

<<企业国际化理论的演进>>

图书基本信息

书名：<<企业国际化理论的演进>>

13位ISBN编号：9787010085173

10位ISBN编号：701008517X

出版时间：2009-12

出版时间：人民出版社

作者：王国顺，郑准，杨昆 著

页数：336

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>

<<企业国际化理论的演进>>

前言

改革开放以来，我国“引进来”战略取得了巨大成功，对我国经济的快速发展起到了极为重要的推进作用。

但随着我国企业的不断发展壮大和世界经济格局的变化，单一的内向国际化已经不能适应新形势发展的要求，开展外向的国际化经营将越来越成为我国企业的重要选择。

在当今世界经济中，跨国公司发挥着十分重要的作用，但我国企业国际化经营的整体层次和水平还远未具备与国际大的跨国公司同台竞技的能力。

因此，我国企业开展国际化经营既是为了谋求全球资源配置利益，拓展更大的生存和发展空间，也是通过积极参与国际竞争不断提升自身竞争力的需要。

可以肯定的是，选择国际化经营是我国企业发展的重要趋势。

随着企业国际化实践的持续深化，企业国际化理论研究日益受到重视。

自20世纪60年代海默提出解释跨国公司对外直接投资的垄断优势理论至今，企业国际化相关的理论研究已持续开展了近50年。

在这一发展过程中，众多学者从不同的理论视角，如产业组织、交易成本、企业能力、社会网络、企业家精神等对企业国际化的相关问题进行解释，形成了各种不同的理论范式和流派，这使人们对企业国际化行为的发生逻辑和内在机理有了越来越深入的理解。

