



创业者吸收能力、双元创新战略 对天生国际化企业成长绩效的影响

潘宏亮

(河南师范大学 商学院,河南 新乡 453007)

摘要:创业者是天生国际化企业创立和运营的核心,其吸收能力已成为天生国际化企业成长中关键要素。基于吸收能力理论和双元创新理论,以216份天生国际化企业为数据样本,探究了创业者吸收能力、双元创新战略对天生国际化企业成长绩效的作用机制。结果显示,在不考虑其他因素的情况下,创业者吸收能力的三维度识别外部知识、同化外部知识、利用外部知识分别对天生国际化企业成长绩效具有显著的正向影响作用。双元创新战略分别在识别外部知识以及同化外部知识与天生国际化企业成长绩效之间存在完全中介作用;但双元创新战略对利用外部知识和天生国际化企业成长绩效存在部分中介作用。

关键词:创业者;吸收能力;双元创新战略;天生国际化企业;成长绩效

中图分类号:F273.1 **文献标识码:**A **文章编号:**1002-0241(2018)12-0094-17

0 引言

作为初创企业的天生国际化企业不同于其他成熟企业,面临着创新要素匮乏、新创企业劣势、外来者劣势和圈外人劣势等诸多生存困境^[1],难以按照既定的路径成长。此类企业在国际市场上如同雨后春笋般地涌现,引起了学术界对其如何应对复杂动荡国际市场的广泛注意。为保持国际市场竞争能力,天生国际化企业须通过实施双元创新战略对国际市场上需求的产品或服务不断地做出反应;然而元创新战略实施过程是一个系统工程,是创新资源不断消耗的过程。天生国际化企业是典型的资源受限型企业,其资产节约性(asset parsimony conditions)特征对国际市场的竞争优势提出了挑战。创业者在天生国际化企业成长的过程中居于核心位置,通过运用其社会资本不断地扩展现有创新资源库,以克服创新资源不足的劣势。同

时,创业者又是天生国际化企业双元创新战略制定者、实施者及修正者。因此,从创业者吸收能力出发探讨天生国际化企业创新战略和成长绩效有助于克服天生国际化企业成长难题。

自双元创新的概念被提出后,众多学者从战略视角研究了开发式和探索式创新^[2]。总之,开发式创新以增强组织现有知识基础为核心^[3],而探索式创新以拓宽组织知识库为目标^[4]。对于探索式和开发式创新而言,以技术知识或市场知识为基础的协作网络扮演着重要的角色。天生国际化企业需在双重网络之中搜索、获取、整合和应用其他参与者所持有的相关知识和信息,以提高组织双元性。有研究认为个人层面吸收能力是组织双元创新战略所需知识的重要来源^[5]。而关于知识吸收能力的研究文献中,虽然有证据表明个人在企业开放式创新中发挥着关键作用,但是现有大多数

收稿日期:2018-04-03

基金项目:国家社会科学基金资助项目(14CGL005)

第一作者简介:潘宏亮(1984—),男,河南南乐人,河南师范大学商学院副教授,博士,研究方向:创业管理。

通信作者:潘宏亮,warrenhong1984@126.com

研究成果都集中在企业层面的吸收能力^[6]、战略联盟层面或业务单元层面^[7-8],而忽视个人层面的知识吸收能力,缺乏个体层面知识吸收能力与企业双元创新战略之间关系的探索。个人层面的吸收能力已被证明是基于先验知识、认知和外部网络的多样性^[9],并与诸如任务绩效、知识创造、创新性等呈现正相关关系。然而,现有研究忽视了创业者在天生国际化企业的核心地位,更忽视了创业者吸收能力在初创企业中的作用。

在此背景下,对于成功吸收外部知识的创业者在多大程度上与天生国际化企业的双元创新战略形成联系,鲜有学者注意到并研究该行为。创业者吸收能力水平既是双元创新战略选择时必须考虑的关键因素之一,也会对天生国际化企业成长绩效产生显著的影响。因此,该研究将聚焦于2个问题的研究从而推动天生国际化企业成长绩效:第一,天生国际化企业不同于成熟企业,属于初创企业,创业者在其成长过程中发挥者重要作用,从微观层面探讨创业者吸收能力与天生国际化企业成长绩效之间的关系,拓展和丰富吸收能力理论;第二,在创新战略深入实施背景下,科学实施双元创新战略,使其成为天生国际化企业国际市场上更好生存和发展的有力手段。基于创业者吸收能力、双元创新战略和天生国际化企业成长绩效构建“知识吸收能力——双元创新战略选择——企业成长绩效”的研究框架,将双元创新战略纳入到创业者吸收能力与天生国际化企业成长绩效的关系研究,以期深入揭示创业者吸收能力通过影响组织双元创新战略对天生国际化企业成长的作用机理及路径,进而促使天生国际化企业获得良好的成长绩效。

1 文献评述

1.1 天生国际化企业相关研究

近年来,成立之初便承担国际业务的中小企业快速在全球兴起,使得该现象受到了学术界、实业

界和政策制定者的高度关注和重视^[10]。不同学者给予此类企业不同称呼,诸如天生国际化企业、国际新创企业、全球开办企业、高科技初创企业等,表明学术界尚未对该类企业形成明确统一定义^[11]。该研究同Knight等、Freeman等学者一样^[12-13],统一使用天生国际化企业(born globals)。所谓天生国际化企业是指自成立之初,充分运用创新资源将产品/服务销售到多个国家,并获得显著的国际市场竞争优势。因此,天生国际化企业的显著特征是快速国际化。学术界使用不同的成立时间框架和出口比例对天生国际化企业和其他国际化企业进行区分^[14-15]。天生国际化企业现象难以被Uppsala国际化模型及传统的国际化理论所解释^[16]。为此,学术界现将垄断优势理论、产品周期理论、寡头反应理论和内化理论、网络理论应用于天生国际化企业发展的不同方面,以丰富天生国际化企业发展理论。

天生国际化企业不同于成熟型企业,具有规模小、人数少、制度不完善等中小企业的一般特征,更具有新进入者劣势、外来者劣势、资源匮乏劣势等显著特征,创业者如何克服创业企业创立难、成长难的问题成为当下社会关注的焦点。学术界现从具有全球视野/心智的创业团队^[17]、知识资源,诸如,网络知识^[18]、市场知识^[17]、市场能力和由知识密集型开发出新颖产品等角度证实了企业国际化成长本质^[17,19]。上述研究表明,学术界已运用了不同理论基础、选择了不同研究视角研究了天生国际化企业的不同主题,取得了较为丰硕的研究成果,为本研究提供了良好的经验借鉴。但现有文献多轻理论而偏实证研究,且研究成果多呈现出支离破碎状态^[20],更缺乏中国情境下天生国际化企业的研究,难以满足天生国际化企业的快速发展需求。

1.2 创业者吸收能力相关研究

知识经济时代,吸收能力对于价值创造的重要性得到了广泛认可^[21],受到学术界广泛重视^[22],并

已被拓展到区域层面^[23]、企业层面^[6]、团队层面以及个人层面等^[24-25]。通常来讲,吸收能力(ACAP)是指企业通过识别外部信息的价值,将其吸收并应用于商业目的的能力。知识吸收能力是一个多维的结构^[26],由知识获取能力、消化能力、转化能力、开发能力4个相互联系、互相补充的维度构成。Zahra等将企业吸收能力维度划分为潜在吸收能力(PAC)和现实吸收能力(RAC)^[27];潜在吸收能力包括获取和同化能力,现实吸收能力包括转化和开发能力。

