

<<国际经营学>>

图书基本信息

书名：<<国际经营学>>

13位ISBN编号：9787512101647

10位ISBN编号：7512101643

出版时间：2010-8

出版时间：清华大学出版社

作者：程宝栋，宋维明 主编

页数：258

版权说明：本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问：<http://www.tushu007.com>

<<国际经营学>>

前言

自从人类步入奴隶社会，便出现了以商品进出口为代表的国际经营活动。由于科技水平、交通运输、通信技术等方面的限制，国际经营活动在几千年的漫长岁月中，发展缓慢。

直到第二次世界大战以后，国际经营才在经营的规模和组织结构上出现了飞速的发展。当前，以跨国公司迅速发展为特征的企业国际化经营活动成为世界经济活动的一大潮流，也构成了世界经济一体化进程的重要内容。

在世界经济一体化的大趋势下，传统的以国内资源和市场为基础的企业发展模式，正在被积极参与国际资源配置并以国际市场作为竞争基础的企业发展模式所代替。

特别是在世界贸易组织的协调机制下，资源、市场的竞争被放在了超越国界的范围内，企业必须拥有国际竞争的能力，才可能在激烈竞争的环境下求得生存和发展。

从20世纪70年代末我国实行改革开放政策后，国际企业纷纷将中国作为拓展自己国际经营事业的重要场所。

根据商务部统计数据，自1978-2007年，世界500强企业中的480家企业已经在中国进行了投资。

30年来，中国累计使用外资7600亿美元，位居发展中国家之首，居世界第二位。

国际企业的进入客观上对我国经济的发展起到了其他增长方式难以替代的推动作用。

更重要的是，伴随国际企业进入所带来的“溢出效应”，无形中促进了我国企业参与国际竞争意识和能力的形成，部分企业逐渐走上了国际经营之路。

尽管我国企业的国际经营，特别是跨国公司的起步，比发达国家落后很多年，经营规模和实力差距悬殊，但进入21世纪以来，我国企业的国际经营活动获得了迅猛的发展。

根据商务部统计数据，我国非金融类对外直接投资从2003年的28.5亿美元快速增长到2009年的433亿美元。

我国企业的国际经营活动已经从最初在国外开店推销，拓展到今天的资源开发、生产加工、交通运输、金融服务等多行业、多层次的国际经营格局。

但是，由于起步晚、经验不足，中国企业的国际经营以合资合作为主，主要集中在贸易领域，技术水平较低，相对发达国家而言，平均投资水平偏低，大多数以中小型项目为主，发展后劲不足，抵御风险能力较差。

据不完全统计，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%。

这种现象反映了我国企业国际竞争力和国际经营能力等方面与国际先进企业相比距离还相当大。

主要原因是一方面我国企业国际经营实力不足，另一方面也由于我国企业对国际经营战略的认识不足，并且基于这种认识的国际经营能力的学习和运用效率较低。

为了提高企业国际经营的能力，首先需要提高企业经营者经营思想和经营管理视野的国际化水平，这就需要学习和研究国际经营的理论并将理论运用于实践。

正是基于这个认识，本书作者希望通过系统地介绍当今国际经营学最新的理论，研究和讨论国际经营实践中存在的问题，为关心国际经营、国际竞争力等问题的读者提供一个学习有关知识的教材。

<<国际经营学>>

内容概要

本书共分为11章，其中第1章为绪论，主要论述企业国际经营的背景、概念、原因及类型；第2章介绍了国际经营宏观、中观及微观环境；第3章介绍了商品贸易型、契约交易型及投资型三种国际市场进入方式；第4章论述了企业国际直接投资的相关理论与实践问题；第5章论述了企业国际竞争力相关理论与战略选择问题；第6章介绍了国际战略联盟概念、形成动因及类型第7章至第10章，介绍了国际企业营销、组织、财务及人力资源管理；第11章讨论了中国企业国际经营问题。

