

文章编号:1002-980X(2007)06-0061-04

中小企业进入国外市场模式研究述评

邹刚^{1a}, 黄祖辉^{1b}, 周连喜²

(1. 浙江大学 a 管理学院; b 卡特中心, 杭州 310027; 2. 香港岭南大学 市场营销和国际商务系, 香港)

摘要:在企业国际化和中小企业进入国外市场模式理论和实证研究领域,对其有影响的历史文献和最新进展进行了系统的梳理,揭示了中小企业进入国外市场模式主流观点和研究方法,并选取了最有代表性的研究论文进行了全面分析。这对深入开展中国情境下的中小企业进入国外市场模式研究具有重要的启示意义。

关键词:中小企业;国际化;国外市场;进入模式

中图分类号:F125.4 **文献标志码:**A

中小企业是推动经济增长和解决就业的重要力量,在当前我国大多数商品为买方市场的市场条件下,进入国外市场,走国际化发展之路,是中小企业发展壮大的重要途径。要迅速熟悉相对复杂的国际市场条件,中小企业需要学习先行者积累的国际市场知识。研究企业国际化特别是国外市场进入模式决策,目的是提供这种积累性学识,使中小企业更迅速国际化。

企业国际化一般关注两个问题:进入国外市场(Foreign Entry)和扩张(Foreign Expansion)。国外市场和进入模式等系列决策是企业国际化过程中的主要问题,其中最为关键的决策是如何进入一个新市场。从研究传统来看,进入模式决策研究是企业国际化理论中偏重实证研究的领域。

1 作为重要理论背景的企业国际化理论

1.1 企业国际化概念

对企业国际化的定义,较早的是Vernon在1966年给出的:国际化是连续性阶段的概念,即厂商会随着产品生命周期的演变而逐渐增加国际化的程度;Johanson认为国际化是指企业对海外活动的态度或在海外已实际从事的活动;Pierce将国际化定义为企业及其管理当局对于从本国市场以外的营业来源的承诺程度与形式;Welch和Luostarinen认为国际化是一个企业持续增加国际经营投入的过程。虽然这些定义各不相同,但都认同国际化是厂

商经营活动向国外扩展的一种行为。Annavarjula和Beldona在回顾以往文献中国际化定义后,比较全面的确定了国际化范畴“3O”:海外运作(Operations)、拥有(Ownership)海外资产,以及管理风格、战略、组织结构是否倾向国际化导向(Orientation)^[1]。

1.2 国际化理论的演化

Vernon对企业国际化的定义中已经包含了演变和阶段的概念。Johanson和Vahlne提出的国际化阶段模型,是企业国际化发展理论研究领域的开创性、标志性成果。Johanson等人认为企业国际化是一个连续渐进的过程,主要体现在企业市场范围的国际化:本地市场→地区市场→全国市场→海外相邻市场→全球市场,和企业经营方式的国际化:纯国内经营→通过中间商间接出口→直接出口→设立海外销售机构→海外生产销售。强调渐进过程的阶段模型对传统行业中中小企业的国际化和进入国外市场行为具有一定解释力。

但阶段模型过于简化,对影响因素的考虑比较单一。其后,学界对阶段模型进行了较多补充和修正,代表性的有三个研究方向:一是研究生来国际化(Born International)的Oviatt和MacDougall、Madsen和Servais,另一个方向是关注高技术公司Marian V. Jones和服务业公司的Coviello和Munro,还有一个方向是关注中小企业的Chetty和Blankenburg Holm。这些研究的共同特征是:一是

收稿日期:2007-02-04

作者简介:邹刚(1975—),男,湖北黄冈人,浙江大学管理学院,企业管理专业博士生,研究方向:中小企业国际化、城市经济;黄祖辉(1952—),男,上海人,浙江大学卡特中心主任,教授,主要从事农业经济及产业经济研究;周连喜,男,香港岭南大学市场营销和国际商务系,副教授,主要从事企业国际化战略研究。

开始注意企业迅速国际化现象,并给出探索性理论解释;二是注意考虑关系、网络和网络关系对企业国际化进程的影响。

1.2.1 国际化新企业、天生国际化、早期国际化、迅速国际化

Oviatt 和 McDougall 等对 20 世纪 90 年代初国际化理论的评价是,没有一个理论能有力解释国际化新企业(INV)的形成^[2]。他们认为对越来越普遍的早期国际化现象有较大影响的几大趋势是,国际交通与通信速度和效率的提升、不同市场特性的逐步趋同、国际融资机会的出现、人力资源趋于国际性流动。

