

内 容 摘 要

学校编码：10384

分类号_____密级_____

学 号：9810008

UDC_____

学 位 论 文

企 业 国 际 竞 争 力 研 究

刘 莹

指导教师姓名：张兴国 副教授

申请学位级别：硕 士

专 业 名 称：统 计 学

论文提交日期：2001年 4 月

论文答辩日期：2001年 5 月

学位授予单位：厦 门 大 学

学位授予日期：2001年 月

答辩委员会主席：_____

评 阅 人：_____

2001年4月

厦门大学博硕士论文摘要库

内 容 摘 要

随着中国加入 WTO 的日益临近,人们越来越意识到日后的中国将要面临怎样的竞争,如何在激烈的国际竞争中保持较强的综合实力,拥有较强的国际竞争力是中国要长期面临的一个重大课题。而国际竞争最根本的体现在于国与国之间企业的竞争,因此,研究企业国际竞争力对于中国提升国际竞争力具有重大的意义。基于这样的出发点,本文对企业国际竞争力做了一个较为系统的研究。本文在提出企业国际竞争力理论的基础上,构建了指标体系,并进行了实证研究,对中国的企业国际竞争力进行了分析,提出了提升中国企业国际竞争力的对策思路。

第一部分 企业国际竞争力研究的意义、历史与现状。联系中国的实际,指出企业国际竞争力研究对中国提升企业竞争力和国际竞争力的意义;回顾了国际竞争力的内涵沿革,总结了国内外对企业国际竞争力研究的现状。

第二部分 企业国际竞争力理论及指标体系。结合企业竞争力的核心内容和国际比较的研究角度,提出了企业国际竞争力的理论。并在理论的基础上,参考 IMD 国际竞争力的评价体系,构建了企业国际竞争力的评价指标体系。

第三部分 企业国际竞争力要素关系研究。通过典型相关分析,揭示了各要素之间存在的相关关系,以及相关要素的哪些指标之间存在着相关关系,为提升企业国际竞争力的对策思路提供参考。

第四部分 企业国际竞争力发展模式。通过聚类分析,发现所研究的 47 个国家的企业国际竞争力发展被区分为四种模式,不同的模式分别与国家的发展阶段趋同,并详细阐述了各种模式的特征,也为提升企业国际竞争力的对策思路提供了有益的参考。

第五部分 中国企业国际竞争力分析。根据实证分析的结果,对中国企业国际竞争力的现状和 3 年来的发展做了细致的分析,并结合第三部分和第四部分的分析结果,对中国提升企业国际竞争力从政府和企业经营两方面提出了参考性的对策思路。

关键词: 企业国际竞争力 指标体系 要素关系 发展模式

目 录

内容摘要.....1

第一部分 企业国际竞争力研究的意义、历史与现状.....1

 一、企业国际竞争力研究的现实意义.....1

 二、国际竞争力的内涵沿革.....1

 三、企业国际竞争力的研究现状.....2

第二部分 企业国际竞争力理论及指标体系.....4

 一、企业竞争力核心内容的演变.....4

 二、企业国际竞争力理论框架.....4

 三、企业国际竞争力评价指标体系.....8

第三部分 企业国际竞争力要素关系研究.....16

第四部分 企业国际竞争力发展模式.....23

第五部分 中国企业国际竞争力分析.....27

 一、我国企业国际竞争力现状分析.....27

 二、中国企业国际竞争力发展分析.....29

 三、中国企业国际竞争力提升思路.....31

附

表.....34

主 要 参 考 文

献.....37

厦门大学博硕士学位论文摘要库

第一部分 企业国际竞争力研究的意义、历史与现状

一、企业国际竞争力研究的现实意义

国与国之间的竞争最根本的体现就在于一国企业与另一国企业之间的竞争。研究企业国际竞争力对于提升一国的国际竞争力具有非常重要的意义。尤其是对于中国这样一个发展中大国而言，随着入关的临近，开放的步伐日益加大，中国将越来越多地置身于国际竞争中。在这种背景下，研究企业国际竞争力无疑具有强烈的现实意义。

首先，通过对企业国际竞争力的评价分析，能够揭示一国企业在世界市场竞争中所处的位置，从而揭示世界市场整体发展的竞争格局。进一步地，通过对企业国际竞争力各要素的分析，又可以推断出企业国际竞争力格局演变的主要决定因素，从而有助于对未来企业竞争力格局作出正确预测并作出相应决策。

