

چارچوب مالکیت، مکان و درونی سازی در تبیین سازوکار سرمایه گذاری خارجی

محمدحسن زارع، عضو هیات علمی موسسه مطالعات و پژوهش های بازرگانی

جهان اقتصاد

یکی از چارچوب های مطرح نظری که ساز و کار سرمایه گذاری مستقیم خارجی را تبیین می کند چارچوب سه گانه مالکیت، مکان و درونی سازی است که نخستین بار جان دایننگ (۱۹۷۷) آن را مطرح ساخت و بعدها کسانی چون هلپمن (۲۰۰۴) به تبیین بیشتر آن پرداختند. این چارچوب به تبیین مزیت های سه گانه موثر بر چگونگی تصمیم یک بنگاه برای تبدیل به یک بنگاه چند ملیتی می پردازد. مزیت مالکیت چرایی، مزیت مکان کجایی و مزیت درونی سازی چگونگی چنین تصمیمی را تبیین می کنند.

بنگاه های داخلی به خاطر ارتباطات داخلی بهتر و درک بهتر نسبت به محیط کسب و کار داخلی، طبیعت بازار، عرف و مقررات بازار و دیگر موارد مشابه از مزیت ذاتی برخوردارند و لذا بنگاه های خارجی برای حضور در این بازار نیازمند مزیت های ویژه بنگاهی هستند که از طریق وصل به بنگاه های داخلی این نیاز تامین می شود. مزیت مالکیت اشاره به آن دارد که یک بنگاه دارایی هایی از قبیل فناوری، دانش و مدیریت (که هلپمن آنها را خدمات ستادی^۱ خوانده است) را بیش از حد متوسط سایر بنگاه ها دارا است. این مزیت چند بعدی را می توان در شاخص بهره وری نشان داد به طوریکه بنگاه های با بهره وری بیشتر با تمایل بیشتری به سرمایه گذاری مستقیم خارجی روی

می‌آورند و بنگاه‌های با کمترین بهره وری و بهره وری متوسط به ترتیب به بازار داخلی و صادرات بسنده می‌کنند.

مزیت مکان به مزیت‌های کشور میزبان از قبیل وفور منابع طبیعی، اندازه بازار، نیروی کار ارزان و زیرساخت‌های پیشرفته اشاره دارد که البته بسته به اهداف سرمایه‌گذاری، نوع و شدت آنها متفاوت است. به عنوان مثال در خصوص سرمایه‌گذاری با هدف دسترسی بیشتر به بازار کشور میزبان که غالباً با عنوان سرمایه‌گذاری افقی شناخته می‌شود عواملی چون اندازه بازار و درآمد سرانه، رشد بازار، دسترسی به بازارهای منطقه ای و جهانی، ترجیحات خاص مصرف کننده و ساختار بازار مطرح اند. در سرمایه‌گذاری افقی بنگاه نسبت به حالت صادرات به کشور میزبان هزینه های تجاری (حمل و نقل و تعرفه) کمتر و هزینه های ثابت بیشتری دارد که تراز این هزینه ها تعیین کننده تصمیم نهایی بنگاه در انتخاب دو راهبرد صادرات یا سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی می باشد. در خصوص سرمایه‌گذاری با هدف کارایی بیشتر که غالباً با عنوان سرمایه‌گذاری عمودی شناخته می شود عواملی چون نیروی کار غیر ماهر و ماهر ارزان، هزینه‌های ارتقای بهره‌وری منابع تولید، هزینه نهاده‌ها از قبیل هزینه حمل و نقل و ارتباطات و موافقت‌نامه های همگرایی منطقه ای مطرح است. در سرمایه‌گذاری عمودی، کاهش هزینه نهاده‌های تولید و هزینه‌های تجاری مشوق سرمایه‌گذاری است و چنانچه صرفه‌های ناشی از این کاهش هزینه‌ها (برون سپاری در خارج) بیشتر از تولید در داخل باشد بنگاه اقدام به سرمایه‌گذاری عمودی می کند. بسیاری از مطالعات تجربی انگیزه غالب برای سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی را انگیزه‌های افقی دانسته‌اند و نقش مهمی برای انگیزه‌های دور زدن تعرفه قایل بوده‌اند بویژه آنکه انگیزه‌های افقی توضیح بهتری در خصوص بخش عمده‌ای از سرمایه‌گذاریها که با وجود ساختارهای هزینه‌ای مشابه میان کشورهای صنعتی صورت می‌گیرد ارائه

می‌نماید. اما مطالعات جدیدتر نشان می‌دهد هر دو عامل حایز اهمیت‌اند و انگیزه‌های دور زدن هزینه‌های تجاری و نیز منافع ناشی از برون سپاری در خارج، هر دو مورد، توجه بنگاهها قرار گرفته‌اند به نحویکه نه تنها تعارضی میان این دو انگیزه نیست بلکه می‌توانند تقویت کننده یکدیگر باشند. به عنوان مثال سرمایه‌گذاری بنگاههای آمریکایی و آسیایی در اتحادیه اروپا هر دو هدف دستیابی به بازار وسیعتر بویژه در اعضای با سطح درآمد بالاتر و کاهش هزینه‌ها را بویژه در اعضای با سطح دستمزد پایین‌تر دنبال کرده است.

مزیت درونی‌سازی که مهمترین عامل از عوامل سه گانه به شمار می‌رود اشاره به مزیتی است که یک بنگاه در صورت مبادرت به سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و بهره‌مندی از معاملات درون بنگاهی به جای معاملات برون بنگاهی (از قبیل اعطای لیسانس به تولید کنندگان کشور میزبان) یا صادرات، آن برخوردار است. بنگاه‌ها با اجتناب از اعطای لیسانس و اقدام به سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی مزیت رقابتی خود را با حفظ حق انحصاری بر دارایی‌های اساسی خود بویژه فناوری نو یا نام تجاری محفوظ می‌دارند. عدم اطمینان درخصوص قراردادهای اعطای لیسانس غالباً به عنوان عامل روی آوردن بنگاهها به سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی و حفظ مزیت درونی سازی تلقی شده است. در سرمایه‌گذاری مستقیم خارجی معاملات درون بنگاهی ارائه خدمات ستادی از سوی بنگاه مادر به بنگاه وابسته را در برمی‌گیرد.