DOI:10. 13216/j. cnki. upcjess. 2021. 02. 0009

基于企业家学习的国际机会识别研究

尹 剑 峰

(贵州民族大学 商学院,贵州 贵阳 550025)

摘要:在经济全球化及“一带一路”战略背景下,国际化已成为企业发展新趋势,为此,作为企业国际化过程中首要环节的国际机会识别问题开始广受关注。基于企业家学习的视角,采用案例研究的方法对企业国际机会识别过程进行剖析,研究结果表明:作为企业家知识基础的重要来源,企业家学习有助于企业家高效地识别国际机会;企业家学习有助于企业家不断获取新的知识和信息,进而不断提升企业家认知水平;企业家认知水平的提升有助于企业家高效地识别国际机会。

关键词:企业家学习;企业家认知;国际机会识别

中图分类号:F203　**文献标识码**:A　**文章编号**:1673-5595(2021)02-0067-08

在经济全球化浪潮和全球价值链整合的助推以及“一带一路”“走出去”等战略的倡议下,国际化已成为企业发展新趋势。国际化首要环节就是国际机会识别,企业只有高效识别到国际机会,才能进行相关能力构建以便抓取机会进行国际化发展,因此国际机会识别是制约企业国际化发展的重要因素,但是国际机会识别内在过程与机理有待剖析。企业国际机会识别在很大程度上受企业家认知因素的影响,因为国际机会识别本身是企业家对国际信息进行认知加工,从而识别出潜在国际机会的过程,因此,企业家认知对国际机会识别活动具有导向作用。企业家认知是企业家在学习以及实践过程中,随着知识、经验、观念、惯例的沉淀而逐渐形成的一种结构化的知识框架和信念体系[1],企业家认知水平的提升主要源于其在持续的学习过程中所获取和积累的各种知识与经验。为此,本文拟通过研究企业家学习、企业家认知、国际机会识别等因素间的相互关系来揭示企业国际机会识别的内在过程。

一、相关文献回顾

(一)国际机会识别

作为企业国际市场战略的重要组成部分,国际机会识别在国际化领域占据重要地位[2],并逐渐成为企业国际化领域中的一个重要概念。[3-4] Yanto 等将国际化定义为“识别及利用国际机会以进入新的国际市场的过程[5],企业国际化包括国际机会识别、评估和开发 3 个阶段。[6]国际化进程始于在国外寻找和抓住机会。[7]由此,作为企业国际化经营首要环节的国际机会识别问题,成为国内外学者近年来研究的一个热点问题。国际机会识别是指识别和开发出一个引领企业进入国际新市场的商业机会的过程,国际机会识别研究的是企业在国际化之初如何识别机会以进入国际市场的过程[8],相关研究才刚刚兴起,文献很少,且有关企业家如何识别国际机会这一内在过程问题,现有文献还未充分探讨。[9]由此,国际创业领域的学者呼吁应更多地研究如何识别国际机会[10],以不断拓展该领域的知识。[11] Yonni 等认为国际机会的识别过程是一个受多种因素相互作用影响的复杂过程。[12]目前学者们主要基于关系网络(包括社会关系网络、商业关系网络和机构关系网络等)的视角研究企业国际机会识别问题,却忽视了企业家学习对国际机会识别的作用研

收稿日期:2019-12-17

基金项目:教育部哲学社会科学研究重大课题攻关项目(17JZD020);贵州民族大学人文社科基金科研项目(GZMUSK[2019]YB20)

作者简介:尹剑峰(1980—),男,江西永新人,贵州民族大学商学院副教授,博士,研究方向为企业战略管理。

究,有关企业家学习对国际机会识别的作用机理问题还有待于探究。

(二)企业家学习、企业家认知与国际机会识别

国际机会识别是企业家利用其卓越的信息处理能力,主动搜寻国际信息并进行认知加工以将潜在国际机会识别出来的过程,它是一个受企业家认知影响的经营活动过程。企业家认知是企业家通过其意识活动来认识和加工外部知识并做出相应行为反应的过程[13],它对企业家国际机会识别活动具有导向作用。现实中,由于企业家在教育背景、工作经历、思维方式、性格特征以及对企业生存发展理念等方面存在差异,从而形成了企业家们各自相对独特的认知风格并产生不同的影响效应,比如企业家对环境的扫描以及对未来机会的感知与把握。[14]国际机会识别是一个带有认知与判断成分的过程。[15]企业家认知会影响其国际机会识别,企业家通过其特有认知因素,在国际机会内涵、特征与识别上会更深入。[16]企业家认知受到企业家学习因素的影响,即企业家通过持续学习来不断获取新的知识与信息,以不断拓展企业家的认知边界和提升企业家认知水平,进而有助于企业家高效地识别国际机会。为此,本文基于企业家学习的视角对国际机会识别的内在过程问题进行探讨。

