

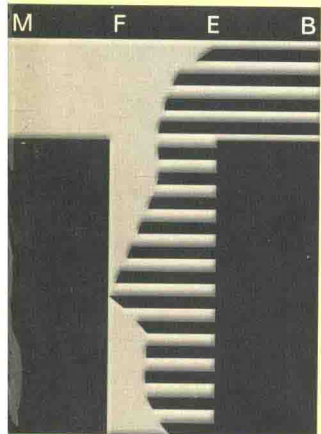
# 国际企业管理

高等教育自学考试同步辅导 / 同步训练

全国高等教育自学考试指定教材辅导用书

汤超颖 孙永波 / 主编

工商管理专业 (专科)



TARGET 目标自考系列

出版社



全国高等教育自学考试指定教材辅导用书

高等教育自学考试同步辅导/同步训练

# 国际企业管理

主 编 汤超颖  
孙永波

### 图书在版编目(CIP)数据

国际企业管理/汤超颖,孙永波主编. —北京:中国  
发展出版社,2001.9

(高等教育自学考试同步辅导·同步训练)

ISBN 7-80087-493-1

I. 国… II. ①汤…②孙… III. 国际企业—企业  
管理—高等教育—自学考试—自学参考资料

IV. F276.7-44

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2001)第 059384 号

中国发展出版社出版发行

(北京市西城区赵登禹路金果胡同 8 号)

邮政编码:100035 电话:66180781

北京新华印刷厂印刷 各地新华书店经销

2001 年 9 月第 1 版 2001 年 9 月第 1 次印刷

开本:1/32 880×1230mm 印张:6.75

字数:170 千字 印数:1—10000 册

定价:15.00 元

---

本社图书如有印装差错,可向发行部调换

# 说 明

本书是全国高等教育自学考试《国际企业管理》(工商企业管理专业——专科)的配套辅导用书。

本书的编写依据:

1. 全国高等教育自学考试指导委员会颁布的《国际企业管理自学考试大纲》;

2. 全国高等教育自学考试指导委员会组编的指定教材《国际企业管理》(徐子健主编,中国财政经济出版社出版)。

本书特点:

1. 本书在编写过程中,严格以考试大纲为依据,以指定教材为基础。充分体现“在考查课程主体知识的同时,注重考查能力尤其是应用能力”的新的命题指导思想。

2. 全书完全依照指定教材的结构,以章为单位。每章设“内容提示”、“同步练习”、“参考答案”三部分。“内容提示”主要是对该章内容的总结归纳。“同步练习”则根据考试大纲对各知识点不同能力层次的要求,将知识点及知识点下的细目以各种主要考试题型的形式编写,覆盖全部考核内容,适当突出重点章节,并且加大重点内容的覆盖密度。“参考答案”是对“同步练习”中所有试题的解答。

3. 两套模拟试题综合了考试大纲和教材对应试者的要求,可用于检验应试者的学习效果。

本书可供参加高等教育自学考试集体组织学习或个人自学使用,也可供相关专业人士参加其他考试使用。

编写高质量的全国高等教育自学考试辅导用书,是社会助学的  
一个重要环节。毫无疑问,这是一项艰难而有意义的工作,需要社会  
各方面的关怀与支持,使它在使用中不断提高和日臻完善。

敬请读者批评指正。

编 者

2001年5月

# 目 录

第一章 企业国际化	(1)
内容提示	(1)
同步练习	(1)
参考答案	(6)
第二章 国际企业的经济与技术环境	(25)
内容提示	(25)
同步练习	(26)
参考答案	(31)
第三章 国际企业的文化环境	(41)
内容提示	(41)
同步练习	(42)
参考答案	(46)
第四章 国际企业的政治和法律环境	(52)
内容提示	(52)
同步练习	(53)
参考答案	(57)
第五章 国际企业战略管理	(63)
内容提示	(63)
同步练习	(64)
参考答案	(70)
第六章 国际企业组织管理	(81)
内容提示	(81)
同步练习	(81)

参考答案 .....	(85)
<b>第七章 国际企业营销管理 .....</b>	<b>(95)</b>
内容提示 .....	(95)
同步练习 .....	(96)
参考答案 .....	(101)
<b>第八章 国际企业人力资源管理 .....</b>	<b>(115)</b>
内容提示 .....	(115)
同步练习 .....	(115)
参考答案 .....	(121)
<b>第九章 国际企业生产管理 .....</b>	<b>(137)</b>
内容提示 .....	(137)
同步练习 .....	(137)
参考答案 .....	(142)
<b>第十章 国际企业财务管理 .....</b>	<b>(156)</b>
内容提示 .....	(156)
同步练习 .....	(156)
参考答案 .....	(162)
<b>模拟试题(一) .....</b>	<b>(179)</b>
参考答案 .....	(184)
<b>模拟试题(二) .....</b>	<b>(193)</b>
参考答案 .....	(197)