组织吸收能力强弱取决于关键“守门人”的吸收能力^[28]。守门人(gatekeeper)通常被称为“革新者”^[29],站在企业与其外部环境之间,或企业内部子单位之间,执行监测外部环境的重要任务,为企业发展提供有价值的新知识。这种“守门”活动对隐性知识转移尤其重要,隐性知识通常嵌入到组织过程中,而其他员工很难识别,更不用说应用了。

但现有研究多聚焦于组织层面^[30-31],而创业者作为天生国际化企业吸收外部知识的“前线”和“守门人”,对其吸收能力的理解更值得关注,但现有文献却很少有对天生国际化企业创业者吸收能力的研究。因此,探索创业者吸收能力对天生国际化企业成长绩效的影响,具有十分重要理论和实践意义。本研究遵循Enkel等的研究成果^[32],将创业者吸收能力划分为3个核心的子维度——识别外部知识、同化外部知识、利用外部知识,即是以获取外部知识为核心,以天生国际化企业可持续成长为目标,将天生国际化企业嵌入网络中的外部资源转化为企业内部可用创新要素,将外部知识和信息资源进行筛选、整合利用进而产生新价值的能力。

1.3 双元创新战略相关研究

梳理国外研究文献获悉:双元创新理论现已融合了组织学习、组织演进与组织情境等理论,并与竞争战略、创新创业管理和企业基业长青结合起

来^[33],成为管理学界长期关注的课题。双元创新是指企业不但满足了当前需求又能适应未来动态变化的环境,而双元创新战略是指企业进行创新活动中带有全局性、长远性、方向性的技术创新规划,是企业提高市场竞争力和获得持续竞争优势的主要源泉。关于双元创新的研究重点主要集中于双元创新的前因变量以及前因变量之间的关系^[34]。基于战略视角,双元创新战略可以划分为探索式创新策略和开发式创新策略,开发式创新策略以增强组织现有知识基础为核心,而探索式创新策略以拓宽组织知识库为目标。有研究表明,探索式创新策略和开发式创新策略是一种相互矛盾关系^[35],因为它们需要不同的组织结构、过程、策略和能力^[36];也有研究认为,探索式创新策略和开发式创新策略是互为补充关系,当它们同时发生时,往往相辅相成^[37]。因此,如何平衡这2种创新策略以确保卓越的绩效受到了学术界研究的重视^[38]。至于双元创新度量方式可划分为单一维度和双维度2种方式;所谓单一维度度量方式是指将探索式/开发式创新的测量量表题项合并起来度量双元创新^[39];而双维度度量方式是指将双元创新分为平衡与互动关系,双元创新的平衡关系由探索式/利用式创新的绝对差值表示,而互动关系则由两者的乘积项表示^[40]。总之,双元创新战略与企业创新绩效之间关系的探讨尚未能形成一致性研究结论,双元创新战略能否促进企业长期或短期绩效仍受众多因素制约,而且双元创新战略多聚焦于企业内部层面,忽视了将其应用到组织间网络之中。

因此,基于上述理论分析和现有研究不足,本研究认为天生国际化企业发展过程中面临着新进入者劣势、外来者劣势、资源匮乏劣势等制约瓶颈,创业者处于知识吸收能力与企业双元创新战略实施的最前端,在汲取外部知识、双元创新战略选择、提高企业创新绩效等方面起着非常重要的作用。鉴于创业者吸收能力、双元创新战略和天

生国际化企业成长绩效之间的研究较为鲜见。为此,本研究选题具有十分重要的理论和实践意义。

2 研究假设

2.1 创业者吸收能力与天生国际化企业成长绩效

众多文献强调了创业者的国际背景、国际化动机、国际化态度在天生国际化企业成长中的重要性^[41]。专长是影响创业者在国际业务运作中的关键因素。识别外部知识是指创业者将自己“暴露”在信息流之中,监控企业核心技术运行轨迹和国际市场上消费者需求偏好,为天生国际化企业的成长识别有价值的机会。创业者识别外部技术知识和市场知识的动力来源于3个方面:首先,为了降低技术探索风险和国际市场的高度不确定性,获取新的商业经营模式,创业者依据创业警觉性或先验经验对新的国际市场机会保持警惕^[42],以获得更高的国际市场份额,促进天生国际化企业更好地生存;其次,创业者激情越大,警觉性越高、先前经验越丰富,越有助于拓展他们的搜索空间,以识别潜在的有价值的外部知识,并与内部知识形成新的组合^[43],改进或开发出更好的新产品,支撑创新战略,实现天生国际化企业的成长目标。最后,创业者吸收能力在天生国际化企业成长过程中发挥了关键的引领作用,可刺激企业员工在双重网络嵌入背景下频繁地寻找新的想法,拓展新的搜索范围,打破既定逻辑的思维模式,发掘新知识,从而提升企业内部运营管理效率与成长绩效。

同化外部知识是指创业者从外部筛选出的有价值的知识,将个人知识与企业现有知识库相结合。知识基础观认为:知识整合对企业生存发展至关重要。为此,创业者必须将所获得知识运用的天生国际化企业所特有的语言和文化与现有知识库进行整合,转化为企业员工都能接受的知识,提高嵌入网络主体间的信任,提高创新绩效产出。通过创业者的同化努力,使得内外部知识得以兼容,使得新知识得以在组织中予以分享,降低

对信息处理的偏差,促进具有相同价值观的合作企业间的长期稳定合作,为同化外部知识源,提高企业成长绩效提供保障。利用外部知识是指创业者通过努力促使整合的外部知识应用到技术研发或者市场改良等活动中去,不断地改进产品或推出崭新产品,提高产品质量和完善产品性能,以满足新老顾客需求,进而提高国际市场占有率和顾客的满意度;创业者在利用整合知识的过程也是不断调整、更新与合作伙伴、顾客之间的关系,实现企业数据库及时更新的过程。利用外部知识可以促进企业资源利用效率,加快创新步伐进而获得更好的天生国际化企业成长绩效。因此,本文提出以下假设:

H1:创业者吸收能力对天生国际化企业成长绩效具有积极影响。

H1a:识别外部知识对天生国际化企业成长绩效具有积极影响。

H1b:同化外部知识对天生国际化企业成长绩效具有积极影响。

H1c:利用外部知识对天生国际化企业成长绩效具有积极影响。

2.2 创业者吸收能力与双元创新战略

吸收能力理论认为,先前经验有助于创业者嵌入在国内外环境中发掘新技术或洞察市场需求。创业者吸收能力嵌入在双重网络之中构建了企业内外部信息资源的桥梁,创业者从企业创新战略需求的知识类型和多维临近性出发,广泛搜索并识别出创新资源,以丰富和更新企业的知识库。也就是说,创业者吸收能力是企业双元创新战略正确选择和成功实施的基础。

创业者通过企业丰富的知识库,提炼相关知识不断改进新产品,以满足现有市场需求;通过更新现有知识库,抓住技术运行轨迹,进行核心技术的专利布局,研发出新产品以满足新市场的需求。创业者获取的新知识如何高效地与企业双元创新

战略进行整合是学术界、企业界都高度关注的问题^[44]。同化外部知识,尤其是国际市场新知识需要创业者精通国外语言、熟悉国外文化、了解消费者行为等,进而将外部知识转为为企业内部知识,支撑企业双元创新战略开展。如果天生国际化企业不能将吸收的外部资源转化为内部资源,将无法提升企业创新绩效。利用外部知识过程中,众多创新者在探索式创新策略过程中因需求知识与现有知识存量有着巨大的差距,必将会遇到“非我发明症”的因素影响^[45],这就需要创业者克服企业内部种种阻力,以更好吸收、同化外部知识源,保障知识利用效率和方向,为双元创新战略奠定基础。因此,本文提出以下假设:

H2: 创业者吸收能力对天生国际化企业双元创新战略具有积极影响。

H2a: 识别外部知识对天生国际化企业双元创新战略具有积极影响。

H2b: 同化外部知识对天生国际化企业双元创新战略具有积极影响。

H2c: 利用外部知识对天生国际化企业双元创新战略具有积极影响。

2.3 双元创新战略和天生国际化企业成长绩效

创业者构建学习型组织有助于提高天生国际化企业组织成员的理解能力及组织运行效率。创业者通过探索式创新策略帮助天生国际化企业获取新的国际市场、新技术等前沿性知识,促进天生国际化企业技术、新产品的研发以及国际市场的培育与开拓,丰富企业现有的产品种类和拓展不同的国际市场领域,实现天生国际化企业市场份额和利润的增长。创业者通过开发式创新策略以帮助天生国际化企业对现有知识进行精炼和挖掘,更为深度地理解和运用,以提升、拓展天生国际化企业现有的技术和能力,获得持续性的市场竞争优势,进而提高企业绩效,支撑天生国际化企业健康成长。Katila 等研究表明^[46],开发式创新与

企业成长绩效呈倒U型关系,而探索式学习则与企业成长呈现正相关关系。而蒋春燕和赵曙明的实证分析表明^[47],探索式学习正向影响企业产品创新绩效,利用式学习正向影响企业的财务绩效。新创企业通过探索式创新策略接收新的信息、创造新的知识,对各种创业方案进行尝试和调整,增加了组织行为的多样性,能提升企业各项财务指标。开发式创新策略实施能对现有知识、方案进行深层次开发,使企业行为更加标准化,重在对现有知识的利用。因此,本文提出以下假设:

H3: 双元创新战略对天生国际化企业成长绩效具有积极影响。

2.4 双元创新战略的中介作用

双元创新战略的选择会对创业者吸收能力和天生国际化企业成长绩效的提高产生调节性的影响。创业者通过他/她独有的个人特征和态度来识别、评估和利用国际创业机会,运用他/她的经验知识、教育背景和创业导向来决定是否捕捉国际创业机会^[48]。创业者通过接触外国文化(通过先前创业经历、学习经验等方式)而集聚的经验知识在企业国际化早期起着非常重要的作用。在某种程度上,创业者在市场上拥有的先验知识,可帮助企业克服语言、文化和商业实践中的障碍,进而早期国际化的可能性将会增加。创业者运用先验经验积累专业知识,进而熟悉他们的客户,开发出更合适的利基市场。

在高度竞争和不断变化的市场环境情况下,创业者必须要基于现有资源和市场开发出新的知识创造能力,必须集中精力不断进行创新,提高新知识的探索能力是确保其生存的基本因素;创业者不断获得新的资源,改组企业的关键流程以不断适应市场的新需求^[49],将产品或服务价值传递给顾客。创业者通过知识吸收能力累积了大量的创新资源,创业者将创新资源通过与天生国际化企业不同的组织能力进行匹配,全面提高企业创新能

力和市场能力以不断地促进天生国际化企业成长绩效的提升。天生国际化企业双元创新战略实施过程需要组织内不同创新资源、不同创新能力的支撑,以实现技术创新和获取国际市场的目标。创业者在知识获取、整合、利用过程中也为双元式创新战略实施带来了创新要素累积,为顺利开展双元创新战略提供支撑。对于天生国际化企业探索式创新策略而言,需要企业摆脱原有知识束缚并通过吸收能力积极获得新知识;而开发式创新策略需要创业者深入发掘、整合企业现有知识,对现有的产品进行不断改良并对市场进行延伸拓展。

因此,本文提出以下假设:

H4: 双元创新战略在创业者吸收能力和天生国际化企业成长绩效之间具有中介作用。

H4a: 双元创新战略在识别外部知识和天生国际化企业成长绩效之间具有中介作用。

H4b: 双元创新战略在同化外部知识和天生国际化企业成长绩效之间具有中介作用。

H4c: 双元创新战略在利用外部知识和天生国际化企业成长绩效之间具有中介作用。

研究框架如图1所示。

3 数据收集与变量测量

3.1 数据收集

因创业者吸收能力、双元创新战略、天生国际化企业成长绩效等均是较抽象的概念,不容易直接测量,并且缺少现成数据。根据马庆国的建议^[50],采用问卷调查的方法收集数据。在量表设计中,本研究主要遵循以下量表设计原则:首先,借鉴国内外权威期刊上已发表的创业者吸收能力、双元创新战略、天生国际化企业成长绩效的相关研究成果,尽量选取信度、效度较高,并已被广泛接受和应用的测量量表。其次,为了保障开发出的量表适合天生国际化企业成长规律,邀请了多位教授进行了研讨,并与相关天生国际化企业高管进行了交流和预测试,进而依据反馈结果进行了修订形成了最终调研问卷。

本研究聚焦于创业者吸收能力、双元创新战略与天生国际化企业双元创新研究,涉及到调查对象的人格化代表多是创业者,包括经理(5.15%)、董事(6.70%)、高级经理(12.50%)、副总裁(26.48%)、首席执行官(49.17%)。为了能够获得丰富的样本量,调研问卷不局限于某个创业区域,而是尽可能邀请涉及到全国的天生国际化企业的创业者来完成问卷