二、研究设计

(一)研究问题与研究方法

本文主要研究的是企业国际机会识别的内在机理问题,即企业家学习对国际机会识别的作用机理问题。为深入研究该问题,比较有效的方法是进行案例研究,即寻找在国际机会识别方面做得比较成功的企业,通过深入调研、访谈来探究企业国际机会识别的内在机理。

(二)案例选择及简介

选择案例公司时依据的标准主要包括:(1)公司具有经营自主权,能自主决策、自主经营;(2)公司领导人具有很强的机会识别能力,能够有效识别国际市场机会而成功进行国际化经营;(3)企业具有成功的国际化实践,拥有丰富的国际机会识别经验。经过大量的观察和筛选,选择了深圳正威国际集团公司(以下简称“正威公司”)作为案例公司。正威公司成立于 1995 年,创业初期只是一家小型线材加工企业,主要生产经营一些电源线、插头等零配件。2003 年起,正威公司通过几次战略转型,迅速发展成为横跨线缆制造业、铜业和高科技行业等多个经营领域的世界 500 强企业。2012 年起,正威公司大举进军国际市场,在王文银领导下已在 20 余个国家(如美国、非洲国家、澳大利亚等)投资了 14 个矿区和 10 多个园区,其中,铜矿储量接近 3 000 万吨,占全球铜矿总储量(约 7 亿吨)的 4.3%。应全球业务需要,正威公司已经在美洲、欧洲及亚洲等地打造了 4 大国际总部,发展成了全球化大型集团公司,打造了完整的有色金属产业链并在金属新材料中名列全球第一,已从单一产业拓展到半导体、无人机等 20 多个产业,从区域化迈向了全球化。

(三)案例资料的收集

首先组建了一个 3 人研究团队,在收集和阅读大量相关文献资料的基础上,通过共同研讨,初步制定了一个研究框架,并基于此编制了一份半结构化的访谈提纲;然后在熟人的引荐下,研究团队前往正威公司进行为期两周的现场调研,采用直接观察、深入访谈、查阅公司内部资料、阅看网站信息和媒体报道等多种途径进行相关案例资料收集,通过“三角验证法”来确保研究的信度与效度。

(四)案例资料的梳理及编码

通过对正威公司的深入调研及访谈,收集到了公司创始人的个人信息及其在国际机会识别方面的丰富资料,经过初步编码后得到 57 个条目,再对各条目进行提炼、整合,并将一些无效条目剔除后,将总的条目进一步精简成了 49 个。在访谈过程中重点了解的是正威公司创始人如何识别国际市场机会的过程以及在此过程中企业家学习、企业家认知等如何起作用等方面的问题。为此,选用的研究变量主要为:企业家学习、企业家认知、国际机会识别。在此基础上,对相关研究变量进行二级编码:第一层级编码标示企业家学习(F)、企业家认知(G)和国际机会识别(H);第二层级编码将企业家学习分解及标示为教育系统学习(I)、经验学习(J)、自主学习(K),将企业家认知分解及标示为认知广度(L)、认知深度(M),将国际机会识别分解及标示为国际机会搜寻(N)、国际机会发掘(O)。案例资料具体编码如表 1 所示。