随着知识经济的兴起,国际化新企业、天生国际化、早期国际化、迅速国际化现象大量涌现。传统国际化过程论面临挑战的同时,国际化新企业论开始逐步形成和发展。两大理论的谁是谁非也成为企业

国际化领域的研究热点之一。但是,正如 Autio、Sapienza 和 Almeida 所指出的,两大理论(PTI&INV)实际上在解释国际化模式方面非常相似,企业创立早期实现国际化的同时也启动了一个学习过程,以使企业早期获得的经验性知识得以积累,并影响企业结构和发展路径的变化以支持国际化的深入发展。

这种比较研究不但在规范研究上取得进展, Autio 和 Sapienza 还对国际化过程论(PTI)和国际化新企业论(INV)的适用对象进行了定量比较研究,证明了前者适用于企业积累了一定国际市场经验以后的国际化阶段,而后者适用于企业国际化初期阶段,两个模型是互补的(complementary),而不是竞争的(competing),它们共同构成了对企业国际化过程的理论解释。

表 1 国际化过程论(PTI)和国际化新企业论(INV)的比较^[3]

特征	PTI	INV
起源	20 世纪 70 年代中期瑞典的中小型制造企业	20 世纪 90 年代中期的知识密集型企业
理论根源	公司行为理论、企业成长理论	企业家精神、知识基础的企业理论
国际化启动因素	企业对来自于外方主动出口订单的反应	企业积极寻求国际化成长机遇
国际化过程制约因素	实际资源制约、经验学习的制约	企业家视野、流动性的知识密集性资源的蕴蓄、对全球化发展的路径依赖型发展
国际化模式	缓慢的、递进的、趋向于多元化模式和远方市场	迅速、“天生”国际化

1.2.2 关系、网络和网络关系对企业国际化的影响

关系网络原来只是社会学的研究领域,社会学者以社会关系网络功能为切入点进行了较多研究。随着研究的深入,社会网络中的经济交易逐步成为一个新兴的研究热点。Granovetter Mark 指出网络的工具性表现之一是从有过交往、彼此相识的人那里可以得到更好的信息;阎云翔进一步指出社会关系网络具有经济功能^[4]。几乎同时管理学者认识到:国际新市场的进入活动本身是一个交易,它的发起人可以是买方、卖方、第三方(中间商),也可以是交易会(组织者),从研究发起人和进入者之间的关系出发,似乎可以找出企业国际化研究的第三路径。Paul Ellis 从分析交易入手,通过对香港玩具出口企业的实证研究,证实先前建立的社会关系是发现国际市场机会的关键,应是比较有代表性的突破。他提出:国际贸易中的发起方先前建立的社会关系网络有助于贸易伙伴的寻找。

从这个意义上看,社会学者和管理学者殊途同归,基本上达成了一致。但区别在于管理学者很少就关系如何建立、发展进行研究,而社会学者根据大

量田野调查,提出了有说服力的观点,阎云翔以一个中国村庄内礼物的流动为线索,得到的村庄社会关系网络的构成、关系的建立和发展等研究成果就是很好的代表。

在国际化过程论基础上, Johanson 和 Vahlne 又建立了国际化过程的网络模型,对关系在企业国际化中的作用予以充分的考虑。他们认为:企业在关系中学习,这使得它们进入新国家市场,在这些新市场它们发展新的关系,又给了它们一个进入其它新国家市场的平台。这里关系是一个更综合的概念,包括非正式(社会)关系和正式(商务)关系^[5]。

1.3 国际化程度的测量

Dunning 认为厂商的国际化程度,可以从厂商拥有或控制的海外子公司(或关系企业)的数量与规模、在海外从事附加价值活动的国家数、所有海外分支机构的资产、收入、所得或员工数占全公司的比例、管理阶层或股东的国际化程度、高附加价值活动的国际化范围及厂商管理跨国经济活动的系统性利益范围与型态六个方面衡量。Sullivan 将过去学者所使用的国际化程度测量维度加以归纳整理,分类

