



中小企业国际化 成长机制研究

游怡◎著



中国时代经济出版社
China Modern Economic Publishing House

本书是湖北工业大学科研启动基金的研究成果



中小企业国际化 成长机制研究

游怡◎著



中国时代经济出版社
China Modern Economic Publishing House

图书在版编目 (CIP) 数据

中小企业国际化成长机制研究/游怡著. --北京:

中国时代经济出版社, 2015. 1

ISBN 978-7-5119-2257-1

I. ①中… II. ①游… III. ①中小企业—国际化—研究—中国 IV. ①F279.243

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2014) 第 284886 号

书 名: 中小企业国际化成长机制研究

作 者: 游 怡

出版发行: 中国时代经济出版社

社 址: 北京市丰台区玉林里 25 号楼

邮政编码: 100069

发行热线: (010) 68320584

传 真: (010) 68320584

网 址: www.cmepub.com.cn

电子邮箱: zgsgdj@hotmail.com

经 销: 各地新华书店

印 刷: 北京天正元印务有限公司

开 本: 710 毫米×1000 毫米 1/16

字 数: 201 千字

印 张: 12

版 次: 2015 年 1 月第 1 版

印 次: 2015 年 1 月第 1 次印刷

书 号: ISBN 978-7-5119-2257-1

定 价: 36.00 元

本书如有破损、缺页、装订错误, 请与本社发行部联系更换
版权所有 侵权必究

摘 | 要

由于中小企业自身规模较小,具有高度的弹性和灵活性,在国民经济中扮演着日益重要的角色。为了在激烈的竞争中生存和发展,中小企业不断地学习新的知识和技术,建立起社会网络关系并积极开拓新的市场。因此,越来越多的企业开始了国际化成长,以实现自身发展和提升产品附加值,走持续成长的道路。随着全球分工和经济一体化的不断深化,企业竞相选择向低成本的国家 and 地区寻求转移,争相寻找广阔的市场谋求发展,促使中小企业开始了对外投资的风潮。中小企业作为活跃经济代表,积极参与国际化进程。许多天生全球化的企业甚至在成立之初就开始了国际化成长。

本书基于对国际化成长的定义、中小企业国际化成长理论、国际化成长因素和国际化成长的评价模型等的梳理,指出在全球分工背景下,中小企业国际化成长主要受到企业家、资源和环境三个因素的制约。在这三个制约因素的作用下,针对我国现阶段中小企业处于全球分工产业链中下端的特点,提出中小企业国际化成长机制是由成长战略、动力系统、社会网络、组织学习和风险控制五个要素构成。围绕着这个主题,对中小企业国际化成长机制的整体性和系统性进行了全面分析和评价。本书从以下五个方面进行研究:

第一部分,构建中小企业国际化成长机制模型。目前对中小企业国际化成长方面的研究较少,仅仅趋于表面现象的分析,或只局限于提出比较宽泛的策略,尤其是以全球分工呈现的新特点出发的研究并不多见。在明确了本研究的意义、目的和方法后,通过对中小企业进行界定及特征分析,找出其国际化成长的目的和动力。在此基础上,按照系统论的观点,构建包含国际化成长战略、动力系统、社会网络、组织学习和风险控制5个要素的中小企业国际化成长机制模型。



第二部分,分析中小企业国际化成长机制模型。首先对中小企业国际化成长的战略进行了分析。以平衡企业发展战略和国内外市场需求为出发点,找出影响战略选择的因素,提出中小企业可采用的国际化成长模式,找出其战略目标和实施战略的重点,然后分析中小企业国际化成长的动力系统。在探讨中小企业国际化成长动力系统内涵的基础上,构建包含激发动力子系统、维持动力子系统和国际化成长环境的中小企业国际化成长动力系统,探讨动力子系统之间和动力子系统与环境之间的耦合关系。接着分析中小企业国际化成长的社会网络。阐述社会网络形成及特征,讨论中小企业国际化成长的合作伙伴、网络类型的选择,剖析中小企业社会网络的形成及特征,找出社会网络的跨国化与中小企业国际化之间的协同关系。进而分析中小企业国际化成长的组织学习机制。通过对组织学习与企业家、环境和资源之间的影响分析,提出中小企业应改善组织学习条件和资源环境,促进中小企业国际化成长,以实现资源、学习、中小企业国际化成长协同发展。最后,分析中小企业国际化成长的风险控制机制。在识别中小企业国际化成长风险的基础上,构建了风险测度指标体系。