表 1　案例资料及其编码

一级编码	二级编码	资料内容及编码
F	I	FI1:正威公司创始人王文银读书异常刻苦,从中学到大学成绩一直优异,并于 1989 年成功考进南京大学,本科专业为物理学。
		FI2:1989 年至 1993 年在南京大学就读期间,王文银读书非常用功,每天潜心在图书馆翻阅书籍,学习专业知识和其他知识。
	J	FJ1:1993 年,王文银只身到深圳发展,在求职时,却只拿高中毕业证去找工作,在一家港资企业(香港恒都公司)担任了一名仓管人员。任职期间,王文银用心钻研业务知识,熟练掌握了连接器、线缆、插头等上千种物料知识,并熟悉物料的进货渠道,掌握了丰富的供应商资源。
		FJ2:1995 年正式投资线缆行业,经过多年经营,王文银掌握了丰富的线缆行业知识。
		FJ3:2005 年王文银转投铜行业,参观了欧美国家上百家铜杆生产企业,认真考察其生产线,并通过多年经营,掌握了丰富的铜行业知识。
		FJ4:2012 年王文银转投高科技行业,在安徽池州、河南郑州等地投建了多个大型产业园,重点转入智能手机、半导体、高新材料等高新技术行业,又积累了丰富的高科技行业知识。
	K	FK1:王文银喜欢看报纸、看电视新闻、浏览网页新闻等,以了解行业发展动态。
		FK2:正威公司成立了一个政策研究部门,专职研究国家政策文件,公司还订阅了我国各省的党报,以便王文银及时掌握有关行业政策的信息。
		FK3:正威公司还成立了专职部门收集海外信息,将全球报纸摘要等收集整理后给王文银阅读,以便王文银了解全球相关行业发展动态。
		FK4:此外,王文银还非常热爱看书。在王文银宽大的办公室里,满书柜地摆放着各种书籍,从商业哲学到生活百态无所不包。
		FK5:据王文银秘书介绍说,其办公室储藏着数以千本的书籍,像《周易》《金融之王》《我们的新世界》(格林斯潘)等。
		FK6:王文银每晚坚持读书两小时,每年要读百余本书,且要求其公司高层人员每年也要读书 24 本。
		FK7:王文银养成了一个勤做读书笔记的好习惯,翻开王文银读过的书,里面的笔记密密麻麻;几十年间累计有 200 多本工作笔记和读书笔记。
		FK8:读书之外,王文银还自己写书,将自己的心得系统地写入书中。王文银写过 3 本书,即:《正威知道》《正威智道》《正威禅道》。
G	L	GL1:王文银喜欢思考、研究和总结。王文银是一个很善于反思的人,唐毅辉(王文银助理)评价他说:“能做到举一反三的是人才, 而王文银却能举一反九!”
		GL2:王文银说:“没有观世界就没有世界观。”商业阅历丰富的王文银形成了一套独特的“文、战、投、融、管、退”的经营哲学。
		GL3:王文银认为:财富是勤奋换来的,人才是财富换来的,事业是爱心换来的,成就是智慧换来的。
		GL4:王文银说:“众所周知的知识是‘常识’,只有少量人掌握的知识才是真理,人要长期学习和积累才能产生‘学识’,并通过实践后再转化成‘见识’,这样才能拓展自己的视野与境界。”
		GL5:王文银认为:经历比学历重要,能力比经历重要,脉力(人脉关系)比能力重要,思力(思想的力量)比脉力重要,品力(品格的力量)比思力重要。
		GL6:王文银说:“成功的企业家要做到‘六场精通’,即官场(政府网络关系)、商场(商业网络关系)、道场(道义)、赌场(赌机会)、情场(社会网络关系)、洋场(国际网络关系)。”
		GL7:王文银说:“企业经营 10%靠运气,20%靠实力,70%靠脉力(即人脉关系)。”
		GL8:王文银说:“企业经营核心是经营人脉关系,人脉关系就是企业家的触角,人脉关系能铺到哪里,生意就能做到哪里。”
		GL9:王文银说:“作为一名企业家,一定要做到战略战术兼备,眼光能力兼备,实践与理论兼备,宏观微观兼备。”王文银是一个眼光独具、思路超前的人,只要看准的事他就会用心去做。
		GL10:王文银说:“我之所以能做成常人干不成的事,是因为我能想到常人所不能想的问题,能看见常人视线到不了的地方。”
		GL11:王文银说:“企业家要对市场有着至深感悟及准确判断才能一路上行,倘若丧失了对市场的感悟力及判断力,那他领导的企业就要开始滑坡。”
	M	GM1:王文银认知到,这是一个全球化时代,企业家必须有全球化思维和经营意识,才能引领企业不断成长。
		GM2:王文银将其公司愿景定为:营造全产业链,成就全球性卓越企业。
		GM3:王文银要将铜业做到极致,并打造成全球铜业的标杆企业。
		GM4:王文银经营逻辑为:用顶级的设备、原料、人才在世界顶级工厂中制造出顶级产品,以掌控全球市场主导权。
		GM5:王文银说:“公司短期目标是与世界巨头公司(如必和必拓公司)平分秋色,中长期目标是成为全球 50 强的万亿级公司,在全球范围内具备定价权。”
		GM6:王文银说:“企业国际化经营更要注重国际网络关系,企业家要充分挖掘国际网络关系资源来获取信息,这样才能高效寻找到海外投资项目。”