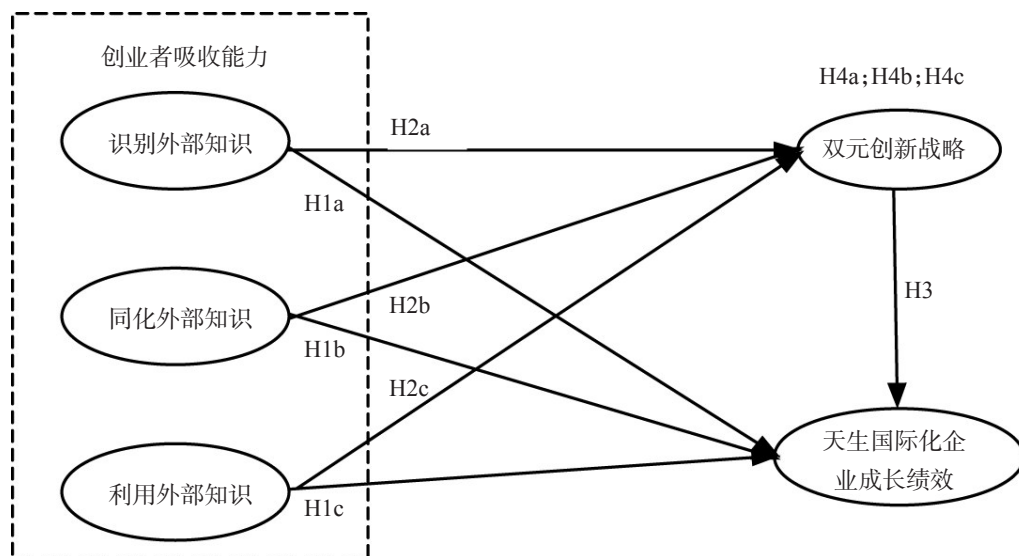


图1 天生国际化企业成长绩效的概念模型

填写。

为了进行大样研究,课题组向北京、广州、上海、杭州、南京、苏州等部分城市的工业园区管委会索要了企业基本信息名单,依据成立年限(3年内)和出口比例(50%以上的产品或服务出口到国外)标准对这些企业进行了甄别,遴选出天生国际化企业后,向所有企业的创业者(仅限企业法人)发放了一封个性化的电子邮件,其中包含了一个在线问卷的链接。2017年7月—2018年1月,共发放调研问卷800份,返回268份调研问卷,回收率为37.25%。在回收的所有问卷中,填写不完整的问卷有36份,回答具有明显规律性和倾向性的问卷有16份,经过仔细筛选,最终排除52份无效问卷,有效问卷共计216份,有效问卷回收率达到27%。也就是说,最终得到了来自216家天生国际化企业的有效调研问卷。最后,考虑到调研问卷中样本来源较多,对来源于不同渠道样本的企业规模、企业年龄等因素进行了 t 检验,发现来源于不同渠道的样本数据并不存在显著差异,可以合并使用;为了评估非影响偏差,还将早期回收样本与晚期回

收样本进行了对比,并未发现显著差异。因此,非响应偏差不影响进一步数据分析。

3.2 变量测量

调研问卷主要包括4部分,分别是创业者吸收能力、双元创新战略、天生国际化企业成长绩效测量量表和企业基本信息。测量量表均采用五点计分法进行计分,均是正向计分,分数1~5分别表示“非常不符合、比较不符合、一般符合、比较符合、非常符合”。

(1) 创业者吸收能力。创业者吸收能力采取Lane和Enkel等开发的测量题项^[32,51]。其中,识别外部知识共包括5个题项;而同化外部知识包括6个测量题项,利用外部知识包括6个测量题项,如表1所示。

(2) 双元创新战略。借鉴Lavie等和Enkel等对探索式创新策略和开发式创新策略的测量项目^[2-3],共有9个测量题项,如表2所示。

(3) 天生国际化企业成长绩效。借鉴Jantunen等人的研究成果^[52],天生国际化企业成长绩效共有5个测量题项,如表3所示。

表1 创业者吸收能力的因子分析和信度分析结果

创业者吸收能力的测量题项	CITC	因子载荷			Cronbach's α	AVE	C.R
		因子1	因子2	因子3			
创业者系统分析了国际市场上产品/服务的优缺点	0.681	0.744			0.845	0.624	0.892
创业者有目的地搜索新领域以应对公司生存环境或国外市场的变化	0.742	0.831					
创业者经常参加行业外讲座、研讨会和展览,以追求其他行业最新技术发展趋势	0.735	0.851					
创业者在与企业外部相关人员互动时,总是试图获取最新的市场需求或新技术的信息	0.688	0.736					
创业者经常与企业国外业务部门的人员进行交流,以获取其他相关的技术或市场需求	0.617	0.782					
创业者快速地吸收外部知识,以了解如何在企业内部合理地使用它	0.661		0.781		0.767	0.582	0.893
创业者经常评析外部知识与企业核心业务发展需求的内在联系	0.627		0.728				
创业者积极评估外部信息为企业核心业务发展带来的价值	0.625		0.710				
创业者能及时翻译国际市场相关知识,以保证企业员工能够正确理解该知识	0.621		0.717				
创业者经常与企业员工讨论新获取的外部技术知识及市场知识	0.741		0.828				
创业者能将外部技术与新产品、新工艺、新技术结合起来	0.714		0.807				
创业者极力说服企业内其他员工采纳和利用有价值的外部知识	0.734			0.796	0.861	0.619	0.890
创业者积极地确保每一个有吸引力的外部想法得到实施	0.728			0.771			
创业者调集企业内所有资源支持利用外部知识	0.753			0.838			
创业者在利用外部知识的过程中系统地整合了合作伙伴的相关能力	0.741			0.799			
创业者极力说服企业内其他员工采纳和利用有价值的外部知识	0.698			0.725			

注: $\chi^2/df=1.825$, $GFI=0.931$, $NFI=0.926$, $CFI=0.967$, $RMSEA=0.034$

(4) 控制变量。天生国际化企业特有的属性以及外部影响因素会影响企业创新。因此,基于文献 Anning-Dorson 的研究成果^[53],控制企业年龄、企业规模、环境动荡性。企业年龄是指天生国际化企业创立之后的年数,其被控制是因为它能够影响企业国际化的进程。因为相对小型企业而言,中型企业更倾向于利用现有能力而开发新的产品和服务,因此,本研究对天生国际化企业的规模进行控制。本研究使用天生国际化企业全职员工的人数对企业规模进行测试,根据员工人数的多少分为5级,其中1表示员工人数在10人以下,5表示在100人以上。天生国际化企业嵌入到双重网络之中,故环境动荡性反映的是国际市场需求和技术更新的快速变化程度,其经常迫使创业者更新现有的能力并发展全新的产品或者服务,该变量是借鉴王永贵等人的研究成果^[54],共计3个测量题项,如表4所示。

3.3 共同方法偏差分析

采用了2种技术来分析同源方差。首先,运用

Harman 单因素方法测试4个含有多个测量题项的变量,并将所有测量量表加载到一个潜在变量上,单因素模型显示了以下模型拟合指数 $\chi^2=4127.687$, $df=405$, $p<0.001$; $TLI=0.215$; $CFI=0.270$; $IFI=0.274$; $SRMR=0.186$; $RMSEA=0.199$ 。与测量模型相比,单因素模型的拟合度较差($\Delta\chi^2=3402.659$, $\Delta df=21$, $p<0.001$)。其次,本研究进行了探索性因子分析,包括4个含有多个测量题项的变量。特征值大于1的4个因素,总共解释了86.83%的方差。第一个因素仅解释了28.92%,这表明在调查工具中没有出现主观因素。因此,共同方法偏差并不是该研究重点。

4 数据分析与实证结果讨论

4.1 信度效度测量

为了保障问卷的可靠性和一致性,本研究采取 SPSS21.0 对样本数据进行了效度和信度检验。表1中结果显示自变量创业者吸收能力的 Cronbach's α 系数均超过了0.7的标准,而且 CITC 的值也超过了建议的首选值0.5,因此量表具有较好的信度。运用

表2 双元创新战略的因子分析和信度分析结果

创业者吸收能力的测量题项	CITC	因子载荷		Cronbach's α	AVE	C.R
		因子1	因子2			
依据国际市场需求及时生产出新产品/新服务	0.782	0.801		0.844	0.687	0.898
发掘并打开新的国际市场	0.834	0.861				
进入全新的技术领域,并将技术/服务商业化	0.827	0.832				
经常使用新的分销渠道以打开新市场	0.799	0.821				
经常改进现有产品/服务的质量	0.732		0.768	0.861	0.627	0.870
定期对现有产品营销策略进行小规模调整	0.746		0.776			
降低了主导产品/服务的运行成本/物料消耗	0.765		0.798			
增加了现有市场的销售规模	0.786		0.823			
提高了核心产品/服务的效率	0.423		0.367			

注: $\chi^2/df=1.227$, $GFI=0.961$, $NFI=0.993$, $CFI=0.994$, $RMSEA=0.029$

表3 天生国际化企业成长绩效因子分析结果

维度	测量题项	因子载荷	CITC	Cronbach's α	AVE	C.R
企业	企业产品国际市场的年营业额	0.837	0.713	0.824	0.675	0.912
成长	企业产品的国际市场占有率	0.828	0.745			
绩效	企业产品国际市场的利润率	0.796	0.682			
	企业打开新的国际市场个数	0.835	0.769			
	企业产品国际市场的满意度	0.810	0.782			