第三部分,实证分析中小企业国际化成长机制。在综合国内外学者对中小企业国际化成长评价研究成果的基础上,结合我国中小企业的特点,通过问卷调查获得对企业的相关数据,运用结构方程模型对第二部分建立的中小企业国际化成长机制模型进行实证检验。

第四部分,提出我国中小企业国际化成长的对策和政策建议。分别从微观角度和宏观角度对中小企业国际化成长的实现提出了对策和政策建议。

第五部分,全书总结与研究展望。对全书的概括总结,概括出本书的主要观点和创新点,最后提出今后研究的方向。

关键词: 国际化成长; 国际化绩效; 国际化程度; 中小企业

目 录

CONTENTS

第 1 章 绪论	/ 1
1.1 研究目的与意义	/ 1
1.1.1 研究目的	/ 1
1.1.2 研究意义	/ 2
1.2 国内外研究现状	/ 3
1.2.1 中小企业国际化成长的界定	/ 3
1.2.2 中小企业国际化成长理论综述	/ 5
1.2.3 中小企业国际化成长的因素综述	/ 9
1.2.4 中小企业国际化成长评价模型	/ 12
1.2.5 国内外研究述评	/ 14
1.3 研究内容与研究方法	/ 15
1.3.1 研究内容	/ 15
1.3.2 研究方法	/ 17
第 2 章 中小企业国际化成长机制及其基本理论	/ 19
2.1 中小企业的界定及特征	/ 19
2.1.1 中小企业的界定	/ 19
2.1.2 中小企业的特征	/ 21
2.2 中小企业国际化成长的意义	/ 23
2.3 中小企业国际化成长的系统构成	/ 25
2.3.1 中小企业国际化成长机制及构成	/ 25
2.3.2 中小企业国际化成长机制的制约因素	/ 33



本章小结	/ 37
第3章 中小企业国际化成长战略	/ 38
3.1 影响中小企业国际化成长战略的因素	/ 38
3.1.1 战略选择的客观环境	/ 38
3.1.2 战略选择的主体	/ 40
3.1.3 战略选择的关系模型	/ 42
3.2 中小企业国际化成长战略选择	/ 44
3.2.1 中小企业国际化成长方式	/ 44
3.2.2 中小企业国际化成长模式	/ 45
3.3 中小企业国际化成长战略目标	/ 47
3.3.1 总体战略目标	/ 47
3.3.2 微观目标	/ 47
3.4 中小企业国际化成长的战略重点	/ 49
3.4.1 制定战略的重点	/ 49
3.4.2 实施战略的重点	/ 50
本章小结	/ 51
第4章 中小企业国际化成长的动力系统	/ 53
4.1 中小企业国际化成长动力系统的内涵	/ 53
4.2 中小企业国际化成长动力要素及其相互作用关系	/ 53
4.2.1 中小企业国际化成长动力要素	/ 53
4.2.2 中小企业国际化成长动力要素间的关系	/ 63
4.3 中小企业国际化成长动力系统的功能	/ 69
本章小结	/ 70
第5章 中小企业国际化成长的社会网络	/ 71
5.1 社会网络的形成及特征	/ 71
5.1.1 社会网络的形成	/ 71
5.1.2 社会网络的特征	/ 72
5.2 社会网络的构成	/ 73
5.2.1 社会网络的类型	/ 73
5.2.2 社会网络的解构	/ 74



