

国际创业对我国企业绩效的影响研究

唐靖^{1,2}, 陈小波², 刘筱韵¹

(1. 湖南第一师范学院, 湖南长沙, 410205; 2. 中南大学, 湖南长沙, 410083)

[摘要] 国际创业目前是国际商务管理的一个重要课题, 企业开展国际化经营的过程也就是一个国际创业的过程。学术界认为企业开展国际化经营与企业绩效之间存在着线型、U型、倒U型、S型等不同关联。结合国际三阶段理论以及我国企业国际化的实际情况, 从增值收益、增量成本的角度来探讨不同阶段企业国际创业对其绩效会产生怎样的影响, 并对国际三阶段理论进行拓展, 认为可能存在第四甚至第五个阶段, 并据此对我国企业提出参考建议。

[关键词] 国际创业; 国际化程度; 企业绩效

[中图分类号] F270 **[文献标识码]** A **[文章编号]** 1674-893X(2012)02-0018-04

国际创业目前是国际商务管理的一个重要课题。Schumpeter 将创造新产品, 开辟新的市场、新的生产方式、新的原材料供应渠道, 以及构建新的组织形式等都视为是创业^[1]。Knight 将创业视为经历不确定性的过程^[2]。根据 Schumpeter 和 Knight 的定义, 企业在开展国际化经营的过程中, 以已有产品进入新市场或者拓展原有市场, 销售新产品, 开展新业务, 拓展新渠道等都面临极大不确定性, 因此开展国际化经营的过程也就是一个国际创业的过程。Zahra 和 George(2002)通过对以往文献的回顾, 提出国际创业的整合模型, 将国际创业分为国际化程度、速度和范围三个维度^[3]。因此本文选择国际化程度、范围来探讨企业国际创业对企业绩效的影响。近几十年来, 国内外学者对此争论不休, 并得出企业国际化创业与绩效之间的关系存在线性、U型、倒U型、S型等不同观点。由于对该领域的研究到目前为止仍然没有得出一致的结论, 本文拟通过对国内外已有的相关文献进行回顾和梳理, 对此进行理论总结, 并提出自己的观点。

一、国外相关研究

对于企业国际化与绩效的关系, 至今未得出一致的结果。不少研究认为国际化能够给企业带来利益, 如通过国际化会给企业带来规模经济、范畴经济与相互学习 (Kogut, 1984^[4], 1985^[5]), 共享彼此特有的能力或核心竞争力 (Hitt 等, 1997^[6]), 从而提升企业利益。部分实证研究证明企业国际化与绩效之间存在正向线性相关关系 (Grant, 1987^[7];

Delios 等, 1999^[8])。Gomes 和 Ramaswamy (1999^[9]) 认为在国际化初始阶段, 企业国际化程度对经营绩效有正的影响, 但随着国际化程度的深入, 其对绩效的影响有一个逐渐递减的边际收益, 会呈现出一个正的但边际效率递减的模型。企业国际化在给企业带来利益的同时, 相应地也给企业带来一定的成本。企业进入一个新的国外市场, 面临着陌生的环境, 文化的差异, 加之消费者购买心理及偏好的迥异, 以及管理、监督上的困难, 会给企业带来一系列学习成本, 面临一定的经营风险。部分学者得出企业国际化与绩效存在负向线性相关关系 (Michel 等, 1986^[10]; Collins, 1990^[11])。也有部分学者认为国际化与企业绩效的关系并不明显, 真正有助于提升企业绩效的因素为企业自身的优势, 如 Shaked (1986)^[12]在针对 58 家美国跨国企业和 43 家非美国跨国企业, Buhner (1987)^[13]对德国 40 家企业, Sambharya (1995)^[14]对美国 53 家多国企业进行研究都发现, 企业国际化与绩效之间没有明显的关系。Morck 和 Yeung (1991)^[15]在国际化对投资人的价值研究中发现, 研发支出与广告支出对企业绩效的正向影响可借由国际化予以强化, 但是国际化本身对绩效并没有显著的直接影

响。20 世纪 90 年代后, 一些学者综合考虑企业国际化的成本与收益, 以曲线关系来研究企业国际化程度与绩效之间的关系, 提出了 U 型关系模型和倒 U 型关系模型。近年又有学者综合各方面的观点, 得出了 S 型关系。Ruigrok 和 Wagner (2003)^[16]认

