

中国中小企业跨国经营分析与策略研究

刘 仓,王博文

(西北农林科技大学 经济管理学院,陕西 杨凌 712100)

摘要:随着经济全球化的不断深入、国际分工的日益加深,作为中国经济发展重要支撑力量之一的中小企业有了更多从事跨国经营的机会,但随之而来的经营风险也不容忽视。面对新的环境,中小企业如何在更大范围更深层次的国际竞争中,充分利用国内外资源,扩大海内外市场,提高自身整体实力已成为亟待解决的问题。在市场经济条件下,政府和中小企业本身都必须为此做出努力,制定正确、高效的跨国经营策略,共同为中国中小企业走向世界,实施跨国经营营造良好条件。

关键词:中小企业;跨国经营;经济全球化

中图分类号:F276.3

文献标识码:A

文章编号:1009-9107(2005)04-0075-04

进入 21 世纪以来,经济全球化已成为世界经济发展的主旋律。特别是中国成功地加入世贸组织则为中国企业开展跨国经营带来了紧迫感。如何适应新的挑战,如何广泛地开展跨国经营,不仅是大企业的问题,也是我国蓬勃发展的中小企业亟待解决的问题。

一、中小企业跨国经营的历程及现状

中国企业跨国经营是在 1979 年改革开放方针确定以后逐步发展起来的,大致经历了三个阶段:(1)起步阶段(1979~1986 年)。这一阶段,只有个别企业开始对外投资,采取的方式是在主要国家的主要城市设立代表处、办事处,主要任务是代理国内公司向国外推销产品,投资特点是金额小,业务功能简单。(2)发展阶段(1987~1990 年)。这一阶段对外投资出现热潮,许多企业懂得了走出国门做生意比坐在家里等客户效果更好,纷纷在自己产品的主要销售国家建立一系列的分支机构,扩大自己的经销点,慢慢形成了一整套有效的经销网络。(3)扩大阶段(1991 年以后)。这一阶段

跨国经营活动出现了新的质变,不仅代表处、办事处、销售网络相继建立,而且许多企业在国外建立了自己的窗口,如商场、宾馆、展览中心等,更有一些生产企业在一些国家建立了自己的生产、维修基地。

在中国企业跨国经营的发展过程中,中小企业的地位和作用日益突出。据统计,中小企业实现的工业总产值和利税已占全国的 60%和 40%,吸纳劳动力 1.1 亿,占全国工业部门的 73%,创造的新增就业机会比例高达 80%,出口总额中中小企业贡献率也在 60%以上,在目前中国从事跨国经营的企业中,60%以上都是中小企业投资的。中小企业已成为保证正常合理的价格的形成、维护市场竞争活力、确保经济稳定运行、保障就业的前提和条件。^[1]中国中小企业跨国经营呈现以下特点:

1. 从投资规模看,中国中小企业境外平均投资规模较小。以中小企业占很大比重的浙江省为例,浙江省境外投资平均规模小,中方独资的平均投资规模仅

* 收稿日期:2004-10-27

作者简介:刘 仓(1971—),男,陕西西安人,西北农林科技大学博士研究生,研究方向为农林经济管理。

为 9.67 万美元。这样的投资规模大大低于发达国家跨国公司国外子公司约 600 万美元的平均规模,也低于其他发展中国家跨国公司子公司平均约 260 万美元的规模。^[2]

2. 从投资的区位选择上看,境外企业主要分布在少数发达国家、周边东南亚国家和地区、俄罗斯东欧国家。其中贸易型境外投资机构重点集中在发达国家,如美欧日。生产型境外投资机构重点集中在周边国家,如东南亚。研究与开发境外投资机构重点集中在少数发达国家,如美国、日本。

3. 从行业选择上看,企业以贸易机构进行境外投资居多,其次为工业性项目。总体趋势是经营行业覆盖面逐步拓宽。目前中国海外投资涉及的领域已从贸易和餐饮逐渐发展到渔业、能源、纺织服装、商业零售等多方面的经营活动。

4. 从投资方式上看,大多数企业采用新建独资或合资的方式。对于目前国际直接投资中广泛采用的收购、兼并方式,中国只有少数大型企业有所尝试。这是因为一方面中国企业对兼并、收购方式不熟悉,缺乏国际并购的经验;另一方面,新建独资方式可以避免新旧管理制度的冲突与摩擦,而合资方式则不需要太多的资金投入,并可以利用合作伙伴的销售网络。