5.3 社会网络与中小企业国际化成长的内在关系	/ 76
5.3.1 中小企业社会网络及其跨国成长的动力	/ 76
5.3.2 中小企业国际化成长中社会网络的发展周期	/ 80
5.3.3 社会网络构成与中小企业国际化成长的关系	/ 82
本章小结	/ 84
第6章 中小企业国际化成长的组织学习机制	/ 85
6.1 组织学习的构成及其特征	/ 85
6.1.1 中小企业组织学习构成	/ 85
6.1.2 中小企业组织学习特征	/ 87
6.2 组织学习的制约因素	/ 88
6.2.1 企业家的制约	/ 88
6.2.2 环境的制约	/ 89
6.2.3 资源获取的制约	/ 89
6.3 中小企业组织学习与中小企业国际化成长的关系	/ 90
6.3.1 组织学习对中小企业国际化成长的作用	/ 90
6.3.2 企业家学习对中小企业国际化成长的影响	/ 92
6.3.3 环境、组织学习与中小企业国际化成长的关系	/ 94
6.3.4 资源、组织学习与中小企业国际化成长的关系	/ 96
本章小结	/ 97
第7章 中小企业国际化成长的风险控制机制	/ 99
7.1 中小企业国际化成长的风险识别	/ 99
7.1.1 国际化成长风险的分类及其影响	/ 99
7.1.2 国际化成长风险的变化特征识别	/ 101
7.2 中小企业国际化成长风险测度指标体系	/ 104
7.2.1 中小企业国际化成长的风险指标体系	/ 104
7.2.2 风险测度维度概念的提出及理论依据	/ 106
7.3 国际化成长风险测度的层次分析法	/ 108
7.3.1 层次分析法简介	/ 109
7.3.2 层次分析法的优缺点	/ 109
7.3.3 层次分析法的基本思路	/ 110
7.3.4 层次分析法的基本步骤	/ 110



7.3.5 层次分析法在国际化成长风险测度中的应用	/ 112
本章小结	/ 113
第8章 中小企业国际化成长机制评价	/ 114
8.1 调查问卷及研究设计	/ 114
8.1.1 抽样标准	/ 114
8.1.2 样本选取	/ 115
8.1.3 数据收集整理	/ 115
8.1.4 研究方法选取	/ 116
8.2 评价指标体系和数据收集	/ 117
8.2.1 自变量测度	/ 117
8.2.2 中间变量测度	/ 120
8.2.3 因变量测度	/ 121
8.2.4 控制变量测度	/ 122
8.3 样本特征分析	/ 123
8.4 数据质量检验	/ 126
8.4.1 正态性检验	/ 126
8.4.2 多重共线性检验	/ 126
8.4.3 探索性因子分析	/ 127
8.4.4 验证性因子分析	/ 129
8.4.5 信度与效度分析	/ 131
8.5 结构方程模型分析	/ 132
8.5.1 SEM模型的建立	/ 132
8.5.2 假设检验	/ 133
8.6 研究结果讨论	/ 134
8.6.1 对国际化绩效影响结论的评述	/ 134
8.6.2 对国际化程度影响结论的评述	/ 135
8.6.3 对组织学习影响结论的评述	/ 137
本章小结	/ 139
第9章 我国中小企业国际化成长的策略	/ 140
9.1 企业层面的对策建议	/ 140
9.1.1 制定科学的中小企业国际化成长的战略	/ 140



9.1.2 构建中小企业国际社会网络的路径选择	/ 141
9.1.3 加强中小企业国际化成长的组织学习建设	/ 142
9.1.4 中小企业国际化成长的风险控制	/ 143
9.2 政府层面的政策建议	/ 144
9.2.1 培育中小企业国际化成长需求, 增强激发动力的政策	/ 144
9.2.2 强化中小企业国际化成长动力供给, 加强维持动力的政策	/ 146
本章小结	/ 148
 第 10 章 全书总结与研究展望	 / 149
10.1 本书的主要结论	/ 149
10.2 本书的主要创新点	/ 153
10.3 研究展望	/ 154
 致 谢	 / 156
 参考文献	 / 158
 附 录 关于中小企业国际化成长机制调查问卷	 / 176

