

经济全球化与 管理科学

王宗光 张世新 主编

梁青玉 副主编

甘肃民族出版社

前 言

经济全球化使各国经济无一例外地参与国际分工和国际交换。在非歧视的公平的自由竞争条件下,国际间的商品流、资金流、技术流和信息流加速运动,实现资源在世界范围内的优化配置,以及资本和生产的全球化。全球化不是一个政策选择,而是一个经济发展的客观事实。经济全球化是一个不依人的意志为转移的客观规律。各国都在努力提高自身的综合国力,增强国家和企业的竞争优势,以便在经济全球化中,取得最佳的经济效益。

经济全球化的发展,使竞争变得越来越激烈,各国企业也越来越注重通过提高管理水平来提高企业的经济效益,使得管理科学得到了快速发展。在经济全球化快速发展的今天,大量的企业走出国门,在一个与国内完全不同的市场环境下经营,面对更大的市场空间的同时,也面临着更多的困难与障碍。除语言的不同外,文化的差异、各国国内法律的差异、风俗习惯的差异、经济发展水平的差异等等,对跨国经营的企业提出了一个又一个的挑战,使企业管理人员的思维模式、管理组织、企业战略、经营模式、发展环境等都发生了巨大的变化。

在全球经济一体化的条件下,国际性的公司使传统的国内生产、对外交换为特征的贸易导向型国际分工向国际化生产、跨国经营为特征的投资导向型国际分工转移。由于这些公司股权多国化,相互持股,你中有我,我中有你,使企业与产品的“国籍”日益模糊化,淡化了原有的“国家属性”,推动了世界经济的发展。国际公司拥有巨额的资本、庞大的生产规模、先进的科学技术、现代化的管理手段、全球的经营战略,以及覆盖全球的营销体系。因此,国际公司已成为当代世界经济活动中的主角。

在世界市场上,大型国际公司已成为国家间竞争的主体。一个国家,如果没有世界级的国际公司,那么它将很难在国际竞争中站住脚,将越来越被动直至挨打。因此,各国企业都努力争取进入全球 500 强。全球 500 强,是一种荣誉,更是一种经济实力。它不但是企业的荣誉和实力,更是国家的荣誉和实力。

随着中国经济的快速发展和中国企业“走出去”战略的实施,更多的中国企业要出海远航去参加全球范围内的经济竞争,使我国企业发展成世界级的国际大公司。研究和探讨全球化背景下国际性公司的经营与管理,学习西方发达国家企业科学管理的知识和方法,其必要性和紧迫性已经现实地摆在我们面前。

本书是在经济全球化的背景下探讨管理科学的发展,探讨如何改善国际企业的战略思维,如何改进国际企业的科学决策,如何在全球范围内实现资源的科学配置等内容,把科学的、定量的方法尽可能地运用到企业的各个职能中,以期提高企业的管理水平。本书由兰州理工大学国际经济管理学院的王宗光、张世新、梁青玉三位老师根据他(她)们二十余年的教学与研究成果及心得编写而成。其中王宗光负责撰写本书第一章、第二章、第六章、第七章与第八章第一节,张世新老师负责撰写第四章、第八章第二、三、四节,第五章第三节、第九章与第十章,梁青玉老师负责撰写第三章、第五章第一、二、四节与第十一章。

我们编写本书的动因就是试图在作者多年从事管理教学和研究的基础上,结合当前经济全球化大潮,为工商管理与国际商务类专业的大学生、研究生和其他一切有志于学习与研究经济管理的读者提供一本系统、全面、内容丰富的专著。我们一些研究生为本书修改也不辞辛劳地做了不少工作。本书在编写过程中,曾参考和引用了部分国内外有关的研究成果和文献,在此一并向所有曾经帮助过本书编写和出版的朋友们表示诚挚的感谢!