[收稿日期] 2012-03-13; **[修回日期]** 2012-04-01

[作者简介] 唐靖 (1985-), 女, 湖南益阳人, 湖南第一师范学院助教, 中南大学博士研究生, 主要研究方向: 国际创业。

为企业在国际化的早期因为对国外环境的不熟悉,存在着文化差异、资源和能力不足等因素,国际化的成本会高于国际化的利益,对企业绩效产生负面影响,随着国际化的深入,国际化经验的积累,进一步的国际化会对绩效产生正面影响,从而得出U型曲线关系。Sullivan (1994)^[17]认为海外市场的扩张可以立即给企业带来正面的利益,但当其国际化程度超越某个点之后,由于协调成本大幅提高、管理日益复杂、组织资源的能力跟不上企业国际化扩张的速度等原因,导致过度的国际化程度对企业绩效带来负面的影响。Hitt, Hoskisson 和 Kim (1997)^[6]认为,虽然国际化可以为组织带来很多利益,但随着国际化的增加,将伴随大量的成本,成本逐渐大于其获取的利益,从而令国际化程度与绩效出现倒U型关系。Contractor, Kundu 和 Hsu (2003)^[18]对美国103家服务企业研究后发现,国际化扩张存在三个阶段。由于存在国外不利因素、初始学习成本、未达到规模经济等,初级国际化企业随着国际化的开始,企业绩效是不断下降的。对于中级国际化企业而言,由于规模经济和范畴经济的作用,获取低成本资源,交易成本的内部化等,企业绩效随着国际化的扩张是不断上升的。对于高级国际化企业而言,文化距离的扩大,过于分散的市场会产生大量的协调成本,其绩效是随着进一步国际化扩张而下降的,呈现出S型曲线。

二、国内相关研究

国内对企业国际化与绩效关系的研究不多,且结论各不相同。台湾学者乔友庆、于卓民和林月云(2002)^[19]以台湾大型制造厂商为样本,发现国际化程度与绩效之间存在倒U型关系。王国顺和胡莎(2006)^[20]以329家拥有出口业务的制造业上市公司为样本数据,发现中国目前制造企业的出口行为对绩效产生了负向影响,以出口比例衡量的国际化程度与企业的销售净利率和总资产利率显著负相关。薛有志和周杰(2007)^[21]对我国制造业上市公司2002-2004年的数据分析中发现,企业国际化对绩效的直接影响并不显著。鲁慧玲(2008)^[22]通过对374家有出口业务的A股上市公司2005、2006两年的数据进行研究,验证了国际化程度DOI与绩效ROA(总资产收益率)之间的U型曲线关系,并发现DOI与绩效ROS(销售利润率)之间关系不显著,但方向(正向或负向)与ROA一致,同时计算出国际化过程中企业绩效最低时的国际化程度是37%。杨一尘和余颖(2008)^[23]以150家制造业上市公司为样本,得出国际化程度对公司经营业绩

有影响,且当国际化程度不是很高时,两者之间存在正相关关系。王辉、张俊玲通过对我国彩电行业进行分析,认为企业可以通过国际化经营,充分融入国际领先的创新环境,通过与大型跨国公司同台创新、合作创新等来提升企业内在的创新能力,借此实现新的绩效增长契机。^[24]王福胜、孙妮娜、王虹妹(2009)^[25]从沪深两市对外直接投资较多的行业中选取30家上市公司为研究样本,从绩效、结构和态度三个维度来衡量企业的国际化程度,得出国际化程度与绩效呈正向线性相关关系,企业可以通过增加国际经营的涉入程度来实现提高自身经营绩效的目标。

三、企业国际化经营对其绩效的影响

根据国内外相关研究结论,再结合我国企业进行国际化创业经营的实际,笔者认为,国际化经营的三阶段理论对大部分企业都是适应的,甚至不管是之前得出的线形、U形,倒U形关系都可以在三阶段理论中找到与之相适应的契合点,也存在与之对应的解释^[26],只是不同的结论可能正好处于企业国际化经营的不同生命周期中。国际化经营的三阶段理论从增值收益、增量成本的角度为企业国际化创业过程提供了一个动态的、纵向的深度解释。

在企业国际创业经营的第一阶段(Early Internationalization),由于交易双方处于不同国家或地区,经济、政治、气候、文化等多方面的先天差异,使得其初始国际化进程异常复杂及不确定,这会大大加大企业获取其市场信息的成本。其次,交易双方因为彼此的不熟悉,双方的商业信用、财务状况、履约能力的不确定会增加交易谈判与监督履约的成本,预防信息不对称所产生的道德风险也会提高企业事后履约的成本。因此在企业国际化初始阶段,出口导致的增量成本远大于出口带来的收益,从而会使得国际化程度与企业绩效一开始呈现负相关。