# 第一章 企业国际化

## 内容提示

国际企业是指在两个以上的国家或地区有生产经营活动的企业。根据企业管理结构的演变及其在国外销售额的增长情况,企业可以分为内向型公司、出口型公司、国际公司、多国公司和跨国公司。本书在国际企业、国际化经营企业、跨国企业和跨国公司等名词上不作严格区分。国际企业产生于19世纪末、20世纪初。其发展经历了四个阶段。西方跨国公司的发展呈现出以下新趋势:对外投资战略的调整、缔结国际战略联盟、实行无国界经营等。企业进入国际市场的方式有商品出口、契约方式和对外直接投资三大类。在对外直接投资理论中,有全球区位理论、垄断优势理论、国际产品生命周期理论、内部化理论和国际生产的折衷理论。我国企业开展国际化经营十分必要,针对我国企业的国际经营现状,我国企业应注意以下问题:加强宏观计划与管理、培育企业集团、加强技术创新、加强国际企业内部管理、注意培养跨国经营人才等。

## 同步练习

一、单项选择题(在每小题列出的四个选项中只有一个选项是符合题目的要求,请将正确选项前的字母填在括号内)

1. 参与国际经营的企业,根据其参与国际经济的程度不同,可分为初级的国际经营阶段和高级国际经营阶段。有关学者提出了五种类型。其中,在( )类型下,企业将国内和国外决策的不连续性减少到最低程度。



- A. 出口型公司                      B. 国际公司  
C. 多国公司                        D. 内向型公司

2. 西方学者根据公司的管理结构的演变及其在国外销售额增长情况将处于不同发展阶段的企业主要分为五种类型,其中,在( ) 类型下,企业在决策中除法律要求外,排除了所有国别偏见。

- A. 跨国公司                        B. 多国公司  
C. 国际公司                        D. 出口型公司

3. 美国科斯教授认为,典型的西方企业国际化过程可分为四个阶段。衡量一个企业参与国际化经营的程度如何,要参考其国际业务营业额和利润,及企业整个经营思想和决策。如果一个企业仅仅满足于在国内被动地承接大量的国外客户的订货,但其销售占总销售额的 15~20%,这个企业的国际化程度属于( )。

- A. 第一阶段                        B. 第二阶段  
C. 第三阶段                        D. 第四阶段

4. 在企业国际化发展的四个阶段中,在( ),公司的业务导向以国际为主。

- A. 第一阶段                        B. 第二阶段  
C. 第三阶段                        D. 第四阶段

5. 在对外直接投资的微观理论中,( )认为,企业的经营地理区位或范围,在内部和外部因素的推动和刺激下发生变化,并使企业走向国际化经营。

- A. 全球区位理论                    B. 垄断优势理论  
C. 内部化理论                      D. 国际产品周期理论

6. ( )指出,跨国公司至少拥有产品市场不完全的优势、生产要素市场不完全的优势、规模经济的优势等。并认为企业对外直接投资是为了充分利用自身具备而当地竞争者不具备的某些优势。

- A. 全球区位理论                    B. 垄断优势理论  
C. 国际产品周期理论                D. 国际生产折衷理论

7. 在 20 世纪 60 年代后期,( )教授提出了国际产品周期理论。认为企业在不同产品周期阶段的经营方式会有所不同。

- A. 雷蒙德·弗农                    B. 阿哈罗尼

C.海默

D.卡森

8.国际生产折衷理论认为,( )是企业进行对外直接投资的先决条件。

A.所有权特定优势

B.区位特定优势

C.内部化特定优势

D.成本特定优势

9.内部化理论认为,( )的存在是内部化的基本原因。

A.外部市场的不完全性

B.知识产品

C.国际贸易壁垒

D.所有权优势

10.如果企业利用自己的海外渠道出口自己的和另一家企业的产品,这种方式属于( )。

A.直接出口

B.间接出口

C.契约方式

D.对外直接投资

二、多项选择题(在每小题列出的五个选项中有二至五个选项是符合题目要求的,请将正确选项前的字母填在括号内。多选、少选、错选均无分)