二、中小企业跨国经营的优劣势分析

(一)中小企业跨国经营的优势

不容置疑,大型公司的对外投资和产品出口在经营规模、研究与开发、资本和人才等方面有中小企业不可比拟的优势。同样地,中小企业跨国经营的竞争优势也是比较明显。

1. 环境优势。加入 WTO 后,中国中小企业的产品将在 WTO 140 多个成员国及地区中享受多边的、无条件的、稳定的最惠国待遇,不仅大大降低了中小企业进入世界市场,尤其是美、日、欧三大市场的门槛,而且会使中国中小企业拥有比过去更加有利、更加公平的竞争环境,可以更好地发挥资源和劳动力成本低廉的比较优势,促进中小企业的产品出口,提高中小企业的国际竞争力。此外,中国政府鼓励支持中小企业在全球范围内优化配置资源,开展跨国生产与经营,在“走出去”的过程中实现跨越式发展。这就为中小企业进行跨国经营提供了良好的环境。

2. 产权优势。中小企业产权关系较为清晰,企业高层经营者的收入多以提成、股权等形式与企业的经济效益直接挂钩,由此保证了企业经营者的积极性,有利于其跨国经营的健康发展。

3. 低成本优势。20 世纪 90 年代以来,中国许多中小企业抓住世界产业结构调整中劳动密集型产业向发展中国家转移的契机,在纺织、服装、玩具等行业形成并不断扩大低成本的竞争优势,取得了较大的国际市场份额,创造大量的经济剩余。这种经济剩余有利于提高生产要素(如资本与技术)的生成能力,为产业结构的提升奠定了物质基础。

4. 速度优势。与大企业相比,中小企业在投资决策过程中受到的行政干预较少,其决策行为更接近于市场决策。对于中小企业来说,反应迅速就是优势,可以使其在大公司做出反应之前就获取可观的业绩。

5. 技术优势。虽然中小企业普遍缺乏足够的财力从事研究与开发工作,但对事关自己生存与发展的技术,其创新热情高。目前,已有部分中小企业在技术创新领域有所突破。而且中小企业的技术创新是在小规模基础上进行的,个性强,善于在大企业技术垄断的夹缝中立足,成本低,把科技转化为现实生产力所耗费的时间和经费也较少。

(二)中小企业跨国经营的劣势

1. 抗风险能力低。中小企业经营规模小,资本不很充足,在对外投资中抵抗风险、管理风险的能力比较低。特别是对非企业自身因素造成的风险,如政治风险、战争风险、国有化风险、社会治安风险等,几乎没有任何防范承受的能力。

2. 融资困难。主要是指在国外市场,中小企业由于规模、信誉或者市场的问题,难以在当地进行融资。而国内银行和保险公司等金融机构又没有足够的服务能力辐射到国外市场,或者因为风险比较大而不愿意提供金融支持。

3. 信息不足。与大企业相比,中小企业没有能力自己对投资国的环境、投资机会以及法律等做详尽的分析研究。同时国内又缺乏相应的信息支持系统,即使有一些官方性质的机构,如中国驻外使领馆经商处(室)或中国国际贸易促进委员会等能提供信息服务,但无法满足企业家对当地商务信息的进一步要求。

4. 国际竞争力较低。要进行跨国经营,需要有高竞争力的企业,但事实上,中小企业的国际竞争力水平

低下。企业规模普遍偏小,缺乏拥有自主知识产权的核心技术和核心产品,缺乏名牌产品,缺乏独特的企业文化,凝聚力不强。

5. 跨国经营人才短缺。跨国经营是一项复杂的工作,需要具备丰富知识、通晓国际惯例的复合型经营管理人才,而中国中小企业缺乏这方面的人才。中小企业跨国经营要清楚认识到自身的优势和劣势,才能有效地规避劣势,发挥优势,适应国际市场多元化的消费需求,在国际市场立足。

三、中小企业跨国经营对策

中国中小企业开展跨国经营需要政府和企业的共同努力。政府应尽力完善对外投资的环境,为企业对外投资拓宽发展空间,从宏观上正确引导中小企业的发展方向。

(一)完善企业海外投资的法律法规

首先,应加快制订和完善包括《中国企业海外投资法》、《境外合资经营企业法》在内的各种企业海外投资法规体系,进一步完善海外投资的各项宏观管理政策,如审批制度、分配制度和人事制度等;其次,应成立跨国经营的专门管理机构,以便协调管理,有效地支持跨国经济的发展;最后,简化投资审批手续,放松限制条件。凡是符合对外投资产业选择方向、产品在国内外市场上有竞争力的中小企业跨国投资项目,可列为鼓励类项目,实行登记制。