第二，企业国际竞争力研究的出发点就是为了比较和分析不同国家企业之间竞争实力的差异，因而利用企业国际竞争力资料和理论，通过国际比较，有助于发现一国企业的竞争优势与劣势所在，并能学习其它国家企业发展的经验，达到取长补短，共同提高与发展企业竞争力之目的。

二、国际竞争力的内涵沿革

国际竞争力是一个古老而又崭新的概念，早在古代，随着民族国家的出现，这一概念就已出现。国家之间的利益冲突，以及接踵而来的政治、军事上的解决，构成了人们对这一概念直观的理解，特别是冲突中的各国的国际竞争力不同所造成的不同结果，强国胜利后的骄傲与收获，弱国失败后的屈辱与损失，使人们更加深刻地体会到这一问题的分量 and 意义。于是便开始研究探讨形成一国国际竞争力的问题。

对于国际竞争力的理解，不同的思想流派的看法是不尽一致的，大致有以下一些观点和理解。

- 1、古典经济学的观点。古典经济学认为，国际竞争力的强弱取决于一个国家或地区生产要素——劳动力、资金与自然禀赋等方面具有的相对优势。这种看法自亚当·斯密创立比较优势理论以来就源远流长，大卫·李嘉图相对比较优势以及当代的赫克歇尔—俄林的自然禀赋理论都继承了这一看法，认为在劳动力、资金与自然禀赋方面具有优势的国家或地区要比别的国家或地区具有更大竞争力。

2、制度经济学的观点。制度经济学家是从较为长期的制度演进的角度研究问题，往往强调经济制度在国际竞争力中的重要作用。他们认为有利的制度形式是推动国家经济发展的动力，从而也必然促进其国际竞争力的提高。一个国家或地区要使竞争力得以充分发挥，首要的因素是使其经济面向市场并相应地缔造现代社会经济体制。

3、产业组织学的观点。这种观点从产业的不同特性出发，强调不完全竞争以及产业租的存在，认为一国的竞争力应建立在具有知识密集以及可以创造不完全竞争的产业上。

4、世界经济论坛（WEF）和瑞士洛桑国际管理开发学院（IMD）的观点。他们认为，国际竞争力是一个综合的概念。包括既相互联系又相互补充的两个方面。一方面是企业内部效率形成的竞争力，另一方面是由环境左右而形成的竞争力，后者是更主要的内容。具体来讲，国际竞争力是指一国的企业或企业家设计、生产和销售产品和劳务的能力，其价格和非价格特性比竞争对手更具有市场吸引力。这种能力既产生于企业内部效率，又取决于国内、国际和部门的环境。国际竞争力受下述四个层次各因素的影响：

一是企业内部效率，即企业以最佳方式配置资源的能力。

二是国内环境或经济体制的状况，对企业竞争力具有决定性的影响。

三是国际贸易和国际市场的状况影响企业竞争力的发挥。

四是部门环境或行业环境影响竞争力的高低。

如果一个企业不能够对国内、国际和部门环境做出灵活反应，那也就无所谓其竞争力。反过来，如果一国的经济体制和经济环境不能为企业提供或创造有利的环境，那么一国的国际竞争力也无从谈起。因此，从本质上说，一国国际竞争力的高低取决于经济体制的设计、改革和经济政策的选择。因此，国际竞争力包含的内容要广泛的多，涉及到一国的整个体制，实际上指一定经济体制下的国民经济在国际竞争中表现出来的综合国力的强弱程度。

三、企业国际竞争力的研究现状

无论是 IMD 还是世界经济论坛，研究各国国际竞争力的起点都在于各个国家的企业的竞争力，从它们的评价理论和体系中，都可以看出企业竞争力是国家竞争力的核心，是评价一国国际竞争力的最基本，最关键的要素。从整个国际竞争力的体系出发，各国也异常关心在全球范围内，自己国家整体的，或平均的企业竞争力究竟处于一个什么样的地位，这样，就引发了关于企业国际竞争力的研究。

关于国际竞争力的理论体系已经较为成形，例如由 IMD 提出的国际竞争力理论体系就是在全球化背景下，结合各种经济理论和经济现实，而提出的一套较为完整的理论体系。但是对于企业国际竞争力仍未有成熟的理论和系统的研究。