第1章 绪论

1.1 研究目的与意义

1.1.1 研究目的

随着全球范围内的国际贸易和跨国投资壁垒逐渐消除，整个世界日益融合为一个规模空前的全球大市场。全球分工的进一步深化使得越来越多的中小企业能进入到国际市场，并不断提高参与程度。它们一方面不断在国外市场上寻求机会，谋求生存；另一方面，在国际化道路上，学习了新的知识，积累了经验，拥有了更多的资源，不断成长。有些中小企业采用渐进式方式逐步进入国际市场；还有些中小企业选择“激进的方式”，从成立之初就瞄准了国际市场；更有一些中小企业原以国内市场为目标市场，因某些因素的变化或刺激，改变了战略，采取“跳跃的方式”迅速致力于国际化经营和成长。

我国从“十五”规划开始提出企业要“走出去”。该政策在十八大报告中进一步发展为“加快走出去步伐，增强企业国际化经营能力，培育一批世界水平的跨国公司”。作为促进经济发展的重要力量，截至2012年底，在工商部门注册的中小企业已达1023万家，占中国企业总数的99%，对GDP的贡献58.35%，对税收的贡献52.2%，解决超过了80%的城镇就业，创造了68.3%的进出口贸易额^[1]。然而，这些中小企业在国际市场上的竞争力却依旧较弱、影响力较小。究其原因，是由于人民币持续升值，国内原本低廉的劳动力价格也不断上涨，使得中小企业失去了原有的竞争优势。体现为很多企业缺乏核心的技术、品牌价值低，国际经营的组织和实施能力不足。然而，更深层次的原因是成长战略、动力系统、



社会网络、组织学习和风险控制等机制的不完善。因此,中小企业若想在国际市场上持续成长,其国际化成长的机制已面临升级与转型的挑战。

1.1.2 研究意义

中小企业国际化成长机制能使中小企业在全球分工的背景下资源得到合理的利用和配置,组织学习能力加强,通过不断创新来规避风险,对不断提高中小企业的经营管理水平和国际竞争力、实现可持续成长的目标有十分重要和深远的意义。本研究力求通过对战略理论、成长动力理论、创新理论、网络理论、学习理论和风险理论的研究,探讨我国中小企业国际化成长机制的构建,为我国中小企业构建国际化成长机制提供系统、有效的理论依据。

(1) 本书的理论价值

国内外学者对中小企业的成长方面的研究各有差异,对中小企业国际化成长评价也有一定涉及。但通过资料查询发现,目前研究中小企业国际化成长机制问题较少,仅仅趋于表面现象的分析,或只局限于提出一定的宽泛策略,尤其是实证研究并不多见。本书从国际分工呈现的新特点出发,分析影响中小企业实现国际化成长的制约因素,讨论国际化成长的方式和模式,剖析国际化成长机制的构成,通过实证分析找出构成要素对国际化成长的作用,最后对国际化成长提出对策建议,对中小企业的国际化发展具有重要意义。

①将战略理论、成长动力理论、网络理论、创新理论、资源理论、学习理论和风险理论进行整合,并通过实证分析,综合分析了这些要素如何作用于中小企业国际化成长。不仅是对国际化理论体系的完善,也补充了企业成长理论。

②在前人研究的基础上,首次将影响中小企业国际化成长的环境因素、资源因素及企业家因素进行综合分析,并针对中国中小企业处于产业链的中下端的特点,明确中小企业的地位。在目前全球分工的背景下,根据中小企业在企业网络中的地位,指出适合中小企业国际化成长的模式。

③本研究通过实证分析,探讨中小企业国际化成长机制的评价体系,更加说明了在面临激烈竞争、寻求适合的成长机制是中小企业国际化过程中实现生存和成功运营的关键。

(2) 实践意义

①国际化成长是中小企业缓解国内竞争压力、拓宽市场、实现可持续



发展的有效途径之一。由于国内市场趋于饱和、经济疲软,或者生产过剩等因素的影响,阻碍了企业的成长。因此,开拓竞争较小、更广阔的国际市场,并将过剩的产品销售到海外市场,是缓解压力、解决问题的有效手段。对于中小企业自身来说,通过国际化成长,不断学习先进的技术和知识,并将之用于生产中,不断推出新产品,进一步增强了企业在国际市场上的竞争力。

②国际化成长有助于中小企业提高利润。随着全球分工的不断深入,处于全球价值链中低端企业的利润越来越少。因此,大多数处于低端的中国企业只有通过国际化成长拓宽视野,不断寻找机会,通过不断自我提升,获取竞争优势,向价值链的更高位置攀升,从而增加利润。

