

<<中小企业国际化>>

图书基本信息

书名：<<中小企业国际化>>

13位ISBN编号：9787305099915

10位ISBN编号：7305099910

出版时间：2012-5

出版时间：南京大学出版社

作者：钱海燕

页数：212

字数：190000

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>>

内容概要

《中小企业国际化：社会资本和组织创新视角/经济转型与发展研究》从社会资本(社会网络)及组织创新的角度，综合运用案例研究、文献回顾和规范分析，以及实证研究等多种分析方法，相互佐证，探析了社会资本各个维度对中小企业国际化程度和绩效的影响，以及组织创新对这一影响的调节和修正作用，在此基础上，提出相关对策建议，具有一定的现实指导意义。

《中小企业国际化：社会资本和组织创新视角/经济转型与发展研究》由钱海燕编写。

书籍目录

第一章 导论

- 1.1 研究背景
- 1.2 研究问题和研究意义
 - 1.2.1 研究问题的提出
 - 1.2.2 研究的切入点
 - 1.2.3 研究的理论意义
 - 1.2.4 研究的现实意义
- 1.3 研究范围和关键概念界定
 - 1.3.1 研究范围
 - 1.3.2 关键概念界定
- 1.4 研究思路、研究方法和技术路线
 - 1.4.1 研究思路
 - 1.4.2 研究方法
 - 1.4.3 技术路线
- 1.5 本书的章节安排

第二章 理论基础与文献回顾

- 2.1 社会资本理论
 - 2.1.1 社会资本的概念
 - 2.1.2 社会资本的功能
 - 2.1.3 社会资本的局限性
 - 2.1.4 社会资本的分类
 - 2.1.5 小结
- 2.2 组织创新理论
 - 2.2.1 组织创新的概念
 - 2.2.2 组织创新的影响因素
 - 2.2.3 组织创新的分类
 - 2.2.4 组织创新的功能
 - 2.2.5 小结
- 2.3 国际化理论
 - 2.3.1 国际化理论综述
 - 2.3.2 中小企业国际化研究
 - 2.3.3 国际化领域的国内研究现状及评述
 - 2.3.4 小结

第三章 案例研究

- 3.1 案例研究设计
 - 3.1.1 案例研究的特点
 - 3.1.2 初步研究框架
 - 3.1.3 案例选择
 - 3.1.4 案例研究过程
 - 3.1.5 研究的信度与效度
- 3.2 案例分析
 - 3.2.1 案例企业背景
 - 3.2.2 案例分析
- 3.3 小结

第四章 研究模型

<<中小企业国际化>>

- 4.1 研究模型构建
- 4.2 社会资本、组织创新与中小企业国际化程度
 - 4.2.1 横向社会资本、组织创新与中小企业国际化程度
 - 4.2.2 纵向社会资本、组织创新与中小企业国际化程度
- 4.3 社会资本、组织创新与国际化中小企业的绩效
 - 4.3.1 横向社会资本、组织创新与国际化中小企业的绩效
 - 4.3.2 纵向社会资本、组织创新与国际化中小企业的绩效
- 4.4 实证研究模型发展
- 4.5 小结

第五章 实证研究

- 5.1 数据收集
 - 5.1.1 样本选择
 - 5.1.2 数据收集
- 5.2 变量测量
 - 5.2.1 社会资本的测量
 - 5.2.2 组织创新的测量
 - 5.2.3 国际化程度的测量
 - 5.2.4 企业绩效的测量
 - 5.2.5 控制变量
 - 5.2.6 调查问卷的设计
- 5.3 数据分析方法
 - 5.3.1 描述性统计分析
 - 5.3.2 因子分析
 - 5.3.3 多元回归分析
- 5.4 描述性统计分析
 - 5.4.1 被调查企业的基本特征
 - 5.4.2 问卷填写人的基本特征
- 5.5 问卷的信度和效度
 - 5.5.1 信度分析
 - 5.5.2 效度分析
 - 5.5.3 多重共线性
- 5.6 假设检验结果
 - 5.6.1 社会资本、组织创新与中小企业国际化程度
 - 5.6.2 社会资本、组织创新与国际化中小企业绩效
- 5.7 小结