国内关于企业国际竞争力的研究尚处于起步阶段。有的研究是对 IMD 和世界经济论坛

的国际竞争力体系中的企业管理国际竞争力理论及指标体系做比较，并对我国企业国际竞争力的排名状况作出分析，如：彭丽红的“中国企业国际竞争力水平及分析”（《管理世界》1999年第1期）；有的研究是直接对IMD中我国企业管理国际竞争力排名情况进行分析，如：叶飞，邝国良的“中国企业国际竞争力现状分析及其对策研究”（《商业研究》总第214期）等。还有的是借鉴IMD中企业管理方面的指标体系，直接提出自己的指标体系，却没有提出系统的，能支撑自己的指标体系的理论，并且所做的比较研究只是对IMD中的企业管理方面国际竞争力数据的描述性分析。如：吴照云，胡大立的“我国企业国际竞争力比较研究”（《中国工业经济》2000年第3期）。

在国内所有对企业国际竞争力的研究当中，比较系统的研究来自彭丽红的《企业竞争力理论与实证研究》，在其著作中，彭丽红提出了自己关于企业竞争力的理论，并在此基础上，依据IMD和WEF的评价体系，选取了企业国际竞争力的评价指标体系，并对中国企业国际竞争力状况进行了细致的分析。

本文的研究正是在借鉴了上述国内外学者的研究成果的基础上，力图立足于国家的角度，考虑各国企业国际竞争力的相对水平高低。因此这有别于微观上的对企业竞争力的研究，也有别于IMD仅考虑企业内部管理的研究。笔者认为，企业国际竞争力如果从一国平均水平来考虑，其理论与企业竞争力是有差别的，建立相应的企业国际竞争力理论是十分必要的。本文首先提出了企业国际竞争力的理论体系，并依据这一理论体系构建指标体系，进而利用实际数据进行了实证分析，并对我国提升企业国际竞争力提出自己的构想。

第二部分 企业国际竞争力理论及指标体系

企业国际竞争力评价，就是要比较国家之间企业整体或平均的竞争力的强弱。它是站在国家的角度上，对一国的企业整体竞争力的评价，因此，企业国际竞争力就是从宏观角度上观察企业竞争力，它的理论根源仍在于企业竞争力的内涵，也就是我们下面所说的企业竞争力的核心内容。

一、企业竞争力核心内容的演变

从历史来看，随着时间的变化，人们评价企业好坏的标准也在不断地变化，即企业竞争力的核心内容在不断地发生变化。

企业竞争力最古老，最广泛的内容就是基于成本利润核算的财务状况分析。

自第二次世界大战以来，人们从衡量人力资本的生产效率，即劳动生产率以来，就把企业竞争力的核心内容指向了关键资源的生产率上，并且从单纯衡量劳动生产率发展到了衡量企业的全要素生产率。

随着经济的快速发展，全球市场竞争的日益加剧对企业管理经营的要求越来越高，人们发现财务业绩并不是企业追求的最重要的和唯一的目标，而企业管理中最重要的是如何把企业拥有的各类资源有效配置，把它们转化为高效的生产经营行为，因此，企业竞争力的核心内容就转化为资源配置决策的有效性。

世纪之交，在当今全球对可持续发展的提倡和重视的背景下，企业目标已经转化为追求持续的生存和发展，企业竞争成功与否是以健康生存及发展的时间长短以及经济价值创造的高低为衡量准则。因此，我们认为企业竞争力的核心内容应该是在一定环境中支撑企业的长期经济价值创造的能力。

二、企业国际竞争力理论框架

由于企业国际竞争力是从国际比较的角度来分析各国企业的竞争力差异，是企业竞争力提升到国际角度的应用。因此在提炼企业国际竞争力理论时，我们并未过多地去考虑企业的细节问题，而是从宏观的层面来构建企业国际竞争力的基本框架。

根据以上的企业竞争力核心内容，我们认为企业国际竞争力就是一国的企业所具有的长期经济价值创造的能力。这种能力最根本，最重要的来源于该国企业持续拥有的由各种资源和技能有效整合而成的应变能力，即对环境的适应能力和快速反应能力。只有具备这种

能力，一国的企业才能在不断变化和发展的环境中创造自己的竞争优势，不断维护和更新已有的竞争优势，创造新的竞争优势。

企业国际竞争力是一个全面的概念，它并不仅仅是能力，而是一个既包括资源，也包括能力，还包括环境的综合体。没有资源，企业能力失去了发挥的基础；没有能力，聚集的资源不可能有效产生生产力；而企业拥有再好的资源、能力，离开赖以生存的环境也不可能实现长期生存发展的目标。