编著者
2006 年 8 月

目 录

第一章 经济全球化与企业全球化经营	(1)
第一节 经济全球化	(1)
第二节 企业全球化理论	(10)
第三节 企业全球化经营模式	(16)
第二章 企业全球经营与管理理论发展	(19)
第一节 企业全球经营	(19)
第二节 国际企业的海外发展模式	(25)
第三节 全球化背景下管理理论的发展	(31)
第三章 全球战略管理	(51)
第一节 全球战略概述	(51)
第二节 全球市场战略	(59)
第三节 全球战略管理	(68)
第四节 企业全球化战略实践	(73)
第四章 全球化与企业研发	(78)
第一节 国际企业面临的国际经济环境	(78)
第二节 国际企业产品研究与开发管理	(84)
第三节 价值工程在国际企业研发中的应用	(100)

第五章 全球营销	(108)
第一节 全球营销概述	(108)
第二节 全球营销战略	(115)
第三节 全球营销策略	(118)
第四节 国内外企业全球营销实践	(123)
第六章 全球化企业运行的经济效果评价	(128)
第一节 国际企业运行的效率与效益	(128)
第二节 资金的时间价值与等值换算	(135)
第三节 国际企业经济效果的评价方法	(153)
第七章 经济全球化下的国际企业财务管理	(165)
第一节 国际企业财务管理概述	(165)
第二节 国际企业的资金管理	(169)
第三节 国际企业外汇风险管理	(174)
第四节 国际企业转移定价与监控	(177)
第八章 全球投资的可行性研究	(182)
第一节 企业国际投资的基本理论	(182)
第二节 国际投资可行性研究的概述	(191)
第三节 国际投资项目的财务评价	(194)
第四节 项目的决策分析	(200)
第九章 全球化企业的设备综合工程管理	(210)
第一节 设备综合工程管理概论	(210)
第二节 设备维修管理及分析	(215)
第三节 设备更新及决策	(230)

第十章 全球化企业的组织管理	(239)
第一节 全球化企业管理的开放系统模式	(239)
第二节 全球企业的生命周期	(245)
第三节 全球企业的组织结构设计	(248)
第四节 全球企业的管理体制	(258)
第十一章 全球人力资源管理	(266)
第一节 人力资源管理概述	(266)
第二节 行为科学理论与人力资源管理	(274)
第三节 全球企业人力资源管理	(278)
第四节 全球企业跨文化管理	(286)
附录:复利系数表	(296)
参考文献	(308)

第一章 经济全球化与 企业全球化经营

第一节 经济全球化

一、经济全球化的概念

生活在现实中的人们越来越多地感受到经济全球化过程的冲击,总是不知不觉地置身于经济全球化的大潮之中。其实,世界经济全球化过程早就开始。有人认为,自从1492年哥伦布远航美洲使东西两半球会合之时起,经济全球化过程就已经开始。也有人认为,经济全球化过程开始于18世纪资产阶级革命首先在英国取得胜利的时候。

经济全球化过程究竟开始于何时,人们尚未形成统一的看法。但是,可以肯定的是,在18世纪资本主义市场诞生之日起,经济全球化过程就已经进入了第一个发展高潮。当时,人们主要用“国际性”、“世界经济”、“世界市场”等词汇描述比较早期的经济全球化过程。20世纪60年代后,经济全球化过程加速向深度和广度发展。80年代中期,人们开始用经济全球化描述这一不断深化的世界经济运转过程。我们目前正在经历的世界经济正处于向成熟的经济全球化迈进的关键阶段。可以预期,完全的经济全球化是全球经济的一体化:世界经济在一个为各国普遍接受的规则下运行,资源在全世界配置的成本降到尽可能低的水平,并不比在一国国境以内配置成本更高。

所谓经济全球化是指世界各国和地区的经济相互融合日益紧密,逐渐形成全球经济一体化的过程。经济全球化是指生产、贸易、投资、金融等经济行为在全球范围的大规模活动,是生产要素的全球配置与重组,是世界各国经济相互依赖和融合的表现。它包括贸易全球化、生产全球化与金融全球化三个阶段,以及与此相适应的世界经济运行机制的建立与规范化过程。