注: $\chi^2/df=1.416$; $GFI=0.913$; $NFI=0.928$; $CFI=0.937$; $RMSEA=0.03$

探索性因子分析,基于主成分分析法,依据表1因子的特征,应提取3个创业者吸收能力主因子。基于测量题项的特征,将因子1命名为识别外部知识、因子2命名为同化外部知识、因子3命名为利用外部知识,这与理论分析出的研究结果相一致。识别外部知识、同化外部知识、利用外部知识的平均方差提取值 AVE 分别为0.624、0.582及0.619,均大于0.5;且组合信度 $C.R$ 分别为0.892、0.893、0.890,也均超过了0.7的基本标准。通过各维度的二维因子载荷计算出的创业者吸收能力的 AVE 值和 $C.R$ 值,均超过了相对应的建议标准,表明量表的收敛效度较好。同时创业者吸收能力的各个因子标准载荷也均大于0.5的标准,表明拟合指标显示模型的拟合效果良好。

双元创新战略的信度和效度检验如表2所示,基本步骤如表1所示。基于上述分析,因提高了核心产品/服务的效率的因子载荷为0.367,小于实验所要求的因子载荷必须大于0.5,故进行删除后,又对剩余因子进行了主成分分析。依据因子1表现,根据前人研究,将其命名为探索性创新策略,将因子2命名为开发式创新策略。表2的Cronbach's α

系数分别为0.844和0.861,各测量题项的 $CITC$ 值大于0.5,表明量表的信度较为理想。组合信度 $C.R$ 的值分别为0.898和0.870,也超过了0.7的标准,而 AVE 的值也分别为0.687和0.627,也超过了0.5的标准,可以判断双元创新战略的信度、效度以及模型拟合效果良好。

天生国际化企业成长绩效和环境动荡因子的分析如表3和表4所示。天生国际化企业成长绩效和环境动荡性的信度和效度运用一阶验证性因子进行分析评价。表3和表4的Cronbach's α 系数分别为0.824和0.837,各测量题项的 $CITC$ 值大于0.5,表明量表的信度较为理想。组合信度 $C.R$ 的值分别为0.912和0.839,也超过了0.7的标准,而 AVE 的值也分别为0.675和0.635,也超过了0.5的标准,可以判断天生国际化企业成长绩效和环境动荡性的因子分析较为理想,而且他们的测量题项的标准化因子载荷均大于0.5的标准。

4.2 描述性统计与相关性分析

表5给出了研究变量的平均数、标准差和相关系数。如表5所示,没有变量间相关系数超过0.65的临界值,这表明该估计并不易于被多重共线性问

表4 环境动荡性的因子分析结果

维度	测量题项	因子载荷	$CITC$	Cronbach's α	AVE	$C.R$
环境	国际市场的客户需求变化相当迅速	0.757	0.676	0.837	0.635	0.839
动荡	竞争对手在企业主要市场的活动正在发生迅速变化	0.834	0.856			
性	企业所在行业的技术变化是迅速	0.797	0.748			

注: $\chi^2/df=1.621$; $GFI=0.903$; $NFI=0.917$; $CFI=0.919$; $RMSEA=0.047$

表5 各变量描述性统计分析及相关系数矩阵

变量	平均值	标准差	1	2	3	4	5	6	7	8
1.识别外部知识	3.52	0.97	1							
2.同化外部知识	3.40	0.88	0.24***	1						
3.利用外部知识	3.61	0.79	0.29***	0.17**	1					
4.双元创新战略	6.41	1.29	0.25**	0.34**	0.31**	1				
5.企业成长绩效	3.28	0.68	0.10	0.14**	0.24**	0.24**	1			
6.企业年龄	5.88	2.62	0.13	0.25**	0.22**	0.24**	0.20*	1		
7.企业规模	2.64	0.56	-0.11	-0.23	0.33**	0.13	0.01	0.02	1	
8.环境动荡性	2.53	1.07	0.05	-0.09	-0.33	0.11	-0.03	0.19*	-0.11	1

注:*表示 $p<0.05$; **表示 $p<0.01$; ***表示 $p<0.001$

题带来的偏差所影响。

4.3 假设检验

为了进一步明确各变量之间的关系,将自变量、调节变量、因变量依次放入回归模型进行关系检验。

(1) 创业者吸收能力、二元创新战略对天生国际化企业成长绩效的影响。以创业者吸收能力的3个维度即识别外部知识、同化外部知识、知识利用和二元创新战略分别为自变量,以天生国际化企业成长绩效为因变量进行多元回归分析。表6中的研究表明:识别外部知识对天生国际化企业成长绩效的影响最为显著($\beta=0.250, p<0.001$);其次是利用外部知识($\beta=0.242, p<0.001$),影响相对较低的是同化外部知识($\beta=0.198, p<0.01$),研究假设H1a、假设H1b、假设H1c均得到支持。该研究结果为创业者吸收能力的重要性增加了可信度。同理,以二元创新战略为自变量,以天生国际化企业成长绩效为因变量进行回归分析。表6中的结果表明二元创新战略对天生国际化企业成长绩效的影响显著($\beta=0.416, p<0.001$),研究假设H3得到支持。

该回归分析结果表明:创业者从网络关系中识别外部知识为个人及其企业发展提供了多样化的

知识来源,使创业者及其员工能够在沟通交流中整合内外部知识的基础上创造出新组合,这有助于天生国际化企业成长绩效。天生国际化企业不仅应该聚焦于二元创新战略平衡及实施,而且也应该强调个人层面知识吸收能力的培育。创业者应基于知识基础理论的研究视角,通过构建亲密无间的合作网络控制或利用更多外部创新资源,扩大天生国际化企业现有的知识库,以缓冲国际市场的动荡性。创业者必须将外部的技术知识或者市场需求转化为天生国际化企业所特有的语言和文化,否则同化外部知识过程将难以进行,使得开发式创新思想难以在企业产生,难以支撑天生国际化企业成长绩效。创业者利用外部知识能够实现对专门的技术知识、经验以及市场需求的积累,为天生国际化企业的健康成长和发展奠定坚实的基础,进而使天生国际化企业获得卓越的创新绩效。

(2) 创业者吸收能力对二元创新战略的影响。将创业者吸收能力的3个维度即识别外部知识、同化外部知识、利用外部知识作为自变量,将天生国际化企业二元创新战略作为因变量进行多元回归分析。表7中的结果表明,识别外部知识最为显著($\beta=0.347, p<0.001$),其次是利用外

表6 创业者吸收能力和二元创新战略对天生国际化企业成长绩效的回归结果

自变量	天生国际化企业成长绩效				
	模型 1a	模型 1b	模型 1c	模型 1d	模型 2
常数项	2.822***	2.671***	2.723***	2.238***	1.642***
企业年龄	0.233*	0.097	0.135	0.085	-0.141
企业规模	-0.201***	-0.068	-0.094*	-0.051	-0.028
环境动荡性	0.127	0.087	0.101	0.085	0.209***
识别外部知识	0.250***			0.160**	
同化外部知识		0.198**		0.150*	
利用外部知识			0.242***	0.076	
二元创新战略					0.416***
F	22.238***	18.546***	16.748***	8.230***	31.824***
R ²	0.098	0.083	0.076	0.140	0.354
ΔR ²	0.095	0.080	0.073	0.143	0.353