1.根据企业国际经营的不同发展阶段,即公司管理结构的演变及其在国外销售额的增长,可将企业分为五个类型。其中,( )类型的公司称为跨国公司。

A.内向型公司

B.出口型公司

C.国际公司

D.多国公司

E.跨国公司

2.商品出口是企业进入国际市场的最简单但也是最普遍的方式。商品出口又分为直接出口和间接出口两种。以下( )方式是直接出口。

A.通过国外代理商出口

B.通过国外经销商出口

C.通过海外营销子公司出口

D.通过出口管理公司出口

E.通过贸易公司出口

3.对销贸易是企业突破传统现金贸易形式的一种进入国际市场

的方式。其具体途径可以是( )。

- A. 易货贸易
- B. 补偿贸易
- C. 转手贸易
- D. 特许经营
- E. 合作出口

4. 契约方式进入国际市场由于其风险适中,日益引起企业的重视。具体地说,企业在契约方式下可选择( )等途径。

- A. 许可证贸易
- B. 特许经营
- C. “交钥匙”工程
- D. 管理合同
- E. 国际 BOT 方式

5. 企业的对外直接投资形式是企业跨国的高级形式,对外直接投资的主要形式是( )。

- A. 独资经营
- B. 合资经营
- C. 特许经营
- D. 许可证贸易
- E. 管理合同

6. 合资经营又称为股权式合营,在合资企业的管理形式中主要有( )类型。

- A. 一方主管型
- B. 双方共管型
- C. 第三方独立管理型
- D. 多数股权
- E. 对等股权

7. 国际生产折衷理论是在三种主要对外直接投资动机理论的基础上产生的,它们分别是( )。

- A. 生产组织理论
- B. 内部化特定优势理论
- C. 生产场所理论
- D. 市场不完全理论
- E. 所有权特定优势理论

8. 邓宁所提出的国际生产折衷理论,包含了企业参加国际经济活动的三种主要形式( )。

- A. 出口
- B. 合同式资源转换
- C. 对外直接投资
- D. 许可证贸易
- E. 独资经营

9. 在国际生产折衷理论中, 邓宁认为区位特定优势至少可包括( )。

- A. 资源的可得性和劳动力成本
- B. 市场需求和销售因素
- C. 政府政策因素
- D. 技术优势
- E. 组织管理能力

10. 邓宁在国际生产折衷理论中提出, 当企业拥有( )时, 企业才会进行对外直接投资, 以此方式参与国际竞争。

- A. 所有权特定优势
- B. 内部化特定优势
- C. 区位特定优势
- D. 知识产权特定优势
- E. 成本特定优势

11. 企业进行对外直接投资时, 可采取独资经营的方式进入。建立独资经营企业的方式有( )。

- A. 创建
- B. 收购
- C. 横向一体化
- D. 纵向一体化
- E. 多角经营

### 三、简答题

1. 简述国际企业的产生。
2. 简述国际企业发展的四个阶段。
3. 简述西方跨国公司发展新趋势。
4. 简述企业进入国际市场的商品出口方式。
5. 简述国外经销商与国外代理商的不同。
6. 简述对销贸易的具体形式。
7. 简述国际企业进入东道国的契约方式。
8. 简述企业进行国际化经营的对外直接投资形式及其对于国际企业的优缺点。
9. 简述国际企业建立独资经营企业的方式及其优缺点。
10. 简述全球区位理论的内容。
11. 简述垄断优势理论的内容及其优缺点。

12. 简述国际产品周期理论的内容。
13. 简述内部化理论的内容。
14. 从国家和企业的角度来看,我国企业国际化的动因是什么?
15. 简述邓宁的“投资—发展模式”理论的内容。

#### 四、论述题

1. 论述国际生产的折衷理论的具体内容。
2. 试论各种国际化经营方式的优点与不足。
3. 试论我国企业国际化经营的必要性和应注意的问题。

### 参 考 答 案

#### 一、单项选择题

- |      |      |      |      |       |
|------|------|------|------|-------|
| 1. C | 2. A | 3. A | 4. D | 5. A  |
| 6. B | 7. A | 8. A | 9. A | 10. B |

#### 二、多项选择题

- |        |        |        |          |         |
|--------|--------|--------|----------|---------|
| 1. DE  | 2. ABC | 3. ABC | 4. ABCDE | 5. AB   |
| 6. ABC | 7. ACD | 8. ABC | 9. ABC   | 10. ABC |
| 11. AB |        |        |          |         |