为绩效属性、结构属性及态度属性。绩效属性包括：海外销售额占总销售额的比例、研发支出密集度、广告支出密集度、出口销售额占总销售额的比例及海外利润占总利润之比例；结构属性包含：海外资产占总资产的比例与海外子公司数占总子公司数的比例；态度属性则包括：管理高层的国际化经验及国际化经营的心理分散度。前两者属于客观绩效，而后者属于主观绩效。

2 中小企业进入国外市场模式理论

2.1 国外市场进入模式的划分

从广泛意义上看，进入国外市场有四种模式：一是设立全资子公司；二是合资或合作企业；三是特许经营；四是出口^[6]。但国外研究基本上集中于前两类模式的二选一上，对于许可和出口则很少涉及。Michael Porter 和 Root 则归纳为三种模式：出口、契约（特许）、及（国外）投资（见下表）。这些分类形式虽不完全相同，实质内容上是基本一致的。对于后发国家所处的特殊发展阶段，出口产品到一个新的国家或地区市场过程中的子模式（如直接进入或间接代理进入）也可被纳入进入模式的范畴。行业属性差别也是进入模式研究的一个重要方面。例如国外学者就知识密集型小企业的出口模式决策过程，和服务业企业的进入国外市场模式进行了研究。对于进入模式内在特性或模式间区别标准的分析，主要有三个方面：控制性（对进入实体的控制）、传播风险（进入国外市场过程中，企业专有技术、管理和营销知识被扩散的风险）、资源承诺（企业的资产专用性）。

2.2 进入模式绩效评价

目前学界对进入模式绩效指标的选择，主要考虑的是财务指标，例如利润率、投资报酬率、资产报酬率与出口成长率；还有以企业的海外存活度（Survival）、存续时间（Duration），或海外股权的稳定程度等非财务指标来衡量海外市场的经营绩效等客观指标。但企业进入国外市场除了财务的目标，还有战略的目标，而且经营利润需要一定时间才能出现，所以仅以客观指标来衡量很不科学，而应辅以某些定性的或主观的指标，如母公司满意度、市场占有率情况等，这样才不至于出现绩效评价上的扭曲^[7]。

从实际操作来看，由于中小企业一般是非上市的私人公司，客观的财务指标非常难以获得，而且已有研究证实主观绩效指标与客观绩效之间有高度的相关性，故学界倾向于用主观绩效指标来代替客观

指标进行分析。如 Brouthers 和 Nakos 的研究设计中采用主观评分法，对销售增长、销售规模、利润水平、市场份额、营销、分销、声誉和可进入性 8 个方面的管理人员满意度，进行 1~10 分的主观判分，前 3 个经统计处理为财务绩效，后 5 个处理为非财务绩效^[8]。

2.3 进入模式决策

国外学者一般将影响进入模式决策的因素划分为两大类，一是包括市场风险、竞争状况、政府影响、文化、合作伙伴、市场规模等的市场因素；二是包括经验、必须资源、战略的公司因素。影响进入模式决策的因素还可分为外部因素和内部因素。外部因素是企业难以控制或不能控制的环境变量，包括目标国和母国的宏观经济因素、行业市场因素、文化和制度因素等。内部因素是指当前企业所处的战略状态，包括产品、资源及企业国际市场经验。它们反映了企业的竞争优势所在，而且区别于外部因素的关键是企业可控性。

进入模式选择方面有四个不同的理论流派：一是国际化过程理论（Johanson and Vahlne 等），其基本假设是国际市场知识的增加将导致国际化程度的深入，市场进入模式呈现一定演进更替规律，其缺陷在于不能解释进入模式一般规律下的选择本身存在很多变数；二是交易成本理论（Brouthers and Nakos 等），假设决策者是有限理性的，并存在机会主义行为，认为特定资产、交换频率和外部不确定性构成了交易的主要内容，但由于交易成本的测量困难，还缺乏有力的实证检验；三是折衷理论（Dunning, Hill, Kim and Hwang 等），综合了国际贸易理论、资源基础论和交易成本理论，具有较强解释力，但过多解释变量之间存在交叉现象，削弱了其理论基础；四是组织能力理论（Anoop Madhok 等），其根源是企业能力论，建立了企业在内部化和合作进入两种模式间的选择范式，这也是其局限性所在。

