

# 服务业跨国公司的性质:基于资源与交易相融\*

彭 婷

(湘潭大学,湖南湘潭 411105)

**摘要:**基于资源基础和交易成本的服务业跨国公司动态演进过程显示,服务业跨国公司随着服务企业的专业化扩张受阻而出现。服务业跨国公司专业化扩张时应选择跨国并购的扩张模式、多元化扩张与国际合作的扩张模式相匹配。国际网络是国际合作演进的新趋势。

**关键词:**服务业跨国公司;资源共享;协调成本

**中图分类号:**F276.7      **文献标识码:**A      **文章编号:**1008-6439(2008)06-0067-08

## Characteristics of service industry multinational company based on resources and transaction integration

PENG Ting

(Xiangtan University, Hunan Xiangtan 411105, China)

**Abstract:** Dynamic evolution process of service industry of multinational company based on resources and transaction cost shows that with specialization service enterprises of service industry of multinational corporation, the expanding of the enterprises is restricted. When service industry multinational corporation conducts specialization expanding, the corporation should choose M&A expanding mode, multiple expanding mode matching international cooperation. International network is the new trends for international cooperation evolution.

**Key words:** service industry multinational corporation; resources co-share; coordinated cost

当前全球对外直接投资的一个重要趋势是转向服务业。在服务业 FDI 高速增长的现实动力下,服务业跨国公司迅速成长。1995—2006 年期间服务业跨国公司在财富全球 500 强中所占比重虽有波动,但总趋势是稳步提升的。各年超过 50% 达到 60% 左右的份额显示服务业跨国公司在全球 500 强企业中已稳稳占据十分突现的地位。因此将研究的视线转向服务业跨国公司具有极其重要的理论意义和现实意义。我们对服务业跨国公司的研究采用了动态的分析方法,融合了以资源为基础的企业理论和交易成本理论的思想,试图解决两个问

题:服务业跨国公司在服务业企业发展到什么阶段时出现?服务业跨国公司的成长会选取怎样的扩张方向和扩张模式?本文第一部分是文献综述。第二部分融合了以资源为基础的企业理论和交易成本理论的思想,研究了服务业跨国公司的性质。第三部分做了简短的结论。

### 一、文献综述

#### (一)对现有服务业跨国公司理论的质疑

许多主流的跨国公司理论明确指出,不需要建立独立的理论范式来解释服务业跨国公司的行为,基于制造业为研究对象的传统跨国公司理论可以

\* 收稿日期:2008-09-23

作者简介:彭婷(1984—),女,湖南湘乡人,湘潭大学,世界经济专业研究生,从事跨国公司与国际投资研究。

被运用到服务业跨国公司中去(Boddewyn, et al., 1986)。<sup>①</sup>笔者认为服务业与制造业存在本质的差异,我们应该基于国际服务的特殊性建立一个专门针对于服务业的研究模型。

把服务业作为一个整体来研究服务业跨国公司的经典文献有两篇,一个由联合国跨国公司中心(UNCTC)在1989年出版的著作,另一篇是邓宁于1989年发表的文章。两篇文章都以国际生产折衷理论为基础,结合服务业不同于有形商品的特点,具体分析了服务业跨国公司的所有权优势、内部化优势和区位优势。折衷范式在解释服务业跨国公司的行为时还是存在一些问题。邓宁对所有权优势的阐述并不全面,Nachum和Keeble(2003)研究发现服务业跨国公司的所有权优势来源于其所拥有的由母公司和其所有的分支机构共同形成的外部网络。外部网络为企业提供了资源、信息和技术的准入,从学习中产生优势、规模经济,并让企业达到战略的目的。许多服务业跨国公司更倾向于采用非股权方式进行国际化,这种以市场交换为基础的经营方式对折衷范式的内部化优势提出了巨大的挑战。特殊的区位优势的价值并不像邓宁认为的那样是绝对的。Nachum和Wymbs(2004)通过对纽约和伦敦商务区的服务业跨国公司的研究发现,区位特性与企业特性共同作用而不是单独作用影响服务业跨国公司区位的选择。<sup>②</sup>

从具体服务行业角度出发的理论研究文献较多,以下对比较典型的服务行业跨国公司理论的研究进行回顾。<sup>③</sup>Night, Cho和Krishnan(1986)、Casson(1990)提出投资国制造业跨国公司的相关信息是银行竞争优势的重要来源。Kindleberger(1985)分析得知跨国运输企业本身和跨国经营活动的出现很多是建立在运输业务的水平一体化或者垂直一体化基础上的。邓宁(2002)发现知识密集度较高的商务服务业跨国公司的竞争优势是基于外国的活动而来的。笔者认为应该排除服务部门内部