(二)放宽金融政策,扩大对外直接投资企业的融资渠道

中国应逐渐取消目前境内企业对海外融资担保的限制,取消利润汇回的保证金制度,放宽中小企业海外子公司外汇使用、利润汇回、资金调度等方面的限制,允许中小公司海外子公司利用境外盈利进行再投资,并组建中小企业海外投资促进银行,给予中小企业优惠贷款等资金支持。

(三)建立专门的跨国经营保险机构

中小企业到海外投资办企业所遇到的风险比国内大的多。随着国际市场竞争程度的增强,大力开展技术含量高的产品开发和研制工作是增强企业国际竞争力的有利手段,但这类工作往往具有开发周期长、资金投入多、风险较大的特点,中小企业又大多存在资金较少的缺陷,而跨国经营所面临的政治风险又不属于一

般保险公司的承保范围,因此由政府出面成立全国性的海外投资保险机构,专门负责为中国的海外投资企业提供政治和经济等类别的保险是十分必要的。

(四)发展商业化的投资咨询机构

针对中小企业跨国经营信息不足的问题,除了提高有关政府和准政府机构的信息服务质量之外,还要建立商业化的投资咨询机构,进行纯商业化的操作,让他们与企业的投资项目共存亡。只有这样,才会有足够的激励机制来创新,承担风险,才能使中小企业获得真正有用的市场信息。

(五)建立增强中小企业国际竞争力的支持体系

国家可以建立符合中小企业特点的支持体系,在国内执行鼓励政策。一是引导中小企业为大企业提供配套生产,使大、中、小跨国企业建立起系列化生产经营机制,充分发挥不同规模、不同技术水平企业的优势;二是通过高度专业化和密切协助实现小规模生产单位的整合,使中小企业获得外在竞争优势;三是在国际上为中小企业“牵线搭桥”,代表它们向目标国的中间商和用户推销,帮助它们进行技术转让和直接投资。^[3]

从微观主体来看,中小企业要根据自身的特点,注重企业内部改造,制定出切实可行的战略发展计划,促进跨国经营活动的顺利进行。

1. 中小企业要认真学习和研究国际惯例与规则以及东道国的有关法律政策。中小企业要走出去,不了解和把握不好国际惯例与规则是根本不行的,盲目地走出去,结果必然是失败。因此,中小企业走出去之前,要认真做好知识准备和相应的人才准备,全面熟悉和把握国际惯例以及东道国的法律政策。

2. 掌握信息,找准位置。怎样进入国际市场,怎样占领国际市场,这是刚刚开始接触国际市场的中小企业首先遇到的问题。现在是信息时代,只要掌握了快捷、详尽、实用的信息,也就等于成功了一半。因此,中小企业要到海外开拓市场,实行跨国经营,就必须了解东道国的国情及经营环境,了解东道国市场和本国市场的差异性和互补性,并利用历史的和发展的眼光了解和分析当地以前的、眼前的和未来潜在的市场,并通过详尽的市场调研,为自己的企业和产品找到恰如其分的“落脚点”和市场的“切入点”。只有这样,才能做到未雨绸缪,审时度势,较快找到进入国际市场的“门道”,取得理想的效果。^[4]

3. 发挥灵活特性和运用“缝隙”原则,勇于利用与创造机会。中小企业必须正视其不具备与大型跨国公司相抗衡的实力的现实,不与大型企业做无谓争夺,而要充分发挥自身的灵活性,选择竞争的空隙与夹缝,利用国际环境提供的机会,在捕捉信息及客户心理的基础上,勇于创造出新机遇。中小企业要学会“拾遗补缺”,不以小利而不为,通过市场细分找到自己的优势产品,实施差异战略,根据市场情况及自身条件发展国际业务。

4. 研究开发本土化,打造核心产品。企业实施跨国经营,需要将产品品牌打出去,不仅要创出国际品牌,还要使品牌在跨国经营中“本土化”。根据跨国经营的成功经验,企业不能把国内的产品原封不动地搬

到国外,而是要针对不同国家的消费者重新设计产品。因此,中小企业从事跨国经营时要根据东道国的实际情况开发产品。^[5]

5. 吸纳国际化人才,加强对人才的培训。一方面,中小企业应招贤纳士,吸引熟悉国际市场,了解国际惯例,有能力组织跨国生产、经营和管理的国际化人才加入企业;另一方面,中小企业应加强对企业内部员工的培训工作,通过再学习,培养员工的全球化思维方式。