就总体和长远来看,经济全球化有利于世界经济的发展。从经济全球化

对世界经济的实际影响来看,经济全球化显然是一把双刃剑,它既加快了世界经济的发展,又在全球范围内扩大了贫富差距。经济全球化使过剩商品出路减少,出现全球性生产过剩成为可能。经济全球化也使世界经济中虚拟化程度加强。

经济全球化对发展中国家而言,既有机遇,又有挑战。一方面,全球化为发展中国家吸引发达国家的资金、技术和管理经验,缩小与发达国家的差距,进而为赶超发达国家提供了机遇,因而有利于缩短发达国家和发展中国家间经济差距。但是,已经形成的世界经济格局是阻碍发展中国家利用经济全球化发展本国经济的重要障碍。另一方面,经济全球化使发展中国家的民族工业,国家安全和国家主权受到挑战,如稍有不慎,就有可能为经济全球化付出沉重的代价。

二、经济全球化发展动因

(1) 社会生产力高度发展是经济全球化的根本原因。资本主义的诞生,极大地解放了生产力,也使特有的以国境作为边界的一国国内市场难以容纳堆积如山的商品。于是,资本主义生产力创造的不计其数的商品纷纷走出国门,走向世界各个角落,使以贸易全球化作为主要特征的早期的经济全球化过程进入了第一个快速发展时期。进入经济全球化的高级形式后,生产要素应完全自由流动,成立同一货币,建立同一中央银行,统一各国所有的财政政策等经济调节手段。不论是近、现代经济全球化,还是完全形式的经济全球化,都如早期的经济全球化一样,是社会生产力不断发展的必然要求。尤其需要指出的是,经济全球化反过来又大大地解放了社会生产力,使得社会生产力获得了更加广阔的发展空间。因此,社会生产力以前所未有的速度向前发展,于是又推动经济全球化过程向更高级的形式推进。社会生产力这种不断放大的正反馈效应,是经济全球化过程获得持久动力的最根本原因。

(2) 微观经济行为主体追逐利润的动机是经济全球化过程持续发展的重要原因。所有微观经济行为主体都存在追求利润的动机,而获得利润的手段不外乎两个,一是不断开辟新的市场,凡是可以获得较高利润的领域都成为经济行为主体追逐的对象;二是降低经营成本,保证在市场价格不变甚至下降的情况下,仍旧有利可图。

(3) 当代经济全球化的现实原因。当代经济全球化过程从时间上讲是从战后初期直到现在为止。在这个相当长的时期里,经济全球化过程除了贸易

全球化获得长足发展外,生产全球化、金融服务全球化也得到了全面发展。当代经济全球化之所以得以快速发展有其现实原因:①发达国家与发展中国家不约而同的经济自由化道路的选择,引起世界各国经济体制趋同与经济全球化的持续升级、扩散。②布雷顿森林体系崩溃后,资本高度流动引起了史无前例的金融创新活动。③跨国公司在资本市场、商品市场的双向套利活动,奠定了经济全球化微观经济基础。没有跨国公司的永不停息地追逐利润的活动,就没有经济全球化的持续发展。④以信息产业为主的技术革命,进一步缩短了全球的时间与空间距离障碍。如同海运的发展加速了商品跨国界流动一样,信息技术加速了资本流动、生产全球化,并进一步对国际贸易的规模产生影响。

三、经济全球化特征

经济全球化最早开始于经济的交换领域,逐步扩展到生产全过程,以及为生产过程服务的金融领域。可以这么说,从资本主义诞生以来世界经济全球化过程就从来没有停止过。不过,各个阶段经济全球化呈现不同特征。19世纪,世界经济全球化过程以武力扩张配合商品和资本输出为主要特征。20世纪特别是20世纪末,世界经济全球化主要以信息技术和各国经济自由化程度提高为动力,整个生产过程全球化,各种服务经济全球化的组织和游戏规则以惊人的速度完善,以及区域经济一体化为主要特征。

(1)国际贸易是经济全球化不断深入的动力。国际贸易作为经济全球化的火车头,在整个经济全球化过程中处于先行地位。随着国际贸易成本的降低,真正的全球性市场逐渐形成,商品、服务以及资本、劳动力等生产要素市场已经超出国家和地区的界限,在全球范围内迅猛扩大,其发展速度与规模可谓史无前例,贸易和投资自由化已经成为全球市场难以逆转的发展趋势。贸易全球化的发展推动了生产全球化和金融全球化的发展,促成了有关经济全球化国际协调机制的建立。