不同行业间的不同特点,对服务业的跨国经营问题建立抽象的、普遍适用的分析模型。

(二)以资源为基础的企业理论和交易成本理论中的相关研究

1. 以资源为基础的企业理论对企业扩张方向的研究

以资源为基础的企业理论最早可追溯到Penrose在1959年出版的《企业成长理论》一书。书中定义企业是一束资源,企业为了使资源的利用效率增加,首先在狭义的产品和生产过程中进行专业化,随着专业化产品产量扩大利润反而下降时,企业走向多样化经济。Penrose认为企业专业化生产到一定程度会走向多样化,这种动态的分析方法对我们的研究有很强的借鉴意义,但理论上忽视了对跨国公司的研究,从而具有一定的局限性。Wolf(1977)以Penrose的研究为基础,指出一个企业能向许多不同的方向扩张,包括其国内同产业、国内产业多元化和地理多元化(包括出口和跨国扩张)。Wolf将企业的国内多元化和国际化扩张作为同一个层面的问题来研究,也就是将以资源为基础的企业理论运用到对跨国公司的分析中,这是理论研究的一大突破。Caves(1982)进一步描述了企业跨国扩张的动态过程。由于进入国外市场存在的学习成本和信息成本,企业先进行国内扩张。随着市场饱和和多元化机会的枯竭,国内扩张的回报不断下降,企业最终发现对外扩张变成了有吸引力的扩张机会。Caves认为企业只有在国内扩张机会殆尽时才会走向国际化,这一正确的思路对我们的研究很有启发性。Kay(2000)从资源共享的角度分析了企业对外扩张方向的选择,认为一般企业将依次偏好专业化——多元化——出口——跨国公司的扩张路径,其中跨国公司是企业在国内扩张和出口都受到阻碍和制约时的次优选择。Kay的研究主要是针对制造业部门提出来的,这就需要我们进一步研究服务业企业成长为跨国公司的时机。

<sup>①</sup> 跨国公司理论主要包括五个方面:市场力理论、内部化理论、比较企业成长理论、宏观发展理论和国际生产折衷理论。市场力理论和内部化理论是分析企业与市场的关系,比较企业成长理论则注重企业与企业之间的关系。

<sup>②</sup> Gray和Gray的观点也相当于重新定义了区位特定优势。区位优势应该不必仅仅局限于某一特定国家,也应该适应于非国家市场。如一个银行选择在超国家的市场如欧洲货币市场经营时的情况。参阅Gray, j. m., H. P. Gray(1981) The multinational bank: A financial MNC? [J]. Journal of Banking & Finance, 10: 33 - 63.

<sup>③</sup> 迄今为止对具体服务行业的研究大多把焦点放在银行、贸易和会计等行业,而关于法律服务、房地产服务、废品管理服务、医疗服务和公共事业服务等方面的系统文献非常有限。

总的来看,以资源为基础的企业理论能很好地分析企业的扩张方向。我们应该基于服务业的特殊性质,研究服务业企业究竟发展到什么阶段才会选择发展成为服务业跨国公司。

## 2. 交易成本理论对企业扩张模式的研究

对企业扩张模式的研究大多运用交易成本理论。企业的扩张模式主要包括内部化(如并购)和企业间的合作(如联盟、合资)。Coase(1937)认为,企业是市场机制的替代物,市场与企业是资源配置的两种可以相互替代的手段。企业通过并购形成规模庞大的组织,使组织内部职能相分离,形成一个以管理为主的内部市场体系。Williamson(1985)指出,企业通过“契约”来减少交易的不确定性的同时,也约束了自身适应能力。当矛盾难以解决时,通过并购将合作者内化于内部机构,可以消除上述问题。Grossman和Hart(1983)研究表明,契约不完备性对交易费用起着重要作用,当契约不完备时,并购能够消除或减少由于资产专用性所造成的机会主义行为。Child和Faulkner(1998)通过大量研究发现,兼并的动机包括资源缺乏、获得学习机会、扩散风险、进入市场、获取研发资源、降低交易成本等。

