

<<国际经营学基础>>

图书基本信息

书名：<<国际经营学基础>>

13位ISBN编号：9787503835384

10位ISBN编号：7503835389

出版时间：2003-8

出版时间：中国林业出版社

作者：宋维明 编

页数：265

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>

<<国际经营学基础>>

前言

20世纪60年代以来,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年代末我国实行开放政策以来,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,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,外国企业或资本的进入,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,但在20世纪的最后10年中,我国企业的国际经营活动获得了迅猛的发展。

截至2001年,我国非贸易性海外投资企业共计3091家,总投资额为43.75亿美元。

国际经营活动已经从最初在国外开店推销,到今天形成资源开发、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,我国企业国际经营的水平和层次还比较低,发展过程中还存在许多问题。

据统计,我国的海外企业盈利的占55%,其中多为非生产性企业;企业收支平衡的占28%;亏损企业占17%,以生产性企业居多。

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。

其原因一方面是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读本。

本书主编在国外攻读MBA期间所学的一门课程是《国际经营学》,当时国内高校基本没有开设此课程。

1997年回国后在本校国际贸易专业尝试开设了这门课,取得了很好的效果。

由此萌生了编写一本系统介绍国际经营理论读本的想法。

经过几年的教学实践和学习的总结。

在参编人员的共同努力下。

终于完成这本《国际经营学基础》的编写工作。

本书由宋维明担任主编,负责全书结构的设计、对初稿的修改和最后统稿定稿,并承担编写了前言和第一、三、四、五章的全部及第十一章的部分;由张闯、田明华担任副主编,张闯负责有关资料的整理并承担编写了第十章的部分;田明华负责编写过程的协调并承担编写了第二章;由刘冬编写第七、九章;程宝栋编写第六、八章的全部及第十一章的部分,并承担校对工作;王金媛承担英文翻译和编写了第十章的部分。

本书参考了许多国内外有关国际经营和国际竞争力的专著、教材和论文,并引用了其中的部分观点和数据。

在此,谨致以衷心的感谢!

<<国际经营学基础>>

由于初次系统性地介绍国际经营学理论的体系，并试图提高这些理论介绍的简明性和应用的现实性，因此编写难度较大，加上编者水平的限制，书中难免会出现一些纰漏和不妥之处，恳请这者不吝批评指正。

编者 2003年6月于北京林业大学

<<国际经营学基础>>

内容概要

《国际经营学基础》主要讨论企业国际经营的有关理论和实践问题，从企业国际经营的背景、意义和概念出发，用十一章内容分别介绍并探讨了当今国际经营学的主要理论和观点，包括国际经营环境理论、国际市场进入理论、国际直接投资理论、国际经营与竞争战略理论、国际展览联盟理论、国际市场营销理论、国际经营组织管理理论、国际财务管理理论、国际人力资源管理理论以及中国企业国际经营现状与趋势等内容，《国际经营学基础》的特点是通过对中国内外国际经营学主要理论观点的系统介绍，使读者更容易从总体上了解和掌握国际经营学的理论内容和最新的观点，《国际经营学基础》使用与大专院校经济、管理等专业的师生，经济理论工作者。

<<国际经营学基础>>

书籍目录

第一章 绪论第一节 国际经营学产生及发展一 国际经营学产生和发展的背景二 国际经营的概念第二节 企业国际化经营发展的原因和国际企业一 企业国际化经营发展的原因二 国际企业第二章 国际经营环境第一节 国际经营环境概述一 国际经营环境及其特点二 国际经营环境构成第二节 国际经营宏观环境一 世界经济的现状与变化趋势二 世界经济组织三 国际经济法四 国际金融环境第三节 国际经营中观环境一 东道国的经济环境二 东道国的政治环境三 东道国的法律环境四 东道国的技术环境五 东道国的社会文化六 东道国的自然环境.....第三章 国际市场进入方式及其选择第四章 国际经营的高级形式：国外直接投资第五章 国际经营战略与竞争力第六章 国际经营中的战略联盟第七章 国际市场营销第八章 国际企业组织管理第九章 国际企业的财务管理第十章 国际企业人力资源开发与管理第十一章 中国企业的国际经营参考文献

<<国际经营学基础>>

章节摘录

(2) 合作出口。

一个企业利用自己的出口力量和国际营销网络为其他企业出口商品的渠道。

这种出口形式常常出现在与其他企业的产品具有相关性，配套出口更容易占领市场，以及通过合作出口更能发挥国际营销网络作用的情况下。

(3) 外国企业驻本国的采购处。

主要指外国的大型批发商、零售商和国际贸易公司在东道国设立的采购处。

出口企业将商品直接出售给这些外国采购商，再由这些外国采购商转运出口。

2. 直接出口 直接出口，是指企业把产品直接销售给国外客户或最终用户，而不是通过国内的中间机构转售给国外用户，是企业直接与国际市场接触，因此，从严格意义上讲，直接出口才是国际经营的起点。