(2)跨国公司是经济全球化过程中的微观主体。战后,跨国公司如雨后春笋般蓬勃加速兴起。跨国公司几乎渗透到绝大多数国家的所有产业部门。跨国公司根据其全球战略和经营策略,在世界各地配置生产要素,建立生产据点和销售网络,在跨国公司内部加强子公司之间分工协作,大力开展公司内贸易。与此同时,利用合资、合作、共同研究开发多种资本输出与技术合作方法,不断扩大和密切与各国、各地区之间的联系。

跨国公司的高度发展正在把整个世界变成一座工厂,并带动劳动力资源和管理要素跨国界自由流动,同时使得跨国公司本身逐渐丧失原有国籍身份,其股份为各个国家的法人、自然人持有,已经越来越难以说清楚跨国公司所属何国了。

(3)科技进步大幅度降低了跨国界活动成本,为经济全球化过程不断深入与拓展奠定了基础。世界经济全球化过程,就是国别经济跨国界活动成本逐步降低的过程。交通运输的飞速发展,计算机、通讯技术在市场交换等经济领域的应用,大大缩短了各国、各地区市场的时间与空间距离,极大地降低了商品、资本、劳动及其他生产要素跨国境交易与流通费用,降低了经济信息获得成本,使得经济全球化有了强大的硬件支持。比如:空运成本从1930年每英里8美元降到1990年每英里11美分。从纽约到伦敦的电话通话费用每3分钟244美元降到了3美元,网络技术也促进经济全球化的发展,网络使世界缩小,经济活动随之全球化。目前人们正努力将阻碍贸易全球化的关税与非关税壁垒降低到最低限度,同时也在不断探索降低阻碍生产要素跨国境流动的包括货币兑换成本以及其他阻碍经济全球化成本的途径。

四、经济全球化与企业全球化经营

在经济全球化的背景下,企业的全球化经营是与世界市场为目标,是与世界经济整体发展相联系。

(一) 企业的全球化与世界经济的发展相联系

(1)国际企业与世界经济的联系。国际企业是以世界市场作为自己活动空间的,因而,必定在世界范围内形成整体联系。国际企业的全球化经营与世界经济有着密切的关系:①国际企业与母国政府的关系;②国际企业母公司与国内子公司的关系;③母公司与国外子公司的关系;④国际企业与东道国政府的关系;⑤国际企业与其他国家的关系;⑥一家国际企业与其他国际企业的关系;⑦跨国战略联盟内的国际企业的相互关系;⑧国际企业与国际经济和金融组织的关系。国际企业与世界经济活动的整体联系就是在这些错综复杂的关系中形成的,国际企业与世界经济活动的整体联系,随着生产全球化和资本全球化的深化,越来越走向成熟,其成熟性表现在:一是国际商品市场和国际生产要素市场都非常发达;二是国际金融市场成为世界经济活动的联系纽带;三是全球化经营十分活跃,渗透到世界经济活动的诸多方面;四是世界各国普遍

实行开放政策,开放是为了发展,“请进来”是为了“走出去”;五是国际经济组织非常发达,影响着世界经济活动。

(2) 跨国企业是由内向外发展。人类社会由低级向高级发展,一个国家的企业由内向外发展这是历史发展的必然趋势。企业首先立足于国内市场,占有一定的市场份额,然后打入国外市场,占领国外市场。当代国际企业使传统的以国内生产、对外交换为特征的贸易导向型国际分工向以全球化生产、全球化经营为特征的投资导向型转换;企业参与全球化经营,使世界经济发生质的变化,由国际贸易转向国际生产;由世界市场转向世界工厂。