<<企业国际化理论的演进>>

内容概要

国际化经营正成为我国企业发展的重要趋势。

企业国际化经营既是为了谋求全球资源配置利益，拓展更大的生存发展空间，也是企业通过积极参与国际竞争不断提升自身竞争力的需要。

自20世纪60年代至今，众多学者从产业组织、交易成本、企业能力、社会网络、企业家精神等不同视角对企业国际化的相关问题进行解释，形成了不同的理论范式和流派。

本书旨在系统性梳理、归纳和评价已有的企业国际化理论，对各理论的形成发展、内在逻辑、基本内容及理论主张进行介绍和分析比较。

希望本书能够帮助读者对现有企业国际化理论以及理论间的内在逻辑关系有一个较为完整和深入的了解。

<<企业国际化理论的演进>>

作者简介

王国顺，1962年生，湖南南县人。

2000年获管理学博士学位，英国Warwick大学、德国Clausthal工业大学访问学者。

1984年开始从事管理和经济学教学与研究，主要领域为企业理论、企业战略与组织、企业国际化成长、企业效率与绩效。

已发表学术论文80余篇，出版教材、专著6部。

现为中南大学商学院教授、博士生导师，中南大学人文社科处处长。

<<企业国际化理论的演进>>

书籍目录

前言第1章 企业国际化研究的基本问题 1.1 企业国际化动因研究的逻辑演进 1.1.1 从企业外部环境分析企业国际化动因 1.1.2 从企业自身角度分析企业国际化动因 1.1.3 从企业家的角度分析企业国际化动因 1.2 企业国际化模式研究的逻辑演进 1.2.1 关注国际市场选择与进入模式确定的阶段 1.2.2 关注国际市场选择序列与进入模式演变的阶段 1.2.3 关注企业跨国价值创造的阶段 1.3 企业国际化关键影响因素研究的逻辑演进 1.3.1 重视企业“非知识资源”的阶段 1.3.2 重视企业“知识资源”的阶段 1.3.3 重视企业利用和控制资源条件的阶段第2章 企业国际化的早期理论及其发展 2.1 传统国际贸易理论 2.1.1 古典模型阶段 2.1.2 新古典模型阶段 2.1.3 新要素理论阶段 2.2 企业国际直接投资理论的兴起 2.2.1 垄断优势理论 2.2.2 垄断优势理论的局限性及其修正 2.3 国际产品生命周期理论及发展 2.3.1 国际产品生命周期理论 2.3.2 国际产品生命周期理论的修正 2.3.3 国际产品生命周期理论的局限性 2.3.4 国际生产决策理论 2.3.5 比较优势理论 2.4 跨国公司理论的形成 2.4.1 跨国公司的内部化理论 2.4.2 国际生产折衷理论 2.5 国际金融视角下的跨国公司理论 2.5.1 资本化率理论 2.5.2 国际投资组合理论 2.6 国际贸易与投资理论新发展下的跨国公司理论 2.6.1 新贸易理论的出现 2.6.2 发展中国家对外直接投资理论的出现 2.7 走向融合的国际贸易与国际直接投资理论 2.7.1 传统国际贸易理论与国际直接投资理论的分歧 2.7.2 传统国际贸易理论与国际直接投资理论的交叉与融合第3章 企业国际化的内部化理论 3.1 内部化理论的理论渊源 3.1.1 交易功能模型 3.1.2 对外直接投资模型 3.1.3 价值增加模型 3.2 内部化理论的内容 3.2.1 中间产品与中间产品市场 3.2.2 市场内部化理论的基本假设与逻辑 3.2.3 内部化理论的主要观点 3.2.4 内部化理论与进化理论的比较 3.3 巴克利和卡森内部化理论的隐含假设与分析 3.3.1 巴克利和卡森内部化理论的隐含假设 3.3.2 对巴克利和卡森内部化理论观点的质疑 3.4 鲁格曼和亨纳特的内部化思想 3.4.1 鲁格曼内部化理论的主要观点 3.4.2 亨纳特的内部化观点 3.4.3 亨纳特的内部化逻辑 3.5 企业的国际化成长：超越内部化理论的分析 3.5.1 理论假设与核心观点 3.5.2 企业的国际化成长与边界变化 3.5.3 企业国际化与竞争优势的动态发展第4章 企业国际化的过程理论 4.1 过程理论的基本内容 4.1.1 过程理论兴起的理论背景 4.1.2 过程理论的理论模型 4.2 过程理论的理论逻辑 4.2.1 “心理距离”与“发展链” 4.2.2 过程理论的分析逻辑 4.2.3 过程理论与折衷理论比较 4.2.4 过程理论与企业国际化创新理论比较 4.3 企业国际化过程理论的批判：陆分析 4.3.1 研究背景的先天性缺陷 4.3.2 过程理论的某些结论已经失效 4.3.3 过程理论对组织学习分析的缺陷 4.3.4 国际新创企业等新现象的出现形成了对过程理论的挑战 4.3.5 企业国际化过程理论在转轨经济环境下的适用性 4.4 企业国际化过程理论的发展 4.4.1 皮特森和彼得森的“四要素”理论 4.4.2 佛斯格瑞对企业国际化过程中组织学习的深化 4.4.3 与企业国际化过程理论相关的若干新概念 4.4.4 关系网络思想在过程理论中引入第5章 企业国际化的关系网络理论 5.1 企业国际化的关系网络理论兴起的背景 5.2 企业关系网络嵌入性与知识获取 5.2.1 嵌入性概念及其发展 5.2.2 企业关系网络嵌入性分析 5.2.3 企业从关系网络中获取知识的便利性 5.2.4 关系网络要素及嵌入性差异对知识获取的影响 5.3 关系网络、知识获取与企业国际化 5.3.1 基本概念 5.3.2 企业国际化过程中的关系网络发展战略 5.3.3 关系网络与企业国际化知识获取 5.3.4 不同网络条件下企业国际化知识获取的特征 5.3.5 关系网络、知识获取与企业国际化的互动发展 5.4 关系网络视角下中国制造业企业国际化 5.4.1 我国制造业发展及国际化概况 5.4.2 我国制造业企业的全球生产关系网络嵌入 5.4.3 中国制造业企业国际化处于“关系建立-关系延伸”阶段 5.4.4 中国制造业企业是后发国际化状态下的“知识学习者” 5.4.5 全球生产网络中我国制造业企业的知识获取与国际化第6章 新兴的企业国际化理论 6.1 新兴企业国际化理论研究背景 6.2 国际新创企业的内涵与特征 6.2.1 国际新创企业的概念演进 6.2.2 国际新创立企业特征 6.3 国际新创企业的形成与发展 6.3.1 国际新创企业的形成 6.3.2 国际新创企业绩效的影响因素 6.3.3 国际新创企业的成长过程 6.4 国际创业理论的主要内容 6.4.1 国际创业的内涵及其演进 6.4.2 国际创业的核心议题 6.4.3 国际创业研究的相关理论基础 6.4.4 国际创业的绩效 6.4.5 国际创业的综合要素模型 6.4.6 结语第7章 企业国际化理论比较分析与未来发展 7.1 企业国际化理论的内在逻辑比较 7.1.1 “完全理性人”假设下的企业国际化理论 7.1.2 “有限理性人”假设下的企业国际化理论 7.1.3 基于“行为人”假设下的企业国际化理论 7.2 企业国际化影响因素的综合性分析 7.2.1 影响企业国际化的组织因素 7.2.2 影响企业国际化的战略因素 7.2.3 影响企业国际化的环境因素

<<企业国际化理论的演进>>

7.2.4 对三大影响因素的深化探讨 7.3 企业国际化理论的未来发展 7.3.1 从注重风险规避转为更加注重机会发掘 7.3.2 从注重企业市场承诺转为更加注重企业关系承诺 7.3.3 从强调内部资源积累到注重外部资源获取参考文献

章节摘录

2.3.2.1 以创新为基础的寡占阶段 在这一阶段，跨国公司拥有与新产品相关的技术垄断优势，为维护其垄断利润，跨国公司以其母国的先进技术资源、高素质人力资源和高消费水平为基础，投入大量资金进行创新活动。

因此，新产品的研究、开发与生产活动仍然集中在位于母国的生产基地，以便协调研究开发、生产与销售活动。

在以后产品制造工艺标准化和技术扩散导致模仿者出现时，跨国公司就会把生产移至国外，仅维持和延续以创新为基础的优势。

由于各个国家的资源基础不同，各个跨国公司的技术水平与生产成本也有较大差异，因此，各个国家的各个跨国公司在选择对外直接投资的区位时就可能不尽相同。

2.3.2.2 成熟的寡占阶段 这一阶段与新产品相关的技术开始扩散，产品生产趋于标准化，率先推出新产品的跨国公司逐步失去原来的技术垄断优势，但是凭借前期已经建立起来的在研发、生产和销售网络等方面的规模经济性，以及较好的声誉，跨国公司可以获得新的竞争优势，排斥新进入该产品领域的竞争者。

在这种情况下，竞争优势很明显是规模经济带来的寡占优势。

为了使寡占集团中的成员在全球市场上保持市场份额的稳定，各个国家的跨国公司一般采取两种战略：一是相互牵制战略，即各个跨国公司在其他跨国公司的主导市场上进行直接投资，以威慑竞争对手使竞争对手在市场上不能任意地削价竞争；二是跟进战略，即当某一跨国公司在某一地区进行对外直接投资以开发新市场时，同一行业的其他寡占成员也迅速跟进，在同一地区进行类似的直接投资。

2.3.2.3 衰老的寡占阶段 这一阶段由于产品已经完全标准化，并且新进入者也很容易地建立起规模经济，所以规模经济不再是阻碍竞争者的有效手段。

<<企业国际化理论的演进>>

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>