Kogut(1988)提出合资公司的建立是为了降低交易成本、改善战略地位并鼓励组织学习。Contractor和Lorange(1988)声明合作行为有规避风险、规模经济、技术互换、降低相互间的竞争、攻克投资障碍、获取经验和垂直准一体化等好处。Nelson(1995)认为企业的合作行为是由于受到外部环境的刺激,企业发现与其它企业建立商业上的往来更有利。Child和Faulkner(1998)赞同Nelson的观点,同时并没有忽视企业内部的刺激是企业采取合作行为的源头。

现今的大多数研究成果一般都是分别对企业内部扩张的动机或合作行为的动机进行研究,很少有文献具体区分两种模式的不同动机。而且经过归纳,这些文献认为企业内部化扩张和合作行为的动机不外乎三个:增强市场势力、降低交易成本和分散风险。事实上,企业并购的动机与合作的动机并不相同,不应该一概而论,而应加以区分。另外,现有成果集中于选择某些模式带来的好处,但并不

能解释以下问题:企业会优先选择何种模式?近年为什么网络扩张模式越来越普遍?我们试图将交易成本理论运用到对服务业跨国公司扩张模式的研究中,结合服务业跨国公司的扩张方向分析企业对模式的选择,并解释现在服务业跨国公司融入全球网络的现象。

## 二、服务业跨国公司的性质

### (一)模型前提

1. 资源可以共享。交易成本经济学认为资产具有专用性,我们认为资产在不同的服务业跨国公司间可以联结,也就是说资产是可以共享的。

2. 忽略服务业企业国际化时的运输成本。这个假设可以使我们纯粹从分享资源的角度分析企业对扩张方向的选择。

3. 服务业跨国公司选择的扩张模式为跨国并购和国际合作。<sup>①</sup> 并购使两企业合并,企业对资源的利用发生在企业内部。合作是两企业通过一系列正式或非正式的契约来共享资源。

4. 服务业跨国公司对扩张方向的选择取决于资源的共享程度。而对扩张模式的选择取决于对协调成本的比较。

### (二)服务业跨国公司的产生

我们通过研究服务业企业的扩张方向,从而回答服务业企业发展到什么阶段会转变为服务业跨国公司这个问题。对服务业企业扩张方向的研究主要运用了以资源为基础的企业理论,扩张方向的选择取决于资源的共享程度。企业往哪个方向扩张资源共享的越多,这个方向就越具有吸引力。

企业的资源包括研发资源(研究和开发)、生产资源(厂地、设备、劳动力等)、营销资源(品牌、广告、市场研究和销售力量等)、管理资源(管理方法、信息技术系统、财务结构和融资关系等)和国家资源(法律结构、经济环境、政治环境、语言和文化等)。前四种资源是企业实际拥有的资源,而国家资源是指企业积累的关于如何在这个国家环境下经营的知识和技能,这些知识和技能是分散在企业外部的。

选择1(见图1)显示的是服务业企业的专业化选择将如何实现资源的共享。用直线连接的两边

<sup>①</sup> 企业扩张可以通过内部扩张或企业间的合作行为来实现。兼并是内部扩张的典型形式。合资、联盟特许、分包等都属于企业间合作。

表明企业专业化扩张能共享的资源类型和程度。由于服务业企业的专业化扩张就是企业在国内提供更多相同的服务,因此能完全共享服务业企业原来的研发资源、生产资源、营销资源、管理资源和国家资源。服务业跨国公司中资源的进一步专业化使企业能更完全地利用不可分割的资源来降低成本,专业化的收益主要是与规模经济和学习曲线效应有关。

选择 2 是服务业企业的多元化选择。由于是生产一些相似产品,即为原来的行业或者新行业提供相关的服务或产品,因此能将部分的研发资源、生产资源、营销资源、管理资源移植到多元化战略中去。销售市场仍是熟悉的国内市场,故多元化选择仍可以完全共享国家资源。

选择 3 是出口。随着科学技术的进步,信息技术可将一些服务数字化,存储于纸质、磁盘、光盘等

物质形态中,从而实现了服务品生产与消费的分隔——服务品可以出口了。服务品的出口可以完全共享原来的研发资源、生产资源和管理资源。信息不对称和大多服务品的无形性,服务业企业较之制造业企业更注重树立品牌和声誉,品牌优势在服务业企业的国际化扩张中是可以利用的,因此企业能部分分享营销资源。外国市场与本国具有完全不同的国家特征,国家资源不能被共享。<sup>①</sup>

