

<<中小企业国际化经营战略>>

图书基本信息

书名：<<中小企业国际化经营战略>>

13位ISBN编号：9787030150639

10位ISBN编号：7030150635

出版时间：2005-8

出版时间：科学

作者：徐立青严大中唐方敏

页数：278

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>

<<中小企业国际化经营战略>>

内容概要

《中小企业国际化经营战略》内容简介：中小企业在走向跨国经营中，首先需要解决的是战略问题，也就是方向、目标、途径和步骤等一系列问题。

为了向中小企业领导人提供一本能够在经营中提供参考和借鉴的资料，《中小企业国际化经营战略》分八章分别介绍了中小企业国际化经营的一些背景资料、战略规划、走出去的战略定位、目标国家的选择和进入方式、有关货物贸易、技术贸易、服务贸易和国际投资的有关国际化经营战略问题以及有关国际化经营企业的人力资源的问题。

每章后面都有精心挑选的资料，是一本既有理论，又比较实用的参考书。

《中小企业国际化经营战略》可以作为中小企业领导人培训的教材，也可供相关人员阅读参考。

<<中小企业国际化经营战略>>

书籍目录

丛书序前言引言 / 1第一章中小企业国际化经营战略概述 / 2第一节中小企业国际化经营的背景 / 2第二节中小企业进行国际化经营的风险 / 11第三节国际化经营企业 / 16第四节国际化经营企业发展阶段 / 20第五节中小企业国际化经营战略 / 22资料1 海尔的国际化战略--张瑞敏 / 26第二章中小企业国际化经营战略规划 / 31第一节经济全球化与中小企业国际化经营 / 31第二节中小企业国际化经营的特征、动机和方式 / 40第三节中小企业国际化经营战略编写大纲 / 50资料2 跨国战略贸易先行--美菱集团的海外经营战略构想 / 65第三章中小企业国际化经营"走出去"战略 / 68第一节"走出去"战略是中国中小企业国际化经营的抉择 / 69第二节中小企业"走出去"战略定位 / 72第三节目标国家的筛选与进入 / 81第四节进入方式及其定性选择分析 / 86资料3 中国企业"走出去"的24个战略 / 96资料4 柯达：战略联盟的典范 / 100第四章国际货物贸易战略 / 104第一节国际贸易与国内贸易之间的异同 / 104第二节国际贸易术语和出口成本核算方法 / 107第三节国际货物贸易合同及基本业务程序 / 121第四节国际货物贸易战略规划 / 129资料5 依靠电子商务突破困境再创辉煌 / 146第五章国际技术贸易战略 / 148第一节国际技术贸易概述 / 148第二节国际技术贸易中的知识产权 / 157第三节国际技术贸易的基本方式 / 164第四节国际技术贸易合同 / 167第五节国际技术贸易定价策略 / 176资料6 爱立信：用专利收入弥补亏损 / 179资料7 WTO关于技术贸易与知识产权保护的基本规则 / 181第六章国际服务贸易战略 / 187第一节国际服务贸易的内涵和分类 / 187第二节国际服务贸易的现状与发展趋势 / 191第三节《服务贸易总协定》 / 200第四节中国的对外服务贸易 / 209第五节中小企业实施服务国际化经营策略 / 218资料8 "环球嘉年华"案例分析 / 221附件 国际服务贸易分类表 / 225第七章国际投资战略 / 232第一节国际投资的特点和趋势 / 232第二节中国企业的对外投资 / 237第三节我国中小企业对外投资策略 / 240第四节对外投资项目的可行性研究 / 244资料9 中信澳大利亚公司的海外经营 / 250第八章国际化经营人力资源开发战略 / 252第一节国际化经营企业中文化冲突及文化融合 / 252第二节国际化经营企业人力资源的配备 / 256第三节国际化经营企业人员培训与开发 / 263第四节国际经营人才的绩效和报酬 / 268第五节国际化经营人才的来源 / 272资料10 TCL集团迈向国际化之人力资源策略 / 273主要参考文献 / 279

<<中小企业国际化经营战略>>

章节摘录

五、中小企业寻找自己的发展空间 中小企业在进行国际化经营过程中，如何在众多的竞争对手中脱颖而出，成为某一行业、某一领域或某一特定细分市场中的领先者、成功者，首要任务不是如何加入已经过度竞争的市场，而是根据自身的特点，积极探索与开拓新的市场空间，这就是要求中小企业必须寻找自己发展的空间。