6. 构建中小企业跨国经营的集群组织。通过精细的专业化分工及紧密的协作,组织一张紧密的中小企业集群网,对外形成具有竞争力的团队,从而提高中小企业跨国经营的整体抗风险能力。

参考文献:

- [1] 侯俊军. 中小型跨国公司应成为对外投资的主体[J]. 国际贸易问题, 2002, (8): 48~50.
- [2] 郭庆. 关于中国企业的国际化经营[J]. 经济管理, 2003, (7): 23~25.
- [3] 张承耀. 中国制造业企业的国际化战略(上)[J]. 经济管理, 2003, (7): 6~11.
- [4] 刘丹栋, 焦红艳. 中小企业如何进入跨国公司产业链[J]. 中国经贸, 2004, (3): 30~32.
- [5] 赵楠. 当地化重于全球化: 中国企业跨国经营之路[J]. 国际贸易问题, 2003, (3): 38~42.

Analysis and Strategic Research on China's Small and Medium-sized Enterprises' Transnational Business

LIU Cang, WANG Bo-wen

(College of Economics and Management, Northwest A&F University, Yangling, Shaanxi 712100, China)

Abstract: With the processing of globalization and further international diversification, China's small and medium-sized enterprises, being a very strong support for the national economy have got more opportunities to participate in transnational business. However, the relevant risks should not be neglected. Facing new environment, China's small and medium-sized enterprises need to fully utilize both domestic and foreign resources and develop relevant markets to face increasingly fiercer international competition. This paper points out that both the government and enterprises should work hard to stipulate suitable and efficient policies to form favorable environment for their overseas development.

Key words: small and medium-sized enterprises; transnational business; economic globalization

中国中小企业跨国经营分析与策略研究

作者: [刘仓](#), [王博文](#), [LIU Cang](#), [WANG Bo-wen](#)
作者单位: [西北农林科技大学, 经济管理学院, 陕西, 杨凌, 712100](#)
刊名: [西北农林科技大学学报\(社会科学版\)](#)
英文刊名: [JOURNAL OF NORTHWEST A&F UNIVERSITY\(SOCIAL SCIENCE EDITION\)](#)
年, 卷(期): 2005, 5(4)
被引用次数: 2次

参考文献(5条)

1. 侯俊军 [中小型跨国公司应成为对外投资的主体](#)[期刊论文]-[国际贸易问题](#) 2002(08)
2. 郭庆 [关于中国企业的国际化经营](#)[期刊论文]-[经济管理](#) 2003(07)
3. 张承耀 [中国制造业企业的国际化战略\(上\)](#)[期刊论文]-[经济管理](#) 2003(07)
4. 刘丹栋, 焦红艳 [中小企业如何进入跨国公司产业链](#) 2004(03)
5. 赵楠 [当地化重于全球化: 中国企业跨国经营之路](#)[期刊论文]-[国际贸易问题](#) 2003(03)

相似文献(10条)

1. 期刊论文 [李传裕, LI Chuan-yu 中小企业跨国经营的经济学分析 -嘉应学院学报2005, 23\(1\)](#)

传统理论认为发展跨国经营的都是大企业、集团企业,中小企业是难以进行跨国经营的,但随着经济全球化和中国加入WTO,中国的中小企业已经成为国民经济发展的重要支撑力量之一,中小企业朝着跨国经营方向发展符合发展趋势,本文通过采用小规模技术理论、技术地方化理论、投资要素组合理论给中小企业跨国经营提供理论依据,结合中小企业的比较优势,阐述中国中小企业跨国经营的可能性。

2. 期刊论文 [张宗建 对我国中小企业跨国经营的思考 -当代经济2008, ""\(7\)](#)

随着经济全球化趋势的加强,我国越来越多的中小企业走上跨国经营的发展轨道,活跃在国际市场上,积极实施“走出去”战略是中国企业培育国际竞争力的必由之路,但我国相当一部分中小企业的跨国经营主要体现在外贸出口和少量的对外直接投资等方面,总体上还处于国际化经营的起步阶段,分析我国中小企业跨国经营的现状,对于我们研究中小企业跨国经营策略有着重要的作用,本文主要研究我国中小企业如何开展跨国经营,分析了我国中小企业国际化经营中存在的主要问题,并提出了一些建议。