(二) 企业全球化经营的条件及“模糊化”趋势

1. 企业全球化是一个渐进的过程

国际分工的不断发展,世界经济联系的愈来愈紧密,使一个国家、一个地区的经济逐步成为世界经济的一部分。国际间资本流动加速,生产的全球化和资本的全球化日益加强和提高,跨国公司的国外直接投资日益成为企业跨国化的发动机。

企业走向世界的过程是由两个相互关联但又并不完全相同的过程构成。一个是企业自身的全球化,也就是一个原先“土生土长”的地方性国内企业演变发展成为国际性企业的过程,一个是企业经营国际化,也就是企业的产销活动由一国走向世界的过程。

企业全球化是一个渐进的过程。大多数企业从国内经营到全球化经营是一个从被动到主动,从量变到质变的长期演变过程,而不是一朝一夕、一蹴而就的突然飞跃。企业经营全球化渐进性主要表现在两个方面:一方面表现为企业市场范围的扩大;另一方面表现为企业全球化经营全球方式的演化发展。

大多数企业目标市场选择的的原则是:“由近及远,先熟悉后陌生。”市场扩大的地理顺序通常遵循“本地市场→地区市场→全国市场→海外相邻市场→全球市场”。如美国企业全球化经营的地理顺序依次为加拿大、拉丁美洲、欧洲、亚洲。

企业全球化经营方式的选择是:“先易后难,逐步升级。”在全球化经营的各种方式中:最简便易行的方式是间接出口,然后依次是直接出口,设立海外销售机构或分公司,设立海外子公司跨国生产。因此,企业全球化经营方式的渐进过程为:“单纯国内经营→间接出口(依靠国外中间商)→直接出口→设立海外销售机构→设立海外子公司直接投资、生产和销售。”

2. 企业全球化经营的基本条件

企业的全球化经营并不仅仅是企业的产品走向世界,也是生产要素和企业经理的经营观念走向世界。一般说来,人的冒险精神是与人们对自己驾驭风险能力的自信心成正比的。自信心越高,越是敢冒风险。从国内企业到国际企业的演变,是一个错综复杂的过程,充满了未知数和不可预见的风险。企业管理人员既不能坐等自己具备了所有必要的知识和才能之后再打入世界,也不能对世界市场环境不加分析,盲目冒险,乱闯世界。因此,企业管理人员一方面要面对数不清的未知数,另一方面则是有限的知识和能力,这就是企业跨国化要解决的主要矛盾之一。

全球化经营创业者的眼界拓宽,也有一个从被动到主动的发展过程。这种被动地走向世界可以表现为“订单带动”、“客户带动”、“竞争带动”和“关键企业带动”等。

早期跨国公司理论认为,跨国投资是“追求高额股息”的活动,如果国外投资高于投资者在本国市场所能获得的股息,资本家作为人格化的资本,自然会到国外市场去直接投资,就地生产和销售,由此产生的,便是跨国投资。

许多跨国公司国外直接投资利润率都比其国内投资利润率要高。据统计,1990年美国通用汽车公司海外销售只占总销售的18.6%,但来自海外销售的利润却占总利润的69.7%。IBM(国际商业机器制造公司)1990年的利润全部来自海外经营(109%),国内经营处于亏损状态,因此,跨国投资利润率较高的这一现象,正是资本跨国流动的“动机”。

(三)经济全球化条件下,公司和产品的“国籍”日益模糊化

1. 公司“国籍”日益模糊化

大型国际企业凭借其拥有的巨额资产、庞大的生产规模、先进的科技水平、全球战略和现代化的管理手段,已经将其触角伸向世界各地,并形成了“无国界经营”的新局面。国际企业的无国界经营已经有力地推动世界经济全球化的进程。

公司“国籍”日益模糊化,亦称为公司“国家属性”模糊化,即国际企业是一国的国际企业,也是世界的国际企业,跨国公司不仅要为母国的经济发展做贡献,更应该为整个世界的经济发展做贡献,特别是帮助发展中国家实现工业化以缩小南北差距。跨国公司这种全球化的特性来自于其股权的多国化。由于不同国家的跨国公司相互持股,建立“联姻战略关系”,公司的“国籍”日益模糊化了。

