

制造企业国际化 进程中的组织学习与 技术寻求型FDI

尹 华 / 著

ZHIZAO QIYE GUOJIHUA JINCHENG ZHONGDE
ZUZHI XUEXI YU JISHU XUNQIUXING FDI



经济科学出版社
Economic Science Press

F426.4
201123

阅

览

制造企业国际化进程中的 组织学习与技术寻求型 FDI

尹 华 著



经济科学出版社

图书在版编目 (CIP) 数据

制造企业国际化进程中的组织学习与技术寻求型 FDI/尹华著. —北京: 经济科学出版社, 2011. 1
ISBN 978 - 7 - 5141 - 0304 - 5

I. ①制… II. ①尹… III. ①制造业 - 工业企业 - 国际化 - 研究 - 中国 IV. ①F426. 4

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2010) 第 263953 号

责任编辑: 于 源
责任校对: 徐领柱
版式设计: 代小卫
技术编辑: 邱 天

制造企业国际化进程中的 组织学习与技术寻求型 FDI

尹 华 著

经济科学出版社出版、发行 新华书店经销
社址: 北京市海淀区阜成路甲 28 号 邮编: 100142

总编部电话: 88191217 发行部电话: 88191540

网址: [www. esp. com. cn](http://www.esp.com.cn)

电子邮件: [esp@ esp. com. cn](mailto:esp@esp.com.cn)

北京京鲁创业科贸有限公司印装

880 × 1230 32 开 7.375 印张 200000 字

2011 年 2 月第 1 版 2011 年 2 月第 1 次印刷

ISBN 978 - 7 - 5141 - 0304 - 5 定价: 19.80 元

(图书出现印装问题, 本社负责调换)

(版权所有 翻印必究)

摘 要

提高国际化进程中的组织学习效果,是制造企业成功实施国际化经营战略的重要条件。本研究将制造企业外向型国际化分为国际化的初始阶段、国际化的成长阶段和国际化的成熟阶段,并给出了界定标准。国际化的初始阶段与成长阶段可统称为制造企业国际化初期。

知识是一种特殊的资源,能力是以知识为核心的资源组合。企业的竞争优势来自于它们所特有的具有无形性和知识性的稀缺资源。企业在国际化进程中获得的相关知识可以分为两种基本类型:特定市场知识和一般性的国际化知识。竞争优势不但是制造企业国际化经营的动因,也可以是制造企业国际化经营的结果。

本研究建议处于国际化初期的制造企业选择以知识存量为基础、以组织学习为推动力的渐进国际化进程。一方面,制造企业在国际化初期会出现相关知识的缺乏和组织学习能力的不足,渐进性的路径安排可以强化组织学习效果;另一方面,制造企业对于国际化进程中各种风险的预测与控制能力会随着国际化实践和知识的丰富而逐步提高。制造企业国际化进程的渐进性具体体现在三个方面:国际化经营方式的渐进,国际化经营区位的渐进,国际化经营产品的渐进。

组织学习是制造企业国际化进程中的加速器。制造企业在国际化的成熟阶段呈现出渐进性的弱化,这是企业在国际化进程中知识存量增加和选择能力增强的表现。国际化制造企业跨国经营方式渐进性的弱化表现比较明显,新的海外市场可能出现进入方式的跳

跃。海尔与松下等典型家电制造企业的实践体现了国际化进程的渐进性及其弱化。

国际化制造企业知识转移应当首选内部化而非其他方式。国际化制造企业海外子公司应当由母公司战略的被动执行者转变为积极参与者,由母公司知识与技术的接受者转变为知识与能力的贡献者。国际化制造企业应当培育有利于组织学习和知识共享的企业文化。

具备国际企业家精神的企业家能够对国际市场中未被利用的机会进行率先认知、发现和探索,以及采取及时的商业化行动。企业高层管理团队的国际化知识是国际新创企业的前提,国际化网络是国际新创企业的发展平台,国际企业家精神是国际新创企业的助推器;三者共同推动了国际新创企业的出现,也从另一个角度验证了“组织学习是制造企业国际化进程中的加速器”。

学习型制造企业的组织结构应当具备五个职能特征和四个形态特征。国际化制造企业的网络组织结构由内部一体化网络和跨国外部网络共同组成;它是国际化制造企业应对日趋复杂的跨国经营环境和愈加困难的企业内外部沟通而理性选择的组织结构模式。