3. 学位论文 [李金永 对我国中小企业跨国经营的思考](#) 2009

当今世界,经济全球化已经成为时代发展的一个显著特征。越来越多的企业开始选择进行跨国经营,将全球市场优化资源配置和参与国际竞争合作的场所。

随着经济全球化程度的不断加深,经营市场逐渐跨国,中小企业不可避免地要面临跨国经营的问题。面对经济全球化的趋势和满足企业自身发展的需要,而作为中国经济的重要组成部分的中小企业,如何抓住新的发展机遇和迎接严峻的挑战,在国外跨国公司占领国内市场的同时,主动出击,发展壮大自己的规模、实力,在国际竞争中取得主动权,从而赢得自身进一步的发展,是当前我国中小企业发展的当务之急,也是一个十分紧迫的重要课题。走向全球化是中小企业的腾飞之路,而有效的经营策略和政府部门的支持让我们有理由对我国中小企业成功地展开跨国经营的前景持乐观态度。

本文以我国中小企业开展跨国经营的发展实践为基础,对中小企业对外投资和跨国经营的理论和实践问题进行了研究。主要内容是:

第一章介绍中小企业概念的界定和国内外关于中小企业开展跨国经营的理论。首先介绍了国外传统的跨国经营理论,分别为:斯蒂芬·海默和查尔斯·金德尔伯格的垄断优势理论、雷蒙德·弗农建立的产品生命周期理论、英国学者巴克利和卡森提出内部化理论、英国学者邓宁的国际生产折衷理论。接着分析了国外学者关于中小企业跨国经营的相关理论:比较优势理论(包括小规模技术理论、技术地方化理论和技术创新产业升级理论)、中小企业跨国经营的渐进理论;另外,本文还梳理了国内学者关于对外直接投资和中小企业开展跨国经营的理论成果,主要有:跨国公司经营优势变迁理论、中小企业集群跨国经营理论、中小企业网络跨国经营理论。

第二章分析了我国中小企业开展跨国经营的国内外环境;本文首先对我国中小企业的发展历程进行简要回顾的基础上,考察了中小企业跨国经营的发展阶段,指出我国中小企业开展跨国经营活动的发展历程是与我国改革开放和“走出去”战略的实施密切相关的。目前我国中小企业的跨国经营已经进入了新的阶段,前景广阔,潜力巨大,国家对于中小企业发展非常关注,并且明确制定了中小企业跨国经营的总体目标和若干具体目标,在政策层面给予扶持。

第三章重点分析了我国中小企业在进行跨国经营的优势和存在的问题及障碍。首先阐述了中小企业跨国经营的优势,主要是:国家重视中小企业跨国经营,给予政策鼓励和支持;中小企业自身充满活力,经营机制灵活、产品富有特色、具有“适用技术”的比较优势等;然后分析了中小企业开展跨国经营所存在的劣势,主要有:生产技术落后、产品科技含量不高、经营手段管理机制不科学、缺乏创新意识和人才、融资困难、国际贸易壁垒等。中小企业在跨国经营中存在的这些劣势,在很大程度上制约着中小企业参与国际竞争和实现国际化经营。特别是在经济全球化浪潮面前,如果不能很好的解决这些问题,中小企业在跨国经营中就不可能真正的实现发展和壮大,就很难在国际化经营中立足。

第四章在分析中小企业跨国经营所存在的优势和劣势基础上,对于加强中小企业跨国经营提出若干对策和建议。首先从国家层面、政策层进行分析;在阐述欧美发达国家现行先进经验的基础上,提出我国应当建立专门的政府服务管理机构、积极营造我国中小企业跨国经营环境、政府要积极探索破解中小企业融资难题、为中小企业发展在法律层面提供保障、政府积极为中小型企业信息交流提供支持等。然后从企业本身来讲,针对企业自身存在的问题,提出中小企业开展跨国经营,应当加强自身内部管理,推行现代化的经营理念和管理体制,具体措施有:提升领导核心与企业自身的素质,适合跨国经营的环境、引进和培养跨国人才,组建跨国的管理团队、提高企业信誉,破解融资难题、根据自身实力和国际环境创新对外投资方式、树立品牌意识等;最后提出了企业在经营中不能以图求大、求快,应当根据市场和自身实力实施跨国经营策略和经营原则。

4. 期刊论文 [徐艳梅, 徐先航 中小企业跨国经营策略研究 -现代商贸工业2008, 20\(12\)](#)

随着中国加入世贸组织,国内竞争日益国际化,竞争空前激烈,中小企业的发展空间受到较大的挤压,从而迫使一部分中小企业将目光投向国外市场,通过开展跨国经营和海外投资在国际市场上占有一席之地。从中国当前宏观经济环境来看,中小企业开展跨国经营和海外投资能更好的面向世界,迎接挑战。通过运用跨国经营理论,结合我国中小企业的实际现状以及比较优势,对我国中小企业跨国经营提出建设性的策略建议。