#### 三、简答题

1. 国际企业是随着国际资本流动规模的扩大而逐步产生和发展起来的。在 17~18 世纪,国际经济活动是以商品贸易为主要内容,基本不涉及跨国生产制造和资本流动。进入 19 世纪国际经济活动中的生产性经营明显增多,其重点是在海外开垦天然种植园,建立矿山、企业,修筑铁路和发展航运,资本输出主要是从西欧涌向亚洲、非洲和美洲。资本输出导致了国际企业的产生。

在两次世界大战之间,各国忙于恢复经济,无力进行大规模的对外直接投资,为保护国内市场,对外来投资实行歧视性政策。因此国际企业的发展受到严重的阻碍,增长速度普遍缓慢,有些国家出现了

负增长。

二战后,尤其是60年代以来,各国从战后创伤中逐渐恢复,经济建设和科学技术迅速发展,国际分工不断深化,国际经济领域得以拓宽,国际企业的经营活动得到了空前的发展。其中跨国公司又成为国际企业的最高阶段,成为国际贸易、国际投资和国际技术转让的主要承担者,成为世界经济活动的主角。

2. 美国的科斯教授认为,典型的西方企业国际化过程可分为以下四个阶段:

第一阶段,企业业务基本在国内市场,只有少量国际业务,并且这种业务活动是间接和被动行为,通常是借助于其他企业的帮助与国外客户开展业务往来。企业在这一阶段的国际业务一般只包括商品、劳务的进出口。国际业务只是企业经营活动的一个补充,或者说是一种“副业”,企业一般不会为此专设一个部门。

第二阶段,企业开始主动和直接地谋求国际业务活动,其国际业务仍限于商品、劳务的进出口,仍会利用一些经验丰富的对外贸易中间机构,但这时企业是积极地寻找国外供应商或客户,同它们进行直接联系,力求扩大贸易。在组织设置上有一个专门负责国际业务的部门,常为出口或进口科。企业仍属于内向型公司。

第三阶段,公司基本上仍倾向于国内,但它直接参与国外的采购或推销,或在海外直接制造产品和提供劳务,企业在国外已设有长期的经营管理机构,并且在海外有自己的长期派驻人员。这时,企业业务中的国际部分对公司来说已达到更为重要的水平。

第四阶段,企业的经营方位从国内完全转向国际,该公司的国际化程度达到最高阶段。企业把国外业务当成企业整体业务的一部分,对采购、生产和销售在国内和国外市场之间的选择不再抱有任何偏见。

3. 西方跨国公司自20世纪80年代起,面临着区域集团化、新技术革命纵深化、竞争多元化和白热化的世界经济大环境,其发展呈现以下几方面趋势:

(1) 对外投资战略进行调整。①在投资产业方面,对发达国家的直接投资日益集中到非制造业和高技术产业,对发展中国家和地区

的投资从第一产业(主要是农业)和传统的第二产业(如传统的制造业和采矿业、建筑业)转向电子、精密仪器等的加工组装和第三产业(服务业),在第三产业中,金融保险业、贸易服务业和房地产业受到青睐。②在投资区位方面,进入80年代,发展中国家和地区逐渐成为跨国公司的投资热点,由发达国家长期垄断国际投资场所的格局被打破。90年代以来,随着自身经济的发展,不少发展中国家和地区利用外国直接投资的重点,也逐渐由吸引小规模投资转向跨国公司的大规模投资。③在投资形式方面,80年代以来,跨国公司更多地使用非股权安排来扩展其业务,通过与股权没有直接联系的技术、管理、销售渠道等为东道国提供各种服务,非股权安排的范围从比较简单的许可证转让、特许经营和管理合同发展到各式各样高度复杂的结合,包括提供或出租工厂、承包加工和分包、联合研究与开发、联合生产、联合销售和售后服务、联合投标和联合设计等。

(2)缔结国际战略联盟。国际战略联盟是指两个以上国家中的两个或更多企业,为实现某一目标而建立的互为补充、相互衔接的合作关系。大企业间的国际战略联盟是在80年代后发展迅猛,在数量和专业领域上不断扩展。国际战略联盟可以为跨国公司减少风险、分担研究费用、实现优势互补、占领更多的市场及应付不确定性。

(3)并购风盛行。历史上全球至今发生了五次并购浪潮。第一次并购浪潮发生于19世纪末~20世纪初,以有竞争关系、经济领域相同、生产相同产品的同行业企业之间的横向并购为主;第二次并购浪潮发生在1915~1930年之间,以生产和经营方面互为上下关系的企业间的纵向并购为主;第三次浪潮发生在20世纪50~60年代,以跨行业的混合并购为主要特征,并由此形成了众多的多样化公司;第四次并购浪潮发生于1975至80年代初,以行业内的横向并购为特征,产业规模空前之大,一些多样化大公司出卖了经营不好的非主营业务,重归专业化经营;第五次并购浪潮始于1994年并延续至今,以跨行业混合并购与行业内横向并购同时进行、强强联合、以大吃小为特征。这种强强联合与战略并购仍将是21世纪初跨国公司发展的一个重要特征。

