

现代工商管理文库

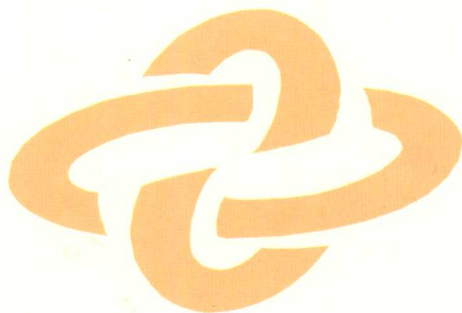
THE SERIES BOOKS OF MODERN BUSINESS MANAGEMENT

总主编 陈佳贵 冯虹

现代国际化经营

唐晓华 王伟光 主编

MODERN INTERNATIONALIZATION
MANAGEMENT



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

现代工商管理文库

THE SERIES BOOKS OF MODERN BUSINESS MANAGEMENT

总主编 陈佳贵 冯虹

现代国际化经营

唐晓华 王伟光 主编

MODERN INTERNATIONALIZATION
MANAGEMENT



经济管理出版社

ECONOMY & MANAGEMENT PUBLISHING HOUSE

图书在版编目 (CIP) 数据

现代国际化经营/唐晓华, 王伟光主编. —北京:
经济管理出版社, 2006

ISBN 7-80207-584-X

I. 现... II. ①唐... ②王... III. 国际企业—企业
管理—研究 IV. F276.7

中国版本图书馆 CIP 数据核字 (2006) 第 040293 号

出版发行: 经济管理出版社

北京市海淀区北蜂窝 8 号中雅大厦 11 层

电话: (010) 51915602 邮编: 100038

印刷: 北京诚信伟业印刷有限公司

经销: 新华书店

责任编辑: 苏全义

技术编辑: 蒋 方

责任校对: 全志云

787mm×960mm/16

23.5 印张 469 千字

2006 年 6 月第 1 版

2006 年 6 月第 1 次印刷

印数: 1 — 6000 册

定价: 48.00 元

书号: ISBN7-80207-584-X/F·501

·版权所有 翻印必究·

凡购本社图书, 如有印装错误, 由本社读者服务部

负责调换。联系地址: 北京阜外月坛北小街 2 号

电话: (010) 68022974 邮编: 100836

现代工商管理文库

总主编、总副主编、编委名单

- | | | |
|-------|-----|-----------------------------------|
| 总 主 编 | 陈佳贵 | 中国社会科学院副院长、博士生导师 |
| | 冯 虹 | 北京联合大学副校长、教授 |
| 总副主编 | 孟昭宇 | 中国社会科学院工业经济研究所党委书记、
经济管理出版社原社长 |
| | 沈志渔 | 经济管理出版社总编辑、研究员 |
| | 张世贤 | 经济管理出版社社长、经济学博士 |
| | 吴少平 | 首都经济贸易大学工商管理学院教授 |
| | 杨世伟 | 经济管理出版社副社长、经济学博士 |
| | 苏全义 | 经济管理出版社原总编室主任、编审 |
| 编 委 | 李 萍 | 北京联合大学商务学院教授 |
| | 廖元和 | 重庆工商大学副校长、经济学博士 |
| | 王关义 | 北京印刷学院出版传媒与管理学院院长、教授 |
| | 王海林 | 开封市路达高速公路开发有限公司董事
长、高级工程师 |
| | 冯丽云 | 北京联合大学应用文理学院教授 |
| | 杨金观 | 中央财经大学会计学院副院长、教授 |
| | 侯龙文 | 河南现代管理科学研究所原所长、研究员 |
| | 唐晓华 | 辽宁大学 211 工程办公室主任、博士生导师 |
| | 王伟光 | 辽宁大学工商管理学院教授、经济学博士 |
| | 刘光明 | 中国社会科学院工业经济研究所研究员、经
济学博士 |