公司股权多国化,相互持股。以日本汽车公司为例,当日本汽车大举进入

美国市场时,美国人却万万没有想到,美国通用汽车公司是日本五十铃公司的最大股东,美国福特汽车公司拥有日本马自达公司 25% 的股权,已成为举足轻重的大股东,美国克莱斯勒汽车公司是日本三菱汽车公司的合伙人。这些日本公司已不再是纯粹的“日本公司”了。因此,如果说日本汽车冲击了美国市场,那么美国资本也参与了这场冲击。

2. 产品“国籍”日益模糊化

国际分工和国际交换是社会生产力发展到一定阶段的必然结果,是生产社会化和全球化的必然趋势。部门内国际生产专业化和“国际综合性产品”在当代国际贸易中比重的日益增加,是当代国际分工深化的一个主要标志,而跨国公司的发展更强化了这种趋势。

国际综合性产品(International Conglomerate Product)是指跨国公司在与产品生产过程有关的国家里组织专业化生产,而又通过跨国公司内部贸易把这些国家的生产活动和工序联系在一起。因此,在有关的每一个国家的国内生产流程,也就成为跨国公司在世界范围内的总的生产流程的一个组成部分。在此基础上生产出来的产品,也就成为一种“国际综合性产品”。

国际综合性产品的出现,标志着传统观念上的某国产品受到了重大的冲击,模糊了产品的“国家属性”。那些由“多国籍”元件组成的产品是诸多生产要素在全球范围内实现优化配置的产物。

当代跨国公司的发展使许多产品的生产和销售也成为全球性的了。事实已经证明,真正有竞争力的产品无一不是国际综合性产品。日本生产的电子计算器,电子芯片来自美国,外壳是印度制造的,在新加坡或印尼组装,然后在日本的横滨或神户印上“日本制造”的牌子。世界著名的美国奥蒂斯电梯公司业务覆盖 222 个国家和地区,有 1 400 多个办事处,6.8 万个维修点,它生产的 411 型多门电梯,总机系统由康乃迪克州乏明屯生产,平滑机在日本生产,新颖电梯门为法国生产,电子设备为德国生产,辅助工程设备则在西班牙生产,最后由奥蒂斯公司总部负责总组装,贴上美国制造标签,销往世界各地。

欧洲几个国家联合研制的大型民用飞机“空中客车”(Airbus)就是国际综合性产品的典型。为研究开发 A-320 型飞机的发动机,美国联合技术公司的怀特尼分公司、英国的罗伯尔-罗伊斯公司、意大利的菲亚特公司、法国 MTV 公司以及三家日本公司共同组建了七公司财团,联合为此项目集资。参加“空中客车”系列干线飞机生产的公司有:法国航空航天工业公司、德国空中客车有限公司、英国航空航天公司、西班牙的卡萨公司、西班牙飞机制造公司、荷兰的福克公司、比利时的空中客车公司和意大利的阿莱尼亚公司。由上

述各国公司生产的零部件集中在图卢兹法国航天航空工业公司进行总组装。法国生产的元件占“A-320”型飞机元件份额中的40%，在“A-330/340”型中占37.9%。

综上所述，人们可以得出以下三个结论：第一，国际综合性产品是集世界技术之大成，是任何单国企业的产品无法比拟的，它是资源、工艺、技术、管理等要素最佳配置的产物。第二，一个著名的产品要百分之百“本国化”是难以做到的，而且也不经济。第三，经济全球化打破了企业和产品的国籍，推动了经济的高速发展。

五、全球化经营企业——国际企业

西方企业界对国际企业的研究始于20世纪50年代。全球化经营活动，在世界经济舞台上并非新生事物，远在古代的希腊和罗马，商人们的贸易活动已经跨越了国界。然而，作为现代具有相当规模能直接进行跨国经济交往的国际企业的产生，只是近三四十年的事情。

（一）国际企业定义

在掌握国际企业的定义之前，首先，应该了解有哪些称谓反映企业进行全球化经营活动？对企业进行全球化经营所使用的名称有多种多样，如：多国企业、多国公司、国际公司、跨国公司、世界公司、环球公司、宇宙公司、超国家公司、全球企业等。