第六章 结论与启示

- 6.1 研究模型验证结果概述
- 6.2 结果讨论
 - 6.2.1 社会资本与中小企业国际化
 - 6.2.2 组织创新的调节作用
- 6.3 相关建议
 - 6.3.1 中国中小企业国际化成长的管理建议
 - 6.3.2 政府部门在中小企业国际化成长中的作用
- 6.4 主要贡献
- 6.5 研究限制与未来研究方向
 - 6.5.1 研究局限性
 - 6.5.2 未来研究方向

<<中小企业国际化>>

6.6 小结

参考文献

附录1：中国企业国际化研究文献

附录2：调查问卷

后记

<<中小企业国际化>>

章节摘录

目前原材料并没有给这些企业的生产销售带来较大问题，但它们仍然很重视与供应商的关系。企业家C很得意地提到他们与供应商的关系，“对待供应商，我们把供应商作为合作伙伴培养，而不是压榨他们，是长期合作……供应商和客户也对我们很放心，有时就把钱放在本企业，1~2年都不收款，说收了自己会用掉，不如就把本企业当银行”。

案例D曾经遇到过原材料的困难，当时“技术的瓶颈刚过，发现硅片难买，下游越是好卖的东西，上游总有东西难买”，因此想方设法筹集资金，好不容易“把钱搞到，硅片才锁定”。

因此企业家D强调，“D总和我已经都不会目光狭窄，而是放长远看，产业链上的问题很重要，特别是硅矿，今天没有明确用处的，明天也许有用，对人对事都如此。

朋友交在那里，可能不会用，以后可能会用，但不能功利，立即要求回报”。

虽然几位企业家都强调其企业在国内同行业中是佼佼者，不害怕竞争对手，但我们仍然能看出同行的其他企业对其国际化发展的重要作用。

同行企业由于不在同一个市场或层次上，不一定成为竞争对手，但一定有很多值得中小企业学习之处。

企业家B一直关心同行更为成功的企业信息，他提到服装行业自营出口有一定困难，但“也有成功地从生产企业转变的企业，比如江阴的一家企业，自营出口就做得很好，有了信誉和资本，年出口2000多万件”，因为“胆子大的厂敢把接到的单子发到安徽、河南等地生产”。

企业家C认为“关注国际上的竞争对手，跟上国际领先水平，不断地进行技术调整”，是企业未来发展的重点。

有时竞争对手会成为合作伙伴，案例A主要是寻找国外快到期的专利进行研发，利用价格和一定的技术优势打入国际市场，而同行业拥有这些专利的企业可以为其带来及时的信息和机会，企业家A谈到了这些同行的企业如何从可能的竞争对手转变为自己的客户，“跨国公司找中国的公司合作也是因为专利快到期了，知道中国会有很低的价格出现，为了保护自己的市场，就寻找中国公司合作，这样对国际市场还是有一定的定价权，因为如果中国公司直接面对市场，放很低的价格，市场可能会一团糟”。

而有时这些竞争对手甚至可以为企业带来客户资源，企业家D认为客户其实与市场供需有关，“需求小时，自己拼命去找客户。

需求大时，朋友有订单做不了，主动找你帮忙”，这里的同行企业是竞争对手，同时由于良好的关系，也是“朋友”。

由此可见，无论客户、供应商，还是同行其他企业，建立良好互助的关系都能够为中小企业带来所需的资源，帮助企业更好地国际化发展。

虽然在访谈中很难明确区别国际化发展与企业自身的发展，不能判断横向社会资本对于企业国际化程度和绩效的影响是否有显著不同，不过还是发现了一个值得我们注意的问题，即横向社会资本中最重要的客户关系对中小企业进入更大的国际市场的作用似乎没有我们想象的那么大。

企业家C提及了以前的客户、现在的合资人对于其国际化扩张的帮助，但也只是“欧洲市场客户的新开发”，而非跨越区域的新的国际市场的开拓，同时还认为“地域上不需要再调整”，因为“欧洲以外的国家科技不发达，不可能用到这样的产品，所以目前暂不考虑”。

企业家A谈到和大型跨国公司合作感觉很好，就会“考虑和这个公司在其他产品上开发外包项目”，这是更为深入的合作，但也没有地域上的扩张。

……

<<中小企业国际化>>

编辑推荐

当前国际经济环境复杂多变，金融市场动荡不安，给我国众多处于转型经济体中的中小企业的国际化带来了前所未有的挑战，如何突破发展的瓶颈，适应新的国际国内形势，是中小企业国际化过程中的当务之急。

<<中小企业国际化>>

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>