③中小企业国际化成长有助于国家实力的提升。中小企业在国民经济中发挥着重要的作用。其在国际市场上的数量和质量更是一个国家实力的体现。此外,在国际市场上实现可持续成长的企业为那些安于现状、缺乏创新的企业提供了启示。为了获得更多的利润,实现更持久的发展,越来越多的中小企业会不断创新,开始国际化成长。而这又反过来,进一步提升了国家的实力。

④更为重要的是,本书为中国中小企业的国际化成长机制提供了适合的战略思维和方法。在全球分工的大背景下,战略、成长动力、社会网络、组织学习和风险控制等要素均作用于中小企业国际化成长。通过实证分析,揭示出要素对国际化成长的影响,找出适合中小企业国际化成长的方式和模式,提出实现国际化成长的对策建议,为后发企业提供积累性知识,使其更迅速和有效地实现国际化成长。

因此,中小企业的国际化成长机制研究是对中小企业成长研究的有益补充,对充分认识中小企业国际化成长提供了理论支持。同时,对于促进中小企业迈向国际市场、发挥其竞争优势,提高国际竞争力,实现国际化成长,提升其在全球价值链上的整体地位,有着十分重要的现实意义。

1.2 国内外研究现状

1.2.1 中小企业国际化成长的界定

和“国际化成长”研究相比,大量的文献通常探讨的是“国际化”。



换句话说,国际化成长常常被隐含于国际化过程中了。总体来看,中小企业国际化的研究中并没有过多关注成长问题;反之,在研究中小企业成长的文献中也缺乏对国际化问题的讨论。其中一项主要原因是获取中小企业对外投资和绩效的困难性。因为通常没有许多公开的中小企业的数据(Lu & Beamish, 2001)^[2]。另外,由于国际化成长既可以视作国际化的前提条件,也可以认为是国际化的结果。成长和国际化的概念经常被混在一起(Buckley & Ghauri, 1993)^[3]。这更为国际化成长的研究增添了难度。

究竟成长和国际化成长的区别是什么?其中一个解释是国际化成长是过程、产品、服务或者资源在进行跨国界转移(Anderson, 1993)^[4]。换句话说,该标准是基于对从国内市场获得的成长和国外市场获得的成长而进行的划分。Buckley & Ghauri (1993)提出地理上的扩张被视为企业成长最重要的路径之一。这对于地理上受限的中小企业来说是一个至关重要的战略(Barringer and Greening, 1998)^[5]。为了追求成长,中小企业迟早会采取地理扩张战略,培育出核心能力以便在更广阔的跨国市场来寻求新机遇(Zahra et al. 2000)^[6]。Lu and Beamish (2001)认为通过进入新市场可以拓宽客户基础,企业可以提高产量来实现成长。波特等战略管理理论代表也认为企业国际化成长不仅是企业的一种成长战略,也是一种市场多元化行为^[7]。

现有文献仍缺乏对国际化成长理论、模型和方法的研究。但是,有些与国际化成长定义相关。Penrose (1959)认为国际化成长是企业跨国界的扩张。该定义指出成长和国际化是同时进行而不是一个先后顺序^[8]。而北欧学者们认为企业国际化成长是企业由国内向国际市场发展的渐进演变过程(Johanson & Weidershein-Paul, 1975)^[9];渐进演变过程是对Penrose观点的赞同。Kuemmerle (2005)给出了国际化和成长应该同时发生的合理解释。他认为,中小企业需要注意商业环境的要求和拥有的内部结构和资源^[10]。因此,中小企业国际化成长一个至关重要的部分是外部环境和内部能力运营节点的确认。

Paavilainen (2008)认为国际化成长是指企业在扩展其国际经营范围时强度、规模、参与程度的扩展和组织结构发展的变化过程^[11]。这个理论性的定义旨在强调企业国际化成长过程中企业国际化和成长之间的连通性;同时也指出企业是在各个方面和各个角度的同步成长。为了能全面理解国际化成长,企业必须要考虑规模和经营范围以及其强度和深度(Crick, 2009)^[12]。