与间接出口相比，直接出口须支付更多的费用，要设立专门的对外贸易部门并配备相关的人员，还要独立承担国际市场的风险。

但同时，由于承担的风险提高，因此收益比间接出口要大。

同时，可以部分或全部控制国际营销规划，更好地保护商标、专利、信誉和企业的其他无形资产等。

直接出口主要有以下几种渠道： (1) 企业主外办事处。

驻外办事处负责本企业产品在国外的销售，并承担国外产品售后服务、收集市场信息等责任。

驻外办事处一般是企业开展更高层次经营活动的桥头堡。

(2) 企业国外销售子公司。

在出口业务达到一定规模和有了一定的市场占有率后，企业会在国外建立具有独立法人资格的专业销售公司，进行更大范围和更大规模的商品营销活动。

(3) 直接销售给最终用户。

这种出口方式常常是大型设备或专有技术的出口，或者是与当地官方机构进行大宗买卖时采用的出口方式。

(4) 国内出口部。

这是企业专门从事国际营销活动的部门。

按专业化分工，企业的出口活动全部由出口部门承担，这种部门往往可以发展成为专营进出口业务的公司或子公司。

(二) 易货贸易 又称为对等贸易，是不使用或部分使用货币结算的，直接进行货物交换的一种古老的商品交易方式。

由于易货贸易一般不使用现汇支付，因此可以克服外汇支付困难给国际贸易带来的障碍，有助于通过进口带动出口，保持收支的平衡。

但是，从贸易的性质看，易货贸易还是一种 低效率的经济贸易活动。

这种贸易方式过程复杂，谈判很难，不宜成交，而且在商品结构类似的国家之间难以开展这种贸易。

(三) 补偿贸易 由买方在信贷的基础上，用现汇购进商品、劳务、技术后，以产品或劳务价款分期偿还供应方贷款的贸易方式。

补偿贸易具有易货贸易的性质，同时也是一种进出口紧密结合的信贷贸易，是利用外资的一种方式。

补偿贸易的形式包括： (1) 直接产品补偿，又称回购贸易。

通常是由出口方向进口方提供设备或技术，进口方则用这些设备或技术生产出的产品加以偿还，不搭配其他产品。

(2) 间接产品补偿。

即进口方不是用所引进的设备或技术生产出来的产品，而是用双方商定的其他产品偿还进口贷款和利息。

采用补偿贸易，对机器设备供应方来说。

既可以扩大产品出口，又可以使某些急需商品（如原料、燃料等）来源稳定，对机器设备进口方来讲，则可以利用国外的资金、技术和销售途径来提高出口商品的劳动生产率和竞争力，以扩大出口。

<<国际经营学基础>>

但是，采用补偿贸易进口的机器设备，不能保证其先进性。

同时，在补偿产品的质量、品种的谈判上难度大。

契约交易型进入方式 契约交易也称许可合同交易，指本国企业（许可方）为取得使用费或其他形式的付款。

允许外国企业（被许可方）获得其无形财产的精专利、商标、技术诀窍，商业秘密和公司名称等）的各种契约安排，虽然许可合同交易与商品贸易都是以贸易方式进入国际市场，但不同的是许可合同交易不是通过直接出口商品，而是通过出口技术、技能、劳务和工艺等进入国际市场。

契约交易的形式包括以下几个方面：（一）授权经营 授权经营一般包括两种方式，即一般授权经营（Licensing）和特许经营（Franchising）。

1. 一般授权经营 这是指企业在规定的期限内将自己的无形资产（专利、技术秘诀、商标等）。

通过契约转让给海外法人。

以换取授权费和其他补偿。

其中出让无形资产的一方，称为许让方或授权方（Licensor）。

而接受无形资产的一方称为受许方或受权方（Licensee）。

在授权经营条件下。

通常转让的不是无形资产本身的所有权，而是使用权；故在授权经营的协议中，要规定使用的期限、使用费用的支付、使用方面的限制条件等。

通过一般授权经营进入国际市场具有许多优点；包括：费用低。

新技术的研究开发已经耗费了大量资金，如果再到目标国家设厂应用该技术制造则支出更大，不如迅速转让技术使用权。

以分摊研究成本。

障碍少。

各国对有形货物的进口限制很多，尤其非关税措施更是森严壁垒，甚至对一些产业进行特意保护，如广播、电视、电讯等。

但是，各国对许可证贸易则没有严格的限制，而且许多国家还鼓励技术的输入。

风险小。

当目标国家政府对外资实行征用或国有化时。

直接投资的政治风险和经济损失要大于授权经营进入方式，因为后者最大损失是技术使用费。

授权经营的缺点主要是：控制力弱。

供方为实施目标市场的控制，会在授权协议中订立若干条款来保证对自身权利的控制，但是，由于不是直接经营，依赖受权方是不可避免的。

而受权方为追求利润可能出现的短期行为，又会使供方的信誉等受到损害。

机会成本大。

垄断性授权协议规定受权方在一定地区内享有使用该技术从事独家经营的权利，这意味着供方放弃了其他的进入方式（如在该地区出口自己的产品），故供方的机会成本会较大。

潜在竞争强。

受权方利用转让的技术。

经过一定时期的经营，在目标市场积累了经验，开拓了业务关系。

树立了自己的形象，当协议期满时，供方想再进入该市场可能遇到的最大的竞争对手就是原来的受权方。

2. 特许经营 特许经营就是许让企业（Franchisor）向受许企业（Franchisee）转让技术、商标、经营方法等，让受许企业在本企业的监督与帮助下。

利用本企业形象和招牌经营本企业的特定业务（如图3-1）。

.....

<<国际经营学基础>>

编辑推荐

《国际经营学基础》是系统性介绍国际经营学理论的优秀教科书。编者参考了国内外众多有关国际经营和国际竞争的专著、教材和论文，同时结合自己的学习及教学经验，全面介绍了当今国际经营学最新理论，并研究和讨论了国际经营实践中存在的问题。深入浅出，系统易懂，为关心国际经营、国际竞争力等问题的读者，提供了一个学习相关知识的读本，值得专业学生及其他学习者认真研读。

<<国际经营学基础>>

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>