姚东旭 首都经济贸易大学研究生部副主任、硕士生
导师

陶秋燕 北京联合大学管理学院副院长

王鲁滨 中央财经大学信息学院院长、教授

王先庆 广东商学院流通经济研究所所长、硕士生导师

王 静 首都经济贸易大学劳动经济学院教授

李晓安 首都经济贸易大学法学系主任、教授

现代工商管理文库

总 序

1997年，我们曾经组织编写过“跨世纪企业家管理文库”，全套书共13本，被列入国家“九五”重点图书出版计划。这套书出版后，受到了广大读者的欢迎和社会有关方面的好评，其中的大多数很快又重印，有的书重印了四次，有的还获了奖。时隔七八年后，出版社仍然不断地接到一些大学和培训机构要求购书或要求加印的电话。在这种情况下，我们曾考虑对这套文库进行修订，但是经过反复讨论后，大家认为还是新编一套工商管理丛书更好。一方面，原书的许多作者的工作发生了变动，凑齐原班人马已经是不可能；另一方面随着科学技术的飞快发展和我国改革开放的不断推进，国内和国际的经济环境发生了很大的变化，管理理论和管理实践出现了许多重大突破和创新，原有的那套教材已经难以适应现代工商管理的需要；所以，我们决定在原来那套文库的基础上重新组织编写队伍，编写这套“现代工商管理文库”。

在组织编写这套“现代工商管理文库”的过程中，我们主要做了以下工作：首先，成立了文库的编委会，并在广泛征询有关专家意见的基础上，拟定了文库的开发方案，制定了编写体例。其次，认真选择每一本书的主编。我们除了将学术地位和影响、教学经验和实践经验等因素作为选择主编的条件外，还要求每本书的主编熟悉管理理论的最新发展。再次，认真审定每一本教材的编写大纲。最后，由每本书的主编确定作者。在组建编写队伍的过程中，我们还特别强调了作者的责任心和良好的敬业精神。

工商管理作为管理类的核心学科,其学科体系中的一些基本理论与方法,对于其他所有行业的管理都具有广泛的适用性,因此,这一学科的建设和发展状况对所有管理类专业的建设和发展都会产生直接的影响。有鉴于此,这套工商管理文库在体系设置上力图囊括在经济全球化、信息化的背景下,我国大专院校管理专业学生、企业经营管理人员所应掌握的基本管理知识与技能,力求反映当代管理科学的最新发展,揭示管理实践的最新变化,介绍管理艺术的成功经验;同时,我们也试图使之在促进工商管理学科建设的同时,能够对其他管理类学科的发展也起到一定的促进作用。

工商管理是一个实践性、操作性很强的学科。因此,我们在组织编写这套文库的时候,要求每一本教材都应当具有较强的针对性、实用性和一定的超前性。同时,这套教材在教学内容的安排上注重理论联系实系,把培训能力、提高素质放在极其重要的位置,适应培训的要求,在培训理念、内容、方法等诸多方面都具有鲜明的特点,特别是强调案例教学。在教材中加入了相当多的中外企业的案例,使案例教学更能结合中国企业实际,更能吸引学生参与讨论。

“现代工商管理文库”已列入出版计划的教材共有21本,分别是:《现代管理原理与运作》、《现代企业制度》、《现代生产管理》、《现代质量管理》、《现代成本管理》、《现代品牌战略》、《现代营销管理》、《现代物流管理》、《现代财务管理》、《现代人力资源管理》、《现代技术开发与创新》、《现代企业文化》、《现代国际化经营》、《现代国际贸易》、《现代战略管理》、《现代信息管理》、《现代组织管理》、《现代全面预算管理》、《现代资本经营》、《现代企业统计分析》和《现代企业法律规范和约束》。

概括起来,这套文库具有三个鲜明的特点:一是教学、科研、生产单位的作者相结合。这套文库的作者由高等院校的教授、科研机构的研究员和企业的高层经营管理者组成,他们的共同之处是集教育、科研和管理于一身,从事教育、科研的都常到企业中做调查甚至挂职,从事科研、管理的都常到大学中授课,同时,他们又都承担着科研项目,有大量的学术成果,是学科的带头人和领路人。这样,他们对每本书的内容体系、需要把握的重点、需要什么样的案例等,都非常清楚。二是国内管理理论与国外管理理论相结合。具体来说,这套文库既是对我国企业管理实践的科学总结,体现了我国企业管理理论、管理经验、管理方法及学科研究的最新成果,同时,又结合

我国国情消化吸收了国外管理科学的有用内容，包括新概念、新原理、新方法、新案例等。可以说，这套文库是“中西结合”的尝试，是对工商管理学科体系进行变革和创新的具体体现。三是理论与实践相结合。作为高等学校的教材，我们不仅注重其基本概念的准确性、基础理论的完整性，而且注重理论的前沿性；不仅注重一般管理理论的全面性、系统性，而且注重管理理论的实践性、实用性，坚持理论为实践服务的宗旨。