5. 期刊论文 [宋亚非, SONG Ya-fei 我国中小企业跨国经营的动因及优势分析 -哈尔滨商业大学学报\(社会科学版\) 2007, ""\(1\)](#)

我国中小企业在国民经济中占有重要地位,发挥着不可替代的作用,在经济全球化的今天,我国中小企业只有走出国门跨国经营,才能获得更大的发展空间。本文阐述了中小企业跨国经营的动因,分析了我国中小企业跨国经营所具备的比较优势,为中小企业走出去建立了信心和勇气。

6. 学位论文 赵赟 我国中小企业跨国经营研究 2005

随着经济全球化程度的不断加深,随着我国加入世界贸易组织后各个市场的逐步开放,国内市场逐渐国际化,中小企业不可避免地要面临跨国经营的问题。但是,中小企业毕竟实力较弱,国际化经验欠缺,因此,中小企业有没有必要走出去?中小企业走出去开展跨国经营的基础是什么?在开展跨国经营的过程中,又应采取哪些策略和方式,以发挥自身优势,扬长避短?政府又该如何进行改革扶持?这些都是当前中小企业走向国际市场,开展跨国经营亟待解决的问题。

本文以我国中小企业开展跨国经营的发展实践为基础,对中小企业对外投资和跨国经营的理论和实践问题进行了研究。主要内容是:

首先,分析了我国中小企业跨国经营的现状和存在的主要问题,本文在对我国中小企业的发展历程进行简要回顾的基础上,考察了中小企业跨国经营的四个发展阶段,指出我国中小企业开展跨国经营活动的发展历程是与我国改革开放和“走出去”战略的实施密切相关的。目前我国中小企业的跨国经营虽然处在起步阶段,但前景广阔,潜力巨大。接着,本文从国内、国外和企业自身三个方面探讨中小企业跨国经营面临的主要问题和障碍。

其次,探讨了国内外关于中小企业跨国经营的理论。本文首先介绍了国外传统的跨国经营理论(包括产品生命周期理论、主要问题理论和国际生产折衷理论),接着分析了中小企业跨国经营的比较优势理论(包括小规模技术理论、技术地方化理论和技术创新产业升级理论)、中小企业跨国经营的渐进理论和中小企业跨国经营的“知识经济一竞争力”理论。另外,本文还梳理了国内学者关于对外直接投资和中小企业开展跨国经营的理论成果,包括跨国公司经营优势跨国经营理论和中小企业网络跨国经营理论、中小企业集群(族群)等理论。并在此基础上,提出了针对我国中小企业开展跨国经营活动的一些理论观点。

第三,研究了我国中小企业开展跨国经营的必要性和可行性。首先,本文从宏观经济环境,行业发展趋势以及企业自身发展要求三个角度分析了我国中小企业开展跨国经营的必要性。其次,从全球政治经济环境,国家政策支持以及中小企业自身优势等角度论证了我国中小企业开展跨国经营的可行性。

第四,讨论了我国中小企业应该如何“走出去”开展跨国经营,首先,讨论了国外市场的进入方式选择,提出了以出口进入方式作为基本选择,以技术进入作为中间选择,以投资进入方式作为最终选择的进入策略;其次,研究了中小企业跨国经营的区位选择策略;最后,提出了中小企业应采取企业集群的策略以加强中小企业的国际竞争能力。

最后,就我国政府在扶持中小企业开展跨国经营的政策措施提出了一些建议。首先,本文结合我国中小企业的自身劣势分析了提供政策扶持的必要性,并就一些外国政府对本国中小企业跨国经营的政策扶持做了分析。之后,在完善相关立法、完善财政金融支持体系和建立健全服务体系等三个方面对国家扶持政策提出了相关的建议。

7. 期刊论文 穆书涛. MU Shu-tao 中小企业跨国经营初探 -地质技术经济管理2000, 22(6)

本文介绍了中小企业开展跨国经营所具有的优势,根据国外中小企业跨国经营的发展情况,概括出中小企业跨国经营的两种模式,进而阐明了我国中小企业跨国经营的必要性和必然性。

8. 期刊论文 朱云峰. ZHU Yun-Feng 论我国中小企业跨国经营的困境及对策 -湖北财经高等专科学校学报

2008, 20(2)

中小企业跨国经营不仅可以缓解国内市场竞争的矛盾,更重要的是可以通过海外投资参与国际分工,减少交易成本。但是我国中小企业在跨国经营中面临诸多问题,数量众多的中小企业甚至很难跨出国门,因此从理论上提出相应的对策显得尤为重要。本文从微观和宏观两个不同的角度分析了我国中小企业在跨国经营的初级阶段所面临的困境及应该采取的对策。