选择 4 是服务业企业的另一种国际化扩张方向——服务业跨国公司。研发成果和管理企业的技巧或经验可以跨国界传递,因此服务业跨国公司能完全共享国内的研发资源和管理资源。服务业跨国公司不能再利用母国的生产资源,必须找寻新的厂址、购买新的设备、雇佣新的劳动力。与出口一样,服务业跨国公司可以部分共享原来的营销资源,不能共享国家资源。

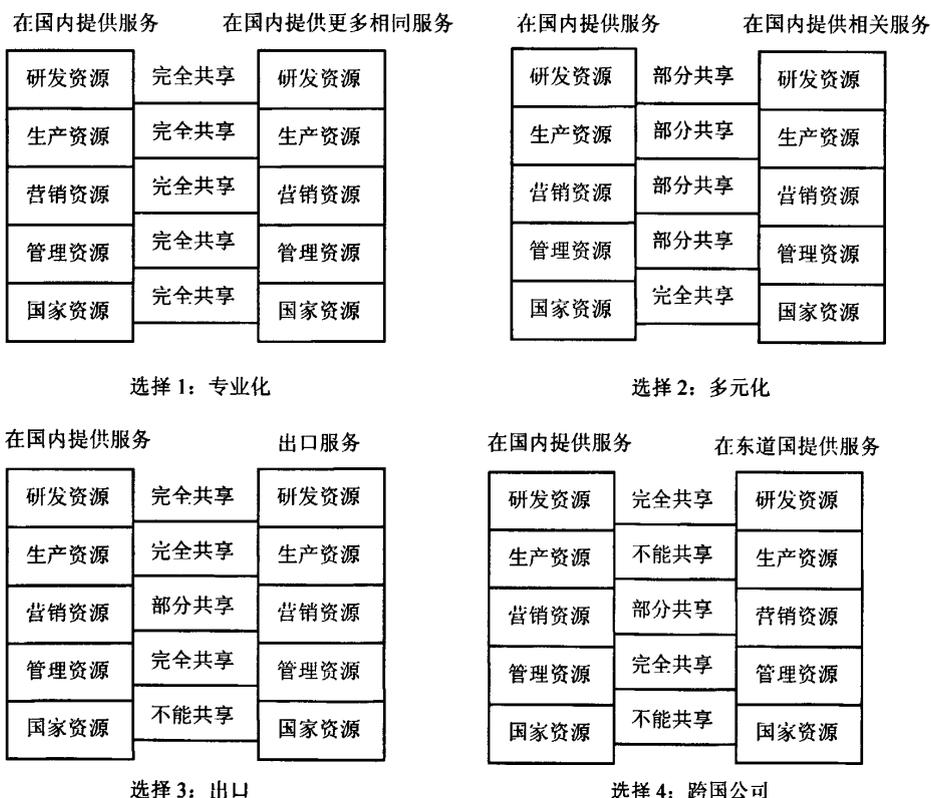


图 1 服务业跨国公司的扩张方向

<sup>①</sup> 其实企业国际化不一定就不能共享国家资源。Scandinavian 在 IB 上发表的一篇文章表明,两国的心理距离越近,企业国际化能分享的国家资源就越多。本文为简化分析,假设企业跨国就很难分享国家资源。

以上分析可得出以下结论:

1. 专业化是服务业企业扩张的首选。服务业企业的专业化扩张能完全共享原来所有的资源,因此专业化优于其他所有方向。

2. 相对于多元化,服务业企业更有可能优先选择跨国公司。首先,大多数服务的生产更依赖于提供服务的人,而不是物质生产资料,并且提供服务的人需要的知识具有很强的专业性(如理发师、会计师、外贸人员、金融师等),所以服务业企业多元化即便能部分分享生产资源,其共享的程度也很低;其次,服务业一般属于高知识含量的研发密集型,服务业跨国公司对研发资源的完全共享能为企业带来其他资源所无法比拟的巨大收益;再次,随着知识在服务业企业内部的积累、创新,大家越发的重视让各种知识协调运作的管理资源,管理资源的完全共享就是服务业跨国公司的竞争优势。可见,跨国公司更有可能优于多元化。