注:*表示 $p<0.05$ 上显著;**表示 $p<0.01$ 上显著;***表示 $p<0.001$ 上显著

部知识($\beta=0.270, p<0.001$), 最后是同化外部知识($\beta=0.224, p<0.01$), 因此研究假设 H2a、假设 H2b、假设 H2c 均得到支持。该回归分析结果表明: 培育并强化创业者吸收能力, 能缓解双元创新战略实施过程中在企业文化、组织惯例、组织结构上的冲突, 能准确地把握国际市场需求和新技术发展前沿趋势, 实现创新过程中一致性和适应性的耦合统一。增强创业者吸收能力不仅能保障天生国际化企业双元创新战略系统的稳定性, 而且能实现双元创新战略系统的弹性。

(3) 双元创新战略的中介效应。为了检验双元创新战略的中介效应, 本研究采用层次回归的方法进行检验。第一, 自变量识别外部知识、同化外部知识、利用外部知识与因变量天生国际化企业成长绩效显著相关(已经在模型 1 中得到验证); 第二, 中介变量双元创新战略与天生国际化企业成长绩效显著相关(已在模型 2 中得到验证); 第三, 在回归方程中加入中介变量双元创新战略, 分别构建与识别外部知识、同化外部知识、利用外部知识和因变量天生国际化企业成长绩效的中介作用检验。表 8 中结果显示, 识别外部知识、同化外部知识与因变量天生国际化企业成长绩效有显著影响, 而加入双元创新战略变量后, 显著性消失, 这说明双元创新战略在创业者吸收能力的识别外部知识、同化外部知识分别对天生国际化企业成长绩效有完全中介作用。因此, 假设 H4a、假设

H4b 得到验证; 双元创新战略在加入利用外部知识对天生国际化企业成长绩效后的回归系数有所下降(由 0.242 下降到 0.116, 而显著水平由 0.001 下降到 0.05), 但是关系仍为显著, 表明双元创新战略在利用外部知识和天生国际化企业成长绩效之间起到了部分中介作用, 由此假设 H4c 得到了支持。

上述实证结果也再次表明: 第一, 创业者识别外部知识的努力支持了天生国际化企业同时进行技术和市场的双元创新战略, 从而促进了天生国际化企业的组织双元性^[55]。为此, 创业者识别外部技术性新知识、挖掘国际市场新机会、社会交往和技能的培育, 可以促进天生国际化企业在双元创新战略中获得国际市场竞争优势。第二, 创业者同化外部知识与企业双元创新战略关系显著, 这表明来自外部资源的双元创新思想需要创业者克服语言、组织惰性等阻力, 通过利益冲突的协调和解决机制, 科学评估所要同化知识的潜在价值^[56], 整合内外部知识, 增强企业市场适应能力, 以实现消费者利益。第三, 创业者利用外部知识能力在一定程度上可以消除企业文化兼容性等制约因素, 支持天生国际化企业双元创新战略的开展; 天生国际化企业是知识的集合, 知识应用对天生国际化企业的生存至关重要。

本研究采用 Bootstrap 中介效应检验法, 得到 95% 中介效应水平的置信区间。各置信区间都不

表 7 创业者吸收能力对天生国际化企业双元创新战略的影响

自变量	天生国际化企业双元创新战略			
	模型 3a	模型 3b	模型 3c	模型 3d
常数项	2.366***	2.226***	2.487***	1.716***
识别外部知识	0.347***			0.262***
同化外部知识		0.224**		0.233**
利用外部知识			0.270***	0.05
F	43.127***	30.516***	17.728***	15.189***
R ²	0.176	0.131	0.080	0.231
ΔR ²	0.172	0.127	0.075	0.216

注: *表示 $p<0.05$ 上显著; **表示 $p<0.01$ 上显著; ***表示 $p<0.001$ 上显著

包括0,说明双元创新战略在创业者吸收能力3个维度即识别外部知识、同化外部知识、利用外部知识分别和天生国际化企业成长绩效之间的中介效应都是显著的。

4.4 内生性检验

为了缓解逆向因果或遗漏变量引起的内生性问题,本研究做了如下检验:首先,将自变量、调节变量、因变量依次放入回归模型进行关系检验;其次,采用倾向匹配得分法(PSM)对样本进行配对;再次,采用创业者吸收能力的一阶滞后项作为自变量。上述检验对研究假设的回归结果无实质影响。

5 研究结论

基于吸收能力理论、双元创新理论和天生国际化企业理论,以216份调研样本为例,验证了创业者吸收能力对天生国际化企业成长绩效的影响机制,尤其探究了双元创新战略在创业者吸收能力和天生国际化企业成长绩效间的中介作用。研究结果表明,在不考虑其他因素的条件下,创业者吸收能力的3维度识别外部知识、同化外部知识、利用外部知识分别对天生国际化企业成长绩效具有显著的正影响作用。双元创新战略分别在识别外部知识以及同化外部知识与天生国际化企业成长绩效之间存在完全中介作用;但是双元创新战略对利用外部知识和天生国际化企业成长绩效存在部分中介作用。

5.1 理论贡献

本研究对于更深刻地理解创业者吸收能力与双元创新战略对天生国际化企业成长绩效的作用,揭示创业者吸收能力与双元创新战略匹配对企业成长绩效的影响机制有重要的理论贡献。

首先,依照“知识吸收能力—创新战略选择—企业成长绩效”的研究范式,整合知识吸收能力理论、双元创新理论以及国际创业理论的相关观点,从个体层面探索了创业者吸收能力、双元创新战略和天生国际化企业成长绩效之间的关系。以往的文献研究多聚焦于企业层面、战略联盟、创新网络等视角,较少有研究关注个人层面尤其是初创企业中创业者的吸收能力,更缺乏考证创业者吸收能力各个维度的作用机制^[30-31]。基于天生国际化企业实情,本研究创新性地提出了创业者吸收能力的测量维度和指标,拓展和丰富了吸收能力理论。

其次,本研究从知识吸收能力的视角进一步细化双元创新战略理论的研究,指出双元创新是企业战略上的双元,是企业价值创造的过程,构建了双元创新战略的测量指标体系。验证了创业者吸收能力的3维度识别外部知识、同化外部知识、利用外部知识分别与双元创新战略呈现正相关关系。双元创新战略分别在识别外部知识以及同化外部知识与天生国际化企业成长绩效之间存在完全中介作用;但双元创新战略对利用外部知识和

表8 双元创新战略的中介效应的检验结果

自变量	双元创新战略中介效应下天生国际化企业成长绩效		
	模型4a	模型4b	模型4c
常数项	1.571***	1.494***	1.395***
识别外部知识	0.059		
外部知识吸收		0.078	
利用外部知识			0.116*
双元创新战略	0.535***	0.537***	0.535***
F	56.854***	57.149***	58.726***
R ²	0.359	0.354	0.360
ΔR ²	0.353	0.354	0.360
Bootstrap95%的置信区间	(0.398,0.668)	(0.414,0.667)	(0.401,0.657)

天生国际化企业成长绩效存在部分中介作用。现有文献对技术创新的研究,多集中于创新产出和创新效率;对双元创新的研究多集中于如何平衡探索式创新和开发式创新以及从能力视角探讨双元能力构建等^[33,57],严重忽视了双元创新是企业与环境相互作用的产物,是推动企业经营战略转向双核心业务的内在机制,是企业获得持续市场竞争优势的坚强后盾,是企业整体战略上的双元。