续表 1

H	N	HN1:王文银立足于全球产业布局来对正威公司的长远战略进行规划,不断找寻国际化发展机遇,以逐步实现公司的全球化布局。
		HN2:2008 年,国际金融危机爆发,伦敦铜价跌到了近十年的最低点。
		HN3:2012 年 8 月下旬,在香港召开的"海外投资年会"(第二届)上,王文银和参会嘉宾们深度交流以寻求与欧美企业深入合作。
		HN4:2013 年 10 月初,在巴厘岛举办的"APEC 工商领导人峰会",吸引了众多亚太国家领导人以及千余名企业代表参会,王文银抓住机会与国外商界代表们进行商业合作交流。
		HN5:2013 年 9 月初,王文银参加了在厦门召开的"国际投资经贸洽谈会"(第十七届),王文银在会议中获得不少国际投资的项目资讯,为其国外投资提供了不少潜在项目。
		HN6:王文银自 2013 年起多次参加了"选择美国投资峰会",以寻找在美国的投资项目。
		HN7:2014 年 7 月初,王文银借助出席"中韩经贸论坛"的机会,与韩国 SK 电讯总裁针对 IC 设计、半导体制造等领域内的投资与合作问题展开洽谈,以寻找在韩国的投资机会。
		HN8:2015 年 9 月,在国家领导人访美期间,王文银借助随团出访的机会参加了系列商务谈判活动,并与通用钼矿公司总裁 Bruce Hansen 洽谈了资源对接、合作发展等问题。
		HN9:为打造"中华芯都",王文银组团到欧美、韩国、日本等发达国家的国际大型半导体企业洽谈技术合作、联合开发、收购等事宜。
		HN10:2012 年 8 月,王文银率队前往非洲进行矿业项目考察,与某些国家总统、高官、政府机构、矿业公司、外资项目公司等举行了 32 次座谈会和工作会,在非洲市场上开始布局谋篇。
		HN11:2014 年,王文银率队在美国多个州进行了长达 12 天的投资项目考察活动,为其公司在美国寻找合作伙伴及投资机会做了铺垫。
		HN12:2014 年 6 月,在"南南合作"倡导下,王文银组建了"正威慈善在行动"团队前往非洲赞比亚贫困地区进行援助,并寻找项目投资以实现互助发展。
		HN13:2016 年 6 月初,王文银率队前往以色列考察创新创投项目,考察了耶路撒冷、海法等多个城市,并在生物医药、智能科技等领域找寻项目投资与合作机会。
	O	HO1:在 2008 年国际金融危机中,王文银抓住机会以每吨 2 万多元的成交价买入大量铜现货和铜期货,待国际铜价回升,王文银又以每吨 4 万到 8 万元价格售出,获利颇丰。
		HO2:2010 年,王文银分别在上海、香港、新加坡和日内瓦创立多个贸易平台,组建具备丰富铜贸易经验的国际化团队,以铸就全球最出色的铜贸易公司。
		HO3:2013 年,王文银识别到了收购三星集团晶圆(8 英寸)制造厂生产设备的投资机会。
		HO4:2014 年,王文银识别到了在非洲赞比亚山区收购矿山的机会。
		HO5:2015 年,王文银识别到了利用其多个贸易平台与通用钼矿公司合作开展有色金属钼贸易的机会。

三、案例发现与理论模型

(一)企业家学习对国际机会识别的直接作用分析

企业家学习是指企业家通过教育系统学习、经验学习、自主学习(如阅读书籍、浏览信息)等不断获取新知识的过程。企业家学习是企业家持续获取、积累、更新知识的重要渠道。[17] 一般而言,企业家学习的范围越广、强度越大,就越有助于获取各类知识,进而笃实知识基础。依据知识基础观,作为一个拥有知识以及创造和应用知识能力的个体,企业家现有的知识存量所形成的知识结构会转化成为其独特的能力,这是企业家开展国际机会识别的知识基础,有助于指引企业家获取国际市场相关知识,并深入理解这些知识和准确做出价值判断,进而有效识别到国际机会。

此外,企业家学习还有助于提升企业家认知水平。企业家认知是企业家通过学习和实践持续获取的知识与经验经过累积、沉淀及凝结而成的一种知识框架和信念体系。企业家认知能力取决于其所具备的知识及信息量,作为企业家获取知识和信息主要渠道的企业家学习,有助于提升企业家认知水平。企业家通过持续学习不断获取新的知识有助于不断更新和扩展企业家知识体系。[18] 根据认知发展理论,企业家认知边界是立体的、动态的,其边界会随企业家知识及信息量的增加而扩展。[19] 由此可见,企业家通过持续学习不断获取新的知识与信息有助于不断拓展其认知边界(即认知广度)和深化其对行业的认知(即认知深度),从而不断提升企业家认知水平。[20]

企业家认知会影响国际机会识别,Butler 等研究了企业家认知对国际机会识别的影响问题,并认为企业家认知对企业国际机会识别具有重要的促进作用。[21] 企业家识别国际机会的过程本质上是一个收集潜在国际机会信息并进行认知加工的过程,国际机会识别是一个在企业家认知的指引下进行国际机会信息搜寻与认知加工、以发掘出潜在国际机会的过程,即企业家认知(包括认知广度和认知深度)对企业家有效识别国际机会至关重要。人们越来越认识到国际化过程中的主观创业因素,特别是企业家认知在国际机会识别过程中的作用。[22] 企业家认

知会影响企业家国际市场目标、国际机会范围等的选择,有助于企业家快速搜集和分析特定类型的国际信息,进而有效识别到国际机会。国际机会识别要求企业家必须对国际机会具有较高的意识和认知水平,他们需要结合涉及国际机会识别方面的各种知识和信息资源,企业家认知水平的提升对识别国际机会至关重要。企业家认知水平越高则其识别国际机会的能力就越强。企业家通过不断提升其认知水平来不断增强其国际机会感知与识别能力[23],从而有助于其不断识别新的、更深层次的国际机会。通过对表 1 中案例资料的梳理,也印证了这一内在关系。

正威公司创始人王文银读书异常刻苦,从中学到大学成绩一直优异,并于 1989 年成功考进南京大学,本科专业为物理学。1989 年至 1993 年在南京大学就读期间,王文银读书非常用功,每天潜心在图书馆翻阅书籍,学习专业知识和其他知识,从而具备了扎实的专业知识基础(即教育系统学习,见表 1 中的 FI1-FI2)。1993 年本科毕业后,王文银只身到深圳发展,在求职时,却只拿高中毕业证去找工作,在一家港资企业(香港恒都公司)担任了一名仓管人员,任职期间,王文银用心钻研业务知识,熟练掌握了连接器、线缆、插头等上千种物料知识,并熟悉了物料的进货渠道,掌握了丰富的供应商资源。1995 年正式投资线缆行业后,经过多年经营,王文银掌握了丰富的线缆行业知识。2005 年,王文银转投铜行业,参观了欧美国家上百家铜杆生产企业,认真考察其生产线,并通过多年经营,掌握了丰富的铜行业知识。2012 年,王文银转投高科技行业,在安徽池州、河南郑州等地投建了多个大型产业园,重点转入智能手机、半导体、高新材料等高新技术行业,又积累了丰富的高科技行业知识。由此,通过对实践经验的总结与学习,王文银掌握了线缆业、铜业、高新技术行业等多个行业的丰富知识(即经验学习,见表 1 中的 FJ1-FJ4)。此外,王文银喜欢看报纸、看电视新闻、浏览网页新闻等,以了解行业发展动态。正威公司成立了一个政策研究部门,专职研究国家政策文件,公司订阅了我国各省的党报,以便王文银及时掌握有关行业政策的信息,公司还成立了专职部门收集海外信息,将全球报纸摘要等收集整理后给王文银阅读,以便王文银了解全球相关行业发展动态。与此同时,王文银非常热爱看书。在王文银宽大的办公室里,满书柜地摆放着各种书籍,从商业哲学到生活百态无所不包。王文银每晚坚持读书两小时,每年要读百余本书,并养成了一个勤做读书笔记的好习惯,几十年间累计有 200 多本工作笔记和读书笔记。读书之外,王文银还自己写书,将自己的心得系统地写入书中。王文银写过 3 本书,即《正威知道》《正威智道》《正威禅道》。由此,通过看报纸、浏览网页新闻、研读政府政策信息、阅读海外信息、广泛读书等自主学习方式,王文银学习和积累了大量的经营管理知识和行业知识等(即自主学习,见表 1 中的 FK1-FK8)。由此,通过教育系统学习、经验学习、自主学习等多种方式的持续学习,王文银积累了雄厚的知识基础,为搜寻和解读国际相关知识以发掘出潜在国际机会打下了坚实基础,有助于其高效地识别国际机会。

基于以上分析,本文提出了以下命题:

命题 1:作为企业家知识基础的重要来源,企业家学习有助于企业家高效地识别国际机会。

(二)企业家学习对国际机会识别的间接作用分析

通过持续学习不断获取新的知识,王文银有效拓展了他的认知广度和认知深度,进而大幅提升了他的认知水平。王文银说:“没有观世界就没有世界观。”商业阅历丰富的王文银形成了一套独特的“文、战、投、融、管、退”的经营哲学。他说:“众所周知的知识是‘常识’,只有少量人掌握的知识才是真理,人要长期学习和积累才能产生‘学识’,并通过实践后再转化成‘见识’,这样才能拓展自己的视野与境界。”王文银说:“企业家要对市场有着至深感悟及准确判断才能一路上行,倘若丧失了对市场的感悟力及判断力,那他领导的企业就要开始滑坡。”王文银说:“企业经营核心是经营人脉关系,人脉关系就是企业家的触角,人脉关系能铺到哪里,生意就能做到哪里。”(即认知广度,见表 1 中的 GL1-GL11)。此外,王文银认知到,这是一个全球化时代,企业家必须有全球化思维和经营意识,才能引领企业不断成长。于是,王文银将其公司愿景定为:营造全产业链,成就全球性卓越企业。王文银将其公司经营逻辑定为:用顶级的设备、原料、人才在世界顶级工厂中制造出顶级产品,以掌控全球市场主导权。(即认知深度,见表 1 中的 GM1-GM6)。

基于以上分析,本文提出了以下命题:

命题 2:企业家学习有助于企业家不断获取新的知识和信息,进而不断提升企业家认知水平。

于是,在其高超的认知指引下,王文银开始立足全球市场进行战略布局,通过多种方式搜集国际市场信息并进行认知加工,以不断识别出潜在国际机会。王文银认知到企业家要做到“六场精通”,即官

场(政府人脉关系)、商场(商业人脉关系)、道场(道义)、赌场(赌机会)、情场(社会人脉关系)、洋场(国际网络关系)。王文银说:“企业国际化经营更要注重国际网络关系,企业家要充分挖掘国际网络关系资源来获取信息,这样才能高效寻找到海外投资项目。”王文银很善于利用各种人脉关系、道义、机遇等来识别国际机会(见表 1 中的 HN1-HO5)。

1. 利用机遇识别国际机会

2008 年,国际金融危机爆发,伦敦铜价跌到了近十年的最低点,王文银认知到这是一个难得的抄底机会,于是以每吨 2 万多元的成交价买入大量铜现货和铜期货,待国际铜价回升,王文银又以 4 万到 8 万元每吨价格售出,获利颇丰。

2. 利用商业关系网络识别国际机会

为获取国际投资知识与信息,王文银积极参加各种商务会议、论坛。例如:为打造“中华芯都”,2013 年,王文银组团到欧美、韩国、日本等发达国家与国际大型半导体企业洽谈技术合作、联合开发、收购等事宜,并在韩国三星集团考察交流过程中,王文银识别到了收购三星集团晶圆(8 英寸)制造厂生产设备的投资机会。2013 年 9 月初,王文银参加了在厦门召开的“国际投资经贸洽谈会”(第十七届),王文银在会议中获得不少国际投资的项目资讯,为其国外投资提供了不少潜在项目。王文银自 2013 年起多次参加了“选择美国投资峰会”,以在美国找寻投资项目。

3. 利用政府关系网络识别国际机会

2012 年 8 月,王文银率队前往非洲进行矿业项目考察,并与某些国家总统、高官、政府机构、矿业公司、外资项目公司等举行了 32 次座谈会和工作会,在非洲市场上开始布局谋篇。非洲有色金属矿产资源丰富且价格低廉,拥有丰富铜行业知识的王文银识别到了在非洲低价收购矿山的投资机会,以开展有色金属开采和深加工业务。2015 年 9 月,在国家领导人访美期间,王文银借助随团出访的机会参加了系列商务谈判活动,并与通用钼矿公司总裁 Bruce Hansen 洽谈了资源对接、合作发展等问题。由于正威公司在上海、香港、新加坡和日内瓦创立了多个有色金属贸易平台,于是王文银识别到了利用其多个贸易平台与通用钼矿公司合作开展有色金属钼贸易的机会。

4. 利用“人道主义援助”识别国际机会

2014 年 6 月,在“南南合作”倡导下,王文银组建了“正威慈善在行动”团队前往非洲赞比亚贫困地区进行援助,并发现当地拥有丰富的矿山资源,于是王文银识别到了在赞比亚贫困地区收购矿山资源的投资机会,并投建了大型工业园区进行铜冶炼及深加工,以带动当地经济发展。