3. 服务业企业对出口的选择要视行业特点而异。若仅根据资源的分享程度来选择企业的扩张方向,则对服务业跨国公司而言,出口优于跨国公司。但是,服务商品大多是无形且不可储藏的,因而其生产与消费必须同步进行。许多服务产品要想提供给国外的消费者只有通过FDI或由本土企业与外国服务企业达成许可证转让协议后进行当地生产,才能实现海外扩张。服务本身的特性所影响的服务的可贸易性(tradability)决定了国际服务交易增长的主要渠道不是贸易而是对外直接投资。因此,除一些可以数字化的服务品,对大多数服务来说,出口是最不理想的选择。

基于以上原因,我们大致可以知道,一些可数字化的服务的扩张方向依次为专业化——出口——跨国公司——多元化,大多数服务业企业扩张方向偏好次序应为专业化——跨国公司——多元化——出口。可见,大部分情况下,当服务业企业的专业化扩张机会殆尽时,服务业跨国公司就会出现。Kay(2000)认为制造业企业的扩张路径为专业化——多元化——出口——跨国公司,因此,服

务业企业比制造业企业更有可能成为跨国公司。

### (三)服务业跨国公司的扩张

服务业跨国公司做出扩张决策前需要回答两个问题:“往什么方向扩张”和“采取什么模式扩张”。扩张方向和扩张模式是互补的,服务业跨国公司在制定决策时只有既考虑到扩张方向又考虑到扩张模式,制定的决策才是全面的。基于前面对服务业企业扩张方向的研究,可知服务业跨国公司首先会选择专业化扩张以获得规模经济,再选择多元化获得范围经济。<sup>①</sup> 服务业跨国公司的扩张模式包括跨国并购和国际合作(如合资、联盟和网络)。企业对模式的选择取决于对协调成本的比较,企业应优先选择协调成本较小的扩张模式。服务业跨国公司究竟在特定扩张方向时应选择哪种扩张模式?为解决这个问题,我们先对协调成本进行说明。

#### 1. 协调成本

企业的各项经济活动都需要对资源的配置进行协调。如一些资源不能直接使用(厂地、设备等),一些资源如果没有干预就不会为了最大化企业的利润而充分发挥作用(劳动力、经理等)。<sup>②</sup> 可见协调成本在企业的扩张中是普遍存在的。需要说明的是,我们并不认为企业内的资源具有专用性,经济单位间的资源是可以共享的。因此,本文中的协调成本区别于交易成本经济学中对管理成本的狭隘定义。

我们认为协调成本可以划分为三类(如图2中的①、②、③):

第①种是经济单位内部的协调成本。这是某个特定经济单位内部协调研发资源、生产资源、营销资源和管理资源的成本。

第②种是经济单位间的协调成本。这主要是经济单位间共享资源的协调成本。包括兼并企业间联系的协调成本和合作企业间联系的协调成本。

第③种是整个企业的协调成本。包括协调企业整体战略的成本、企业扩张方向的成本等。一个企业包括多个经济单位,因此企业的协调成本随企业内经济单位的增多而变大。

<sup>①</sup> 企业的扩张方向包括:专业化、多元化和国际化(kay,2000)。但跨国公司已经是国际化的企业,它的扩张方向就是专业化和多元化。

<sup>②</sup> 后个问题在委托代理分析中有很多相关的研究。参阅Hart(1996)对委托代理理论的回顾,此文还分析了委托代理理论与其他企业理论的关系。

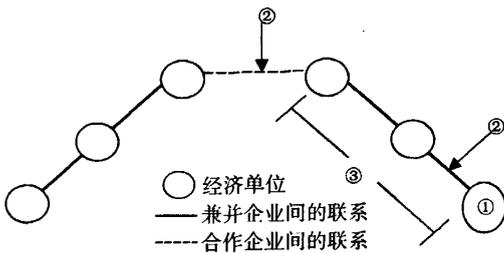


图2 对协调成本的划分

在我们的模型中:

(1) 经济单位内部的协调成本 =  $aW_i (a > 0)$ 。

(2) 整个企业的协调成本 =  $b(\sum X_{i,t})^k (i = 1 \dots j; b > 0, k > 1)$ ,  $b X_{i,t}^k$  是企业内第  $i$  个经济单位在时刻  $t$  对经济活动的协调成本。

(3) 经济单位间的协调成本有两种, 企业内部(兼并的经济单位间)的协调成本 =  $cY_i (c > 0)$ , 企业间(合作的经济单位间)的协调成本 =  $dZ_i (d > c > 0)$ 。

