

企业国际化的影响因素：一个文献述评

肖文，陈益君

(浙江大学国际贸易系，浙江杭州，310027)

摘要：在全球经济一体化背景下，越来越多的企业从封闭环境走向开放市场，相关理论与实证研究也层出不穷。特别在过去十年间，企业国际化已经成为关注的焦点。其中，企业国际化阶段论和国际新冒险企业理论最具代表性。对此，文章梳理了企业国际化影响因素研究的进展，并从六个视角来观察现有文献对企业国际化影响因素的研究，即：外部商业环境与国际化时机，企业家对国际商机的认识，国际化开始时的资源要求，心理距离与国际化步骤，国际化企业的竞争战略以及国际化时间与企业绩效。

关键词：企业国际化；影响因素；企业国际化阶段论；国际新冒险企业理论

中图分类号：F270

文献标识码：A

文章编号：1672-3104(2008)01-0017-06

企业国际化理论是对企业跨国经营行为的理解和概括，针对企业如何从封闭环境走向开放市场，各国学者提出了各自不同的理论。在这些理论中，有很多因素被看成能够解释企业国际化。就如 Andersson (2004)总结的那样，要素条件、需求条件、技术进步、产业结构、国内竞争、公司战略、市场不完整或交易费用、心理距离、组织学习能力、企业网络、市场潜力、区位优势、管理决策、企业创立者或企业家的国际化经验、国际化进入和风险管理时的年龄等诸多方面，都被认为是相关的影响因素^[1]。这些理论从企业成长方面，回答了下述问题：是什么促使企业要走向国际？一个国内企业是怎么样成长为国际企业或跨国公司的？为什么一些企业能成功实现国际化成长战略，而另一些企业却不能达到其预期目标？在实证研究中，各种影响国际化发展的因素已经被应用到案例研究和以调查为基础的研究中，这些因素包括组织学习能力(Anderson & Skinner, 1999)、社会或商务关系网(Chetty & Holm, 2000; Andersson, 2002; Chetty & Wilson, 2003; Coviello, 2006)、社会资源(Yli-Renko et al. 2002)、企业家精神(Anderson, 2000)、国际市场导向(Knight & Cavusgil, 2004)、资源基础说(Westhead & Wright, 2001; Dhanaraj & Beamish, 2003)、集聚(Maitland et al. 2005)、本土化能力(Mariotti & Piscitello, 2001)等。上述任何一个因素是否重要取决于企业的国际化程度和该产业是正处成长阶段还是已

经成熟^[1]。本文在梳理企业国际化影响因素研究的进展之后，凝练出六个全新的视角来观察现有文献对企业国际化影响因素的研究，即：①外部商业环境与国际化时机；②企业家对国际商机的认识；③国际化开始时的资源要求；④心理距离与国际化步骤；⑤国际化企业的竞争战略；⑥国际化时间与企业绩效。

一、企业国际化影响因素研究的发展历程

早期国际经济学家 Smith(1776), Ricardo(1817)和 Heckscher & Ohlin(1891)提出了国际化的要素条件。他们从国际贸易的角度分析了一国技术水平与要素禀赋的差异对企业国际化的重要影响。二战后，随着跨国公司的发展，对企业国际化经营的研究更侧重于国际直接投资。如 Burenstam-Linder(1961)指出了国际直接投资的需求条件；Vernon(1966)认为技术进步是国际直接投资的决定因素；Hymer(1960)和 Kindleberger (1969) 提出市场不完善是国际直接投资的重要原因；Dunning(1988)论证了国际直接投资的所有权优势、内在化优势和区位优势。这些学者的研究，形成了垄断优势理论、产品生命周期理论、内部化理论、国际生产折衷理论等关于跨国公司国际直接投资的理论。总体上说，这些国际直接投资理论主要分析以下三个问

收稿日期：2007-10-23

作者简介：肖文(1952—)，女，上海人，浙江大学经济学院教授，博士生导师，浙江大学国际经济研究所副所长，主要研究方向：国际经济学；陈益君(1980—)，男，浙江宁波人，浙江大学经济学院国际贸易系硕士研究生，主要研究方向：国际投资，企业国际化。

题: 企业国际市场上竞争、通过国际化而成长的条件是什么? 促使企业国际投资的动因是什么? 影响企业投资区位选择的因素是什么?