当企业克服初始阶段的困难,步入企业国际创业经营的第二阶段(Later Internationalization),国际化程度的进一步加深会使得企业的单位增量收益大于其成本,企业绩效随着企业国际化程度的进一步加深、国际化范围的进一步扩大而逐步提高,呈现正相关关系。尽管在这一阶段中,企业仍然存在着相应成本的增加,但是企业克服了初始的交易困难,通过熟悉国外环境,加深交易双方的了解,建立更多稳定、信任、长期的交易往来,改变自身在国外市场网络中的位置,形成国外市场上广泛的企业关系网络,从而更容易获取有利知识、优势资

源、商业机会,降低交易成本。随着企业出口规模的持续扩大,企业扩大生产规模达到了规模经济和范围经济,企业交易成本内部化,这会使企业在国际市场上的获利能力进一步提高,使得收益的增量远大于成本的增量,从而表现为企业绩效的提升。

在企业国际创业经营的第三阶段(Excessive Internationalization),即企业国际化扩张达到一定程度脱离了国际化经营的最佳状态后,国际化经营的进一步扩大,范围更广,涉及到更多的国家和地区,市场严重分散,文化距离扩大,管理成本加剧,全球市场的协调成本和风险大大增加,成本的增加以及所带来的风险大于企业的收益,企业国际化的进一步加剧会导致企业绩效的降低。并且在这一阶段,部分企业因为在享受第二阶段国际化所带来的长期超额收益后或因为本身其他长期的战略追求或企业在技术和生产规模扩张上反应不够迅速,并不会意识到自身的过度国际化问题^[27],也不会及时采取行动来抑制这一阶段中国际化的负面影响。

笔者对企业国际化理论进行了更深入的思考,企业在经历第三个阶段后,在国际化的继续扩张过程中最终会出现什么样的结局。如果企业对内能充分意识到本身所存在的问题,采取主动式管理,进行相应的内部变革,实现内部体制和外部环境的匹配;对外能对国际经营环境保持高度敏感,从企业所处环境和已经拥有的关系网络中获取信息,并能敏锐地从中发现所存在的机遇,充分把握利用,对企业目前的经营进行相应的调整,从而避免逆国际化发展,并在国际化程度的加深中再次实现绩效的提高,企业则会进入一个循环的周期。因此,在企业国际化三阶段后可能存在第四阶段甚至第五阶段,如图1所示。

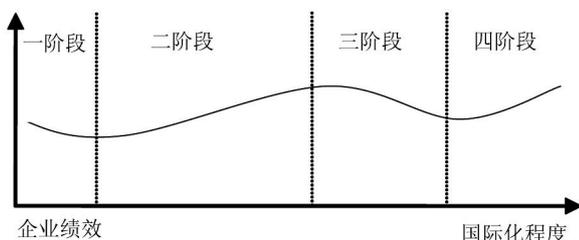


图1 企业国际化阶段示意图

四、总结及建议

本文结合国际三阶段理论和我国企业的实际情况,深入地探讨了不同阶段企业国际创业会对企业绩效产生怎样的影响。在企业国际创业的初始阶段,国际化经营并不带来企业整体绩效的提升,反而使之降低,因此对于我国企业来说,在国际创业

之前,要充分考虑企业本身的风险承担能力以及本土业务的盈利能否承受初始国际化带来的国外业务的负面影响,同时要积极地熟悉外国市场,开展充分的前期调查,做好充足的准备。在国际创业的第一阶段,企业应更进一步了解目标市场,熟悉目标市场顾客的喜好,获取更多的经验知识,争取在外国市场构建广大的关系网络,与当地政府部门、经销商、客户等构建强关系连结,并积极拓展弱关系连结,为企业第二阶段打下良好的基础。在第二阶段,国际化的加深对企业绩效产生积极的影响,企业应充分利用前期的经营成果,提升企业本身的网络能力,并注重改革创新,发现并利用这一阶段的有利机遇,开辟新的市场,拓展新的客户,研发新的产品,并注重本身管理体制的改进以适应越来越广大的外部市场,以避免或者延缓第三阶段的负面影响。在第三阶段,国际化的进一步加深可能会对企业绩效带来负面影响,企业则不应该按照原有模式进行经营,应该充分意识到本身所存在的问题,采取积极主动的超前行动,加大研发投入,保持高度警觉,更好地利用国际经营环境中可能存在的政策机遇或商业机遇,从而减轻这一阶段中国际化经营对企业绩效带来的负面影响,并在国际化程度的进一步加深中再次实现绩效的提高。

参考文献:

- [1] Schumpeter, J A. Change and the entrepreneur[M]. Harvard University Press: Cambridge, MA.
- [2] F. H. Knight. Risk, uncertainty and profit[M]. New York: Augustus M. Kelley, 1964.
- [3] Zahra, S A, Korri, J S, Yu, J F. Cognition and international entrepreneurship : implications for research on international opportunity recognition and exploitation[J]. International Business Review, 2005, 14(2):129-146.
- [4] Kogut, B. Normative Observations on the International Value-added Chain and Strategic Groups[J]. Journal of International Business Studies, 1984 (15): 151-167.
- [5] Kogut, B. Designing Global Strategies: Profiting from Operational Flexibility[J]. Sloan Management Review, 1985: 27-38.
- [6] Hitt, M, R.Hoskisson, H.Kim. International Diversification: Effects on Innovation and Firm Performance in Product-Diversified Firms[J]. Academy of Management Journal, 1997, 40(4):767-798.
- [7] Grant, R. Multinationality and Performance Among

- British Manufacturing Companies[J]. *Journal of International Business Studies*, 1987 (18) :79-89.
- [8] Delios, Andrew and Paul W.Beamish, Geographic Scope, product diversification, and the corporate performance of Japanese firms[J]. *Strategic Management Journal*, 1999, 20(8): 711-727.
- [9] Gomes L, Ramaswamy K. An empirical examination of the form of the relationship between multinationality and performance[J]. *Journal of International Business Studies*, 1999, 30(1): 173-188.
- [10] Michel, Allen, Israel Shaked. Multinational corporations VS domestic corporations: Financial performance and characteristics[J]. *Journal of International Business Studies*, 1986, 17(3):89-100.
- [11] Collins, J. Markham. A market performance comparison of U.S. firms active in domestic developed and developing countries[J]. *Journal of International Business Studies*, 1990, 21(2):271-287.
- [12] Shaked, Israel. Are multinational coporations safer?[J]. *Journal of International Business Studies*, 1986, 17(1):75-80.
- [13] Buhner, Rolf. Assessing international diversification of West German corporations[J]. *Strategic Management Journal*, 1987, 8(1):25-37.
- [14] Sambharya, Rakesh B. The combined effect of international diversification and product diversification strategies on the performance of U.S.-based multinational corporations[J]. *Management International Review*, 1995, 35(3):197-218.
- [15] Morck, R, B. Yeung. Why investors value multinationality[J]. *Journal of Business*, 1991, 64(2): 165-187.
- [16] W.Ruigrok, H. Wagner. Internationalization and performance: An organizational learning perspective[J]. *Management International Review*, 2003, (43): 63-88.
- [17] Sullivan, D. Measuring the degree of internationalization of a firm[J]. *Journal of International Business Studies*, 1994, 25(2):325-342.
- [18] Contractor F, Kundu S, Hsu C. A Three Stage Theory of International Expansion: the Link between Multinationality and Performance in the Service Sector[J]. *Journal of International Business Studies*, 2003, 34 (1): 5-18.
- [19] 乔友庆, 于卓民, 林月云. 国际化程度与产品差异化能力对厂商绩效之影响: 台湾大型制造厂商之实证研究[J]. *管理学报*, 2002, 19(5): 811-842.
- [20] 王国顺, 胡莎. 企业国际化与经营绩效: 中国制造业上市公司的实证研究[J]. *系统工程*, 2006, 24(12):80-83.
- [21] 薛有志, 周杰. 产品多元化、国际化与公司绩效——来自中国制造业上市公司的经验证据[J]. *南开商业评论*, 2007, 10(3):77-86.
- [22] 鲁慧玲. 中国企业国际化与绩效关系研究[D]. 上海: 复旦大学, 2008.
- [23] 杨一尘, 余颖. 国际化程度与经营绩效: 基于制造业的实证研究[J]. *科学技术与工程*, 2008, 8(15): 4418-4421.
- [24] 王辉, 张俊玲. 企业技术创新能力与国际化成长——来自中国彩电行业的成长经验[J]. *中南大学学报(社会科学版)*, 2008, 14 (3): 312-318.
- [25] 王福胜, 孙妮娜, 王虹妹. 中国上市公司国际化程度与经营绩效关系的实证研究[J]. *哈尔滨工业大学学报(社会科学版)*, 2009, 11(1):115-122.
- [26] Contractor, F J, Kundu, S K, Hsu, C-C. A Three-Stage Theory of International Expansion: the Link between Multinationality and Performance in the Service Sector[J]. *Journal of International Business Studies*, 2003, 34(1):5-18.
- [27] Farok J. Contractor. Is International Good for companies? The Evolutionary or Multi-Stage Theory of internationalization vs. the transaction cost perspective[J]. *Management International Review*, 2007, (47): 453-475.

[编辑: 苏慧]