最后,本研究揭示了创业者吸收能力与双元创新战略的耦合关系对天生国际化企业成长绩效的作用机制,以实现创业者吸收能力与双元创新战略的有机调整和匹配。目前,创业者吸收能力和双元创新战略与天生国际化企业成长绩效之间的研究更多地集中于直接影响的研究^[31,58],本研究认为创业者吸收能力可以带来企业创新资源的高效整合,保障双元创新战略实施,支撑天生国际化企业健康成长。因此,研究结果在一定程度上丰富了天生国际化企业成长绩效前因变量的研究。

5.2 实践启示

上述研究结论有助于克服创业者自身的“达克效应”、“谷歌效应”、“回音室效应”,从创业者吸收能力角度探究天生国际化企业成长绩效的问题,促进天生国际化企业健康成长。

首先,天生国际化企业创业者应更加重视自身知识吸收能力。吸收能力不仅作为一种处理外部知识的工具,而且是企业内部转移知识的渠道。为此,天生国际化企业应培养强有力的知识共享、知识转化和知识应用的氛围;应加强与外部知识网络的交互管理,增强其获取外部知识的能力,可与大学、研究机构、政府、国际市场客户和供应商合作,获取更多的外部信息和知识。应通过有效的管理策略来提升员工的吸收能力,支撑企业双元创新战略实施^[39,58]。

其次,双元创新战略具有动态性,其会随着创业者先前创业经验、天生国际化企业生存的国际

环境变化而发生变化。因此,天生国际化企业需要不断地修正双元创新战略以适应动态的国际竞争环境。在实施双元创新战略过程中,天生国际化企业应评估国际市场需求不确定性的程度,以实现理想的创新成果。尤其是当国际市场需求高度不确定时,天生国际化企业应强调探索式创新策略而不是开发式创新策略。当天生国际化企业面临着较高的客户不确定性时,难以获得有价值的市场信息,因此需要在双元创新战略选择中承担更多的风险,比如在产品生产或服务提供时需更频繁地“试错”和更广泛地搜索。相比之下,当国际市场需求不确定性较低时,天生国际化企业更应依赖于利用开发式创新策略维系现有市场的竞争优势。天生国际化企业还需要考虑探索式策略和开发式策略在其成长中的共同作用。在追求高水平探索式创新策略以提高产品的新颖性时,天生国际化企业需要保持现有的市场营销能力,以便有效地吸收新知识。为了实现双元创新战略平衡,减少创新资源紧张,天生国际化企业更需要将探索式创新和开发式创新策略结合起来,以实现二者协同效应和卓越的创新绩效。

5.3 研究局限和展望

本研究存在3个方面的局限性,需要未来研究加以补充与拓展。首先,本研究采用横截面数据对假设进行检验,在一定程度无法对变量间关系的长期作用变化进行测量,这使得研究结论在可靠性方面存在一定的局限。未来研究可采用扎根理论、多案例分析或纵向数据进行分析,增加研究结论的普适性;其次,本研究仅对创业者吸收能力、双元创新战略以及两者的耦合关系对天生国际化企业成长绩效的影响进行了考察。由于组织双元创新战略是一项十分复杂的过程,不同生命周期的企业采用探索和开发式创新策略行为也存在差异性,可进一步考察不同生命周期对天生国际化企业双元创新战略的影响;最后,竞争对手信息和不同

组织结构等因素会影响天生国际化企业成长绩效,未来研究可进一步探讨此类可能的影响因素。

参考文献

- [1] Schwens C, Kabst R. How early opposed to late internationalizers learn: Experience of others and paradigms of interpretation[J]. *International Business Review*, 2009, 18(5):509-522.
- [2] Lavie D, Stettner U, Tushman M L. Exploration and exploitation within and across organizations[J]. *Academy of Management Annals*, 2010,4(1):109-155.
- [3] Enkel E, Gassmann O. Creative imitation: Exploring the case of cross-industry innovation[J]. *R&D Management*, 2010,40(3):256-270.
- [4] Karamanos A G. Leveraging micro-and macro-structures of embeddedness in alliance networks for exploratory innovation in biotechnology[J]. *R&D Management*, 2012, 42(1):71-89.
- [5] Smith W K, Tushman M L. Managing strategic contradictions: A top management model for managing innovation streams[J]. *Organization Science*, 2005,16(5): 522-536.
- [6] Ferreras-Méndez J L, Fernández-Mesa A, Alegre J. The relationship between knowledge search strategies and absorptive capacity: A deeper look[J]. *Technovation*, 2016, 54(5):48-61.
- [7] Lane P J, Salk J E, Lyles M A. Absorptive capacity, learning, and performance in international joint ventures[J]. *Strategic Management Journal*, 2001,22(12): 1139-1161.
- [8] Jansen J J, Van Den Bosch F A, Volberda H W. Managing potential and realized absorptive capacity: How do organizational antecedents matter?[J]. *Academic Management Journal*, 2005,48(6):999-1015.
- [9] Jiménez-Castillo D, Sánchez-Pérez M. Nurturing employees market knowledge absorptive capacity through unified internal communication and integrated information technology[J]. *Information Management*, 2013,50(2): 76-86.
- [10] Freeman S, Edwards R, Schroder B. How smaller born-global firms use networks and alliances to overcome constraints to rapid internationalization[J]. *Journal of International Marketing*, 2006,14(3):33-63.
- [11] Coviello N E. The network dynamics of international new ventures[J]. *Journal of International Business Studies*, 2006,37(5):713-731.
- [12] Knight G A, Cavusgil S T. Innovation, organizational capabilities, and the born-global firm[J]. *Journal of International Business Studies*, 2004,35(2):124-141.
- [13] Freeman S, Hutchings K, Chetty S. Born-globals and culturally proximate markets[J]. *Management International Review*, 2012,52(3):425-460.
- [14] Kuivalainen O, Sundqvist S, Servais P. Firms' degree of born-globalness, international entrepreneurial orientation and export performance[J]. *Journal of World Business*, 2007,42(3):253-267.
- [15] 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.
- [16] 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(1):9-19.
- [17] Weerawardena J, Mort G S, Liesch P W, et al. Conceptualizing accelerated internationalization in the born global firm: A dynamic capabilities perspective[J]. *Journal of World Business*, 2007,42(3):294-306.
- [18] Oviatt B M, McDougall P P. Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization[J]. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 2005,29(5):537-554.
- [19] Knight G A, Liesch P W. Internationalization: From incremental to born global[J]. *Journal of World Business*, 2016,51(1):93-102.
- [20] De Clercq D, Sapienza H J, Yavuz R I, et al.