（1）多国企业。加拿大政府指出：多国企业是由一个单独企业进行的国外直接投资的具体体现，它横跨几种行业（至少四、五种）并将其全部活动分派到不同的国家之间，以实现公司的全面目标。

（2）多国公司。布鲁克和雷默指出：“任何一个至少在两个国家经营其主要业务，不管是制造业还是服务业的公司，称为多国公司。”

（3）国际公司。罗尔夫指出：“一个国际公司可以定义为：有25%或者更多的国外份额的一个公司。国外份额是指国外销售、投资、生产或雇用人数的比例。”

（4）跨国公司。邓宁认为：“一个国际拥有或（财政上）受国际控制的企业是一个其资本为一个以上国籍的经济代理人所拥有或控制的公司。”

（5）超国家公司。罗宾逊规定：“在超国家公司内，按照公司目的，以全球为基础分配资源，只要它们和控制这个公司的国际政治制度不发生冲突，它们

在组织结构上、心理上和法律上,都是可以自由制定政策的。”

(6)全球公司。有的学者指出:一个公司可能是全球性的,它的经营渗透到各处,以致它处于一个国家的政策的有效影响范围之外,并且由于不存在超国家政策,在一定程度上只是从公司的效能出发,自由制定政策。

对于本书研究主要针对的是国际企业,对国际企业这一概念,人们从不同的角度进行了定义,大体可以归纳为下面三类:

国际企业是指在两个或两个以上国家或地区设立生产或销售机构,并从事跨国生产与经营活动的企业。国际企业具有如下特征:①国际企业至少在两个以上的国家或地区之间从事生产经营活动,并设有分支机构或子公司;②规模庞大;③具有寡头独占性质;④实行全球经营战略;⑤实行高度的内部分工。

国际企业的类型与经营方式,从经营的角度看,国际企业可分为以下类型:①资源型。即直接投资于资源所在国以获取本国所短缺的各种资源和原材料。②制造型。即主要从事加工制造业,开始是以加工装配为主,随着当地工业化程度的提高,投资转向资本货物部门和中间产品部门。③服务型。即提供技术、管理、金融、保险、咨询等服务的国际企业。

(二) 国际企业的特征

国际企业是当代世界经济高度发展的产物,是经济活动全球化的代表。近十年来,国际企业在数量、规模、经营领域、组织结构、经营战略、管理思想、管理方法上,与国内企业相比,都存在着明显不同的基本特征。概括起来主要有以下几个方面:

1. 以全球市场为目标,制定全球性的经营战略

全球性的经营战略是以整个世界为目标,来安排投资、生产、销售以及科研等经营活动。它是国际环境多变性和社会分工全球化的必然要求。

全球性经营战略的最终目的就是要在多国基础上取得最大的经济效益,它主要围绕着下属方面展开:全球性经营资源的最优配置、投资规模与速度、税赋的交纳总量、技术开发与转让、市场占有率等。

2. 国际企业具有寡头独占的特征

一般来讲,国际企业规模庞大、拥有众多的国外子公司和分支机构、经营领域广泛、技术力量雄厚、拥有国际知名的商标、享有政府或国际机构给予的特权或专利权。可以说,大型国际企业是一个游离于各国政府之外的“独立王国”。它将母国市场、东道国市场和自身的各分支机构之间的国际交换体

系,统一于总部的麾下。据初步估计,世界工业总产值的 2/3 为国际企业所创造。而其中最大的 300 家或 500 家公司,又占去其产值总体的绝大部分。这些大型的国际企业,其生产额或销售量(额)至少在 10 亿美元左右;若干最大的国际企业则在 500 亿美元,甚至数千亿美元以上。

3. 国际企业经营管理的内部一体化

所谓经营管理内部一体化是指:国际企业在企业内部经营管理的过程中,利用高度集中统一的管理方式将各个子公司、分公司的分散经济活动有机地结合起来,形成有强大国际竞争力的组织网络。它具体表现在:母公司集中决策公司的发展战略,拥有重大事宜的最终决定权,如长期计划、投资计划、市场目标、高层人事调配、转移价格体系、利润分配等。