我国改革开放的社会实践表明，国民经济的持续、快速、健康发展与拥有一大批具有先进的管理理念、管理理论和管理技术的专业人才是分不开的。培养和造就一大批基础理论扎实、掌握先进管理经验和技术的优秀经营管理人才，是我国经济发展取得成功的一个法宝，更是我国未来经济持续增长的保证。而教材的质量如何对于培养合格人才具有非常重要的作用。为促进我国管理学教学和科研事业的繁荣发展，满足大专院校相关专业的教学以及工商企业进行经营管理人员培训的要求，我们向广大读者奉献出这套文库。我们衷心地希望这套新教材的出版能够满足广大大专院校师生和企业经营管理人员的需要，使读者能够通过学习把握新知识、树立新观念、掌握新技能，对提高知识水平和管理能力有较大的帮助。

陳佳貴

2005 年 10 月

目 录

第一章 企业国际化经营理论	(1)
第一节 发达国家对外直接投资理论	(1)
第二节 发展中国家对外直接投资理论	(11)
第三节 企业经营国际化其他相关理论	(18)
第二章 企业国际化经营战略	(25)
第一节 企业国际化经营与经营战略	(25)
第二节 企业国际化经营战略的基础	(29)
第三节 企业国际化经营的总体战略	(32)
第四节 企业国际化经营的一般战略	(36)
第五节 企业国际化经营战略选择的影响因素	(47)
第三章 跨国经营中的国际市场进入战略	(59)
第一节 国际市场进入的战略要素	(59)
第二节 国际市场细分和目标市场的选择	(61)
第三节 国际市场进入的模式	(67)
第四节 国际市场进入模式的选择	(74)
第四章 国际融资	(85)
第一节 国际融资的概念、类型和特点	(85)
第二节 国际信贷融资	(88)
第三节 债券融资	(90)
第四节 项目融资	(92)
第五节 BOT 融资	(97)
第六节 国际贸易融资	(100)
第七节 国际融资租赁	(106)

第五章 全球化与企业技术创新战略	(113)
第一节 技术创新与技术创新战略实施	(113)
第二节 科技发展新趋势与企业技术创新全球化	(119)
第三节 全球化背景下的企业新技术开发战略	(127)
第六章 全球供应链管理与整合	(139)
第一节 供应链管理与现代物流	(139)
第二节 全球化供应链管理	(147)
第三节 全球采购的特点及模式	(151)
第四节 全球供应链整合	(156)
第七章 国际市场营销战略	(167)
第一节 国际市场营销的基本概念	(167)
第二节 国际市场营销的环境分析	(169)
第三节 国际市场产品定位与策略选择	(173)
第四节 国际市场营销组合策略	(179)
第八章 国际商务谈判	(193)
第一节 谈判的基本概念	(193)
第二节 谈判前的组织准备工作	(195)
第三节 国际商务谈判的过程	(200)
第四节 国际商务谈判的后续工作	(204)
第五节 商务谈判的策略与技巧	(209)
第六节 谈判风格	(217)
第九章 跨国公司	(233)
第一节 跨国公司概述	(233)
第二节 跨国公司的国外投资	(238)
第三节 跨国公司的竞争战略与竞争优势	(241)
第四节 跨国公司的发展与中国	(248)
第十章 跨国公司战略联盟	(255)
第一节 跨国公司战略联盟概述	(255)
第二节 跨国公司战略联盟的机理分析	(263)
第三节 跨国公司战略联盟的组建	(271)
第四节 跨国公司战略联盟的风险及其管理	(278)

第五节 跨国公司战略联盟的发展趋势	(281)
第十一章 跨国公司的人力资源管理	(287)
第一节 跨国公司与人力资源管理	(287)
第二节 跨国公司的招聘与甄选	(290)
第三节 跨国公司薪酬管理	(294)
第四节 跨国公司人力资源的培训与开发	(298)
第五节 跨国公司人力资源的绩效评估	(305)
第十二章 跨国公司的企业文化	(311)
第一节 跨国公司的企业文化及其功能	(311)
第二节 跨国公司的文化冲突与整合	(315)
第三节 跨文化沟通及其影响因素分析	(324)
第四节 建立有效的跨文化沟通	(331)
第十三章 跨国公司服务战略管理	(337)
第一节 跨国公司服务战略管理的基本内容	(337)
第二节 服务战略管理面临的挑战	(346)
第三节 基本服务战略	(349)
第四节 服务的成长和扩张战略	(353)
后记	(360)

