>[26]</sup>。在有了“结伴同行者”之后,也拥有了国际化的知识与经验。同时这些企业,主要是企业家,开始占据着网络中的“结构洞”,成为拥有信息优势和控制优势的“第三者”<sup>[36]</sup>。渐渐地,企业网络的内聚性会下降,结构洞的数量会增加,企业家作为结构洞的作用会越来越来大<sup>[37]</sup>。而随着企业的进一步成长以及企业网络的向外纵向和横向延伸,企业国际化的广度和深度也将随之扩展。

(2)从关系维度上看,这里主要是指通过强关系能够带来的更多的信任、规范和认可。这些信任、规范和认可会直接影响联合与交换的过程,使得获取网络中的资源更加容易,并与知识创造有着正向的关系<sup>[23]</sup>。当企业家在某一国家的网络关系增强到一定程度时,他将会选择进入该国市场,使得企业的国际销售更加多元化。而当这些关系更

加牢固,企业本人也拥有更多的资源和经营知识时,在当地经营的风险也随之降低,他会开始考虑除了出口之外的其它进入模式。

(3)从认知维度上看,这里主要是指通过语言、编码和叙述进行沟通<sup>[38]</sup>,从而使企业之间共享的语言达到一定程度,以促进信息的获取<sup>[23]</sup>,并加强商务交易中个人之间特殊联系的知识经验和感知<sup>[39]</sup>。在创建网络的过程中关系维度和认知维度有不断的互动,通过增强沟通能力和一致的价值观,不断地增强信任与了解,再进一步加强沟通的有效性,使得提高国际化深度和广度的同时,降低风险,提高绩效。而事实上企业家网络的建立和中小企业国际化的开展也是一个不断循环的过程<sup>[40]</sup>,从建立网络到进行国际化,从国际化开展到延伸网络结构、增强网络关系、精准网络认知,再进一步提高国际化绩效。

企业家社会资本表现为企业家网络,其本质是网络的结构、关系和认知。中小企业依赖于网络的作用,获得社会资本,以此弥补人力资本和财务资本的不足,从而进行有效的国际化。同时,企业家社会资本会受到企业家精神和企业家特征的影响,因此,发挥着联结企业家精神、企业家特征和中小企业国际化的桥梁作用。

### 3 结论

中小企业活跃于国际化舞台,传统理论无法对此进行系统解释,因此理论解释方面需要有新的突破。由于以往的国际化研究往往聚焦于大型的跨国公司,所以对于一些国际化的新现象,传统的理论解释往往显得比较苍白。例如,传统理论认为规模是企业国际化的决定性因素,但是事实证明,中小企业同样可以国际化,传统理论就无法提供令人信服的解释。

而目前对中小企业国际化的研究缺乏较为统一的结论,系统地企业家角度解释中小企业国际化问题的理论研究几乎没有。本文通过对大量文献的整理和思考,从这一角度探讨了中小企业国际化的问题。本文认为企业家精神与企业家特征对中小企业的国际化有着重要的影响,企业家对机会的敏感度、对风险的态度会直接影响对出口国家和模式的选择,而企业家的各种国际经历也决定了其是否具有全球的眼光、必要的知识和经验带领企业成功地进行国际化。同时,它们还通过企业家社会资本影响中小企业国际化的深度和广度,企业家的创新能力等主观特质以及国际经历等客观特质,都会对其网络的搭建、维护与拓展产生影响,从而决定了其社会资本的结构维度、关系维度和认知维度;而这些企业家网络的特征会对中小企业国际化进入地区的选择、进入国家的多少、进入的模式以及带来的绩效产生影响。

但理论的推导只是研究的开始,还需要用企业的实例进行修正,用实践中的数据加以检验。如果能够在控制行业、地区和其它一些因素的前提下,进行实证研究,则该模型会更具理论和实际价值,这是本文的局限性所在,也是

我们未来的研究方向。

参考文献:

- [1] 国家发展和改革委员会中小企业司编. 中国中小企业发展报告[M].北京:机械工业出版社,2007:2-4.
- [2] BONK,E.T. The information revolution and its impact on sme strategy;the asia pacific economic cooperative forum as a model[J].Journal of Small Business Management,1996,34(1):71-77.
- [3] 樊增强.中国企业国际化的影响因素及其战略选择[J].国际经贸探索,2005(11):66-69.
- [4] 孙京娟.温州中小企业进入国际市场模式的影响因素分析[J].企业经济,2006(7):62-64.
- [5] ZAHRA S A,KORI J S,YU J.Cognition and international entrepreneurship: implications for research on international opportunity recognition and exploitation [J].International Business Review,2005,14:129-146.
- [6] CLERCQ D D,SAPOEMZA H J,CRIJNS H.The internationalization of small and medium-sized firms [J]. Small Business Economics,2005,24(4):409-419.
- [7] FISCHER A R R E.The influence of the management team's international experience on the internationalization behaviors of SMEs [J]. Journal of International Business Studies 1997,28(4):807-825.
- [8] OVIATT B M,MCDOUGALL P P.Global start-ups:entrepreneurs on a world-wide stage [J].Academy of Management Executive,1995,9(2):30-43.
- [9] HOULDEN S C J.Decision-making and market orientation in the internationalization process of small and medium-sized enterprises[J].Management International Review,2005,45(4):413-436.
- [10] SHRADER R C,OVIATT B M,MCDOUGALL P P.How new ventures exploit trade-offs among international risk factors: lessons for the accelerated internationalization of the 21st century [J]. Academy of Management Journal,2000,43(6):1227-1247.
- [11] COVIELLO N E,MUNRO H J.Growing the entrepreneurial firm:networking for international market development [J]. European Journal of Marketing,1995,29(7):49-61.
- [12] VIDA I. An empirical inquiry into international expansion of US retailers [J].International Marketing Review,2000,17(4/5):454-475.
- [13] 李朝明.中国民营企业跨国经营实证研究[J].经济理论与经济管理,2006(7):63-67.
- [14] 张伟,刘蔚,黎正忠.广东制造业企业国际化经营影响因素分析[J].国际经贸探索,2006(11):36-40.
- [15] 朱允卫,黄祖辉.温州鞋业企业国际化状况的调查与分析[J].经济理论与经济管理,2006(1):51-55.
- [16] 张骁,杨忠.中国企业跨国经营的模式借鉴——来自日韩经验的启示[J].当代财经,2005(8):73-77.
- [17] 赵优珍.资源基础论视角的中小企业国际化[J].国际贸易问题,2003(10):39-43.

- [18] 陈扬,张骁.企业家特征、企业家网络与中小企业国际化[J].经济管理,2006(23):65-69.
- [19] STEVENSON H H,ROBERT M J,GROUSBECK H I.New business ventures and the entrepreneur[M].北京:机械工业出版社,1998:4-5.
- [20] 贺小刚.企业家能力与企业成长:一个能力理论的拓展模型[J].科技进步与对策,2006,23(9):45-47.
- [21] TAKEUCHI R,TESLUK P E,YUN S,LEPAK D P.An integrative view of international experience[J]. Academy of Management Journal,2005,48(1):85-100.
- [22] 蒋春燕,赵曙明.社会资本和公司企业家精神与绩效的关系:组织学习的中介作用[J].管理世界,2006(10):90-99.
- [23] NAHAPIET J,GHOSHAL S.Social capital, intellectual capital,and the organizational advantage [J].Academy of Management Review,1998,23(2):242-266.
- [24] WELCH L S,LUOSTARINEN R.Internationalization: Evolution of a concept[J].Journal of General Management, 1988,14,2,winter:34-55.
- [25] DUNNING J H.The eclectic paradigm of international production:A restatement and some possible extensions[J]. Journal of International Business Study,1988,19(Spring):1-31.
- [26] 赵优珍.中小企业国际化——理论探讨与经营实践[M].上海:复旦大学出版社,2005:43-45,51-52.
- [27] LIESCH P W,KNIGHT G A.Information internalization and hurdle rates in small and medium enterprise [J].Journal of International Business Study,1999,30(2):383-394.
- [28] MARTENS M L,JENNINGS J E,JENNINGS P D.Do the story they tell get the money they need? The role of entrepreneurial narratives in resource acquisition [J]. Academy of Management Journal,2007,50(5):1107-1132.
- [29] 张骁,杨忠.小企业国际化研究新动向——来自企业家理论的渗透[J].软科学,2007(10):123-126.
- [30] MEZIAS J M,STARBUCK W H.Studying the accuracy of managers' perception:A research Odyssey[J]. British Journal of Management,2003,14:3-17.
- [31] 张建君,李宏伟.私营企业的企业家背景、多元化战略与企业绩效[J].南开管理评论,2007,10(5):12-25.
- [32] DAVIDSON W H.The Location of foreign direct investment activity:Country characteristics and experience effects [J]. Journal of International Business Studies,1980,11(2):9-22.
- [33] 边燕杰,丘海雄.企业的社会资本及其功效[J].中国社会科学,2000(2):87-99.
- [34] OGBUCHI A O,LONGFELLOW T A.Perceptions of U.S. manufacturing SMEs concerning exporting:A comparison based on export experience [J]. Journal of Small Business Management,1994,32(4):37-47.
- [35] 贺熾敏,许强,贺慈浩.中小企业国际化经营微观运行机制分析[J].浙江工业大学学报(社会科学版),2004(12):195-200.
- [36] SEIBERT S E,KRAIMER M L,LIDEN R C.A social capital theory of career success [J]. Academy of Management Journal,2001,44(2):219-237.
- [37] HITE J,HESTERLY W.The evolution of firm networks [J]. Strategic Management Journal,2001,22(3):275-286.
- [38] 韦影.企业社会资本与技术创新:基于吸收能力的实证研究[J].中国工业经济,2007(9):119-127.
- [39] 龚鹤强,林健.关系认知、关系运作和企业绩效:来自广东省私营中小企业的实证研究[J].南开管理评论,2007,10(2):45-53.
- [40] 甄林萍,陈继明.企业家网络与中小企业国际化发展的案例研究[J].财经界,2007(4):119-120.

(责任编辑:万贤贤)