- Learning and knowledge in early internationalization research: Past accomplishments and future directions[J]. *Journal of Business Venturing*, 2012,27(1):143-165.
- [21] Limaj E, Bernroider E W N, Choudrie J. The impact of social information system governance, utilization, and capabilities on absorptive capacity and innovation: A case of Austrian SMEs[J]. *Information Management*, 2016,53(3):380-397.
- [22] Park B I. Knowledge transfer capacity of multinational enterprises and technology acquisition in international joint ventures[J]. *International Business Review*, 2011,20(1):75-87.
- [23] 朱美光. 区域知识能力与区域知识吸收能力比较研究:基于空间知识溢出视角的分析[J]. *科学学研究*,2007,5(6):1183-1187.
- [24] Todorova G, Durisin B. Absorptive capacity: Valuing a reconceptualization[J]. *Academic of Management Review*, 2007,32(3):774-786.
- [25] Salter A, Criscuolo P, Wal A L J T. Coping with open innovation: Responding to the challenges of external engagement in R&D[J]. *Social Science Electronic Publishing*, 2014,56(2):77-94.
- [26] Camisón C, Forés B. Knowledge absorptive capacity: New insights for its conceptualization and measurement[J]. *Journal of Business Research*, 2010,63(7):707-715.
- [27] Zahra S A, George G. Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension[J]. *Academy of Management Review*, 2002,27(2):185-203.
- [28] Huang M, Bhattacharjee A, Wong C S. Gatekeepers' innovative use of it: An absorptive capacity model at the unit level[J]. *Information & Management*, 2018,55(3):235-244.
- [29] Prior D D, Ker?nen J, Koskela S. Sensemaking, sense-giving and absorptive capacity in complex procurements[J]. *Journal of Business Research*, 2018,88(3):79-90.
- [30] 张振刚,付斯洋,余传鹏. 个体知识吸收能力对员工创新绩效的影响[J]. *中国人力资源开发*,2018,35(3):73-83.
- [31] 秦佳良,张玉臣. 个人知识吸收能力与双元创新关系研究[J]. *科技进步与对策*,2018,35(8):128-136.
- [32] Enkel E, Heil S, Hengstler M, et al. Exploratory and exploitative innovation: To what extent do the dimensions of individual level absorptive capacity contribute[J]. *Technovation*, 2017,60(2):29-38.
- [33] Koryak O, Lockett A, Hayton J, et al. Disentangling the antecedents of ambidexterity: Exploration and exploitation[J]. *Research Policy*, 2018,47(2):413-427.
- [34] Gibson C B, Birkinshaw J. The antecedents, consequences, and mediating role of organizational ambidexterity[J]. *Academy of Management Journal*, 2004,47(2):209-226.
- [35] Raisch S, Birkinshaw J, Probst G, et al. Organizational ambidexterity: Balancing exploitation and exploration for sustained performance[J]. *Organization Science*, 2009,20(4):685-695.
- [36] Benner M J, Tushman M L. Exploitation, exploration, and process management: The productivity dilemma revisited[J]. *Academy of Management Review*, 2003,28(2):238-256.
- [37] Smith W K, Lewis M W. Toward a theory of paradox: A dynamic equilibrium model of organizing[J]. *Academy of Management Review*, 2011,36(2):381-403.
- [38] Kammerlander N, Burger D, Fust A, et al. Exploration and exploitation in established small and medium-sized enterprises: The effect of CEOs' regulatory focus[J]. *Journal of Business Venturing*, 2015,30(4):582-602.
- [39] Lubatkin M H, Simsek Z, Ling Y, et al. Ambidexterity and performance in small- to medium-sized firms: The pivotal role of top management team behavioral integration[J]. *Journal of Management*, 2016,32(5):646-672.
- [40] Jansen J J P, Van Den Bosch F A J, Volberda H W. Exploratory innovation, exploitative innovation, and performance: Effects of organizational antecedents and environmental moderators[J]. *Management Science*,

- 2006,52(11):1661-1674.
- [41] Fletcher M, Harris S, Richey J R G. Internationalization knowledge: What, why, where, and when?[J]. *Journal of International Marketing*, 2013,21(3):47-71.
- [42] Maine E, Soh P H, Dos Santos N. The role of entrepreneurial decision-making in opportunity creation and recognition[J]. *Technovation*, 2015,39(5):53-72.
- [43] Barirani A, Beaudry C, Agard B. Distant recombination and the creation of basic inventions: An analysis of the diffusion of public and private sector nanotechnology patents in Canada[J]. *Technovation*, 2015,36(4):39-52.
- [44] Brettel M, Greve G I, Flatten T C. Giving up linearity: Absorptive capacity and performance[J]. *Journal of Managerial Issues*, 2011,23(2):164-188.
- [45] Flatten T C, Greve G I, Brettel M. Absorptive capacity and firm performance in SMEs: The mediating influence of strategic alliances[J]. *European Management Review*, 2011,8(3):137-152.
- [46] Katila R, Ahuja G. Something old, something new: A longitudinal study of search behavior and new product introduction[J]. *Academy of Management Journal*, 2012,45(6):1183-1194.
- [47] 蒋春燕,赵曙明. 社会资本和公司企业家精神与绩效的关系:组织学习的中介作用:江苏与广东新兴企业的实证研究[J]. *管理世界*,2006(10):90-99.
- [48] Oviatt B M, McDougall P P. Defining international entrepreneurship and modeling the speed of internationalization[J]. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 2005,29(5):537-553.
- [49] Westhead P, Wright M, Ucbasaran D. The internationalization of new and small firms: A resource-based view[J]. *Journal of Business Venturing*, 2001,16(4):333-358.
- [50] 马庆国. 管理统计:数据获取、统计原理与SPSS工具与应用研究[M]. 北京:科学出版社,2002.
- [51] Lane P J, Koka B R, Pathak S. The reification of absorptive capacity: A critical review and rejuvenation of the construct[J]. *Academic Management Review*, 2006,31(4):833-863.
- [52] Jantunen A, Nummela N, Puumalainen K, et al. Strategic orientation of born globals: Do they really matter?[J]. *Journal of World Business*, 2008,43(2):158-170.
- [53] Anning-Dorson T. How much and when to innovate: The nexus of environmental pressures, innovation and service firm performance[J]. *European Journal of Innovation Management*, 2017,20(4):115-172.
- [54] 王永贵,邢金刚,李元. 战略柔性 with 竞争绩效:环境动荡性的调节效应[J]. *管理科学学报*,2004,7(6):70-77.
- [55] Chen R R, Kannan-Narasimhan R P. Formal integration archetypes in ambidextrous organizations[J]. *R&D Management*, 2015,45(3):267-286.
- [56] Tortoriello M. The social underpinnings of absorptive capacity: The moderating effects of structural holes on innovation generation based on external knowledge[J]. *Strategic Management Journal*, 2015,36(4):586-597.
- [57] 宋春华,马鸿佳,郭海. 学习导向、双元创新与天生国际化企业绩效关系研究[J]. *科学学与科学技术管理*,2017,38(9):126-160.
- [58] 黄胜,叶广宇,丁振阔. 国际化速度、学习导向与国际新创企业的国际绩效[J]. *科学学与科学技术管理*,2017,38(7):141-154.

The Effect of Absorptive Capacity of the Entrepreneurs and Ambidexterity Innovation Strategy on the Growth Performance of Born Globals

PAN Hongliang

(Business School, Henan Normal University, Xinxing 453007, China)

Abstract: Entrepreneurs stay the core position during the process of growth of born globals. The absorptive capacity of entrepreneurs provides the knowledge accumulation for the sustainable development in innovation and entrepreneurial opportunity identification. Based on knowledge management theory and ambidexterity innovation strategy, using 216 questionnaire data, it analyses the ambidexterity innovation strategy as a mediating variable and use multiple regressions method to study the impact of absorptive capacity of the entrepreneurs on the growth performance of born globals. The results show that absorptive capacity of the entrepreneurs has a significantly positive impact on the growth performance of born globals. Furthermore, ambidexterity innovation strategy has a completely mediating role in the impact of identification of external knowledge and assimilation of external knowledge on the growth performance of born globals, but it has a partially mediating role in the relationship between utilization of external knowledge and the growth performance of born global.

Key words: entrepreneurs; absorptive capacity; ambidexterity innovation strategy; born globals; growth performance