第一章 企业国际化经营理论

学习目的与要求：通过本章学习，了解企业国际化经营的基本理论，掌握产品生命周期理论、国际生产折中理论和技术地方化理论，了解企业国际化阶段论等基本观点。

第一节 发达国家对外直接投资理论

对外直接投资理论发源于西方发达国家，对外直接投资的主流理论也是以发达国家为研究对象。20 世纪 60 年代以来，西方学者开始从不同角度、不同层次对发达国家跨国公司对外直接投资行为进行理论和实证分析，阐述其对外直接投资的动机、决定因素和行为方式等，形成了一系列对外直接投资理论。

一、垄断优势理论 (Theory of Monopolistic Advantage)

1960 年，美国经济学家海默 (Stephen H. Hymer) 在其博士论文《国内企业的国际经营：关于对外直接投资的研究》^① 中首先提出垄断优势理论，后经其导师金德尔伯格 (Charles P. Kindleberger) 及凯夫斯 (R. E. Caves) 等学者补充和发展，又被理论界称做“海默—金德尔伯格传统” (H-K Tradition)。

(一) 垄断优势的早期研究

海默在《国内企业的国际经营：关于对外直接投资的研究》一文中，对美国 1914~1956 年 FDI 的统计资料进行了实证分析。分析结果显示，对外直接投资与对外证券投资存在明显差异，传统的资本流动理论并不能对此做出合理的解释。为此，海默创造性地将产业组织理论中的垄断理论运用于跨国公司的对外直接投资分析之中。

海默认为，市场的不完全性是垄断优势理论所依据的基本理论前提，也是 FDI 理论与传统的国际资本流动理论的最大的区别。传统的国际资本流动理论包含着一个基本的

^① Hymer, S., The International Operations of National Firms: A Study of Direct Foreign Investment, PhD dissertation, Massachusetts Institute of Technology, 1960. Published in Cambridge, Massachusetts, MIT Press, 1976

假设,即完全市场竞争。按照这一假设,资本的价格等于资本的边际生产力,从而资本流动受利率的影响。不完全竞争是指在这种市场结构中,众多生产者生产和销售同类产品,但具有差异性,这种差异性表现在产品的质量、性能、档次、规格等,还表现在产品的品牌、商标方面。在不完全竞争条件下,存在着价格和非价格竞争。

金德尔伯格 1969 年的论著《美国企业跨国经营:对外直接投资六讲》^①中对海默的理论做了进一步的补充,金德尔伯格进一步将市场不完全分为四种类型:①产品市场不完全,包括产品差异、商标、市场技能、价格联盟等。②要素市场不完全,包括专利、专有技术、管理经验和进入资本市场的差异等。③在企业规模经济和外部经济上的不完全竞争。④政府政策造成的市场扭曲,如政府有关税收、关税、利率和汇率等政策导致的市场不完全。前三种市场不完全使企业拥有垄断优势,这种优势足以抵消跨国竞争和国外经济所引起的额外成本。第四种市场不完全则导致企业通过对外直接投资获得垄断优势。

(二) 垄断优势理论的发展与完善

海默—金德尔伯格理论开创了跨国公司对外直接投资的新思路,原有的理论却没有深入研究垄断优势的本质和构成。20 世纪 60 年代到 70 年代,西方学者在其理论框架下进一步发展和完善了垄断优势理论,主要有凯夫斯 (R. E. Caves) 的核心资产论、^②约翰森 (H. G. Johnson) 的占有能力论、^③尼克博克 (F. T. Knickerbocker) 的寡占反应论^④等。