9. 学位论文 黄铮 我国中小企业实行跨国经营的路径选择——加入跨国公司全球生产体系 2005

一、本文的主要内容及观点本文分为四章。第一章是我国中小企业概述,着重阐述了有关中小企业的一些基本界定和我国中小企业的基本情况。本章分为两节,第一节是关于我国中小企业的界定问题。首先概括地介绍了国际通行的关于中小企业的界定标准,各国在对中小企业进行界定的时候,一般都参考定量标准与定性标准,或者单独使用定量标准,或者将定量标准与定性标准结合使用。其次比较全面地介绍了世界各国界定中小企业时各种标准的使用情况。再次是我国中小企业的界定问题。由于我国政府对中小企业的界定经过多次调整,所以按照时间顺序将我国对中小企业的界定历年变化进行排列。这样可以比较清晰的观察到我国中小企业界定标准的不断改进。第二节分析了我国中小企业的现状。首先对我国中小企业的总体发展情况、地区分布和产业分布情况作了概括性的总结。其次,通过对我国中小企业成长性分析,得出我国中小企业整体发展状况不容乐观,中小企业的死亡率率高,平均寿命短。接着分析了阻碍我国中小企业继续成长的原因,从外部来说,由于市场竞争加剧,国外对我国的一些产品反倾销力度加大,政府扶持不够、中小企业融资难等问题,使得我国中小企业的外部发展环境比较差。从内部来说,中小企业自身管理落后、核心竞争力差、人才缺乏。由于这些内外部原因,中小企业难以取得较好的发展,那么中小企业应该如何选择生存的道路呢?在本节的最后一部分,提出了本文的中心观点与主张:中小企业发展的重要途径是以跨国公司全球生产体系为依托,发展自身核心竞争力,“走出去”,实现跨国经营。

第二章分析中小企业跨国经营的可行性,也即中小企业跨国经营是否具有现实基础。本章共分为三节。第一节是我国中小企业相对于大企业的跨国经营比较优势分析,相对于大企业来说,中小企业具有成本优势;经营灵活,市场适应能力强;具有差异化优势,可以寻找缝隙市场,提供个性化产品;具有一定的应用技术优势和协作优势。第二节是我国中小企业相对于国外企业的跨国经营比较优势。首先是投资周边具有地缘优势。中国与邻近的东南亚各国及中亚地区经济具有互补性,无论是从地缘政治上还是从经济上都各有所需,中小企业可以利用自己诸多的适用性技术对这些地区投资。其次,中国制造业中的中小企业可以将密集使用劳动和规模较小的设备和技术,转移到发达程度更低的国家,国外对我国的一些产品反倾销力度加大,国家消费者使用。再次,中国华侨在世界范围内有广泛的分布,这是中国企业走向世界市场的“人脉”,中小企业以海外华侨为服务对象,立足乡土民族特色,有很大的获得成功的可能性。最后,与大企业生产的标准化产品相比,中小企业在生产特殊化产品、满足消费者差异化需求方面具有比较优势。第三节提出了中小企业跨国经营存在的一些问题。存在的主要问题一是中小企业不熟悉国际市场营销环境,抗风险能力较弱;二是融资困难,缺乏足够的帮助和支持。三是中小企业国际竞争力较低,缺乏拥有自主知识产权的核心技术和核心产品,缺乏名牌产品,缺乏独特的企业文化,凝聚力不甚强。