(4) 若企业  $A$  的某经济单位与企业  $B$  的某经济单位合作, 两企业则建立了伙伴关系。当企业  $A$  欲与企业  $B$  的另一经济单位合作时, 两企业开始建立起的合作关系可节约成本 =  $pF_i$ ; 若企业  $B$  不适合合作, 企业  $A$  会选择与企业  $B$  的合作伙伴企业  $C$  合作, 企业  $A$  与企业  $C$  的关系虽不及与企业  $B$  紧密, 但由于企业  $B$  与企业  $C$  之间有合作关系, 相互间自然有一定制约, 能减少企业  $C$  的机会主义行为, 同样可节约成本 =  $qG_i (p > q > 0)$ 。

(5) 由第(1)点到(4)点可知企业总的协调成本  $C_t = aW_t + b(\sum X_{i,t})^k + cY_t + dZ_t - pF_t - qG_t$ 。企业总协调成本的变化值  $\Delta C_t = a(W_{t+1} - W_t) + b\{(\sum X_{i,t+1})^k - (\sum X_{i,t})^k\} + c(Y_{t+1} - Y_t) + d(Z_{t+1} - Z_t) - p(F_{t+1} - F_t) - q(G_{t+1} - G_t)$ 。因此, 服务业跨国公司跨国并购增加的协调成本 =  $b\{(\sum X_{i,t+1})^k - (\sum X_{i,t})^k\} + c(Y_{t+1} - Y_t)$ 。企业间合作时企业本身的经济单位并没有增加,  $(\sum X_{i,t+1})^k = (\sum X_{i,t})^k$ , 增加的协调成本 =  $d(Z_{t+1} - Z_t)$ 。若两企业建立了合作关系, 企业内经济单位的进一步合作是有效率的, 能降低总协调成本。

2. 服务业跨国公司扩张方向与扩张模式的匹配  
服务业跨国公司的扩张路径为专业化——多

元化, 此处不作过多说明。为简化对扩张模式的分析, 假定  $k=2, b=1, c=2, p=2, q=1$ , 经济单位内部的协调成本可看作恒为  $1 (W_{t+1} = W_t = 1)$ 。  $d > c$ , 因为企业间的协调成本肯定大于企业内部的协调成本。  $d$  具体的值随服务业跨国公司扩张方向的不同而不同, 应视具体情况而定。

(1) 专业化——跨国并购

服务业跨国公司首先会选择专业化扩张, 此时企业的规模较小, 我们假设仅有一个经济单位。由于服务业跨国公司中知识含量较高, 企业专业化扩张又能完全共享大量资源, 所以两企业在知识和技术上有许多需要调整、协调的地方, 此时企业间合作的协调成本较高, 假设  $d=13$ 。

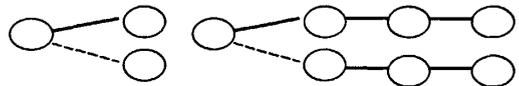


图3 服务业跨国公司专业化扩张时对模式的选择

若对方企业是小企业(图3中一个经济单位的企业), 服务业跨国公司并购小企业增加的协调成本 =  $b\{(\sum X_{i,t+1})^k - (\sum X_{i,t})^k\} + c(Y_{t+1} - Y_t) = (\sum X_{i,t+1}^2 - \sum X_{i,t}^2) + 2(Y_{t+1} - Y_t) = \{2^2 - (1^2 + 1^2)\} + 2(1 - 0) = 4$ ; 服务业跨国公司与小企业合作增加的协调成本 =  $d(Z_{t+1} - Z_t) = 13(1 - 0) = 13$ 。

若对方企业是大企业(图3中三个经济单位的企业), 跨国并购增加的协调成本 =  $(\sum X_{i,t+1}^2 - \sum X_{i,t}^2) + 2(Y_{t+1} - Y_t) = \{4^2 - (1^2 + 3^2)\} + 2(1 - 0) = 8$ ; 合作增加的协调成本 =  $d(Z_{t+1} - Z_t) = 13(1 - 0) = 13$ 。

可见, 无论对方企业是大企业还是小企业, 专业化扩张的服务业跨国公司应选择跨国并购的扩张模式。由于资源相近的企业间需要协调的因素较多, 企业选择跨国并购虽然整个企业的协调成本会增加, 但整个企业协调成本和企业内部协调成本的增加总额还是小于企业间协调成本的增加。为了节约协调成本, 服务业跨国公司专业化扩张时更偏好跨国并购的扩张模式。<sup>①</sup>