从运营层面来看, Johanson & Vahlne (1990) 从实际出发对企业国际化成长进行了理论性的定义补充: 国际化成长是指国际化经营份额和中小企业年收入的百分比或者以货币形式衡量的增长^[13]。类似的测量方法同样运用于国际化或者成长过程的衡量 (Brush and Vanderwerf 1992; delmar 1997, Gabrielsson et al. 2006)。Gabrielsson et al. (2006) 认为当海外市场的销售占总收入一半以上时, 企业才被视作国际化。这个定义是基于单一的指标, 即仅仅采用了一项测量^[14]。这个定义招致了很多批评, 但仍被许多研究用于尝试解决国际化进程性质的方法。尽管有批评, 但仍然采用这一单一的指标是因为直至目前, 并没用太多的研究尝试测量国际化成长。

我国学者梁能 (1999) 认为“企业走向世界的过程可以从两方面来讨论: 其一是企业经营的国际化, 也就是企业产销活动的范围怎样从一国走向世界的问题; 其二是企业自身的国际化, 也就是一个原先土生土长的地方性企业, 如何向跨国企业演变发展的问题”^[15]。鲁桐 (2000) 将企业国际化过程分为内向国际化和外向国际化两个部分^[16]。郭春杰, 杨柳 (2007)^[17]和戴静 (2007)^[18]认为企业国际化过程是通过充分使用国际市场的资源, 企业在国际市场上扩大规模, 且进行结构调整的过程。罗友花 (2009) 认为企业国际化成长是一个市场区域多元化的过程。这一过程的实现是通过企业在全球市场上进行产品和土地、劳动力和资本的交换达到的^[19]。喻红阳 (2010) 是从经营管理的角度进行了定义。即企业国际化成长是企业市场扩大, 经营管理质量的提高和数量的增加的过程^[20]。

综上所述, 现有文献对国际化成长概念的研究还很缺乏。总体来看, 国际化成长要么从国际化的视角, 要么从成长的角度被探讨。但明确将这两个概念整合起来并不多见。少数学者们也综合研究了国际化和成长 (Gankema et al. 2000; Knight 2000; Wiklund et al. 2009)^{[21][22][23]}, 但鲜有研究是从中小企业视角对其国际化成长进行界定。综合借鉴企业国际化成长的不同观点, 本书认为中小企业国际化成长是指中小企业在海外从事经营管理活动过程中, 通过对战略、动力系统、关系网络、学习和风险控制和协调而逐渐在国际市场上提升自身经营管理的量与质, 并持续发展的过程。

1.2.2 中小企业国际化成长理论综述

中小企业国际化成长理论可以被分为三种: 一种是经济学模式



(Dunning, 1997; Williamson, 1975)。第二种是以企业行为为基础的学习模式 (Johanson & Vahlne, 1977; Penrose, 1959)。主要基于 Penrose 企业和企业成长的行为理论, 基于行为的学习理论来自于制造业国际化成长的历史经验 (e.g., Johanson & Wiedersheim-Paul, 1975; Johanson & Vahlne, 1977)。这些模型假定国际化成长是通过一系列学习, 将知识积累的产品和渐进的国际化扩张决策积累的过程。在基于学习的国际化成长理论中, Uppsala 模型被视为最为重要的行为学习理论。第三种是对渐进性国际化成长模式的挑战模式——天生全球化 (Madsen & Servais, 1997; Zhou et al., 2007) 或者成为国际新创企业 (INV) (McDougall, Shane & Oviatt, 1994; Oviatt & McDougall, 2005b)。

(1) 经济学角度

从经济学的视角讨论企业国际化成长理论, 在一定程度上是从交易成本 (Williamson, 1975)、垄断优势理论 (Hymer, 1976) 和内部化优势理论 (Buckley & Casson, 1976) 为中心的国际化成长模式。王国顺和来特 (2006) 认为内部化理论是在交易成本理论上发展起来的旨在解释企业国际化成长和跨国公司经营活动的理论工具。内部化理论在吸收交易成本理论中合理部分的同时, 也继承了交易成本理论的某些不足, 并在不确定性等方面存在逻辑缺陷^[24]。