第三章提出了本文的中心论点,即加入跨国公司全球生产体系是我国中小企业开展跨国经营的有效途径。本章共分为四节。第一节是跨国公司全球生产体系的概述,首先是扼要介绍了其主要内容和主要形成方式。然后结合我国实际情况,论述了我国已经成为跨国公司全球生产体系的重要组成部分,成为跨国公司全球生产的“世界工厂”。第二节对跨国公司全球生产体系的理论依据进行了阐述,并分别介绍了价值链理论、全球价值链理论和跨国公司全球战略理论的主要观点、研究范式和主要逻辑结构。第三节和第四节是本章的重点,指出跨国公司为中小企业开展国际化生产、实现国际化经营带来了两大机遇:跨国公司战略外包和跨国采购。第三节主要阐述的是跨国公司战略外包。首先介绍了世界外包市场概况与发展趋势。跨国公司外包业务正逐渐从传统产业向新兴产业发展,全球服务业外包的趋势在不断加快。其次提出抓住服务业外包的机遇是我国中小企业进入跨国公司有效途径。服务业中的软件外包市场是近年来发展最快的市场,我国已经在外包经济中的传统产业中获益匪浅,虽然印度在软件外包市场占有垄断地位,但是中国具有自身的优势和发展潜力,中小企业可以发挥“小而精”的优势,利用自身灵活多变、专业配套性强及以技术创新的特点,在跨国业务外包中从事部件生产和其他配套服务,这对于发展本国高科技中小企业,尤其是中小企业跨国经营可以带来事半功倍的效果。最后是促进我国中小企业承接外包业务的对策建议。第四节阐述的是跨国公司全球采购。首先研究了跨国采购在中国的发展情况,跨国公司的采购网络迅速向中国市场延伸,中国正成为许多跨国公司重要的采购中心,这主要得益于中国制造业的巨大生产能力和中国商品物美价廉,在国际市场上具有很强的竞争力。而要加入跨国采购,并不是轻松容易的。由于跨国公司在跨国采购中掌握着绝对的主动权,跨国公司考核供应伙伴的标准日益严格。而我国中小企业加入跨国采购可以在国际竞争中形成核心竞争力,同时使产品走向世界市场。

第四章是全文主要的对策探讨部分。本章论述的是在生产国际化的基础上,中小企业跨国经营的实际战略选择问题。本章分为两节,第一节是发展中小产业集群,加入跨国公司价值链。首先是产业集群理论对中小企业集群成因的解释。马歇尔的外部经济理论从外部经济角度解释了中小企业集群的成因;韦伯的集聚经济理论认为中小企业相互联系协作形成地区产业化的规模经济是中小企业集群的成因;而波特则是从价值链的角度解释中小集群的成因。其次是跨国公司对于中小企业集群影响力分析。世界知名优势产业集群中,跨国公司的足迹无处不在。各种类型的产业集群都在直接或间接的与跨国公司发生着联系,结合中国实践,分析发现我国存在着国内市场驱动型与国际市场驱动型两种类型的产业集群,而后者主要是通过跨国公司的进入来实现的,因此本文主张鼓励中小企业加入国际市场驱动型产业集群,加入跨国公司全球价值链,在跨国公司的扶助下,解决中小企业跨国经营中出现的种种问题,从而获得核心技术竞争力、集群文化竞争力、组织管理竞争力和市场营销竞争力。第二节是加入跨国公司战略联盟,成为跨国公司全球合作伙伴。首先介绍了当代战略联盟的特点、分布和发展新趋势。并简要介绍了我国企业与跨国公司建立战略联盟的一些情况。其次,本文论证了我国中小

企业与跨国公司建立战略联盟具有的合作基础。跨国公司发展战略联盟离不开中小企业的支持和参与，而战略联盟对我国中小企业国际化更具有深远的意义。因此，双方具有“双赢”的合作基础。“双赢”型战略联盟也具有一定的特征和选择伙伴的标准。最后是发展我国中小企业与跨国公司战略联盟的建议。

二、本文的贡献之处

1、就选题和研究角度而言。本文从中小企业与跨国公司合作角度探讨中小企业发展问题，认为在跨国公司的竞争与合作中，中小企业自身发展核心竞争力是解决中小企业发展难的根本方法。这与其他学者主张从外部环境入手，解决中小企业面临问题的结论是不同的。这也是本文的创新之处。

2、在研究方法上面，本文不仅运用了纵向的历史比较还运用了横向的国际比较，不仅运用了理论分析还在大量数据的基础上进行了实证分析，从而增强了文章的说服力。

10. 期刊论文 寻舸 我国中小企业跨国经营问题及对策 -科技情报开发与经济2004, 14(9)

跨国经营可以使我国的中小企业摆脱单纯的地域界限,成长为面向整个世界的国际企业.然而,我国中小企业正处在国际化经营的初级阶段,面临着很多问题.我们应采取积极的对策,从宏观环境上营造有利于中小企业跨国经营的条件,在微观管理上要有灵活的经营策略,以此来促进我国中小企业跨国经营的发展.

引证文献(2条)

1. 李金花 我国中小企业跨国经营策略研究[期刊论文]-科技资讯 2006(4)
2. 王雪平 我国中小企业集群式跨国经营的可行性研究[学位论文]硕士: 2006

本文链接: http://d.g.wanfangdata.com.cn/Periodical_xbnlkjdxxb-sh200504018.aspx

授权使用: 西北农林科技大学图书馆(wflsxbt), 授权号: e798413c-fc27-431a-b19c-9df8017f36ab

下载时间: 2010年9月21日