(2) 多元化——国际合作

当服务业跨国公司的规模经济无利可图时, 企业多元化扩张, 以获得范围经济带来的利益。由于

① 当然, 服务业跨国公司与大企业间的跨国并购更有可能是被大企业所并购。

服务业跨国公司已经经历了专业化的扩张,企业规模较大,我们假设包括三个经济单位。企业多元化扩张时资源一般是部分共享的,企业间资源差异较大,相互间的干预也较小,所以企业多元化扩张时企业间的协调成本较低,当然,企业间的协调成本肯定是要大于企业内的协调成本的,假设  $d=3$ 。

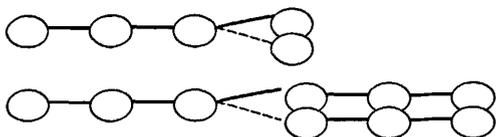


图4 服务业跨国公司多元化扩张时对模式的选择

当对方企业是小企业,服务业跨国公司并购小企业增加的协调成本  $= \{4^2 - (1^2 + 3^2)\} + 2(1 - 0) = 8$ ; 服务业跨国公司与小企业合作增加的协调成本  $= d(Z_{i+1} - Z_i) = 3(1 - 0) = 3$ 。

当对方企业是大企业,跨国并购增加的协调成本  $= \{6^2 - (3^2 + 3^2)\} + 2(1 - 0) = 18 + 2 = 20$ ; 国际合作增加的协调成本  $= 3(1 - 0) = 3$ 。

以上分析可知,服务业跨国公司的多元化扩张方向与国际合作的扩张模式匹配。多元化扩张的服务业跨国公司之所以更愿意采取国际合作的扩张模式,一是因为选择多元化扩张方向的服务业跨国公司规模都比较大,因此企业跨国并购时整个企业的协调成本增加很多。另外由于多元化扩张时服务业跨国公司间的资源共享程度不高,企业间的协调成本较低。可见,国际合作是随着服务业跨国公司的成长而内生出现的。

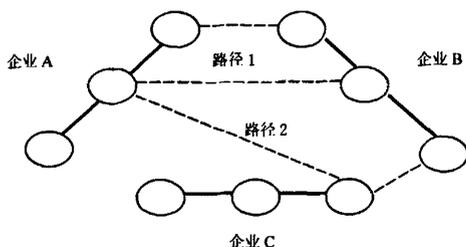


图5 服务业跨国公司间的合作加深与国际网络的形成

两服务业跨国公司间若建立了合作关系,如图5中的企业A与企业B,则企业A如果进一步与企业B合作的话,企业B会给企业A提供一些优惠,

这种“朋友折扣”就会进一步鼓励企业间的合作加深(图5中的路径1)。企业A与企业B进一步合作增加的协调成本  $= d(Z_{i+1} - Z_i) - p(F_{i+1} - F_i) = 3(1 - 0) - 2(1 - 0) = 1$ 。因此,合作伙伴间进一步合作增加的协调成本要小于企业任找另一个企业进行合作所增加的协调成本。合作伙伴间的优惠政策使合作协议集中于已建立合作关系的企业间。

但是,如果企业B并不合适企业A的某些合作协议,比如企业B在这些方面已经有了合作伙伴,或者企业B根本不生产企业A需要的产品,那么企业A就无法进一步与企业B合作。这时,企业A的最佳选择就是与企业B的合作伙伴企业C建立合作关系(图5中的路径2)。因为企业B与企业C是合作伙伴,则企业B对企业C的行为有一种约束,那么企业C在与企业A的合作中发生机会主义行为的可能性较小。此时增加的协调成本  $= d(Z_{i+1} - Z_i) - q(G_{i+1} - G_i) = 3(1 - 0) - (1 - 0) = 2$ ,虽然大于合作伙伴间进一步合作增加的协调成本,但小于企业任找一个企业进行合作所增加的协调成本。值得我们重视的是,此时服务业跨国公司间的国际网络形成了。服务业跨国公司的国际网络是服务业跨国公司间的国际合作加深的结果,是与原来的合作伙伴进一步合作受阻时形成的。这也是国际网络现在才成为服务业跨国公司国际化成长的一个重要趋势的原因。

