



ZHONGGUO KUAGUO QIYE WAIPAI RENYUAN HUIREN GUANLI

中国跨国企业 外派人员回任管理

◎姜秀珍 著

教育部人文社科青年项目



ZHONGGUO KUAGUO QIYE WAIPAI RENYUAN HUIREN GUANLI

中国跨国企业 外派人员回任管理

◎姜秀珍 著



华东理工大学出版社
EAST CHINA UNIVERSITY OF SCIENCE AND TECHNOLOGY PRESS

图书在版编目(CIP)数据

中国跨国企业外派人员回任管理/姜秀珍著. —上海:
华东理工大学出版社, 2011. 10
ISBN 978-7-5628-3155-6

I. ①中... II. ①姜... III. ①跨国公司-企业管理:
人力资源管理-研究-中国 IV. ①F279.247

中国版本图书馆 CIP 数据核字(2011)第 210507 号

教育部人文社科青年项目

中国跨国企业外派人员回任管理

姜秀珍 著

责任编辑 / 严国珍 李 骁

责任校对 / 金慧娟

封面设计 / 戚亮轩

出版发行 / 华东理工大学出版社有限公司

地 址: 上海市梅陇路 130 号, 200237

电 话: (021)64250306(营销部)

(021)64252713(编辑室)

传 真: (021)64252707

网 址: press.ecust.edu.cn

印 刷 / 江苏句容市排印厂

开 本 / 890mm×1240mm 1/32

印 张 / 5.5

字 数 / 163 千字

版 次 / 2011 年 10 月第 1 版

印 次 / 2011 年 10 月第 1 次

书 号 / ISBN 978-7-5628-3155-6/F·239

定 价 / 38.00 元

(本书如有印装质量问题, 请到出版社营销部调换。)

序

随着经济全球化的嬗变、产业结构的调整和企业兼并重组浪潮的推进,中国跨国企业做强做大做优,成为世界一流企业的愿望更加强烈,对未来的国际化人才需求更为迫切。全球管理人才组织项目管理协会(PMI)首席执行官贝格雷认为,21 世纪的人才竞争是一个真正的国际化战场,中国在这场全球的人才争夺战中面临着尤为严峻的形势。面对全球化,我们必须接受国际化,欢迎全球化,因为我们别无选择。

在大力实施“走出去”战略进程中,中国已有一批大型企业成为参与国际竞争的主导力量,跻身于世界 500 强企业,但总体上讲,无论资产规模、盈利能力,还是创新能力、人才队伍,与世界上的跨国企业、知名企业相比,差距还很大。研究表明,跨国公司在世界经济中的影响力和支配力将进一步提升,作为一种结果,跨国公司派遣执行海外任务的人数在不断增加。跨国公司在全球建立分支机构形成全球网络组织,在市场公共性、资源相异性、竞争反应迅速性的全球环境中,跨国公司需要创造性地解决方案,创新能力成为跨国公司实现在全球价值链中价值增加,获取国际竞争优势的核心要素。外派人员在跨国公司创新中扮演越来越重要的角色,他们在国际经历中不断学习、思考和解决各种不确定性问题,不仅能够识别和分辨不同文化体系下人员、事物和环境的异同,创造性地发现和捕捉机会,而且作为国际知识的集中体现者以及向跨国公司全球网络组织扩散知识的战略工具,能够缩短组织的学习时间,促进创新优势。因此,作为跨国公司在国际市场上角逐创新的一支重要力量,跨国公司外派人员成为近年来学术界关注的热点和跨国公司人力资源部门管理的难点。

就中国的跨国企业而言,他们在由资源依赖型向知识依赖型转变的过程中,采取了战略先导型组织创新模式,除了要求企业具有国际视野和战略眼光外,还要求企业在瞬息万变的国际市场环境中能够有效利用各种信息源,创造性地学习借鉴外部组织创新的经验,

以尽量减少海外风险和管理成本。与西方的跨国公司不同,一方面,中国跨国企业在中国文化情境和国际化经营初级阶段的双重作用下,不仅组织文化、领导力和员工关系与西方迥异,而且尚缺乏对外派管理领域的系统研究和实践;另一方面,中国跨国企业国际人才的短缺性强化了外派人员作为组织学习角色的不可替代性,提高了他们获取更多发展的职业预期。因此,如何发挥外派人员回任效应便成为中国跨国企业迫切关注的重要议题。

上海对外贸易学院副教授姜秀珍博士基于敏锐的观察力和强烈的责任心,一直将跨国公司外派人员管理作为其理论与实务相结合研究的重要领域。她不仅具有宽广的学术视野,而且具有深厚的理论功底,文理德行兼备,研究方法得当,富有创新精神。本书正是她基于中国跨国企业外派人员的回任管理所进行的有益探索和理论总结。在理论层面,她对跨国企业外派回任管理与回任效用进行了系统分析,是对国际人力资源管理领域崭新的理论探讨;在实践层面,以中国跨国企业外派回任人员为研究对象,构建了外派人员回任意愿和离职倾向影响因素的理论框架,并通过详实的数据利用统计学方法和工具进行实证检验,揭示了中国跨国企业外派回任人员的现状特征,提出了相应的管理机制与政策建议,同时辅以典型案例加以描述。

天道酬勤。作者在本书中所做的开拓性的理论和实证研究,不仅是她对中国跨国企业的深入调研和亲自访谈的结果,而且也是她在英国金斯顿大学作为访问学者期间的研究成果。可以说,这是一部具有开拓性的人力资源管理研究专著,研究视角独特,学术观点新颖,为中国跨国企业在全球视角下科学认识与提升外派人员回任效用,深层次融入全球化竞争,增强组织创新提供了理论基础和决策依据。

是为序。

金思宇 于北京
2011年9月8日

注:金思宇,高级研究员,人力资源管理专家、英国金斯顿大学客座教授。



目 录

第 1 章	企业国际化与外派管理	1
1.1	企业国际化与组织创新	1
1.2	国际劳务市场新趋势	10
1.3	外派管理的新进展	17
第 2 章	外派回任管理的相关理论支持	25
2.1	企业国际化理论	25
2.2	外派管理理论	35
2.3	跨文化适应理论	44
2.4	职业生涯管理理论	53
第 3 章	外派人员的回任效用分析	61
3.1	国际经历对外派回任人员的影响	61
3.2	回任适应	68
3.3	外派人员领导力、回任适应与组织创新	78
3.4	外派人员创造力、回任适应与组织创新	84
第 4 章	中国跨国企业外派人员回任现状的实证分析	91
4.1	回任现状的理论分析	91
4.2	外派人员回任意愿的实证研究	98
4.3	外派回任人员离职倾向的实证研究	112
4.4	实证研究的进一步探讨	125
第 5 章	外派人员回任管理机制与策略	129
5.1	回任管理机制设计	129



5.2 回任管理策略	136
第 6 章 典型案例	143
6.1 典型案例一	143
6.2 典型案例二	148
6.3 典型案例三	152
参考文献	159



第1章 企业国际化与外派管理

当今世界各国经济紧密相连、相互依赖,国际的经济交流日益扩大,跨国企业在世界经济中的影响力和支配力进一步提升,跨国公司的创新能力成为获取国际竞争优势的核心要素。国际劳务市场作为整个国际市场的重要组成部分,对劳动力要素在国与国之间的流动起了非常重要的作用。随着世界经济增速逐渐缓慢,各国的贸易保护主义日益加强,劳务市场上的竞争更趋激烈,并出现了新的特点。作为跨国企业发展的一种结果,外派管理人员增长迅速,成为国际企业提升组织创新、在全球市场角逐的关键人力资本。当前,外派管理越来越受到重视,成为国际企业人力资源管理的核心内容。

1.1 企业国际化与组织创新

1.1.1 对企业国际化的理解

1.1.1.1 “国际”或“国际化”一词的内涵和外延

描述国际企业的名称很多,理解国际企业的概念,这需要比较 International, Internationalization, Multinational Corporation, Global, Globalization 或其他词语之间的异同,然后对“国际”或“国际化”一词的内涵和外延进行界定。

研究国际化大概沿袭了这样一种发展道路,即首先是第二次世界大战后,特别是 20 世纪 60 年代以来,跨国公司的迅速发展,理论界开始对跨国公司进行大量的研究。企业国际化是 20 世纪 70 年代中期以后,国际商务研究领域(International Business)的重要研究课题之一,它主要研究一个国内企业怎样发展为一个跨国公司,包括企业的人、财、物,以及行业、战略、组织架构匹配等一系列问题。具体研究的重点包括:①企业国际化道路的选择;②外国市场进入方式比



较;③国际化经营战略。

对企业的国际化,主要有四种不同的理解:

(1)企业国际化是企业由国内市场向国际市场发展的渐进演变过程。20世纪70年代中期,一批北欧学者(Carlson, 1975; Forsgren & Johanson, 1975; Johanson & Wiedersheim-paul, 1975; Johanson & Vahlne, 1977)以企业行为理论研究方法为基础,提出了企业国际化阶段理论。也有学者称之为“优拔萨拉国际化模型”(Uppsala Internationalization Model, UM),该模型认为,企业国际化应该被视为一个发展过程,这一发展过程表现为企业对外国市场逐渐提高承诺(Incremental Commitment)的连续(Sequential)形式。

(2)企业的国际化是企业有意识地追逐国际市场的行为体现。美国麻省理工学院国际商务学的著名专家理查德·罗宾逊(Richard D. Robinson)教授在其著作《企业国际化导论》中提出:“国际化的过程就是在产品及生产要素流动性逐渐增大的过程中,企业对市场国际化而不是对某一特定的国家市场所作出的反应。”

(3)企业国际化是指企业的跨国经营活动。英国国际商务学的著名教授斯蒂芬·杨(Stephen Young)等在《国际市场进入与发展》一书中,认为企业国际化是指“企业进行跨国经营的所有方式”。这些活动包括产品出口、直接投资、技术许可、管理合同、交钥匙工程、国际分包生产、特许经营等。

(4)企业国际化是指企业走向世界的过程。梁能在《国际商务》中认为,“企业走向世界的过程可以从两方面来讨论:其一是企业经营的国际化,也就是企业产销活动的范围怎样从一国走向世界的问题;其二是企业自身的国际化,也就是一个原先土生土长的地方性企业,如何向跨国企业演变发展的问题”。

由此可见,企业国际化是指企业积极参与国际分工,由国内企业发展为跨国公司的过程。从广义上说,国际化是一个双向过程,它包括外向国际化(Outward)和内向国际化(Inward)两个方面。

1.1.1.2 国际企业的名称与分类

给国际企业下定义是非常难的事情,至今没有统一的标准。美国著名的国际企业管理专家约翰·丹尼尔斯和李·贝德鲍在合著的《国际企业:环境与经营》一书中指出:国际企业(International Busi-



ness)是从事两个或两个以上国家之间的业务往来的组织。从广义上讲,凡从事国际商务经营活动的企业都称之为国际企业。联合国跨国公司委员会进一步指出:国际企业是指由在两个或更多的国家的实体所组成的公有、私有或混合所有制企业。它们具有以下特征:以共同的所有制为纽带互相联结,依赖于共同的资源组合(如货币、信用、信息系统、商标和专利),受控于某个共同的战略。目前,国际企业又被称为跨国公司(Multinational Corporations)、多国公司(Transnational Corporations)、国际公司(International Corporations)或全球公司(Global Corporations)。

1.1.2 跨国企业全球化发展的特点

随着经济全球化和企业国际化竞争的不断深入,跨国企业发展到了一个新的阶段。在这一阶段,跨国公司的全球化程度大大提高,其跨国指数(海外资产、海外销售和海外雇员分别与总资产、总销售和总雇员的比例)有的已经超过50%。具体来说,主要呈现以下特点:

(1)经营战略的全球化。随着企业竞争的全球化,跨国企业不得不根据全球市场制定战略,从而保持现有竞争优势和开发新的竞争优势。在全球市场战略下,跨国企业首先把营销及服务网点撒向全球,随后把制造组装业务转移到新兴市场或者最适宜加工组装的地区。

(2)组织结构的网络化。随着企业发展战略的转型,跨国企业的组织架构也相应进行了调整。在全球化的经营战略指导下,公司在全球不同国家和地区设立纵向的业务分部以及横向的地区总部,使得这些企业形成了新的多中心多结点的网络组织结构。这一模式有利于跨国企业对全球范围经营环境的变化作出更迅速的反应,更有效地利用全球资源。

(3)企业文化的多元化。为适应全球竞争与合作,跨国企业调整了其企业文化的内涵,将以往的以母国文化为中心整合各国雇员带来的不同文化的模式转向母国文化与东道国文化或第三国文化并存的多元文化体系。

(4)团队管理的全球化。基于全球化的管理团队包括了来自母



国、东道国和第三国的管理层,这样的团队恰好处于跨国公司“多中心、多结点”的网络组织结构的各个结点,从而有利于保证这种组织结构的有效运作。

1.1.3 中国企业国际化概况与特点

1.1.3.1 概况

2007年党的十七大报告中首次具体阐明了我国企业国际化的战略方向,即创新对外投资和合作方式,支持企业在研发、生产销售等方面开展国际化经营,加快培育我国的跨国公司和国际知名品牌,这为制定我国企业国际化经营战略指明了方向。在2010年制定的“十二五”规划中指出,加快实施“走出去”战略,逐步发展我国大型跨国公司和跨国金融机构,提高国际化经营水平。中国政府通过“引进来”和“走出去”政策导向,鼓励企业并购战略资源,进军国外市场,减少内部市场压力,实现企业的国际扩张。作为进入WTO和政府全球化政策的一个结果,中国FDI从2004年起有较快发展,而在1992—2003年基本保持不变。从2004年的55亿美元到2007年的220亿美元和2008年的520亿美元,中国无论按流量还是按年份计,都紧随香港(中国)和俄罗斯之后,成为新兴市场经济体的第三大投资者。由复旦大学管理学院和Vale-哥伦比亚可持续国际投资中心(VCC)共同进行的调查显示,中国企业的全球化已经有广泛的地域分布,中国的FDI分布在174个国家和地区,尽管遇到了严重的金融危机的影响,据商务部统计,2009年一至三季度,我国境内投资者仍然对全球112个国家和地区的1612家境外企业进行了直接投资,累计实现非金融类对外直接投资328.7亿美元,同比增长0.5%,其中,三季度当季对外直接投资204.7亿美元,同比增长190.4%,较上季环比增长135.3%,第三季度对外直接投资额超过了前两个季度的总和。以收购方式实现的直接投资143亿美元,占到我国同期投资总额的43.5%,收购领域主要涉及采矿业、制造业等。此外,统计显示,大多数中国的FDI是来源于中国的国有企业,但是由这些企业控制的对外直接投资存量的百分比显著减少,从2002年的90%到2007年的71%再到2008年的69.9%,揭示了私有企业也在迅速地对外扩张。此外,中国的跨国企业在世界舞台上正在快速成长,复旦一



VCC 对 18 家中国跨国企业按照海外资产数进行了排名(见表 1-1)。主要成果包括:至 2007 年底 18 家企业至少拥有 1 060 亿美元的海外资产,133 674 位海外雇员和 910 亿美元的海外子公司销售额。

表 1-1 复旦-VCC 18 家大型中国跨国企业排名

根据 2007 年海外资产排名(单位:百万美元)

排名	公司名称	所属行业	海外资产
1	中信集团	多元化	25 514
2	中国远洋集团公司	交通和仓储	21 365
3	中国建筑工程总公司	建筑和房地产	11 801
4	中国石油天然气集团	石油和天然气	6 814
5	中国海运集团(公司)	交通和仓储	5 815
6	中国中化集团公司	石油和天然气	4 812
7	中国华能集团	电力和电力设备	4 250
8	中国海洋石油公司	石油和天然气	4 223
9	联想集团	电脑和相关器件	4 030
10	中国外运股份有限公司	交通和仓储	3 196
11	上海汽车工业集团	汽车	2 305
12	中国交通建设股份有限公司	建筑和房地产	2 134
13	中国钢铁公司	金属及金属制品	2 130
14	中国重汽集团	重型卡车	1 870
15	中国五矿公司	金属及金属制品	1 823
16	中兴通讯公司	电信产品和服务和解决方案	1 740
17	宝钢集团公司	金属和金属制品	1 077
18	海尔集团	制造业	768
总资产			105 666

资料来源:复旦-VCC 中国跨国企业调研



这 18 家跨国企业的海外资产迅猛增长。2005—2007 年,海外资产从 630 亿美元增长到 1 060 亿美元,增幅达到了 67%,而它们的总资产周期增长为 56%。这些增长主要是由 2007 年的增长率构成的。这也就导致了它们海外资产占总资产的比重从 14.4%微弱地增加到了 15.4%(见表 1—2)。这 18 家企业显示出了较低的国际化程度,这些企业 2007 年的跨国指数(TNI)从 7%~65%不等,平均数字大约为 15%(见表 1—2)。中国的平均跨国指数比联合国贸发会议发展中经济体前一百的跨国非金融企业要小得多。以中信集团为例,海外资产数排在联合国贸发会议排名表中第 7 位,跨国指数却排在第 92 位。一方面这反映了最近的中国企业的大规模扩张和它们庞大的国内资产基数,另一方面中国公司在海外扩张方面还有巨大的潜力未开发。

表 1—2 中国 18 家跨国企业缩影, 2005—2007

10 亿美元和雇员数

变量	2005	2006	2007	(2005/2007)%
资产				
国外	63	75	106	68
总数	438	526	685	56
海外占总数的比重(%)	14.4	14.3	15.4	
雇员				
国外	136 906	138 987	133 674	-2
总数	2 125 710	2 131 910	2 125 338	0
海外占总数的比重(%)	6.4	6.5	6.3	
销售(不包括出口)				
国外	84	83	91	9
总数	297	348	415	40
海外占总数的比重(%)	28.3	22	22.0	

来源:复旦-VCC 中国跨国企业调研



从表1-2可知,海外销售额比海外资产增长缓慢很多。从2005—2007年,海外销售额仅增长了9%,而海外资产增长了67%。这主要是由于两个原因:一是一些新增的海外资产以自然资源的形式出现,并且不能快速地转换为收入;二是其中几家公司的海外销售额增长缓慢或者为负增长。由于国内的销售额比国外的销售额增长迅速,海外销售额和总销售额的比例从32%降为27%,这说明国内市场仍然是中国跨国企业一个强有力的扩张阵地。

应该说,中国的对外直接投资在可预见的未来有一个持续增长的空间,原因如下:第一,中国政府已经促进和继续促进“全球化”政策,来提供给所有类型的企业对外扩张一个必要的刺激。第二,中国经济快速增长刺激相关企业到国外寻求自然资源。第三,为了加强公司的特有优势,许多制造型企业有强烈的海外并购动机,诸如,收购著名品牌、先进技术和完善的分销渠道。第四,为了最优化中国巨大的外汇储备,政府放松了汇率管制,导致企业更易获得外汇储备进行对外投资。

1.1.3.2 特点

中国企业真正意义上的境外投资始于20世纪70年代末期,开拓国际市场的时间较短,大大滞后于先发国家企业的国际化进程。尽管不乏成功中国的企业国际化案例,但整体上的中国企业仍处于国际化的初级阶段。多数从事跨国经营的中国企业,国际化经验不足,对外投资规模小,研发水平低,资金实力不强,跨文化整合管理能力欠缺,这些因素都制约了中国企业进军国际市场。可见,中国企业在国际化进程中带有明显的后发型特征。

在国际化进程中,后发的中国企业首先意识到自身的劣势,并从自身劣势出发,制定各种战略,以开拓性眼光看待技术、市场,努力获取各种资源,然后通过各种内外部要素的整合,不断增强实力。中国企业根据自身的情况和新的环境背景,选择不同的发展途径,并有着与先发企业的国际化战略不同的动因。我国后发型企业国际化战略动因体现出了多元化特征。市场寻求、资源寻求、低成本寻求、战略资产寻求与资本寻求,将“引进来”与“走出去”相结合。通过引进资源、技术、资本,不断增强企业竞争力;通过走出去,开拓外部市场空



间,整合各种内外资源,增强企业的国际竞争力。但就整体上处于国际化初级阶段的我国企业来说,各种战略动因所占的比例是不同的。据国务院发展研究中心的统计,“市场寻求”是当前的中国企业国际化最重要的战略动因,“战略资产寻求”型动因也有显著的表现。品牌、技术、管理等都是中国企业在国际化进程中所缺少的战略性资产,在这些战略动因中,恰恰显现出后发的中国企业在国际化进程中的战略资产寻求倾向。

1.1.4 后发型企业国际化与组织创新

1.1.4.1 中国后发型企业国际化与学习型组织

构建企业竞争优势在知识经济时代已转化为在学习能力上的优势。与发达国家企业国际化不同,中国后发型企业国际化进程短,而且很快置于全球化、知识经济的背景之下,置于全球产业价值链的调整与激烈竞争中。作为后发型企业,要在知识经济时代、在国际化竞争中获得优势,就要懂得、识别和获取分散在全球的各种稀缺资源,并将其整合,创造出自身的战略优势环节。为此,需要构建学习型组织,通过消除组织管理方面的“学习智障”来促进知识的收集、传递、转化和创新。例如,后发型企业可以把对稀缺资源的寻求作为发挥后发优势的关键点。以学习型组织结构为出发点推进企业与各个分支的网络联结,保证信息的横向与纵向流动的畅通,充分发挥各个地域子公司的学习潜力,挖掘总部之外的子公司的优势,重视不同区位的子公司对本地市场信息的获取能力,注重每个子公司在整个企业网络中的差异性,利用子公司所在市场环境及其特有的资源优势,为企业的全球战略服务。并且,还可以通过加强与外部组织的交流和沟通,组建知识联盟,这样,后发型企业可以吸取更多的外部知识,从而促进国际化经营网络中的知识向后发型企业转移,增加知识的溢出效应。

1.1.4.2 组织创新

目前,尽管中国是全球最大的发展中国家,经济总量已跃居世界第二,然而在世界 500 强企业中,中国拥有跨国公司的数量和竞争力与其在全球经济中的地位不相称,中国需要加快培育具有国际竞争力的跨国公司,参与全球资源配置(李荣融,2009)。新阶段中国跨国



公司在更高层次上与西方跨国公司竞争,意味着这是一个实现从追随者或补缺者到挑战者甚至领先者的过程,在世界跨国公司以创新为竞争取胜的前提下,提高组织创新能力已成为迫切所需。中国政府在《国家中长期科学和技术发展规划纲要(2006—2020年)》中已把自主创新确立为新的国家战略。在2010年制定的“十二五”规划中这一点已开始实施。以中央企业为例,作为中国跨国公司重要力量的代表,“十二五”期间,他们强调通过实施转型升级战略,主要依靠科技进步、劳动者素质提高、管理创新转变成为实现“做强做优中央企业、培育世界一流企业”目标的关键所在。

当学者们开始把组织作为创新的个体看待时,便出现了组织创新性的概念。赫利和赫尔特(Hurley & Hult, 1998)将企业创新性定义为“企业对新思想的开放程度,即接受新思想的主动性”。加西亚和卡兰托恩(Garcia & Calantone, 2002)认为,企业创新性是指“企业进行创新的倾向性,或者说,是指企业采纳创新的倾向性”。关于企业的创新能力,拉尔(Lall, 1992)定义为“企业有效吸收、掌握和改进现有技术,并创造新技术所需要的技能和知识的能力”;特罗特(Trott, 1998)把它定义为“企业创造创新产出的潜力”。传统的创新能力分析框架从三个维度来考虑企业创新能力的主要影响因素:文化、领导能力、内部过程和外部影响,分析方法上多以创新能力为因变量,影响要素为自变量,从而分析和评价企业创新能力上的变化与差异(张国良等, 2007)。

很多学者从不同角度对组织创新的内容进行界定,研究主要包括以下四种取向:① 产品观点,认为组织创新是组织生产或设计的新产品,主要强调创新的具体结果与评价;② 过程观点,认为组织创新是一个系统化的过程,通常以阶段过程模型来评价组织创新;③ 产品及过程观点,认为组织创新既是一种产品,也是一种过程,应以产品和过程的二元观点来定义组织创新;④ 多元观点,持这种观点的学者认为,关于组织创新产品或过程的观点只是强调了组织技术层面的创新,而忽略了组织管理层面的创新,因此,主张从技术创新(产品、过程和设备等)和管理创新(系统、方案、政策和服务等)两个方面来考察组织创新(Russell, 1995)。笔者认为,单纯以产品或过程的观点来考察组织创新,都不能全面反映其内容,而以多元观点来界



定组织创新则比较完整,也符合组织创新多元属性的特点。

在知识经济时代,企业的组织创新是一个以知识战略为导向、组织结构为载体、企业文化为底蕴、组织学习为机制的企业知识交流和积累创新过程。企业组织创新的全过程都需要知识共享、知识积累和知识创新。知识创新的过程可进一步作用和体现在企业的组织结构创新、组织流程创新和行为规则等组织创新行为中。企业的组织创新是企业知识创新的运用与延伸,知识创新与组织创新是相互促进,共同促进企业知识存量和流量的转化过程。其中,组织结构创新、组织流程创新和组织制度创新的过程更多地体现为显性知识的积累、运用与创新,而企业组织文化创新过程更多地体现为企业的隐性知识积累、运用和创新。

1.2 国际劳务市场新趋势

1.2.1 国际劳务市场

国际劳务市场是世界上从事劳务交易的场所。国际劳务市场是整个国际市场的重要组成部分,它对劳动力要素在国际上的流动起到了非常重要的作用。国际劳务市场经过了 20 世纪五六十年代的孕育与发展,形成了西欧和北美两大劳务市场。随着西方国家的经济陷入 70 年代的滞胀和 80 年代的缓慢增长,以及中东国家石油收入的剧增和亚洲“四小龙”的兴起,国际劳务市场已从只进行普通劳动力流动的西欧和北美两大市场,发展至亚太、中东、西欧、北美、拉美和非洲并能提供多种劳动服务形式的多元化市场。进入 90 年代以后,由于世界经济增长缓慢,各国的贸易保护主义日益加强,使劳务市场上的竞争更趋激烈。目前,随着多数国家采用调整与发展并重的政策,国际劳务市场呈现出对技术劳务需求增加的态势,而且国际劳务市场多元化的趋势还在进一步加强。国际劳务市场与国际商品市场有很大的不同,其主要表现在以下两个方面:

其一是交易的对象不同。商品交易市场交易的对象是有形的,即有形的实物,而劳务市场交易的标的是无形的,即非物化的活劳动。

其二是交易场所的设置不同。商品交换场所有很多都是固定