在王文银领导下,正威公司已在 20 余个国家(如美国、非洲国家、澳大利亚等)收购了 14 座矿山;其中,铜矿储量接近 3 000 万吨,占全球铜矿总储量(约 7 亿吨)的 4.3%,并投建了 10 多个园区,正由区域化走向全球化。

基于以上分析,本文提出了以下命题:

命题 3:企业家认知水平的提升有助于企业家高效地识别国际机会。

(三)国际机会识别的内在机理及理论模型构建

综上分析,企业家学习有助于企业家不断获取和积累丰富的知识以笃实其知识基础,而具有丰富知识基础的企业家能有效搜寻和解读国际相关知识与信息,从而有助于企业家高效地识别国际机会。此外,企业家学习还能通过拓展及更新企业家知识体系,以不断拓展企业家的认知边界进而不断提升企业家认知水平,而具有较高认知水平的企业家能在其认知导向作用下积极、有效地获取国际相关知识与信息,并进行认知加工,进而能高效地识别国际机会。为此,本文基于企业家学习的视角构建了用于揭示国际机会识别过程的理论模型,如图 1 所示。

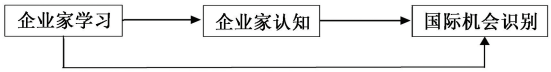

图 1 基于企业家学习的国际机会识别理论模型

四、讨论与结论

(一)研究结论

采用案例研究方法,通过研究企业家学习、企业家认知等因素与国际机会识别之间的关系来探究企业国际机会识别内在过程与机理。

企业家学习有助于企业家不断获取和积累新的知识,以笃实其知识基础。具有丰富知识基础的企业家能有效搜寻和解读国际相关知识,进而发掘出潜在国际机会。

企业家学习有助于企业家不断获取新的知识与信息,进而不断提升企业家认知水平。一般来说,企业家认知不会一成不变,而是动态的、立体的。企业家通过持续学习能不断获取新的知识,有助于不断更新和扩充企业家的知识体系,进而不断拓展企业家的认知广度和认知深度,以不断提升企业家认知水平。

企业家认知水平的提升有助于企业家高效地识别国际机会。国际机会识别本身是一个企业家通过

国际知识及信息搜寻与认知加工,以识别出潜在国际机会的过程,因此,企业家认知对其识别国际机会的行为具有重要导向功能,企业家往往能在其认知导向下高效地识别国际机会。一般来说,企业家认知能力越强则越有能力识别国际机会。

(二)本文的创新点

基于企业家学习的视角揭示了国际机会识别内在机理,并构建了国际机会识别理论模型。目前学者针对国际机会识别的研究主要集中在国际创业机会识别领域,而对成熟企业国际化过程中的国际机会识别问题研究不多,且目前学者主要基于关系网络、国际知识等视角研究国际机会识别问题,忽视了企业家学习作为新知识、信息的重要来源在国际机会识别过程中的作用研究,并忽视了企业家认知在企业家学习与国际机会识别关系中的作用机理研究。本文基于企业家学习的视角探究了企业国际机会识别内在机理问题,采用文献研究方式对相关概念及其关系进行了梳理,采用案例研究的方式构建出了企业国际机会识别理论模型,进一步丰富了机会识别理论。

(三)研究不足

本文采用的是单案例研究的方法,由于案例较少,希望后续研究能采用基于大样本调查的方式并利用结构方程模型,通过对模型中的每个变量进行量表式测量,并对其中的变量关系进行实证检验,以得出更具有稳健性的研究结论。

参考文献:

[1] 杨林,俞安平.企业家认知对企业战略变革前瞻性的影响:知识创造过程的中介效应[J].南开管理评论,2016,19(1):120-133.

[2] Zahra S A, Korri J S, Yu J. Cognition and International Entrepreneurship: Implications for Research on International Opportunity Recognition and Exploitation [J]. Int Bus Rev,2005,14(2):129-146.

[3] Mainela T, Puhakka V, Servais P. The Concept of International Opportunity in International Entrepreneurship: A Review and A Research Agenda[J]. Int J Manag Rev,2014,16(1):105-129.

[4] George N M, Parida V, Lahti T, et al. A Systematic Literature Review of Entrepreneurial Opportunity Recognition: Insights on Influencing Factors[J]. Int Entrep Manag J, 2016,12(2):309-350.