### 三、结论

对服务业跨国公司的深入研究重要且迫切。我们基于以资源为基础的企业理论和交易成本理论研究了服务业跨国公司的产生及扩张的整个动态演进过程。由于服务业跨国公司能较多地共享原来的资源,当服务业企业的专业化扩张机会殆尽时,服务业跨国公司随之出现。扩张方向和扩张模式是影响服务业跨国公司成长的关键问题。服务业跨国公司在专业化扩张时采取跨国并购的扩张模式更有利,而多元化扩张方向与国际合作的扩张模式更为匹配。随着服务业跨国公司间国际合作的加深,国际网络是国际合作的新趋势。以前的学者只片面地研究企业的扩张方向或扩张模式,而我们的研究系统地分析了服务业跨国公司的成长,是对他们很好的补充。

## 参考文献:

- [1] Aiken M, J Hage. Organizational Interdependence and Intra-organizational Structure [J]. *American Sociological Review*, 1968, 33(9): 12 - 30.
- [2] Boddewyn J J, M B Halbrich, A C Perry. Service multinationals: Conceptualization, measurement and theory [J]. *Journal of International Business*, 1986 (16): 41 - 57.
- [3] Caves R H. *Multinational Enterprise and Economic Analysis* [M]. Cambridge: Cambridge University Press, 1982.
- [4] Child J, D Faulkner. *Strategies of Co-operation: Managing Alliances, Networks and Joint Ventures* [M]. Oxford: Oxford University Press, 1998.
- [5] Coase Ronald. The Nature of the Firm [J]. *Economica*, 1937 (4): 386 - 405.
- [6] Contractor F J, P Lorange. Why should firms co-operate?: The strategy and economic basis for cooperative ventures [M]// F J P Lorange. *In Cooperative Strategies in International Business: Joint Ventures and Technology Partnerships between Firms*, Contractor. Lexington D C; Heath, 1988: 3 - 28.
- [7] Dunning J H. Multinational enterprises and the growth of services: Some conceptual and theoretical issues [J]. *The Service Industries Journal*, 1989, 9(1): 5 - 39.
- [8] Dunning J H, Alison McKaig - Berliner. The geographical sources of competitiveness: the professional business service industry [J]. *Transnational Corporations*, 2002 (11): 1 - 38.
- [9] Grossman S, O Hart. An Analysis of the Principal - Agent Problem [J]. *Econometrica*, 1983: 51: 7 - 45.
- [10] Hart O. An economist's perspective on the theory of the firm [M]// P J Buckley, J Michie. *In Firms, Organizations and Contracts*. Oxford: Oxford University Press. (1996) pp. 199 - 218.
- [11] Kay N M. *Pattern in Corporate Evolution* [M]. Oxford: Oxford University Press, 1997.
- [12] Kay N M. The resource - based approach to multinational enterprise; *In The Nature of the Transnational Firm* [M]. 2nd edn. London: Pitelis C, Sugden R (eds). Routledge, 2000: 140 - 161.
- [13] Kindleberger C P. Multinational ownership of shipping activities [J]. *World Economy*, 1985(8): 249 - 265.
- [14] Kogut B. Joint ventures: theoretical and empirical perspectives [J]. *Strategic Management Journal*, 1988(9): 19 - 32.
- [15] Nachum L, Keeble D. External networks and geographic clustering as sources of MNE advantages [R]. ESRC Centre for Business Research, University of Cambridge, Working Paper, 2003, No. 195.
- [16] Nachum L, Wymbs C. Firm - specific attributes and MNE location choices: Financial and professional service FDI to New York and London [R]. ESRC Centre for Business Research, University of Cambridge, Working Paper, 2004, No. 223.
- [17] Nelson R R. Recent evolutionary theorising about economic change [J]. *Journal of Economic Literature*, 1995, 33: 48 - 90.
- [18] Nigh D, K Cho, S Krishnan. The role of location - related factors in U. S. banking involvement abroad; An empirical examination [J]. *Journal of International Business Studies*, 1986, 17(3): 59 - 72.
- [19] Penrose E T. *The Theory of the Growth of the Firm* [M]. Oxford: Basil Blackwell, 1959.
- [20] UNCTC. *Foreign Direct Investment and Transnational Corporations in Services* [R]. Routledge, 1989.
- [21] Williamson O. *The Economic Institutions of Capitalism* [M]. New York: Free Press, 1985.
- [22] Wolf B M. Industrial diversification and internationalization: Some empirical evidence [J]. *Journal of Industrial Economics*, 1977(2): 77 - 91.

(编辑:弘 流;校对:段文娟)