第一图书网, tushu007.com

<<中国企业国际化区位选择影响因素及>>

图书基本信息

书名：<<中国企业国际化区位选择影响因素及模式研究>>

13位ISBN编号：9787802473478

10位ISBN编号：7802473470

出版时间：2008-8

出版时间：知识产权出版社

作者：董惠梅

页数：187

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

内容概要

《中国企业国际化区位选择影响因素及模式研究：以中国羊绒企业为例》的研究目标是我国企业的国际化模式，具体聚焦于中国企业国际化的空间导向，即中国企业国际化区位选择优先权影响因素及模式研究。
整体研究以国际化阶段理论及价值链理论为框架，以中国羊绒企业为例，验证了中国企业国际化过程。

作者简介

董惠梅，汉族，1972年生，女，博士，工商管理学院副教授：硕士生导师。1993年毕业于内蒙古财经学院企业管理系，获经济学学士学位；2001年毕业于中国人民大学企业管理学专业，获管理学硕士学位：2007年毕业于西皴通大学，获得经济学博士学位；内蒙古财经学院“双四十”优秀青年教师。

书籍目录

绪论一、研究背景与研究对象二、研究动机与目的三、研究范围界定四、本书的研究思路及结构五、本书的方法论第1章 企业国际化理论综述1.1 价值链理论及全球生产网络理论概述1.2 传统国际贸易理论对企业国际化的分析1.3 对外直接投资理论对企业国际化动因的分析1.4 对外直接投资理论对企业如何国际化的分析1.5 国际化程度的度量1.6 企业国际化理论新趋势1.7 企业国际化理论综合评述第2章 中国企业国际化模式研究的理论分析框架2.1 企业国际化模式内涵的界定2.2 国际化阶段理论关于国际化扩张模式的研究2.3 建立理论框架2.4 研究假设的提出和相关变量的确定2.5 研究方法说明2.6 序列的确定2.7 数据来源第3章 中国羊绒企业国际化模式实证研究3.1 羊绒和羊绒产业国际化发展趋势3.2 样本企业的选择、国际化发展过程及区位选择3.3 地理距离与中国羊绒企业国际化区位选择优先权相关性分析3.4 文化距离与中国羊绒企业国际化区位选择优先权相关性分析3.5 特定市场经验知识对中国羊绒企业国际化过程的影响3.6 心理距离与中国羊绒企业国际化区位选择优先权相关性分析第4章 基于不同产业类型的中国企业国际化模式的进一步比较4.1 中国羊绒企业国际化区位选择优先权影响因素模型4.2 基于高新技术企业的中国企业国际化区位选择优先权影响因素分析4.3 基于钢铁企业的中国企业国际化区位选择优先权影响因素分析4.4 基于家电企业的中国企业国际化区位选择优先权影响因素分析4.5 中国企业国际化模式——区位选择优先权影响因素修正模型4.6 中国企业国际化阶段的内外向关系模型第5章 中国企业国际化空间价值链部位的演变及网络模型5.1 中国企业国际化发展的全球价值链5.2 中国企业国际化的深化——网络模型5.3 中国企业国际化区位选择的均衡模型结语一、结论二、关于中国企业国际化发展的建议三、本书的创新之处四、本书的不足及研究展望参考文献附录

章节摘录

1.7 企业国际化理论综合评述　　基于以上对文献的回顾，很明显，通常意义上的企业国际化是一个复杂的过程。
包括交易成本分析和内部化理论的不同的企业国际化理论仅仅从不同的角度对国际化的某一个侧面进行了描述，因而在解释力和适用性方面，这些理论都不同程度地存在缺陷。
　　巴克利和卡森的国际化理论，是基于外部市场不能给像知识和经验这样的无形资产估价，这导致企业内部化以便于它们的资产能够通过内部而不是外部市场进行转让。
无形资产来源于高的研发、广告和其他管理投入。
当这些投入很高时，我们期望看到高水平的内部化。
无形资产可以是技术、知识、市场知识、品牌意识和管理才能。
所有这些无形资产都要求企业为了发展而投入一定的资源，因而企业一方面希望保护它们，另一方面通过在更大的市场销售来利用它们。
内部化理论以及垄断优势论、国际生产折衷理论等主流国际化理论分别从某一个角度对特定企业的国际化过程的驱动因素，进行了详细描述。
无疑，这些理论对于企业国际化都具有一定的指导意义。
但这些理论研究的局限性也很明显：第一，所选样本局限于美国的某一产业，因而限制了模型的普遍性；第二，把国际化过程的驱动因素及它们对国际化的关系分别进行研究，而不是作为导致企业国际化过程的一个整体被统一到一个模型中进行研究，因而使模型的解释力和适用性受到影响。

编辑推荐

首先，《中国企业国际化区位选择影响因素及模式研究：以中国羊绒企业为例》使用斯皮尔曼相关分析法，对地理距离、文化距离、心理距离对中国羊绒企业国际化过程的影响进行了分析，发现心理距离与中国羊绒企业国际化过程不相关，地理距离、文化距离是中国羊绒企业国际化的影响因素，但相关系数并不高；其次，使用聚类分析方法，分析了经验知识与企业国际化的相关性，发现经验知识与企业国际化高度相关，从而推论，中国企业国际化遵循国际化阶段理论的思想，但并不完全重履阶段理论的路径。
为了验证这一结论，《中国企业国际化区位选择影响因素及模式研究：以中国羊绒企业为例》又以中国高新技术企业、钢铁企业、家电企业等为样本，对结论进行验证，验证结果基本支持《中国企业国际化区位选择影响因素及模式研究：以中国羊绒企业为例》所提结论。
再次，在价值链理论基础上，以中国羊绒企业为例，对中国羊绒企业与目的地国家羊绒企业的价值链进行对比分析，探讨中国羊绒企业在全球价值链中的地位，分析其升级所面临的障碍，提出中国羊绒企业国际扩张的区位选择模型——中国羊绒企业国际化网络模型。
提出中国羊绒企业纵向国际化区位选择均衡模型。

第一图书网, tushu007.com
<<中国企业国际化区位选择影响因素及>>

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