制造企业在发达国家或地区实施技术寻求型 FDI,进入所在产业高端技术聚集地,是其国际化进程中一种重要而且有效的组织学习方式安排,并通过模仿跟随效应、联系效应、人员流动效应和平台效应四个途径从东道国获取先进知识和技术。基于四个实现途径,本研究从理论层面分析得到影响反向技术外溢效应的 14 个因素。

本研究采用 7 刻度李克特量表法具体设计了我国制造企业技术寻求型 FDI 反向技术外溢效应影响因素调研问卷,利用 SPSS16.0 统计软件对样本数据进行逐步回归分析,实证结果表明:企业的模仿学习能力、企业的吸收能力、适度的技术差距、企业嵌入产业链的程度以及东道国的产业集聚程度是我国制造企业获得技术寻求型 FDI 反向技术外溢效应的五个显著影响因素。

本研究认为制造企业技术寻求型 FDI 区位选择影响因素主要体现在东道国的经济发展水平、科学研究环境、人力资源和产业集聚四个方面。基于我国制造企业 1996~2005 年向 13 个发达国家实施技术寻求型 FDI 的面板数据,实证结果表明:东道国的人均 GDP、千人专利数、高技术产品出口额占制成品出口额的比重、FDI 前期累计量是我国制造企业技术寻求型 FDI 区位选择的显著影响因素;而研发占 GNP 比重、每百万人中科学家和工程师的数量、制造业的平均工资水平、制造业总产值没有通过显著性检验。

目 录

上篇 制造企业国际化进程中的组织学习

第 1 章 导论	3
1.1 研究背景	3
1.2 国内外相关研究	8
1.3 研究思路和内容安排	26
第 2 章 制造企业国际化及其进程中的知识要素	30
2.1 企业国际化的界定	30
2.2 企业国际化的阶段	32
2.3 制造企业国际化经营中的知识要素	37
2.4 本章小结	47
第 3 章 组织学习对制造企业国际化进程的影响	49
3.1 组织学习与组织学习过程	49
3.2 制造企业国际化初期的渐进性进程	56
3.3 组织学习导致制造企业国际化成熟阶段出现 进程渐进性的弱化	69
3.4 本章小结	72

第 4 章 制造企业国际化进程中的知识转移分析	74
4.1 国际化制造企业知识转移内部化方式选择	74
4.2 海外子公司在国际化制造企业组织学习中的角色	81
4.3 国际化制造企业组织学习与知识共享企业文化的培育	87
4.4 本章小结	89
第 5 章 国际企业家精神对制造企业组织学习及国际化进程的影响	90
5.1 国际企业家精神与制造企业国际化进程中的组织学习	90
5.2 国际企业家精神与国际新创企业现象	97
5.3 本章小结	101
第 6 章 学习型制造企业国际化进程中的组织结构演化分析	103
6.1 学习型制造企业组织结构的共性特征	103
6.2 学习型制造企业国际化进程中的组织结构模式选择	111
6.3 本章小结	117

下篇 制造企业技术寻求型 FDI

第 7 章 制造企业技术寻求型 FDI 的实现途径及其影响因素分析	121
7.1 我国制造企业技术寻求型 FDI 的实践分析	121

7.2	制造企业技术寻求型 FDI 反向技术外溢效应的实现途径	128
7.3	制造企业获取反向技术外溢效应的影响因素分析	133
7.4	本章小结	141
第 8 章	我国制造企业获取反向技术外溢效应影响因素实证分析	143
8.1	研究设计与数据获取	143
8.2	数据预处理	147
8.3	反向技术外溢效应影响因素的回归分析	151
8.4	本章小结	158
第 9 章	制造企业技术寻求型 FDI 区位选择影响因素的理论分析	160
9.1	传统 FDI 区位选择的影响因素分析	160
9.2	制造企业技术寻求型 FDI 区位选择的影响因素	166
9.3	本章小结	170
第 10 章	我国制造企业技术寻求型 FDI 区位选择影响因素的实证分析	171
10.1	变量选取及数据来源	171
10.2	面板数据模型的建立	173
10.3	数据的平稳性检验	176
10.4	实证结果分析	178
10.5	本章小结	183
第 11 章	结论与展望	184
11.1	主要结论	184

11.2 主要创新点	189
11.3 研究展望	191
参考文献	193
附录一	209
附录二	213
致 谢	224

上 篇

制造企业国际化 进程中的组织学习

第1章

导 论

本章简要说明研究背景，分析制造业在我国企业“走出去”战略实施过程中的主体角色。从企业国际化、组织学习与企业国际化、技术寻求型 FDI 三个方面对国内外相关研究进行综述。说明全书的研究思路和内容安排。