1.寻找适合生存与发展的市场空间 在激烈的市场竞争中，中小企业可以在一个小生态领域内获得某种先进的地位，获得自己处于一个细分市场的优势地位，获得自己的生存空间。适合中小企业生存发展的经营领域大体可以分为五类。

(1) 自然生存空间。

大企业为了降低单位产品成本，追求“规模经济”，往往采取大批量的生产方式。这就为中小企业留下了大企业难以涉足的狭缝地带。这是适合中小企业生存的自然空间。

(2) 空白生存空间。

空白生存空间是指产品更新换代期间的市场断档，或“战略空白”。在这种市场空白中，往往可以找到适合中小企业成长的机会。善于寻找和抓住这种机会的中小企业往往能够成功。

(3) 协作生存空间。

大企业为了节省成本，从企业外部购买零部件往往比自己组织生产更合算。在这种情况下，大企业或企业集团的骨干企业周围，会形成一大批协作生产企业。

(4) 专利生存空间。

中小企业在生产经营过程中，通过技术引进与再开发、技术创新，也可以取得具有新颖性和具有专利权的独特产品。

拥有独特技术和生产工艺的中小企业，可以运用工业产权来防止大企业染指自己的专有知识，向自己的产品市场渗透，从而在法律制度的保护下，取得专有权和垄断权，赢得相对平稳的成长环境，形成有利于自己发展的独特空间。

除了自己的发明创造之外，大量的中小企业是通过技术合作与购买专利的形式，取得一定时期的法律保护。

(5) 潜在的生存空间。

目前没有形成市场需求的领域是非常多的，但是这种现实的社会需求又是可能存在的。问题是很难发现和开辟那些可以成为市场的需求空间。

发现和预测潜在的市场需求，不是一件容易的事情。

否则人们就不会有那么多的抱怨和不满。

中小企业由于对市场的灵活性，可以成为发现与开拓潜在市场的重要生力军。

2.弱化过度竞争 在参与市场竞争方面，中小企业由于规模小（往往不具备规模经济导致的成本领先优势）、资源有限、实力较弱（实施差异化战略的实力不足），因此必须研究一些适合自己的竞争战略。

(1) 集中一点的聚焦战略，可以使小企业通过扩大生产批量、提高专业化程度和产品质量、提高规模经济效益，在市场上站稳脚跟。

随着企业专业化水平与产品质量的提高，大企业也愿意吸收这些小企业为其提供配套产品，纳入大企业的生产体系。

从而使小企业逐步走上以小补大、以小搞活、以专补缺、以专配套、以精取胜的良性发展道路。

(2) 寻找市场空隙战略。

中小企业“船小好掉头”，应根据“人无我有、人有我精”的原则，通过寻找市场上的各种空隙，凭借自己快速灵活的优势，占有空隙市场。

这种战略一般适合于刚刚兴办的小企业或比较弱小的企业使用，一旦企业发展到一定规模，具备一定实力之后，就应该考虑改变“打一枪换一个地方”的“游击”战，转向正规的、专业化的生产经营。

<<中小企业国际化经营战略>>

(3) 特色经营战略。

这种战略在方式上更具有人性化色彩。

因为中小企业大多数经营范围较窄，服务于特定的顾客群体，贴近顾客，比较了解顾客的心理和需求，因此能够通过使企业的产品或服务具有与众不同的特点吸引消费者，在市场竞争中保持特色。这种经营战略一旦占领市场，就具有很强的竞争力，而且由于与大企业不发生直接竞争，可能成为长期保持优势的基础。

(4) 联合竞争战略。

为了开发共同的市场，或者企业之间没有直接竞争关系时，一定数量的中小企业通过采取联合竞争的战略，相互取长补短，更有效地利用有限的资金和技术力量，克服开发市场的困难，使大家共同生存与发展。

目前在国际投资中，中小企业已经成为一支很重要的新兴力量。

单个的中小企业往往难以承担开发国际市场的风险，同一地区或具有共同目标的中小企业往往联合起来，到国外投资，而吸引外资的国家或地区也欢迎这种投资形式，因为这样便于管理、征税和处理好关系。

例如，我国江苏省苏南地区，很多市县专门开辟了“德资小区”、“日资小区”、“台资小区”等，投资者大多数是中小企业，并且都是通过投资方的商会、政府机构组织或企业自我联合等形式。

另外一种协调竞争是为大企业专业化配套协作开展的，联合的形式也是多种多样。

(5) 协作配套与承包经营战略。

中小企业往往是大企业的加工承包单位，或者依附于大企业的生产系统。

这种形式的专业化分工协作在许多国家尤其是发达国家十分普遍。

<<中小企业国际化经营战略>>

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>