本书资料翔实、逻辑清晰、语言流畅、可读性强，可作为大专院校国际贸易、工商管理、市场管理等专业的教材，也可以作为国际企业管理人员的参考书。

书籍目录

第1章 绪论 1.1 国际经营学的产生和发展 1.2 企业国际经营的原因及类型 1.3 国际经营组织 思考题第2章 国际经营环境 2.1 国际经营环境概述 2.2 国际经营宏观环境 2.3 国际经营中观环境 2.4 国际经营微观环境 2.5 国际经营环境风险评估与规避 思考题第3章 国际市场进入方式及选择 3.1 国际市场进入方式 3.2 国际市场进入方式的选择 思考题第4章 国际经营的高级形式：国际直接投资 4.1 国际直接投资概述 4.2 国际直接投资理论综述 4.3 国际直接投资的利弊分析和政府政策 4.4 国际直接投资的动机 思考题第5章 国际经营战略与竞争力 5.1 国际竞争战略理论 5.2 企业经营战略分析 5.3 国际经营战略的内部影响因素分析 5.4 国际竞争战略的类型及选择 思考题第6章 国际经营中的战略联盟 6.1 战略联盟的内涵及特点 6.2 战略联盟的目标与动因 6.3 战略联盟伙伴的选择 6.4 战略联盟类型的选择 6.5 战略联盟的管理 思考题第7章 国际市场营销管理 7.1 国际市场营销概论 7.2 国际目标市场决策 7.3 国际市场营销组合策略 思考题第8章 国际企业组织管理 8.1 企业组织结构设计的一般原理 8.2 国际企业组织结构类型及选择 8.3 国际企业组织控制策略 思考题第9章 国际财务管理 9.1 国际企业财务管理职能及控制 9.2 国际融资策略 9.3 国际税收策略 9.4 国际营运资金管理 9.5 外汇风险控制策略 思考题第10章 国际人力资源管理 10.1 国际人力资源管理概述 10.2 海外经理人员的管理 10.3 国际劳工管理 10.4 国际人力资源的跨文化管理 思考题第11章 中国企业的国际经营 11.1 中国企业国际经营的必然性 11.2 中国企业国际经营的现状 11.3 中国企业国际经营的发展趋势 思考题参考文献

章节摘录

4.国际竞争力迄今为止，学术界对有关国际竞争力的概念并未形成一个统一的认识，大体上可以分为三大类。

首先，是单纯从国家的角度界定国际竞争力的内涵，主要包括以下几种定义。

经合组织（OECD）的定义：“面对国际竞争，支持企业、产业、地区、国家或超国家区域在可持续发展的基础上进行较高的要素投入、生产和提高要素利用水平的能力”。

美国竞争力委员会的定义：“在一国公民的生活水平可以在长期内得到可持续性的提高的同时，该国生产可以经受国际市场考验的货物与服务的经济能力。

”中国竞争力与评价研究中心的定义：“一个国家在世界经济的大环境下，与各国的竞争力相比较，其创造增加值和国民财富持续增长的能力”。

其次，是从企业或产业角度对国际竞争力下的定义，主要是美国《世界经济论坛》的定义：“国际竞争力是企业目前和未来在各自的环境中，比它们国内和国外的竞争者用更有吸引力的价格和质量，来进行设计生产并销售货物以及提供服务的能力和机会”。

最后，是从国家、产业和企业等多层次的综合定义，主要两种定义。

联合国贸易发展会议的定义：“竞争力同时要从企业和国家两个角度考虑，企业竞争力可以从以下几个角度考察：它可以被定义为是单独企业在可持续性基础上保持或提高其市场份额的能力；或者它也可以被定义为是企业降低成本或提供物美价廉产品的能力；或者还可以按照通常所定义的那样是指来源于利润率的竞争力。

在国家水平上，竞争力是一个更为复杂的概念。

国家竞争力并不是单个企业竞争力的简单集合，分析它要考虑更广泛的因素，如生产率、技术创新、投资、进出口价格、贸易和资本平衡、税收、政治稳定性等”。

美国《贸易政策术语词典》的定义：“国际竞争力，是某一个企业或者某一个部门或者甚至整个一个国家在经济效率上不被其他企业、部门或者国家所击败的能力。

” 尽管对国际竞争力的定义众说纷纭，但是从研究国际经营的角度出发，在产品、企业和产业层次上研究国际竞争力才更具有实际意义。

在市场经济条件下，经济活动的关键因素是生产效率和市场营销。

所以，国家竞争力是产业竞争力的综合表现，而产业国际竞争力最终通过产品的市场份额来衡量和检验，也就是最终反映在企业的国际竞争力水平上，因而国际竞争力归根结底就是各国同类产业或同类企业之间相互比较的生产率。

从一国特定产业参与国际市场竞争的角度看，特定产业的国际竞争力水平就是该产业相对于国外竞争对手的生产率的高低。

版权说明

本站所提供下载的PDF图书仅提供预览和简介，请支持正版图书。

更多资源请访问:<http://www.tushu007.com>