4. 国际企业能用少量资本控制巨额资本

国际企业借助“参与制”,对东道国公司巨额资本实行控制。在实践中,有时拥有 10% ~ 25% 的股份就可获得控股地位。据估计,国际企业所能支配的资本是自有资本的 4 ~ 5 倍。除了实施股权控制外,国际企业还可以通过控制生产、工艺、技术、销售和管理等对东道国公司实施实际控制。

第二节 企业全球化理论

由美国哈佛大学工商管理学院迈克尔·波特(Michael Porter)教授提出的价值链理论,是在发达国家跨国公司于 20 世纪 80 年代中末期基本上完成了全球化并向全球化阶段过渡的前提下产生的。波特提出的竞争战略包括企业和产业两个方面,即产业长期盈利的吸引力和各个企业在产业内的相对竞争地位。他认为,一个企业要善于发现自己潜在的竞争优势。这些竞争优势包括成本领先优势(专有技术、规模经济、原材料、人力资源的开发等方面),产品差异化优势(在创新程度、产品设计、结构、规格档次等方面明显区别于竞争对手)和集中于细分市场的优势(在市场细分基础上的具体目标市场)。

一、价值链理论框架

随着世界经济的发展,全球化的市场竞争使消费者的需求和期望值变得越来越高,客户希望获得的不再是统一的标准产品,而是真正满足个性化要求

的产品和服务,同时要求成本也越来越低。企业正面临着从面向稳定的市场提供标准化产品的大规模生产方式转化为向动态的个性化市场提供差异化产品(或服务)的业务运作方式转变。

在新的经济环境下,全球化竞争已经不是单纯的企业和企业之间的竞争,而是核心企业为主导的供应链之间的竞争。供应链管理将企业管理规模拓展,不仅考虑优化企业内部资源,而且考察在整个供应链(包括多级供应商、经销商)范围内以最小的成本、高质量地满足需求。

供应链管理的本质是研究供应如何有效(供应链总成本最低)地满足需求,供应链管理的灵魂是协同作用,它包括整个供应链中所有上下游企业的信息共享和业务协作,只有这样才能减少供应链各环节的无效作业,产生增值。协同意味着企业内部部门之间、分销商和零售商甚至终端客户联系起来,共同挖掘和满足市场需求,形成企业的动态联盟,统一计划、统一数据模式,所有供应链结点企业,在统一计划的运作下进行产品的协同开发、物料的协同采购、生产、分销和交付。

传统的业务流程和信息传递方式,使整个供应链无法对市场的变化进行快速响应,订单需求变化5天~6天后供应商才能做出反应,一方面造成库存积压加大了成本,另一方面由于不能及时供货而降低了客户的满意度,增加了客户转换厂家的可能性。

通过流程再造和信息平台的建立,一方面企业实现了信息合成,并行处理,使产品计划和采购计划通过物流需求平台实现计划的一体化运算,大大提高了计划调整的效率,另一方面利用B2B销售平台缩短了客户订单调整的反馈时间,同时B2B采购平台实现了企业与外部供应商之间的信息一体化,从而使整个“供应链”可适时地对订单变化进行响应。

企业可通过实施物流企业资源规划(ERP)和B2B采购平台与供应商形成协同商务模式。企业通过电子虚拟市场将终端客户,经销商、制造厂商和配套厂商的信息系统连接在一起,中小型的配套厂商可采用托管的方式将自己的某些业务(计划、采购、库存、销售等)管理起来。这样,经销商可通过电子虚拟市场根据集成的制造厂商的产品计划信息甚至配套厂商的配套能力信息,进行交货期的适时确认;制造厂商可按照客户订单规模生产,并通过共享的配套厂商的供货能力和库存信息进行采购计划的适时调整,配套厂商可在第一时间得知市场的变化从而调整计划。

知识经济的兴起,经济全球化、信息化、网络化时代的到来,企业将面对的是越来越多的竞争对手和越来越难以满足的顾客群体。企业天天在感受到新