20 世纪 70 年代中期以来, 以 Johanson 和 Vahlne 为代表的 Uppsala 学派认为, 每一个国际化步骤都不能被视为相互独立的阶段, 因而分析对象应该是国际化的全过程。该学派使用企业行为理论的研究方法, 发展了独立的理论来说明企业国际化的连续过程, 提出企业国际化阶段论, 开创了企业国际化理论研究的先河。企业国际化阶段论实质是企业行为理论和企业成长理论。他们认为, 企业国际化的过程是企业渐进地获得、认识和利用国际市场和经营知识的过程^[2-3], 强调“干中学”的重要性。Forsgren(2002)进一步指出, 企业的国际化成长依赖于各种学习机会, 包括模仿性学习、与其他企业的合作、引入专业人才等^[4]。该学派的不少学者还从学习能力的角度分析 20 世纪 90 年代后半期跨国兼并与收购频频失败的原因。Haleblian & Finkelstein(1999)用行为学理论分析了收购者的收购经验与收购后企业经营业绩的关系, 认为收购者的收购经验越丰富, 被收购企业的经营业绩越有可能改善, 特别是同行业收购。Very & Schweiger(2001)进一步把兼并与收购过程中的学习分为“收购目标的学习”和“收购经验积累学习”, 由于在跨国兼并收购的不同阶段, 收购者面临着不同的问题, 这些问题加大了跨国兼并与收购的风险, 对企业的学习能力提出了更高的要求。Uppsala 学派的国际化理论尽管受到批评(如 Turnball, 1987; Andersen, 1993), 但学术界仍然认为它是这个领域最有影响力的理论。

继 Johanson 和 Vahlne 之后, 企业国际化成为独立的研究领域, 相关的理论与实证研究层出不穷。特别是在过去的十年间, 企业国际化已经成为大量国际商务文献关注的焦点。与之相关的理论主要有企业家战略选择理论、国际化的资源基础说、国际新冒险企业理论等等。

Root(1982), Reid(1983)和 Turnball(1987)认为国际化是企业家主动的战略选择。Bell(1995)把企业家在国际化过程中的行为分为目标市场细分、客户追随和行业倾向。McDougall et al.(1994), Oviatt & McDougall(1994), Knight & Cavusgul(1996), Madsen & Servais(1997)和 Andersson(2000)等研究了企业国际化的夹缝生存策略, 他们指出企业国际化与企业创建者的先期经历、企业家个人的关系网密切相关, 具有反应迅速、机制灵活、适应性强等优势的小企业, 在企业家的带领下充分发挥加工技术、信息技术、全球关系网的作用, 迅速走向国际。然而, 这些文献基本上

是以新兴产业和高新技术部门为研究对象的, 并未涉及其它行业, 他们的理论只能解释企业国际化的很小一部分。

Dhanaraj & Beamish(2003), Wolff & Pett(2004)和 Yeoh(2004)提出企业规模、计划、技术密集程度是企业国际化的决定因素和资源基础。Kotha et al(2001)认为企业信誉和关系网对企业国际化非常重要。Westhead & Wright(2001)则提出了人力和资金是企业国际化重要资源的观点。

Oviatt 和 McDougall 等创立的国际新冒险企业理论是研究企业国际化问题的重要进展。该理论整合交易费用、法人治理结构、企业家精神和资源基础说来解释国际新冒险企业不断涌现的现象。该理论认为, 技术、社会和经济的变化推动企业在创建后不久就进入国际市场, 企业并不一定要按照国际化的渐进模式。国际新冒险企业理论被学术界认为是对传统企业国际化阶段论的挑战, 这种挑战其实是对企业国际化阶段论的重要补充, 因为它基本上是在或明确或含蓄地提出一些 Johanson 和 Vahlne 的研究所忽略的方面^[5]。

二、现有理论研究的六个全新视角

在所有关于企业国际化的理论研究领域, 企业国际化阶段论(process theory of internationalization, 以下简称 PTI 理论)和国际新冒险企业理论(theory of international new ventures, 以下简称 INV 理论)最具代表性。经梳理我们发现, 绝大多数企业国际化的影响因素都被 PTI 和 INV 理论所囊括。学者们在回顾或发展 PTI 和 INV 理论时, 都评估或比较了这些影响因素的作用(如 Andersen, 1993; Forsgren, 2002; Chetty & Campbell-Hunt, 2004; Autio, 2005; Zahra, 2005; Zahra et al. 2005; Coviello, 2006)。经研究我们还发现, 以 PTI 和 INV 为主要代表的企业国际化理论在研究企业国际化影响因素时主要基于以下六个视角。

(一) 外部商业环境与国际化时机

一个企业的外部商业环境是指国内国际的政治、社会、技术、经济和商业等条件。PTI 理论假定国内国际商务环境在语言、文化、商业传统和产业发展等方面是极其不同的, 因此, 企业需要知识, 特别是国际商业环境的经验知识, 以便做出是否在国际化方面投入资源的决定。PTI 把这种知识的缺乏看作为国际化经营发展的重要阻碍。企业在创立初期不具备国际化的基本经验知识, 它们必须在国际化经营期间不断获得^[2]。因此, 企业就很难在创立初期开始它的国际化进程。

Oviatt & McDougall(1994, 1997)提出, 不断变化的经济、技术和社会条件已经降低了跨国公司内部交换的交易费用, 增强了相隔甚远的国家和地区很多市场的同质化, 所以国际商业行为就更容易被所有人理解^[6-7]。在国内商业环境中中学到的东西很容易像杠杆一样影响在另一个国际市场的扩张。因此, 企业家就很有可能把国内和国际市场看作一个整体, 并且在企业创立初期就开始国际化。根据这个逻辑, INV 应该在国际整合程度较高的部门更加流行, 虽然这尚未经过实证检验^[5]。

从 PTI 和 INV 理论, 我们可以得到下列观点: 国内和国际商务环境的联系越紧密或越趋于同质化, 企业家会越早开始企业的国际化。与这一观点相联系, 如果国内国际市场高度整合和同质化, 企业的国内经营的绩效与企业国际市场的经营绩效会很相似。因此, 我们可以得到一个附属的观点: 国内和国际商务环境的联系越紧密或越趋于同质化, 国内国际市场的经营绩效就会越趋于收敛。

(二) 企业家对国际商机的认识

既然国内国际市场都可能存在商机, 为什么一些新的冒险企业选择从开创伊始就进行国际化, 而另一些企业却决定集中在国内市场经营? 走向国际的决定是企业层面做出还是企业家个人做出? 在 PTI 理论中, 企业家发挥很小的作用, 因为该理论只对决策制定体系而非决策者个人感兴趣。在该体系中, 管理好国内业务可以依靠企业家毕生的基本经历加上个人、组织和市场的一些特殊经验^[2]; 但是在国际业务中, 企业必须通过其在一个特定国家的活动而不断获得这些经验知识。

根据 Boddewyn(1988)的观点, 国际化必须是某人想要的或引发的^[8], 企业家在企业国际化中起到了重要的作用。继 Dunning(1988)之后, Oviatt & McDougall(1994)提出企业之所以要国际化, 是因为他们在跨国境转移一些可移动资源(如原材料、知识、中间产品), 并将该资源与不可移动或不易移动的资源 and 机遇(如市场)联系在一起时找到了优势。这种所谓的区位优势就把国际贸易从国内贸易中区分出来了。Oviatt & McDougall(1994)也认识到, 企业在国际市场交易时也有相对于本土企业的劣势, 比如政府制定的贸易壁垒, 对法律、语言和商业惯例的不完全了解等。面对走向国际所存在的优势和劣势, 企业家必须决定是否进入国际市场、何时进入国际市场、以及如何进入国际市场。一些学者假设企业家和管理者是理性的和信息对称的, 企业家可以比较成本和收益, 并鉴别向国际市场投入资产的战略时机。另一些学者则坚持认为, 企业家和管理者的认识受到商业环境的影响, 是有限理性的, 认识上的偏见会影响他们的决定。企

业家的受教育水平、专业技能、成败经历都会显著影响其风险估计, 也可能决定企业家如何定义和评估国际市场的机遇^[9]。

上述讨论引出以下观点: 企业家或企业决策体系对国际化相关优势、劣势的认识决定企业是只关注国内市场还是走向国际, 这些认识依次受到企业家受教育水平、国际化经验和企业所处环境的影响。

(三) 国际化开始时的资源要求

Johanson & Vahlne(1977)指出, 国际化活动包括将现有资源投入国际市场经营的一系列决策行为^[2]。这些资源包括人力、物力、财力等等, 而投入资源的决策是根据从国际市场感知到的挑战或机遇而做出的, 这种感知来源于经验知识。在 PTI 理论中, 知识也是人力资源的测量尺度。关于市场的知识越准确、越全面, 资源就越有价值, 对市场的投入力度就更强, 经验知识尤其如此。这些经验知识与特定的市场环境相联系, 并且不能转移到另外的人或市场上。

PTI 是关于“企业国际化或多国化过程”的理论^[2]。在这个动态理论中, 市场知识作为对市场所投入的现有特殊资源, 既影响投入决策的做出, 也影响现有决策的执行, 他们交替改变着市场知识和资源投入。问题是如何在最初阶段获得经验。或许正是在这个意义上, Autio(2005)解释说, PTI 并不详细阐述过程是如何开始的, 忽略了企业通过对出口订单的被动反馈而开始的国际化过程^[5]。实际上, 正是这种被动接受订单的出口行为为企业提供了最初的经验知识。

如上所提及, 近几年关系网被普遍认为是企业国际化所需资源的重要类型。Johanson & Vahlne(1990)通过明确纳入产业关系网而扩展了他们原先的 PTI 理论。他们假设关系网是市场知识的一部分, 这种知识建立在现有商业活动的经验或现有商业交流的基础之上。一个企业的关系网可以成为通向另一个网络的桥梁, 它们可以帮助企业进入外国的关系网。在一些案例中, 这种商业关系甚至迫使企业进入外国关系网^[10], 当客户要求供应商跟随他去海外的时候, 情况就是如此。Johanson & Vahlne(1990)假设直接或间接的桥梁存在于企业之间和不同国家关系网之间, 这无论对企业最初走向海外还是后来进入新的市场都相当重要^[3]。

Johanson 和 Vahlne 在 1990 年发现个人关系网在高科技产业尤其重要。由于企业家有一个从事高科技的同僚网络, 一些小型高科技企业更倾向于直接走向遥远的市场, 更加迅速地建立他们的分支机构, 而不是根据传统的国际化模式^[11]。Oviatt & McDougall(1994)关注的正是这种类型的企业, 并利用它来挑战 Johanson 和 Vahlne 最初的 PTI 理论。

基于上述讨论, PTI 理论关于国际化开始时所需资源的观点是: 当企业开始国际化时, 用来鉴别国际

机遇的经验知识和投入到国际市场的其他资源都非常需要。就小型高科技企业来说,关系网资源对走向海外、进入新市场、跨越国际化阶段的重要性更加突出。

国际新冒险企业是从创立伊始就利用多国资源和市场来获得巨大竞争优势的商业组织^[6]。由于普遍缺乏可以通过所有权控制的足够资源,新冒险企业更倾向于只将其生存所需的很小的资源内部化;而且他们一开始就有预先制定的国际化战略。只要一个组织拥有经济交易中可以交换的资产或资源,规模就不是国际新冒险企业所必需的。国际新冒险企业的出现挑战了传统理论“国际化企业必须是大型企业”的观点。

McDougall 等认为,企业家在企业建立前的经历至关重要,国际新冒险企业的创建者从建立跨国经营企业中看到了机遇。由于他们在早期活动中发展了诸如关系网、经验知识等资源,他们对是否组合来自不同国家市场的资源持谨慎态度^[12]。只有拥有这些资源的企业家才能组合一个来自不同国家的独特的资源集,并组建一个特定的国际新冒险企业。

关系网作为一个创建者的能力也被认为是INV理论的四大元件之一。根据 Oviatt & McDougall(1994)的观点,选择性交易结构包括了混合结构和关系网结构。企业家必须依靠混合结构来控制很多至关重要的资产,比如许可证和特权^[12]。但是他们也同意 Aldrich & Zimmer(1986)和 Larson(1992)的观点,认为对新冒险企业的国际化来说,关系网结构是占有资源并使其内部化的更加有效的选择^[13-14]。关系网依赖于对行为的社会控制,即非正式控制,这些控制通过信任、道德义务,而非正式合同来实现。在这种管理类型下,合作支配了机会主义,因为商业和个人信誉会超越一次交易而极大的影响经济租金。

这样,INV理论关于企业开始国际化所需资源的观点是:只有在早期活动中已经发展了诸如关系网、经验知识等资源的企业家才能组建国际新冒险企业。只要一个组织拥有经济交易中可以交换的资产或资源,规模并不是国际新冒险企业所必需的。

(四) 心理距离与国际化步骤

心理距离(psychic distance)是防止信息进出市场流动的各种因素的总合,如语言、教育、商业管理、文化和产业发展等差异^[2]。这些差异导致国际经营中市场知识的匮乏和难以获得,构成了国际经营区别于国内经营的主要特征。

PTI理论假设企业进入新的国际市场是关于企业前期经历心理距离的函数,企业国际化被看作是对企业内部或外部环境变化所做的一种新增的、为规避风险的、勉强的调整^[2-3]。在进入模式的选择方面,企业典型的“通过代理开始向一个国家出口,然后建立销售子公司,最终一些企业就开始在东道国生产产品”^[2]。

另一种说法是,该理论呈现出“从低控制模式到高控制模式的相继进展”^[15]。

Uppsala 学派也观察到连续去新的国家经营步骤非常相似,特别是发现了这种经营建立的时间顺序和本国与进口国/东道国之间的心理距离有关^[15-16],即企业先进入相邻市场,然后随着经验的增长进入心理距离不断扩大的新市场。

这样,从PTI理论可以得到如下观点:存在心理距离的情况下,企业小步骤地发展他们的国际经营。企业会非常典型地相继进入心理距离不断扩大的新市场,并运用不断扩大控制力的进入模式。

Oviatt & McDougall(1994)挑战了PTI的观点。他们指出,过去,两国间通讯和运输渠道的低速度制约了国际市场的信息收集,增加了海外经营的风险;但是近年来,不断改善的国际通讯和运输、许多国家市场的同质化,简化并缩短了企业国际化过程。这些变化使得企业国际化心理距离的实用性降到最低,企业可以跨越过去观察到的国际化发展阶段,或者国际化根本不必按阶段发生^[6, 17]。因此,INV理论关于心理距离和国际化步骤的观点是:技术和经济的变化可以把心理距离降到最低,并缩短、简化或跨越企业国际化的阶段。

(五) 国际化企业的竞争战略

PTI理论没有明确讨论国际化企业该遵循怎样的竞争战略,认为国际化过程可以看作是企业对其所处环境的不断变化进行调整的结果^[2]。他们提出,一种海外特定经营活动的建立和执行需要普通知识和市场专业知识。PTI理论中的市场专业知识一般与不同国家、不同时期的供求条件、竞争状况、销售渠道、支付条件、货币可转让性等情况相关。市场知识和市场投入影响投入资源的决策和现有决策的执行,这些交替影响市场知识和投入。这个观点很明显与传统的战略管理理论相一致,该理论提倡企业不断更新战略以跟上机遇和挑战的变化^[18]。于是,我们可以得出PTI关于企业战略的观点:为使企业战略调整的步伐与他的商务环境保持一致,国际化进程中的知识必不可少。

INV理论对知识这一国际竞争的特殊资源给予了特殊的关注。企业管理国际业务相对于本土企业有特定的劣势,为了同时战胜许多本土企业的优势,私人知识可以应用到创造差异化或成本优势上^[12]。INV理论认为私人知识是差异化和成本导向策略的基本来源。根据波特理论,产品可以基于配送系统、营销方式等实现差异化。差异化策略的逻辑要求企业选择有别于竞争对手的产品品质。另一方面,成本优势还来源于规模经济、独家拥有的技术、原材料的优先获得权等等。基于上述讨论,我们可以得到INV关于企业战略的观点:知识在国际过程中是必需的,企业可以

利用它们获得差异化或成本优势。

（六）国际化的时间与企业绩效

在评论 INV 理论时，Zahra(2005)认为国际商务环境表现出不断变化的特征^[9]。这对于考察国际新冒险企业如何改变他们的战略方向，对于研究促使国际新冒险企业改变战略方向的条件以及证明这些变化对企业绩效产生的影响，都非常重要。PTI 理论暗含一个重要观点：国际化起步较晚的企业比国际化起步较早的企业更容易在国际化运动中幸存下来^[5]。企业的管理通常是风险规避的，随着时间推移逐步积累资源，所以国际化进程起步较晚的企业更容易提高生存机会。另一方面，INV 理论认为，较早国际化不仅是一个机遇，而且是确保企业绩效增长所必需^[12]。该理论并没有指出国际化的时间和企业绩效之间清楚的关系。因此，现有文献关于企业国际化时间和企业绩效的观点是：国际化时间可能会以不同的方式影响早期快速国际化企业和起步较迟的渐进国际化企业的生存和绩效。