在综合吸收这些观点的基础上, 国际生产折衷理论旨在解释不同的国际市场进入模式和目标市场选择 (Dunning, 1977)。根据 Dunning (1988) 的理论, 市场进入模式是由企业所拥有的三组优势所决定的。简而言之, 所有权特定优势包括了知识、能力、过程或实物资产这些能让企业在全世界市场上有效竞争的优势。区位特定优势是指国外市场所拥有的并且企业能从中获得特定利益的因素。最后, 内部化特定优势指的是企业将基于外部的价值链活动内部化到其内部价值链而获得的利益。经济学角度的隐含假设是国际化决策是基于经济的和理性的风险, 而其回报是带给企业最优的结果 (Chandra, Styles & Wilkinson, 2009)^[25]。

当从经济学解释的模式在过去研究中获得广泛关注的同时, 学者们也开始批评这种模式的静态性质和其对于动态的企业国际化成长指导作用较少的问题 (Dunning, 2001)。这种方式既未解释从一种进入方式转换成另外一种方式的变化; 也没有解释抓住国际机会识别的先前的过程 (Andersen, 1997)。此外, 这种模式更适用于大型跨国公司, 因为它关注的是外商直接投资 (FDI) 和随后国际化成长过程 (Ruzzier, Hisrich &



Antonicic, 2006)^[26]。从另一个角度看,中小企业通常面临严重的财务限制;它们也鲜有通过FDI来进行成长(De Maeseneire & Claeys, 2012)^[27]。因此,这种经济学的模式对于中小企业国际化成长的指导价值非常有限。

(2) 国际化成长的阶段模型理论

基于企业行为理论(Aharoni, 1966; Cyert & March, 1963)和Penrose的成长理论,第二种国际化成长理论是在70年代提出的,被普遍认可的Uppsala学校的研究(Johanson & Vahlne, 1977; Johanson & Weidersheim-Paul, 1975)。该理论认为国际化成长是一个逐渐增加其国际参与度的动态过程。“心理距离近”的国家是大多数企业开始国际化扩张的决定性因素。心理距离是由外部环境因素,如语言、文化和政治体系等因素构成(Dow & Karunaratna, 2006)^[28]。同时,企业选择仅需较低资本承诺的进入方式,即间接出口。随着国际化经验和知识的增加,企业会扩张至较远的心理距离和投入更多资本的进入模式,如国外生产。

阶段模型是研究中小企业国际化成长问题的最常用的理论(Chandra et al., 2009)。尽管如此,该方法招致了各种批评。一些学者们指出这个模型过于确定(Forsgren, 2002)^[29],如果企业的国际化成长完全遵从于该模型则会限制了其战略选择(Anderson, 2000)^[30]。而最近关于快速国际化企业的研究将世界看成更加同质的,这使得企业能直接进入地理距离较远的市场(Oviatt & McDougall, 1994)^[31]。还有一些学者们认为该理论仅在国际化成长的最初阶段适用,因为此时受到了市场知识和市场资源缺乏的约束(Forsgren, 1989)^[32]。因此,该模型可能受限于国际化成长的初级阶段(Johanson & Mattson, 1993)^[33]。由于Uppsala模型过于强调经验知识或“干中学”。学者们认为知识通常是和特定的市场条件相关,并可以通过正在进行的活动获得。但是,知识和学习也可以从企业关系网络和对其他企业的行为观察获得(Forsgren, 2002)。模仿学习或者雇佣是有需要知识的员工同样可以增加企业知识。最后,Uppsala模型过于简单,仅使用了两个主要的概念(经验知识和市场承诺)来解释承诺决策和现有的行为(Johanson & Vahlne, 1990)^[34]。在综合考虑了学者们的意见后,Johanson & Vahlne (1990)承认Uppsala模型没有注意到:①拥有大量资源和经验的企业将会采用更多的措施;②在稳定的市场条件下,市场知识可以从一手经验外的方式获得;③企业在某一特定市场的经验可以部分使用在其他市场上。

虽然Uppsala模型遭受了过于简单和过于确定的质疑,但其也为国际