2.4 中小企业的进入模式决策

国际学术界对中小企业国际化活动的研究倾向于关注其国际化过程，考察决定进入国外市场的企业和管理层的特征、国际化发展的动机、国际化和非国际化企业间差别、进入的国家和采用的进入模式，但是缺乏对特定进入模式背后选择原因的研究^[6]。沿用对一般企业的主流分析方法，这方面有限的研究成果有：Yi-Sheng, Po-Yuk, Wai-Sum 等应用 Dunning 的折衷理论解释中小企业进入模式决策；Shrader 等从交易成本角度对 R&D 强度、培训成

本、国家风险的研究, Brouthers 和 Nakos 进一步从交易成本的三个来源: 资产专用性、行为的不确定性和环境的不确定性与进入模式决策间关系研究; 还有 Lu 和 Beamish 对进入模式与绩效间确定关系的研究。

3 应用交易成本理论进行实证研究的一个范例

Brouthers 和 Nakos 的 SME Entry Mode Choice and Performance: A Transaction Cost Perspective 一文发表于 2004 年春季的 Entrepreneurship THEORY and PRACTICE, 这是应用交易成本理论研究中小企业国外市场进入模式领域中最具代表性的文章之一。作者的分析基于交易成本理论的三个重要支撑: 资产专用性、行为不确定性和环境不确定性, 测度指标是交易成本和控制成本两类, 通过对内部整合的产权进入和外部整合的非产权进入进行测度, 来检验在不同条件下的企业进入模式选择是否遵循交易成本分析框架。

Brouthers 和 Nakos 在进入模式和绩效之间建立了联系, 提出了两条假设: ①当运用交易成本理论预测应采用产权进入模式时, 采用产权进入模式的中小企业绩效优于采用非产权进入模式的中小企业; ②当运用交易成本理论预测应采用非产权进入模式时, 采用非产权进入模式的中小企业绩效优于采用产权进入模式的中小企业。

为证明上述假设, Brouthers 和 Nakos 对荷兰(419家)与希腊(450家)涉足中东欧市场的中小企业进行了邮寄问卷调查, 收回有效问卷 209 份。问卷中有两个被解释变量: ①进入模式: 市场基础的非产权模式, 如授权、特许、出口, 或科层制的产权模式, 如全资子公司、合资公司; ②绩效, 采用 8 个方面的主观绩效指标。

问卷中设定了 3 个方面的独立解释变量, 包括: ①资产专用性(应用主观评价的 7 分法)的 3 个, 含企业专门培训、组织创造新产品和服务的能力、企业国际化扩张可用资源; ②以国际市场经验表示的内部控制变量 3 个, 含卷入本市场年份和在本市场销售占比 2 个强度方面的, 和在本市场销售的国家数 1 个多样性方面的, 最后这 3 个变量汇总为 1 个新的“内部控制”变量; ③环境不确定性(应用主观评价的 7 分法)的 3 个, 含目标国市场政治、社会、经济条件的稳定性, 转移和汇回收益的风险, 以及民族主义等反政府运动风险。

此外还选取了 4 个控制变量: 企业规模(采用雇员数来衡量)、国外企业进入本市场模式选择方面的法律限制程度、产业门类(制造和服务两类)、所属国别(荷兰和希腊)。

在数据的处理分析上, 采用了两个步骤: ①用 Logistic 回归测试中小企业的进入模式选择; ②按是否可应用上述回归模型解释中小企业实际的进入模式, 将样本企业分成“匹配”和“不匹配”两组, 运用 OLS 回归来检视控制变量、“匹配”哑变量对两类企业绩效的影响。

4 对研究中国中小企业进入国外市场模式的启示

根据以上文献研究, 可以看到在中小企业进入国外市场模式研究上, 主流的研究领域是在合资合作企业与独资企业两种模式的选择, 讨论交易成本、制度、文化、关系、市场、政府等影响因素, 引入财务的或非财务的绩效指标作为模式选择评价标准; 研究方法上采取统计分析和案例研究为主。目前, 国内学者针对中国中小企业进入国外市场的研究也十分活跃, 有从集群角度的分析, 有从与国外企业合作的角度研究, 也有从出口路径演进上的总结。但这些研究分歧很大, 又没有能就基本的前提达成一致, 因此缺乏深入研究的可行方向。