三、结语

综上所述，以 PTI 和 INV 为代表的企业国际化理论在研究企业国际化影响因素时都基于六个视角。其视角的理论主张既有联系又有区别(如表 1 所示)。

无论是企业国际化的理论研究还是实证研究，现有文献基本上把目光聚焦在发达国家的企业身上。上

述所有研究都是基于欧洲、北美、澳大利亚或新西兰的企业，关于发展中国家企业国际化的研究却是凤毛麟角。而中国作为最大的发展中国家，其经济在改革开放以来飞速发展，对世界经济的影响力日趋增大。与此相应，在国家“走出去”战略的指引下，越来越多的中国企业走向国际，中国企业的国际化引起广泛关注。如近年来，中国企业姿态鲜明的国际收购项目，包括联想并购 IBM 的个人电脑业务、TCL 与 Thomson 合资，以及流产的中海油收购 Unocal 和海尔竞购 Maytag 等，似乎已经戏剧性的让国内外媒体感受到，中国正在从全球海外直接投资的“巨大真空吸尘器”转变为拥有大量现金的全球狂热收购者。而与上述这些明星企业相比，中国民营企业在国内经济中的地位也明显上升，在进入国际市场中的作用已经飞速扩张。根据国家商务部和统计局的数据，民营企业已占中国法人企业的 60%以上；创造了中国 GDP 的约 40%，创造了中国 GDP 增量的约 60%；民营企业已经成为中国出口和对外直接投资的生力军。

本文讨论的上述理论是对发达国家不同企业、不同时期的国际化行为的理论化。而这些理论在解释发达国家企业时，其正确性和有效性是否有限，它们是否可以延伸以解释发展中国家的企业国际化；特别是这些理论是否可以很好的解释中国民营企业的国际化过程，都非常值得研究。希望本文对已有理论文献的回顾和评述有助于了解已经取得的研究成果和学科发展的前沿，了解各学派的基本观点，可以使后续的研究工作有个坚实的理论基础和明确的研究方向。

表 1 PTI、INV 的理论主张

视 角	PTI 的理论主张	INV 的理论主张
外部商业环境与国际化时机	国内和国际商务环境的联系越紧密或越趋于同质化，企业家会越早开始企业的国际化。国内和国际商务环境的联系越紧密或越趋于同质化，国内国际市场的经营绩效就会越趋于收敛。	
企业家对国际商机的认识	企业家或企业决策体系对国际化相关优势、劣势的认识决定企业是只关注国内市场还是走向国际，这些认识依次受到企业家受教育水平、国际化经验和企业所处环境的影响。	
国际化开始时的资源要求	当企业开始国际化时，用来鉴别国际机遇的经验知识和投入到国际市场的其他资源都非常需要。就小型高科技企业来说，关系网资源对于走向海外、进入新市场、跨越国际化阶段的重要性更加突出。	只有在早期活动中已经发展了诸如关系网、经验知识等资源的企业家才能组建国际新冒险企业。只要一个组织拥有经济交易中可以交换的资产或资源，规模并不是国际新冒险企业所必需的。
心理距离与国际化步骤	存在心理距离的情况下，企业小步骤地发展他们的国际经营。企业会非常典型地相继进入心理距离不断扩大的新市场，并运用不断扩大控制力的进入模式。	技术和经济的变化可以把心理距离降到最低，并缩短、简化或跨越企业国际化的阶段。
国际化企业的竞争战略	为使企业战略调整的步伐与他的商务环境保持一致，国际化进程中的知识必不可少。	知识在国际过程中是必需的，企业可以利用它们获得差异化或成本优势。
国际化时间与企业绩效	国际化时间可能会以不同的方式影响早期快速国际化企业和起步迟渐进国际化企业的生存和绩效。	

致谢:

感谢国家教育部人文社会科学重点研究基地浙江大学民营经济研究中心对本文的资助,感谢英国伦敦大学 Birkbeck 学院刘夏明教授对本文的贡献。

参考文献:

- [1] Andersson S. Internationalization in different industrial contexts[J]. *Journal of Business Venturing*, 2004, 19(6): 851–875.
- [2] Johanson J, Vahlne J E. The internationalization process of the firm: a model of knowledge development and increasing foreign market commitments[J]. *Journal of International Business Studies*, 1977, 8(1): 23–32.
- [3] Johanson J, Vahlne J E. The mechanism of internationalization[J]. *International Marketing Review*, 1990, 7(4): 11–24.
- [4] Forsgren M. The concept of learning in the Uppsala internationalization process model: a critical Review[J]. *International Business Review*, 2002, 11: 257–277.
- [5] Autio E. Creative tension: the significance of Ben Oviatt's and Patricia McDougall's article 'toward a theory of international new ventures' [J]. *Journal of International Business Studies*, 2005, (36): 9–19.
- [6] Oviatt B, McDougall P. Toward a theory of international new ventures[J]. *Journal of International Business Studies*, 1994, 25(1): 45–64.
- [7] Oviatt B M, McDougall P P. Challenges for internationalization process theory: The case of international new ventures[J]. *Management International Review*, 1997, 37: 85–99.
- [8] Boddewyn J J. Foreign direct divestment and investment decisions: like or unlike[J]. *Journal of International Business Studies*, 1988, Winter: 23–35.
- [9] Zahra S A. A theory of international new ventures: a decade of research[J]. *Journal of International Business Studies*, 2005, 36: 20–28.
- [10] Johanson J, Sharma D D. Technical consultancy in internationalization[J]. *International Marketing Review*, 1987, (4): 20–29.
- [11] Lindqvist M. Internationalization of Small Technology-Based Firms, Three Illusive Case Studies on Swedish Firms, Research Paper 88/15, Institute of International Business, Stockholm School of Economics, 1988.
- [12] McDougall P, Shane S, Oviatt B. Explaining the formation of international new ventures: The limits of theories from international-business research[J]. *Journal of Business Venturing*, 1994, 9(6): 469–487.
- [13] Aldrich H, Zimmer C. Entrepreneurship through Social Networks [M]. Cambridge: Sexton D L, Smilor R W(Eds.) Ballinger: The Art and Science of Entrepreneurship, 1986.
- [14] Larson A. Network dyads in entrepreneurial settings: a study of the governance of exchange relationships[J]. *Administrative Science Quarterly*, 1992, 37: 76–104.
- [15] Hornell E, Vahlne J E, Wiedersheim-Paul F. Export och utlandsetableringar[M]. Stockholm: 1973.
- [16] Johanson J, Wiedersheim-Paul F. The internationalization of the firm-four swedish cases[J]. *Journal of Management Studies*, 1975.
- [17] Chetty S, Campbell-Hunt C. A strategic approach to internationalization: A traditional versus a “Born-Global” approach[J]. *Journal of International Marketing*, 2004, 12(1): 57–81.
- [18] de Wit B, Meyer R. Strategy: Process, Content, Context [M]. London: Thomson Learning, 2004.

Influence factors to firm internationalization: A literature summary

XIAO Wen, CHEN Yijun

(Department of International Trade and Economics, Zhejiang University, Hangzhou 310027, China)

Abstract: A wide range of factors has been identified for explaining firm internationalization. Empirically, various factors which may affect the internationalization process have been applied to case-or survey-based studies. On the other hand, most of these influences are covered in to either the theory of international new ventures(INV) or the traditional process theory of internationalization(PTI). Therefore, our literature review focuses on these two theories. After hackling the evolution course of research on the influence factor of firm internationalization, we assess the main theoretical propositions of the PTI and INV theory, based on the following the six completely new aspects: external conditions for early internationalization, entrepreneurial cognition of international business opportunities, resource requirement when internationalization is initiated, psychic distance and selection of foreign markets and entry modes, competitive strategies of firms, and the relationship between the timing of internationalization and firm performance. The authors believe that these are the main issues of firm internationalization.

Key word: Internationalization of the firm; Influence factor; Process theory of internationalization; Theory of international new ventures

[编辑: 汪晓]