[5] Yanto C, Chris S, Ian W. The Recognition of First Time International Entrepreneurial Opportunities Evidence from Firms in Knowledge-based Industries [J]. International Marketing Review,2009,26(1):30-61.

[6] Coviello N. Re-thinking Research on Born Globals[J]. Journal of International Business Studies, 2015, 46(1): 17-26.

[7] Hohenthal J, Lindbergh J. International Experience and the Recognition of Business Opportunities in Foreign Markets—A Study of SME's International Experiences and Choice of Location[M]. Palgrave Macmillan UK, 2005:146-163.

[8] John S P. Opportunity Recognition and Product Innovation in Entrepreneurial Hitech Start-ups:A New Perspective and Supporting Case Study[J]. Technovation, 2005, 25(7): 739-752.

[9] Young S, Dimitratos P, Dana L P. International Entrepreneurship Research: What Scope for International Business Theories? [J]. Journal of International Entrepreneurship, 2003,1(1):31-42.

[10] Ellis P. Social Ties and International Entrepreneurship: Opportunities and Constraints Affecting Firm Internationalization[J]. J Int Bus Stud,2011,42(1):99-127.

[11] Oviatt B M, Mcdougall P P. Defining International Entrepreneurship and Modeling the Speed of Internationalization [J]. Entrepreneurship Theory & Practice,2005, 29(5): 537-553.

[12] Yonni Angel Cuero Acosta, Richard Adu-Gyamfi, Moor Un Nabi, et al. Analysing the Role of Framework Conditions Influencing International Entrepreneurial Opportunity Identification Process[J]. Entrepreneurial Business and Economics Review,2017,5(3):9-29.

[13] Adner R, Helfat C E. Corporate Effect and Dynamic Managerial Capabilities [J]. Strategic Management Journal, 2003,24(10):1011-1025.

[14] Augier M, Teece D J. Dynamic Capabilities and the Role of Managers in Business Strategy and Economic Performance[J]. Organization Science,2009,20(2):410-421.

[15] Gregoire D A, Barr P S, Shepherd D A. Cognitive Processes of Opportunity Recognition: the Role of Structural Alignment [J]. Organization Science, 2010, 21(2): 413-431.

[16] 尹剑峰.企业机会识别研究综述[J].中国石油大学学报(社会科学版),2020,36(3):50-60.

[17] Politis D. The Process of Entrepreneurial Learning: A Conceptual Framework[J]. Entrepreneurship Theory and Practice,2005,29(4):399-424.

[18] 魏江,沈璞,樊培仁.基于企业家网络的企业家学习过程模式剖析[J].浙江大学学报(人文社会科学版),2005(2):150-157.

[19] 王竞一,张东生.先验知识转化为创业机会识别能力的路径探析——基于扎根理论的研究[J].研究与发展管理,2017(6):21-30.

[20] 尹剑峰,叶广宇,黄胜.顺势而为:企业家认知成长与企

业发展研究[J]. 经济管理,2017,39(2):35-51.
[21] Butler J E, Doktor R, Lins F A . Linking International Entrepreneurship to Uncertainty, Opportunity Discovery, and Cognition[J]. J Int Entrep,2010,8(2):121-134.
[22] Andersson S, Evers N. International Opportunity Recognition in International New Ventures-A Dynamic Managerial Capabilities Perspective[J]. Journal of International Entrepreneurship, 2015,13(3):260-276.
[23] 尹剑峰. 先前经验、关系网络与企业家创业研究[J]. 中国石油大学学报(社会科学版),2018,34(5):16-21.

责任编辑:韩国良

Research on International Opportunity Identification Based on Entrepreneur Learning

YIN Jianfeng

(*Business School of Guizhou Minzu University*, *Guiyang*, *Guizhou* 550025, *China*)

Abstract: Under the background of economic globalization and the Belt and Road Initiative, internationalization has become a new trend in the development of enterprises. The identification of international opportunities as the first step in the process of internationalization of enterprises has attracted wide attention. In this paper, the process of enterprise international opportunity identification is analyzed by case study method from the perspective of entrepreneur learning. The results show that: as an important source of entrepreneurial knowledge, entrepreneurial learning helps entrepreneurs identify international opportunities efficiently; entrepreneur learning is helpful for entrepreneurs in acquiring new knowledge and information continuously, and consequently, improving their cognition level; the improvement of entrepreneurs' cognition level helps entrepreneurs to identify international opportunities efficiently.

Key words: entrepreneurial learning; entrepreneur cognition; international opportunity identification