1.1 研究背景

1.1.1 我国企业“走出去”战略选择

我国确立改革开放基本国策之后，通过“引进来”积极参与经济全球化，越来越多的跨国公司选择在我国直接投资，推动了我国经济的快速发展，我国在新一轮全球产业分工中逐步提高了自己的地位，也成为经济全球化的一个受益国。一方面，我国进出口贸易快速增长，对外贸易总额由 1978 年的 206.4 亿美元增加到 2008 年的 25616.3 亿美元，增加了 123 倍；按出口额排名，我国在 1978 年排第 33 位，2009 年我国出口总额 12016.6 亿美元，超过德国成为全球第一大出口国。另一方面，我国 1978 年的 GDP 为 3645.2 亿元；2001 年首次突破 10 万亿元，达到 109655.2 亿元；2009 年 GDP 的初步核算数为 335353 亿元；我国自 2007 年开始成为全球第

三大经济体。

我国加入世界贸易组织之后,各类企业国际化经营的外部环境得到进一步改善,“引进来”和“走出去”紧密结合成为我国经济发展的战略选择。2003年全国人大九届三次会议公报提出,“随着我国经济的不断发展,我们要积极提高参与国际经济竞争的能力,并努力掌握主动权,必须不失时机地实施‘走出去’战略,把‘引进来’和‘走出去’紧密结合起来,更好地利用国内外两种资源、两个市场”。当前,无论从开拓市场空间、优化产业结构、获取经济资源、争取技术来源,还是突破贸易壁垒、培育中国具有国际竞争力的大型跨国公司,“走出去”都是一种必然的选择,也是中国对外开放提高到一个新水平的重要标志^[1]。

世界各国企业大举进入我国市场的同时,我国企业在激烈竞争中快速成长,越来越多的企业开始走出国门,基于寻求自然资源、开拓国际市场等目的,在一些国家进行直接投资从事生产性活动。据商务部、国家统计局和国家外汇管理局联合发布的《2006年度中国对外直接投资统计公报》,截至2006年年底,我国5000多家境内投资主体对外直接投资累计净额906.3亿美元。据商务部合作司发布的《2007年中国非金融类对外直接投资统计快报》,2007年我国非金融类对外直接投资187.2亿美元,同比增长6.2%。据我国商务部、国家外汇管理局初步统计,2008年我国对外直接投资突破500亿美元,达到521.5亿美元,其中,非金融类直接投资406.5亿美元,占78%;金融类115亿美元,占22%(资料来源:中国商务部合作司,2009-02-25)。

但我国企业对外直接投资的金额一直远远小于我国吸引外商直接投资的金额。根据联合国贸发会议公布的数据,1980~2002年期间,全球直接投资总额达7.1万亿美元,中国共吸收4480亿美元。我国2002年度引进外资突破500亿美元;2003年度突破600亿美元,首次成为全球引资第一的国家;2008年实际引进外商直接投资923.95亿美元,同比增长23.58%。除少数优秀企业外,我国真正

“走出去”的对外直接投资企业目前仍然存在总体数量少、对外投资规模小以及经营绩效偏低等特点。不仅我国企业对外直接投资的金额与我国目前的经济实力不相称,而且那些已经实施国外投资的国际化企业真正实现盈利的所占比例偏低。有一个被普遍引用的不完全统计数据是,我国的海外企业中盈利的占 55%,其中多为非生产性企业;收支平衡的占 28%;亏损企业占 17%,其中以生产性企业居多。近年我国企业国际化经营状况有所改善,但总体仍然不容乐观。

1.1.2 我国制造企业的界定

联合国国际贸易标准分类 (SITC Rev. 4) 中的第 5 大类 (化学制品及相关产品)、第 6 大类 (按原料分类的制成品,如皮革、橡胶、纺织品、纸业、金属制品等)、第 7 大类 (机械及运输设备) 和第 8 大类 (杂项制品,如加热和照明设施、家具、旅行用品等) 贸易商品大致可被归为制造业商品;其中第 5 大类和第 7 大类多为资本或技术密集型商品,第 6 大类和第 8 大类多为劳动密集型商品。

我国新《国民经济行业分类》国家标准 (GB/T4754 - 2002) 于 2002 年 5 月 10 日经国家标准化管理委员会批准,在 2002 年统计年报中正式开始实施。该标准采用线分类法和分层次编码方法,将经济活动划分为门类、大类、中类和小类四级;门类采用英文字母编码,大、中、小类采用阿拉伯数字编码。经过调整与修改,新标准共有行业门类 20 个,行业大类 95 个,行业中类 396 个,行业小类 913 个。

20 个行业门类包括:农、林、牧、渔业,采矿业,制造业,电力、燃气及水的生产和供应业,建筑业,交通运输、仓储和邮政业,信息传输、计算机服务和软件业,批发和零售业,住宿和餐饮业,金融业,房地产业,租赁和商务服务业,科学研究、技术服务和地质勘查业,水利、环境和公共设施管理业,居民服务和其他服

务业,教育,卫生、社会保障和社会福利业,文化、体育和娱乐业,公共管理和社会组织,国际组织。

行业门类 C 代表制造业,本门类包括 13~43 共 30 大类(第 38 大类空缺),指经物理变化或化学变化后成为了新的产品,不论是动力机械制造,还是手工制作;也不论产品是批发销售,还是零售,均视为制造。建筑物中的各种制成品零部件的生产应视为制造;但在建筑预制品工地,把主要部件组装成桥梁、仓库设备、铁路与高架公路、升降机与电梯、管道设备、喷水设备、暖气设备、通风设备与空调设备,照明与安装电线等组装活动,以及建筑物的装置,均列为建筑活动。在主要从事产品制造的企业(单位)中,为产品销售而进行的机械与设备的组装与安装活动,应按其主要活动归类。

制造业门类中的 30 大类包括:13 农副食品加工业,14 食品制造业,15 饮料制造业,16 烟草制品业,17 纺织业,18 纺织服装、鞋、帽制造业,19 皮革、毛皮、羽毛(绒)及其制品业,20 木材加工及木、竹、藤、棕、草制品业,21 家具制造业,22 造纸及纸制品业,23 印刷业和记录媒介的复制,24 文教体育用品制造业,25 石油加工、炼焦及核燃料加工业,26 化学原料及化学制品制造业,27 医药制造业,28 化学纤维制造业,29 橡胶制品业,30 塑料制品业,31 非金属矿物制品业,32 黑色金属冶炼及压延加工业,33 有色金属冶炼及压延加工业,34 金属制品业,35 通用设备制造业,36 专用设备制造业,37 交通运输设备制造业,39 电气机械及器材制造业,40 通信设备、计算机及其他电子设备制造业,41 仪器仪表及文化、办公用机械制造业,42 工艺品及其他制造业,43 废弃资源和废旧材料回收加工业。

1.1.3 我国制造企业国际化经营的主体角色

制造企业的国际化是我国“走出去”战略的重要内容,也是我

国从制造大国向制造强国转变的重要标志。全面推进工业化进程必然要求我国培育一批集成和整合全球资源、组织全球产业链和价值链的国际性制造企业。

世界经济发展的历史和趋势表明,制造业是一个国家经济发展的基石,也是增强国家竞争力的基础。我国正处在工业化的中期阶段,制造业是国民经济的主体和支柱。无论是从制造业占国民生产总值和财政收入的比重,还是从扩大就业、保持社会稳定的角度来看,未来相当长一段时期,制造业是我国国民经济增长的主要源泉。

但我国制造业与世界主要制造业强国有较大差距。从制造业规模来看,我国制造业虽然名列世界第4位,但总体规模仅相当于美国的1/5,日本的1/4强;制造业的人均劳动生产率远远落后于欧美发达国家以及日本,仅为美国的1/25、日本的1/26、德国的1/20;我国制造业的增加值总额仅为欧盟的1/5、北美的1/5强、日本的1/3;在制造业技术发展水平方面差距更大^[2]。

制造企业长期是我国对外贸易的主体。20世纪90年代以来,制造业的出口一直维持在80%以上,占中国外汇收入的75%以上。因此,制造业在我国企业“走出去”战略实施过程中应当扮演主体角色。

但从实践来看,我国制造企业目前的对外直接投资状况与它们在我国国民经济中的地位极不相称,我国制造企业的国际化经营仍然举步维艰。如何克服我国制造企业进入国外市场时所具有的“外来者”和“新手”特征?传统国际化理论对我国制造企业有多大规模的适用性,在国际化进程方面是采取跳跃式还是渐进式更容易获得成功?组织学习对制造企业国际化进程有何影响?有哪些因素可以促使制造企业快速国际化?制造企业国际化进程中组织学习的重要影响变量有哪些?我国制造企业技术寻求型对外直接投资是否可行?影响反向技术外溢效应的主要因素会有哪些?这些都是我国制造企业实施“走出去”战略必须要重视和解决的问题。