借鉴国外学者的研究成果和研究方法, 就中国中小企业这个特殊群体, 有以下领域值得开展研究: 采用更符合学术规范的测量技术、行业性的问卷调查和深入的访谈、采用统计检验、计量模型技术能增强研究成果的说服力; 在具体模式方面, 可以就独资、合资、特许和出口开展研究, 也可以就出口子模式深入研究, 还可以对服务业、制造业、传统行业和知识密集型行业的不同进入国外市场模式进行对比研究, 以及结合中国情境的社会关系网络路径研究都是很有意义的研究领域; 在计量分析方面, 可以采用主观评分法对难以计量的指标予以量化, 对难以获得真实数据的指标, 如国际化绩效客观指标, 能得到有效替代; 采用科学的案例研究法对本题开展深入研究也是国际学界通用的研究方法之一。

但应避免简单的应用国际化阶段模型, 对中小企业国际化过程予以定性总结, 从而得出中国中小企业进入国外市场模式的简单更替规律; 中小企业进入国外市场模式决策是企业高层战略决策, 应避免对中小企业一般人员调查代替对决策层的调查;

(下转第 80 页)

13.
[6]OHLSON J. Financial Ratios and the Probabilistic Prediction

of Bankruptcy[J]. Journal of Accounting Research, 1980
(18), 109-131.

Empirical Study on Assets Liquidity Factors and Financial Early Warning for the Listed Companies

—Introducing the main factors as independent variables into logistic regression analysis

WU Chun-lei^{1,2}, YANG Shu-jun²

(1. Liaoning Technical University, Huludao Liaoning 125105, China;

2. Hebei University of Economics & Business, Shijiazhuang 050061, China)

Abstract: Combination of factor analysis and logistic regression analysis can improve the efficiency of the financial early warning. This article studied the early warning model of the financial failure for the listed company. The authors prepared 14 variables and selected 8 more effective original variables from them, and then main factors were derived using factor analysis methods. After introducing the four main factors into the logistic regression model as the independent variables, the authors established the early warning model of the financial failure by way of logistic regression analysis. Meanwhile, the author explained the model coefficients, and checked the efficiency of the model. At last, the authors drew beneficial conclusions.

Key words: assets liquidity; financial failure; factor analysis; logistic analysis

(上接第64页)

对某个或某些区域、产业的中小企业的研究不能反映整个中国中小企业进入国外市场模式的全貌,应设置适当的控制变量予以甄别,类似的还有企业规模、目标市场法律限制水平也应考虑设置相应控制变量。

参考文献

- [1] ANNAVARIJULA M, S BELDONA. Multinationality-performance Relationship: A review and Reconceptualization [J]. The International Journal of Organizational Analysis, 2000, 8(1), 48-67.
- [2] OVIATT B M, MCDUGALL P P. Toward a Theory of International New Ventures[J]. Journal of International Business Studies, 1994, 25(1), 45-64.
- [3] AUTIO E, SAPIENZA H. Comparing process and born global perspectives in the international growth of technology-based new firms[D]. Espoo, Finland; Institute of Strategic

and International Business of Helsinki University of Technology, 2000.

- [4] 阎云翔. 礼物的流动——一个中国村庄中的互惠原则与社会网络[M]. 上海:上海人民出版社, 2000.
- [5] JOHANSON J, VAHLNE J E. Business learning and commitment in the internationalization process[J]. Journal of International Entrepreneurship, 2003, 1(1), 97-98.
- [6] GREGORY E OSLAND, CHARLES R TAYLOR, SHAMING ZOU. Selecting international modes of entry and expansion[J]. Marketing Intelligence & Planning, 2001, 19(3).
- [7] 曹为忠. 进入模式、产业环境以及厂商特性对厂商海外市场经营绩效之影响[J]. 企业管理学报(台湾), 2002(54), 1-32.
- [8] BROUHERS K D, GEORGE NAKOS. SME entry mode choice performance, a transaction cost perspective[J]. Entrepreneurship Theory and Practice, 2004, Spring, 229-247.

Literature Review on SME's Foreign Market Entry Mode

ZOU Gang¹, HUANG Zu-hui¹, ZHOU Lian-xi²

(1. Zhejiang University, Hangzhou 310027, China; 2. Lingnan University, Hongkong, China)

Abstract: This paper summarizes and reviews the important literatures and new literatures in the area of enterprise's internationalization and SME's foreign market entry(FME). It includes the main points and methods, and an in depth analysis as well. It also gives some hints on the future research of Chinese SME's FME.

Key words: small and medium-sized enterprises; internationalization; foreign market; entry mode