企业的垄断优势来源主要归结为以下四个方面:①技术优势。技术优势包括技术、知识、信息、无形资产等要素。其中新产品、新生产工艺和产品差异化能力是最具实质性的构成部分。企业的垄断优势主要来自研究与开发新产品、新技术、新的生产工艺的投资能力,并通过知识产权对这些技术优势加以充分保护。②规模经济优势。规模经济优势有利于降低成本,从而增强大企业在市场上的竞争能力,但它并不能有效解释对外投资。跨国公司垄断优势主要来自非生产活动的规模经济性,它主要包括集中性的研究和开发,建立大批规模销售网络,进行集中的市场购销、资金筹措和统一管理。③资本和货币优势。跨国公司一般拥有巨额资本,同时也可凭借其实力、无形资产及信用等级等在国内外金融市场以较低的成本融资,他们对外投资的重要动因来自于为这些资金

① Kindleberger, C. P., *American Business Abroad: Six Lectures on Direct Investment*. New Haven, Connecticut: Yale University Press, 1969

② Caves, R. E., *International Corporations: The Industrial Economics of Foreign Investment*, *Economica*, 1971, 38, pp. 1~27

③ Johnson, H. G., *The Efficiency and Welfare Implications of the International Corporation*, in C. P. Kindleberger, ed., *The International Corporation: A Symposium*. Cambridge, Massachusetts: MIT Press, 1970

④ Knickerbocker, F. T., *Oligopolistic Reaction and the Multinational Enterprise*. Cambridge, Massachusetts: Harvard University Press, 1973

寻找较高的收益。④组织管理优势。跨国公司通常拥有受过较好训练和教育,并具有丰富经验的管理人员,其组织结构也具有高效率。这些管理上的优势在企业规模较小时不能充分体现。通过对外直接投资,扩大企业经营规模,可以充分利用管理资源的优势来扩展管理潜能,从而驱动更多有用的要素,发挥其巨大的潜力。

(三) 对垄断优势理论简要评价

垄断优势理论摒弃了以完全竞争为假设前提的分析框架,采用不完全竞争假说来解释对外直接投资行为的内在动因。因而,垄断优势理论是传统国际资本流动理论研究的一次重大突破,被认为是跨国公司理论兴起的标志和研究的重要基石,对后来的理论发展产生了直接影响。该理论是从美国跨国公司对外直接投资的经验中总结出来的,较好地解释了第二次世界大战后一段时期美国对外直接投资的行为。该理论虽然对西方发达国家的企业的对外直接投资及发达国家之间的双向投资现象做了很好的理论阐述,但无法解释 20 世纪 60 年代后期以来,日益增多的发达国家中许多并无垄断优势的中小企业及发展中国家企业的对外直接投资活动。

二、产品生命周期理论 (The Theory of Product Life Cycle)

美国哈佛大学教授弗农 (Raymond G. Vernon) 在 1966 年发表的《产品周期中的国际投资与国际贸易》^①一文首次提出了产品生命周期理论,产品生命周期理论后来经过弗农和威尔斯 (Louis Wells) 等人的发展而逐步完善。

(一) 早期产品生命周期理论

弗农将产品生命周期分为三个阶段,起始创新、成熟和标准化阶段。还假设世界上存在着三类国家和地区,第一类通常指最发达的国家,是新产品的创新国,如美国;第二类是较发达国家或地区,如欧洲、日本和新兴工业化国家;第三类是发展中国家。不同阶段决定了其生产地的不同,企业的对外直接投资是在产品生命周期运动中因条件变化而做出的决策,对外直接投资行为是生产过程或产地转移的必然结果,目的在于延长处于生命最后阶段的本国产品的寿命。

1. 产品创新阶段 (New Product Stage)。新产品创新企业拥有技术垄断优势,市场上很少有仿制品或替代品,企业处于垄断地位。由于垄断新产品的需求价格弹性很小,生产成本的差异对企业的区位选择影响也就很小。此时产品尚未定型,所需原料、加工工艺等变化很大,需要与消费者和供应商保持密切联系。由于发达国家研发资金较多,因而产品创新通常在最发达国家。从需求方面看,国内市场潜力巨大,市场需求主要来自国内高收入阶层。国际市场的需求完全可以通过进口来满足,生产主要集中在国内进行。

^① Vernon, R., International Investment and International Trade in the Product Cycle. Quarterly Journal of Economics, Vol. 80, 1966

2. 产品的成熟阶段 (Mature Product Stage)。由于新技术日益成熟, 对产品的需求量急剧增大, 需求价格弹性增加, 产品没有实行标准化生产。追求产品差异化仍是市场竞争的重要途径, 但企业日益面临成本和价格方面的压力。在此阶段, 国外出现了竞争者, 开始仿制这种产品。为了继续占有市场, 创新企业为了巩固和扩大国外市场份额, 绕过贸易壁垒和运输成本的压力, 被迫进行防御性的对外直接投资。投资地区通常是同本国需求结构相似的发达国家, 因其经济技术水平和消费需求与国内较为相似, 而生产成本可能低于国内。

3. 产品标准化阶段 (Standardized Product Stage)。产品和技术都已经完全标准化, 在技术上的垄断优势已完全丧失, 不仅在发达国家已经普及, 而且已扩散到一些发展中国家。产品的竞争主要表现为价格竞争, 生产的相对优势已经转移到生产成本较低的发展中国家和地区。为了保持竞争优势, 企业开始主动地在发展中国家进行直接投资, 转让其已经标准化的技术, 同时大规模减少或停止在本国生产同类产品。当对外直接投资的产品大量返销国内时, 表明该新产品的生命周期即告结束, 企业的对外直接投资结构已基本稳定。

产品生命周期理论可以用图 1-1 表示, 其中 t_1 至 t_3 为新产品阶段, t_3 至 t_5 为成熟产品阶段, t_5 以后为标准化产品阶段。

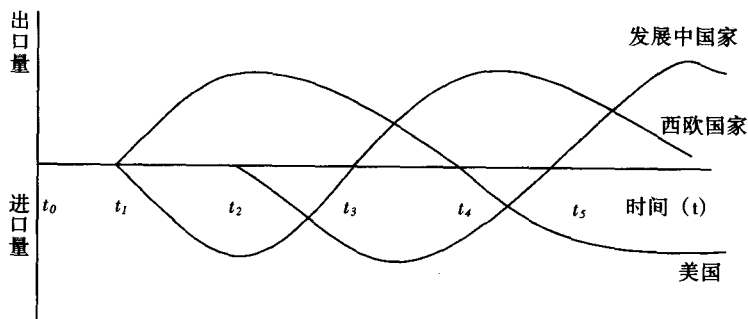


图 1-1 产品生命周期

资料来源：叶春生等. 国际企业管理. 广州：华南理工大学出版社，1991

(二) 产品生命周期模型的修正

弗农在 1974 年发表了另一篇论文《经济活动区位》^①，对产品生命周期理论进行了发展和补充。弗农引入了“跨国企业寡占行为”的观点，从寡占竞争的角度来分析对外直

^① Vernon, R., The Location of Economic Activity, in J. H. Dunning, ed., Economic Analysis and the Multi-national Enterprise. London: George Allen & Unwin, 1974

接投资的三个阶段。①创新寡占阶段 (Innovation-based Oligopoly)。弗农对这一阶段的分析思路与原有模型基本相同,即这一阶段创新仍在国内市场开始,国内企业拥有创新技术和产品的垄断优势,产品生产在国内进行。②成熟寡占阶段 (Mature Oligopoly)。跨国公司以创新为基础的垄断优势消失,规模经济成为其垄断优势的基础。由于产品和地区的战略将取决于其他寡头企业的行动和反应,如研究与开发、生产和市场购销方面的规模经济,这构成了对付竞争对手的有效市场进入障碍。寡头竞争行业中,作为一个整体所追求的取消个别寡头企业领先的战略,其最终目标是稳定各自在全世界的市场份额。③老化寡占阶段 (Senescent Oligopoly)。跨国公司以规模经济为基础的垄断优势也已经消失,企业面临着巨大的竞争压力。为了维持原有的市场均衡,寡头垄断企业试图建立新的市场壁垒,如成立卡特尔组织等,但这些都无法保持原有的生产格局。此时生产区位的选择主要取决于成本差异,而市场距离和寡占反应则变成次要的因素。大量的竞争者涌入该产品的生产领域,价格成为主要竞争手段。

(三) 产品生命周期理论的简要评价

它弥补了古典贸易理论的比较优势及静态分析的局限,并从动态的角度揭示了对外直接投资的形成过程,较好地说明了对外直接投资的区位选择动因,该理论对美国制造业在 20 世纪五六十年代对欧洲发达国家直接投资的快速发展给予了有效的解释。

但是该理论也存在着许多局限性。它不能解释企业直接在国外开发新产品并组织跨国生产的现象。特别是 20 世纪 70 年代以后,为适应技术更新速度的加快和激烈的市场竞争,跨国公司经常将新产品直接迅速地投入世界各地市场,这种现象是此理论所不能解释的。70 年代以后,出现了越来越多发达国家之间的双向投资,发展中国家对发达国家以及发展中国家之间的投资也在迅速增长,这一趋势也是产品生命周期理论无法解释的。该理论本质上是基于美国的经历,并且只限于高度创新的行业,它不能解释其他种类的对外直接投资,如服务业的对外投资等。

三、内部化理论 (Theory of Internalization)

1976 年,英国里丁大学学者巴克莱 (Peter J. Buckley) 和卡森 (Mark C. Casson) 在其合作出版的专著《跨国公司的未来》(The Future of Multinational Enterprise)^① 中系统地提出了内部化理论。1981 年,加拿大经济学家拉格曼 (Allan M. Rugman) 在其出版的《跨国公司内幕》^② 一书中进一步发展了这一理论。内部化理论源于交易费用理论,科斯

① Buckley, P. J., and Casson, M. C., The Future of the Multinational Enterprise. London and Basingstoke: Macmillan, 1976

② Rugman, A. M., Inside the Multinationals: The Economics of Internal Markets. New York: Columbia University Press, 1981

在1937年发表了题为《企业的性质》的论文,科斯认为,企业 and 市场是相互替代的两种资源配置方式,企业代替市场会降低利用市场机制的交易费用,但同时又会带来企业管理费用的上升。

(一) 内部化理论的内容

1. 内部化理论的基本思想。内部化理论认为,现代跨国公司是市场内部化过程的产物,中间产品市场的不完全竞争是导致企业内部化的根本原因,知识产品的存在是内部化的重要决定因素。对外直接投资发生的原因不仅在于最终产品市场的不完全性,更重要的在于中间市场的不完全竞争,内部化理论中的“市场不完全”主要指的是中间产品市场而言,并认为知识产品市场的不完全性是决定内部化的重要因素。中间产品主要是指专利、技术诀窍、营销渠道、商标、信誉等知识产品。卡森曾用“信息”一词来概括技术、管理技巧等企业的知识中间产品。由于中间产品市场的不完全,从而导致外部市场的产品交易成本过高。企业必须将外部市场内部化,用企业内部交易来代替市场交易,将知识产品的配置和使用置于统一的行政管辖之下,避免市场不完全对市场经营效率的影响。

2. 理论的前提假设。内部化理论建立在三个假设的基础上:①在不完全竞争的市场条件下,企业经营目标仍然是追求利润最大化。②当中间产品市场不完全时,企业就可能以内部市场取代外部市场。③企业内部化行为超越国界就产生了跨国公司。

3. 内部化的实现条件。巴克利和卡森还进一步指出,尽管从理论上将中间产品通过统一的组织体系来实现内部化转移具有必要性,但是内部化行为最终是否会产生,还要对内部化进行必要的成本—收益分析,只有在成本大于收益的时候才需要内部化。内部化带来的成本包括内部管理的沟通与协调成本、东道国的政策与制度所带来的成本等。

内部化的收益主要表现在以下方面:①消除以市场为纽带的各种经营活动会产生“时滞”,协调其不同生产阶段的长期供需关系。②通过实行差别价格维持了产品的平均价格,增加总的利润。③消除双边垄断形成的不稳定性。④通过长期或永久的内部供需安排,避免了市场垄断或竞争的压力,消除买方的不确定性。⑤避免政府干预,便于转移资金和逃避税负等。

4. 在内部化过程中跨国公司主要考虑的因素。内部化过程中跨国公司主要考虑的因素有:①产业特定因素,这与产品性质、市场结构和规模经济有关。②区位特定因素,如地理位置以及社会文化差异等。③国家特定因素,如国家的政治和经济制度。④企业特定因素,如不同企业组织内部市场的管理能力。内部化理论把分析的重点放在产业特定因素和企业特定因素上,产业因素被看做是最为重要的因素。

(二) 对内部化理论的评价

内部化理论是目前国际直接投资理论的主流思想之一,是西方学者跨国公司理论研究的一个重要转折。内部化理论比垄断优势理论有所进步,尽管它们都以市场不完全性