(4)实行“无国界”经营。大型跨国公司的无国界化表现为:制定

战略从全球出发,提拔主要经理人员不分国籍,重要决策可在外国子公司做出,研究与开发可在需要的地方进行,新产品可在几个国家内分别开发。

4. 企业进入国际市场的方式有许多种,其中,商品出口是较初级的一种方式,也是最简单最普遍的方式,通过这种方式,企业可以以较低成本和较小的风险涉足国际市场,并取得初步国际化经验。商品出口可分为间接出口和直接出口。

(1) 间接出口是指国内生产企业将产品销售或委托给国内中间渠道的方式:

① 贸易公司。贸易公司在专业人才、客户网络、国际市场信息系统、融资能力上有特定的优势。国外将贸易公司分为专业进出口公司和国际贸易公司两种。前者是专门从事进出口活动的贸易公司,后者还从事生产、国内贸易、金融、房地产业等多种业务。日本的综合商社就是典型的国际贸易公司。

② 出口管理公司。出口管理公司常常同时为多家企业代理进出口业务,每个企业只要付出一定的佣金即可,它是以生产企业的名义进行的,有关定单和报价等事宜都要征得生产企业的同意,生产企业对其保持较紧密的合作关系和较多的控制。

③ 合作出口。合作出口又称为猪驮式出口,是指一家企业利用自己的海外渠道出口自己的和另一家企业的产品。其中,具有出口渠道和能力的企业被称为承重者,通常是一些较大的企业,产品被代为企业被称为乘坐者,他们利用承重者的出口能力进行产品的间接出口。承重者的动机可能是因为乘坐者的非竞争性产品可以弥补其产品系列中的空缺,也可能是为了充分利用其国际分销渠道,形成出口规模经济,取得更大的利润。后者常缺乏出口能力或者没有海外客户和市场,他们更多地考虑合作出口方式和其他方式对市场分散化、目标市场覆盖率和出口成本等影响,从中做出最佳决策。这种方式在我国很少,在西方国家很普遍。

(2) 直接出口是直接产品卖到国外客户手中,不通过中间机构。这些国外客户可能是最终用户,也可能是国外的各类中间商。直接出口的企业一般设有专门的进出口部或国际部,有专门的进出



口业务人员,或国外的办事处及销售子公司。直接出口的渠道有三种。

①国外经销商。企业对于在国外特定地区或市场上销售或转售其某种产品的客户,授予独家经营权和优先权,让其负责该地区或市场的销售,这种客户称为经销商。

②国外代理商。代理商的任务是使出口企业与购买企业直接联系,促成双方达成销售协议。代理商是独立的企业,依实现的交易额按比例提取佣金。

③海外营销子公司。即在国外设立办事处或子公司,由于子公司是具有法人资格的实体,它能更灵活深入地进行国际分销活动。

④最终用户。对于高技术、高价值的产品,可以根据最终用户的要求,直接卖给他们。

5.企业在进入国际市场时,可以采取商品出口的方式进入。其中,企业的直接出口渠道可选择国外经销商或国外代理商等。

(1)国外经销商是指企业对于在国外特定地区或市场上销售或转售其某种产品的客户,授予独家经营权或优先权,让其负责该地区或市场的销售,这种客户称为经销商。经销商从企业购买产品,实际占有货物,然后再卖出,赚取其间的利差。经销商与出口企业通常建立固定的经销关系,被授予了独家经营权或优先权,这不同于一般的批发商。

(2)而国外代理商的任务是使出口企业与购买企业直接联系,促成双方达成销售协议。代理商是独立的企业,依实现的交易额按比例提取佣金。在交易过程中,代理商不实际掌握货物的所有权,与企业只是委托、代理关系。代理商可分为独家代理与非独家代理。独家代理商是负责企业在某一地区对某一产品销售的惟一代理人。企业可同时在一个国家中利用几家非独家代理商进行分销活动。非独家代理商自身可代表许多企业。

6.在国际贸易中,当买卖双方因买方缺少足够的支付能力,或者买方所拥有的支付能力是不可兑换的货币,但卖方又对其巨大的可能交易有很大兴趣时,双方可以采取对销贸易来突破传统的现金贸易形式。对销贸易的具体形式主要包括以下几种: