

企业国际化

黄鲁成 陶春波 付恒 编著



哈尔滨工程大学出版社

企业国际化

黄鲁成 陶春波 付恒 编著

哈尔滨工程大学出版社

内 容 简 介

《企业国际化》详细介绍了企业人力资源国际化、企业组织国际化、企业区位国际化、企业投资国际化及企业贸易国际化;还介绍了企业技术国际化、企业财务国际化和企业价格国际化;并概括介绍了企业国际化的主要方向和内容、企业国际化与世界发展规律及我国企业国际化的现状分析与对策。

企 业 国 际 化

QIYE GUOJIHUA

黄鲁成 陶春波 付恒 编著

责任编辑 尚鲜利

*

哈尔滨工程大学出版社出版发行

哈尔滨市南通街145号 哈工程大学11号楼

发行部电话(0451)2519328邮编:150001

新 华 书 店 经 销

哈 尔 滨 工 业 大 学 印 刷 厂 印 刷

*

开本 850mm×1 168mm 1/32 印张 14 字数 358 千字

1999年3月第1版 1999年3月第1次印刷

印数:1~1 500 册

ISBN 7-81007-928-X

F·140 定价:19.00 元

前 言

随着我国对外开放的不断深入发展,以及当今世界经济一体化的发展和国际竞争的日益激烈,研究企业如何适应这种变化,并由原来土生土长的国内企业成长为国际化的企业,既具有理论意义,也具有实践意义。

企业国际化与国际化企业是两个不同的概念。国际化企业指的是一种特定形态的企业,是对企业发展结果的一种描述。企业国际化是对企业发展过程的一种描述。具体而言,企业国际化是指国内企业按照国际生产经营规律和国际惯例(规则),在充分有效使用资源的情况下,逐渐成长为国际化企业。

企业国际化作为一个“过程”,涉及到企业人力资源、企业组织、企业区位、企业贸易、企业投资、企业技术、企业财务、企业形象、企业价格等各方面。这些就构成了本书的基本理论体系。

本书在研究方法上,十分注重吸收一些新的研究成果,注重从新的角度分析问题,既注重理论上逻辑推理,又注重数理分析。

本书由黄鲁成同志构思,提出写作大纲,并负责统稿、修改和定稿,黄鲁成撰写第一、三、五、六、七、八章,陶春波撰写第二、四章,付恒撰写第九、十章。

《企业国际化》一书作为哈尔滨工程大学重点学术著作,受到了学校的出版资助。在此向学校及出版社的领导和专家表示衷心的感谢!

作 者

1998 年 10 月

目 录

第一章 企业国际化概述	1
第一节 企业与企业国际化	1
第二节 企业国际化的主要方面及过程	14
第三节 企业国际化与世界经济发展规律	21
第四节 我国企业国际化的现状分析	24
第二章 企业人力资源国际化	35
第一节 企业人力资源国际化的特点与素质要求	35
第二节 企业国际化中的管理人员选拔	39
第三节 企业国际化中管理人员的激励与培训	44
第四节 对企业国际化中管理人员的考评	52
第三章 企业组织国际化	58
第一节 企业组织理论	58
第二节 企业组织结构的设计	59
第三节 企业国际化中的组织结构设计及选择	66
第四章 企业区位国际化	89
第一节 区位分析的微观方面	89
第二节 区位分析的宏观方面——国际经济组织	106
第三节 区位分析的宏观方面——国际经济规则	155
第四节 区位分析指标体系与方法	181
第五章 企业投资国际化	197
第一节 国际投资理论	197
第二节 国际投资方式及选择	201
第三节 企业国际投资项目评估及选择	215
第六章 企业贸易国际化	227

第一节	企业国际贸易理论·····	227
第二节	企业国际贸易方式·····	261
第三节	企业国际化中的市场营销·····	274
第七章	企业技术国际化·····	297
第一节	企业 R&D ·····	297
第二节	企业 R&D 国际化 ·····	302
第三节	企业国际化中的技术创新·····	311
第四节	企业国际化中的技术管理·····	326
第八章	企业财务国际化·····	340
第一节	企业国际化中的财务管理体制·····	340
第二节	企业筹资的基本原则·····	349
第三节	筹资方式及筹资成本的计算·····	357
第四节	企业国际化中的现金管理·····	377
第九章	企业价格国际化·····	382
第一节	定价目标与定价因素分析·····	382
第二节	定价方法与实践·····	390
第三节	企业国际化中的转移定价·····	396
第十章	企业形象国际化·····	404
第一节	企业形象国际化概述·····	404
第二节	CI 理论与企业形象国际化 ·····	412
第三节	MI、BI、VI 与企业形象国际化 ·····	423
第四节	CI 实施与企业形象国际化 ·····	439

第一章 企业国际化概述

第一节 企业与企业国际化

研究企业国际化,必须从“企业”这一最基本的概念入手。

一、企业的含义与特征

关于什么是企业,国内外学者有许多不同的解释,较为熟悉的有:戴维·W·皮尔斯的观点和我国理论界的观点。戴维·W·皮尔斯在其编写的《现代经济学词典》中对企业(厂商)的解释是:在标准新古典经济学中,企业被看作在投入转变为产出的过程中,主要是完成技术作业的抽象实体。并指出,一个较为成熟的厂商的定义,要考虑其作为协调手段在厂商内部配置资源的作用。我国理论界对企业的解释是:企业是从事生产、流通等经济活动,为满足社会需要并获取盈利,进行自主经营、实行独立经济核算,具有法人资格的基本经济单位。

由上述解释,我们可以总结出企业的特征:

第一,企业是具有生产功能的经济单位。即企业是生产要素过渡到产品(或劳务)的“转换器”。企业通过购买或投入各种生产要素,经过生产活动,制成产出各种产品,或提供某种特定服务。

第二,企业是以盈利为目的的经济单位。企业所有者无论是何种身份,其投资办企业的动机和目的,都是为了使货币转化为资本,使其在连续不断的运动中实现价值增值——盈利。因此,企业在从事生产活动时必须考虑关于技术方面的生产函数,以及有关成本方面的成本函数;在从事销售活动时则必须考虑收益函数。那些不计盈利、不受资金增值原则支配的单位就不是企业。

第三,企业是自主经营、自负盈亏的独立法人实体,是企业产权的主体。企业作为以盈利为目的的商品生产者和经营者,存在着独立的经济利益,客观上必然要求自主经营。只有自主经营的企业,才有理由要求其自负盈亏。自主经营是企业生存和发展的一个基本前提。同时,企业必须具备独立承担市场活动后果的财产能力。

第四,企业目标的多样性。这种“多样性”一方面表现在短期与长期目标上,另一方面更表现在短期目标上的“多样性”。

企业的短期目标的“多样性”来自于企业是社会的一个细胞,它的生存和发展离不开社会环境中的不同集团。满足这些集团的利益和要求,才能调动各方面的积极性,促使企业兴旺发达。首先,企业必须要有足够的利润去满足投资者的要求,不然投资者就可能把资金抽走。其次,企业必须保证不断提高自己产品的性能和质量,增加花色和品种,更好地满足消费者不断变化的要求。因为顾客多,生意就兴隆;没有顾客,企业就得倒闭。再次,企业必须向债权人按期偿还债务,并支付一定利息。如果做不到这一点,企业的信用就会受到影响,不利于企业的经营,严重的甚至会导致企业的破产。复次,企业必须满足职工对报酬、福利和工作条件的要求。如果企业不能满足这些要求,有才能的职工就有可能离开本企业,本企业在竞争中会处于劣势。最后,企业必须遵守政府法令,并照章纳税,否则,就会受到政府的制裁,甚至被勒令停业。另外企业还应该与社会公众保持良好的关系,力求在社会上建立良好的形象和声誉,这也是企业得到发展的一个条件。企业必须把这些短期目标统筹兼顾,充分调动各方面的积极性,否则企业难以办好。

企业的长期目标是企业价值的最大化。企业价值是指企业未来预期利润收入的净现值之和。把企业价值而不是企业利润作为长期目标的好处是:促使管理人员坚持长期行为;促使企业管理人员在决策时考虑收益的时间性;促使管理人员在决策时考虑经营

的风险性。

二、企业产生的理论学说

企业为什么会产生,对此有两种理论学说。

(一)企业产生的交易费用说

1. 交易费用的概念

在市场经济中,市场交易活动的本质不是物或服务,而是各方的权利。若交易当事人拥有对所交换的物品的权利,当这些当事人签订一项用以规定被交易商品进行交换的地点和时间的合约时,交易就发生了。

那么,什么是交易费用呢?英国伦敦的麦克米伦出版公司1983年出版的《现代经济学词典》中,将交易费用定义为“除价格外在买卖商品或劳务时产生的费用”。一般说来,交易费用表现为:信息的费用,收集和传递有关交易信息的费用,起草合同、履行合同的费用,使当事人聚在一起的支出。更为一般的是,由于时间也是一种稀缺的昂贵品,人们总是要有效地、合理地分配并使用时间,把时间尽可能地用于能实现最大效用的活动,因此,时间价值也被视为交易费用的组成部分。从交易费用的支出形式看,又可将交易费用分为谈判费用和履约费用。谈判费用是组织交易当事人交换产权所发生的支出;履约费用则是用于防止违反合同规定的支出。

关于交易费用的成因,O·威廉森认为这取决于两组因素,即“交易因素”和“人的因素”。交易因素主要指市场的不确定性和潜在交易对手的数量。市场的不确定性主要指产品未来价格和产品质量的不确定。这种“不确定性”对交易费用的影响主要体现在市场风险对合同条款的要求越来越杂,这不但增加了达成合同的成本,而且降低了适应市场变化的灵活性。潜在交易对手的数量对交易费用的影响表现为:一般说来,在交易中,交易者在最初谈判时会有大量的潜在交易对手存在,但当更换合同或重新修改合同时,交易人数将会减少。交易人数的减少会增加交易的搜索及等

待成本,会降低合同谈判成功的可能性,进而增加了达成交易的费用支出。“人的因素”对交易费用的影响主要体现为人类的有限理性和投机取巧的影响。“有限理性”是指人类的行为常常处于合理欲望和有限制的条件之间,人们在收集、贮存和加工处理为更准确地达到目的所需要的大量信息方面,其能力受到十分严重的限制,却仍以逻辑的连续的方式继续追求自己的目的。“投机取巧”是指个人在交易中采取不正直、不诚实的行为来实现自己的目标,即如果欺骗可能增加自己的利益时,人们在交易中将缺乏诚实。人类的这些特性使交易双方在利益的讨价还价中常常争执不下,从而导致谈判难以进行,交易费用上升。

2. 交易费用与企业的产生

当市场的交易费用太高,而通过形成一个组织(企业),让某个权威(企业家)支配生产要素,能够以比市场外购更低的费用实现同样的交易时,企业就产生了。在这里,企业代替了市场,看得见的手代替了看不见的手。在存在企业的条件下,企业家只需要在企业外部与其它企业签订少量合约,就可以把协作生产的一切必要资源置于他的控制之下,由他来组织生产(如果没有企业,在数量众多的独立的个体生产者之间就要签订大量合约)。同时,长期合约代替了短期合约。这样,既可以节省签订和执行合约所需的费用,又能避免或减少交易中的不确定性,从而减少了交易风险。

既然企业组织取代个体生产者可节约交易费用,那么,为什么企业不会无限制地扩大,进而将所有的生产者交由一个大企业去进行呢?交易费用说的代表人物解斯的回答是:即使抛开收益递减问题,在企业内部组织交易的成本也会随着被组织的交易的空间分布,交易的差异性以及相对价格变化可能性的增加而增加。因此,当更多的交易由一个企业家来组织时,就会出现效率下降的情况。所以,企业的规模并不能无限地扩大,当企业的扩大达到这一点,即在企业内部组织一笔额外交易的成本等于公开市场上完成这笔交易所需成本,或者等于由另一企业家来组织这笔交易的

成本时,企业的扩张就达到它的实际停止点,也就是企业的边界。

(二)企业产生的队生产说

1. 队生产概念

“队生产”概念是由 A·A·阿尔钦和 H·德姆塞茨提出的。他们认为队生产是一种合作性的生产活动,这种生产活动具有以下特点:①使用几种类型的资源;②其产品不是每一参与合作的资源的分产出之和,是由一个追加的因素创造了队组织问题;③队生产所使用的所有资源不属于一个人。

队生产的活动中,很难确定队成员各自对他们联合投入的产出所做出的贡献,即一个队生产向市场提供的产品是整个队的,而不是每个队员的边际产品。队生产实质上是各种投入的一种联合与联合使用,它产生了一个比各个投入分别使用所得出的产出总和更大的产出。为什么通过合作行为能获取收益?原因在于队生产利用队员间合作,使所从事的交换与生产比分别加总后的生产具有比较优势的专业化原理。

2. 队生产与企业的产生

A·A·阿尔钦和 H·德姆塞茨虽并未直接阐明队生产与企业形成的关系,但通过了解他们对“偷懒”、“监督”的分析,可以看出队生产与企业形成之间的内在联系。

在队生产活动中,由于很难确定在队中的单个人对他们联合投入的产出所做出的贡献,即一个队向市场提供的产品是整个队的,而不是每个成员的边际产品。因此在队生产中参与合作的成员的边际产品就不可能直接地、廉价地并且是分别地观测得到,进而将出现队生产中队员偷懒的问题。在队生产中,如果对偷懒行为的监督没有费用,就没有人会偷懒,因为他偷懒的费用必须由他自己承担,而无法强加给别人。但实际上,由于队生产的特征所决定,对队员的监督必然要付出费用,正因为如此,队员在队生产活动中存在着偷懒动机。

为了使队生产更有效,减低偷懒的一种选择就是实施监督。

在这里,监督是指除它所含的纪律以外的一些活动,包括对产出绩效的衡量,按比例地分配报酬,以及作为监督与估计投入的边际生产率的方式来观察投入者的投入行为,并给出应该做什么和怎样做的指令,还包括强制性地修改或终止合约。

实施监督可以通过市场完成,但这十分困难。而企业作为一种特殊的监督装置便应运而生了。

三、企业的演变与发展

企业由其初始产生到今天的现代企业,经历了漫长的历史演变过程。

(一)个体业主企业

随着资本的集中和劳动力的商品化,伴随着大量小手工业者的分化和破产,工场手工业出现了。工场手工业的出现,标志着生产组织形式的飞跃——现代意义的企业便产生了,即个体业主企业出现了。

在业主企业中,业主是风险承担者,他对企业生产做出决策,并承担企业经营风险,即如果企业经营失败,出现资不抵债的情况,业主要用全部财产,包括其家庭财产承担债务清偿责任;业主同时也是专门的监督者,对企业生产进行管理,检查雇员工作,确定给雇员的工资。业主获得最终产出为扣除给雇员的工资后的剩余。在业主企业中,雇员是风险逃避者和被监督者。为了对雇员进行纪律约束以减少偷懒,业主还有权增加或减少雇员,改变雇员间的组合,并出售其监督权。

在业主企业中,制约偷懒的约束机制是这样设置的:首先,对业主的约束来自两方面:一方面是市场竞争对业主的约束;另一方面是享有剩余索取权及向雇员支付劳动报酬的权力。

其次,对雇员的约束也来自两方面:一方面是按其产出绩效获得报酬;另一方面是被辞退的威胁。

业主企业规模小、管理简便、易于创办。它的出现,使生产经营活动的规模、再生产过程的组织以及内部管理都能够超越血缘

关系和家庭组织的狭隘视野,从而有力地推动了市场经济的扩展。然而对绝大多数业主企业而言,由于个人财产规模有限,所以难以促使企业规模持续较快地发展,个人承担风险责任的能力也较为脆弱,因而这类企业难以长大。

(二)合伙企业

合伙企业是一种由两个或两个以上的人共同投资并分享剩余,共同监督和管理的企业。

合伙企业最早存在于异地商贸领域,其典型形式之一是康孟达(Commada)。这是一种中世纪初产生于欧洲地中海沿岸的一种海运合作企业。在当时,从事海上贸易要冒很大风险,又需较多的资本。资本所有者既想得到,又不愿亲自去冒险,于是产生了这种企业。依靠这种企业,资本或财物所有者以分享企业利润为条件,将资本或财物预付、委托给船舶所有者、独立缩短两个之间的间隔的商人。受托方用集中起来的资本连同自有资本从事经营,经营所得利润根据契约规定由双方分配。资本所有者仅以其预付的资本或财物为限负有限责任。而经营者则对企业债务负无限连带责任。在这种企业中,一般每次航行募集一次资本。每次航行结束后,资本退还原主,经营所得利润按契约规定分配。

索塞特(Societa)是一种类似于康孟达的合伙企业。在这种企业中,合伙各方共同经营,企业盈利根据合伙各方的出资比例进行分配,企业经营风险由合伙各方共同承担。每个合伙人都是另外合伙人的代理,并以其全部私人财产对企业的债务负责。企业的存续期限由契约规定,从契约订立时起,到契约期满为止是企业的存续期间。在这期间,合伙人的资本不能随便抽回,一般每次航海结束,进行一次利润分配。契约期满,企业即行解散,合伙各方取回各自的本利。

合伙企业与业主企业相比具有一些自己的特点:

第一,与业主企业不同,合伙人是风险承担者,同时都享有剩余索取权。

第二,与业主企业不同,合伙企业的监督不需要全部专业化。这是因为,在这种企业中,其投入与利润分享联系在一起,偷懒的结果是其分享利润的减少,这就形成了自我控制机制,无须有专业化的监督。

第三,与业主企业不同,合伙企业可以通过吸收更多的投资者来扩大可用资本,扩张企业生产经营规模,同时它也能在更大范围内发现能力更强的企业经营者,至少是在若干个合伙人之间选择。正因为如此,合伙企业较之业主企业更适应社会化大生产发展和市场经济的需要。

但是,合伙企业也存在着根本性的缺陷:

第一,由于合伙企业具有无限的连带法律责任,每一个合伙人对整个企业所欠债务均具有无限责任,而且相互株连,彼此连带。这种风险使得愿意加入合伙者队伍的人始终是有限的,这严重地制约着合伙企业的继续扩张。

第二,在合伙企业中,每个合伙人的产权是无法自由转让或出售的,因为他们全体共同承担着一切责任,包括债务。如果其中一个合伙人离开或死亡,合伙企业就会瓦解,从而必须重新组伙。产权不可转让就意味着不存在获得这种权利的竞争市场,从而就会降低合伙人对“共有”资产或资源的关心程度。合伙企业的这些缺陷,决定了它必然要被某种新的企业所取代。

(三)现代企业

现代企业的形式是公司企业。公司企业具有三个特点:一是有限责任制;二是法人地位;三是资本所有权与管理权的分离。

1. 有限责任制

有限责任原理首先由法国提出,并且得到法律规定。拿破仑于1808年颁布的第一部资本主义的商法典明确规定:股份公司是有限责任公司。但在当时,这种类型的公司的建立由于申请登记规则严格,建立极为不易,并未得到实行。19世纪50年代、60年代,有限责任制在英国成了广泛争论的问题,并于1855年英国议

会通过了一项有限责任制的议案,确认了注册公司对债务只负有限的赔偿责任,并于1856年颁布了第一个现代的公司法,即有限责任形式的公司法。这样公司企业的基本框架就确立起来了。

有限责任的基本要求是:所有出资人都只以自己的出资额为限,对公司债务负有清偿责任。如果公司破产,出资者的个人资产不致发生危险,债权人能够对公司作为法人起诉,但不能对公司的所有者作为个人进行起诉。这种分散化的投资风险和有限责任,使企业很容易吸引社会上众多的人投资,从而可在很短的时间内创办大规模的企业。

2. 公司法人地位

最早确立公司法人地位的是英国。公司具有法人地位是指:公司依法成立,拥有独立财产,按一定的规章制度建立和从事活动,并能以自己的名义行使权利和承担义务。尽管公司法人总是由自然人组成的,但它具有不受其所有者或其雇员年限的永久寿命。然而,个体业主和合伙企业则无法取得独立法人资格,它们只能是同自然人紧密相联,互为一体。主要出资者的变故通常会导致一个企业的夭折或解散。

3. 所有权与管理权相分离

公司制企业中,具有所有权的董事会成员与一般股东一样,只享有剩余索取权,即将公司作为其收入的来源,而把实际经营管理决策权交给了职业经理。经理人员既管理日常经营活动,也决定长期发展的目标和政策。这种“权力分离”的必要性在于:如果每个股东都参与公司的每一决策,不仅会导致较大的官僚化成本,而且由于不可预期的错误决策,相关损失的大部分要由许多其它公司的股东承担,因而许多人在获得有益信息后的决策方面也会偷懒。

那么“权力分离”是如何解决偷懒问题,是如何约束管理者(经理)行为的呢?其基本机制是:一是公司股东持有修正管理者的成员资格和对影响公司结构与解散进行决策的权力。二是公司的任

何股东都可以从与他有不同意见的人的控制中转移财富,而不是试图控制管理者的决策。如果股东选择出售股份,则表明他不赞成企业管理者的决策,采取了“退出”这一惩罚性措施。一般说来,股东的不满情绪越大,所出售的股份相对于其总额越大,公司的股票价格相对于其它公司就越低。这势必危及经理们的地位,从而约束其行为。三是管理者的报酬,即使高层管理者获得高薪报酬并让这些报酬取决于整个公司的经营绩效。四是管理者之间的竞争,如果管理者经营不善,将被别人取代。

四、企业国际化

企业国际化与国际化企业是两个不同的概念。国际化企业指的是一种特定的企业形态,是对企业发展结果的一种描述,而企业国际化是对企业发展过程的一种描述。具体而言,企业国际化是指国内企业按照国际生产经营规律和国际惯例(规则),在充分有效地使用资源的情况下,逐渐成为国际性企业。把握这一概念要从以下三个方面入手。

(一)国内企业的特征

什么是“国内企业”?学术界还未对此进行过定义。依据戴维·W·皮尔斯所编《现代经济学词典》中对企业的解释,我们认为国内企业是投入产出及相关的活动均发生在国内的企业。这里的“投入”包括各种要素及管理;“产出”包括有形商品和无形商品;“相关的活动”包括内部管理和外部营销。具体说来,国内企业具有以下特征:

1. 企业资源的国内性

企业资源是指一切直接或间接地为企业经济活动所需要并构成生产要素的、稀缺的、具有一定的开发利用选择性的资源。企业资源一般具有这样一些特点:一是必须是生产和经营所需的资源。二是它必须是稀缺的。不稀缺的东西,也就不存在资源的有效配置问题。三是它的用途必须是可以选择的。有用且稀缺的东西,如果只有一种用途,无法选择,同样,也就不存在资源的有效配置

问题。

现代企业资源除地理意义的资源外,主要包括:人力,具有特定技能的人是企业的主体,是企业财富的创造者;物力是企业生产和经营发展的物质基础,它一般包括物资和设备;资金是企业用于生产经营活动的资产的货币表现;信息是企业的生存之本和发展之源;技术是企业获得竞争优势的有力手段;时间是赢得机会、谋求发展的客观基础;管理则是上述资源有效配置的基础。离开管理上述资源就无法组合和有效使用,当然,管理也是资源。

资源国内性,一是指资源主要来自国内;二是指资源的配置也仅限于国内。

2. 企业战略目标的国内性

企业战略目标是指在市场经济条件下,企业为谋求长期生存和发展,在外部环境和内部条件分析研究的基础上,以正确的目标指导思想所提出的、企业在一定时期内要达到的预期成果。

国内企业战略目标的国内性表现在:

第一,企业的外部环境主要限定在国内,通过分析国内政治、经济、法律和文化因素及变化趋势,从而了解外部环境中哪些方面会对企业构成威胁,哪些方面则会带来机遇,而后了解企业内部资源条件是否充足、资源配置是否合理,以能够应付环境的挑战,充分利用可能的机遇。

第二,任何企业的战略目标,就其追求的最终预期成果而言,无一例外的都是企业价值最大化。但企业如何实现战略目标则有不同的选择。国内企业的特性是通过满足国内需求来实现战略目标。

3. 企业经营活动的国内性

企业经营活动的国内性主要表现在:

第一,企业生产经营实体及相关的机构限于国内领土范围,地理分布比较狭小。

第二,企业通常把生产经营活动的各阶段(研究开发→生产制