资源与能力之间存在着相辅相成的关系，资源实力雄厚，会对企业能力的提升起到促进作用；企业能力强大，又有助于企业获得和创建更丰富的资源。环境对企业而言虽然不存在明显的相辅相成关系，但环境与企业的资源和能力之间有非常密切的关系，有利的地理环境、人文与社会环境、市场与经济环境等都会在一定程度上促进企业资源的积累以及能力的改善。因此，企业国际竞争力是一个广泛的概念，包括有利于企业长期生存与发展的资源、能力和环境因素。

结合企业成长理论、竞争优势论以及现代管理学等学派的理论，我们认为可以分别从环境、要素、理念三个方面来考虑，把影响企业国际竞争力的因素归纳为三个作用力：环境与反应、要素与价值创造、理念继承与演进。

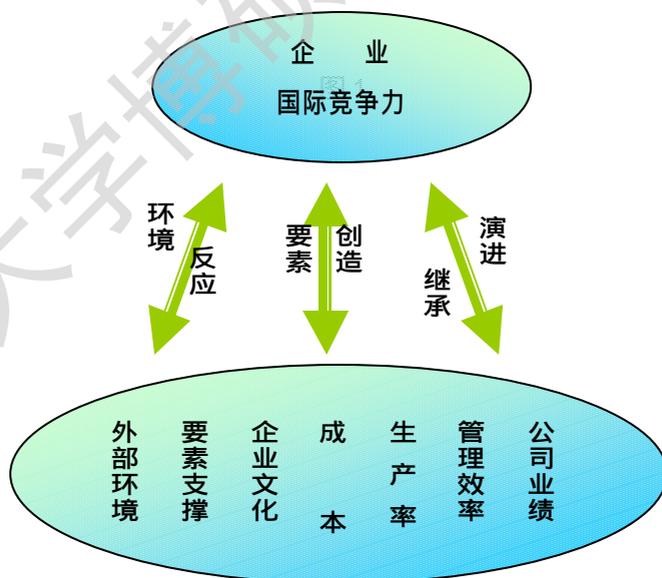


图 1

环境与反应

人，要在一个适宜的，健康的生态环境中，才能获得良好的生存与发展；管理理论的最新发展指出，企业不应仅仅作为一个生产产品的工厂，而是一个各种要素组合的有机体，就跟人一样，企业也必须在一个适宜的，健康的外部环境中，才能较好地生存与发展，才有可能顺利地完成价值创造过程，并获得长期发展的机会。

政府在企业外部环境建设中应该发挥重要作用，其关乎企业生存与发展的各方面的政策以及政府自身的形象、廉洁程度都会不同程度地影响企业。比如，政府运用适宜的金融货币政策，税收政策，能够营造一个信贷渠道畅通，税率适中的金融环境，这就有利于企业经营的顺利进行，激励企业的行为。根据经济全球化的要求，依据本国国内企业的实力状况，政府的适当的保护或开放的政策，将会更加有利于国内不成熟企业的实力增长，有利于增强成熟企业的竞争适应能力，提高本国企业的竞争能力。而廉洁的政府，官僚程度较低的政府，则会节省企业的办事成本，提高效率，建立良好的政府与企业的关系，使政府和企业共同面对市场经济的变化，及时调整，更好地适应市场。世界上并不存在理论上完美的市场经济体制，市场总有这样那样的失灵存在，因而政府在建设有利于企业发展的外部环境上，有着广大的空间。总之，一国政府如果能为本国企业提供适宜本国企业发展的政策环境，该国企业必定会增加其增强国际竞争力的砝码。

外部环境具有较强的不确定性和不可控性，并且对企业具有很强的影响力。企业为了更美好的前景就需要对外部环境作出及时的反应。企业必须能够根据需要改革自己的理念、行为、价值思想、结构和程序，使它的理念、行为等与外部环境尽可能快地协调一致，清楚地看到自己面临的挑战，并且充满信心地迎接它。否则，只会落得个未来社会的局外人或是更糟的结局。

要素与价值创造

要素是指企业外部和内部为自身提供的各种资源，包括人力资源、技术资源以及基础设施等等各个方面。这些要素构成了企业存在和发展的基础。

首先，人是最活跃、最能动的因素，企业的一切生产、经营过程及管理规划过程，都需要具有相应体力和脑力的人员来完成，若没有人才，一切都将成为无源之水，无木之本。

第二，技术包括硬技术和软技术。硬技术即设备，是用来支持技术开发或使技术成果付诸实施的条件。软技术就是我们通常所说的技术成果，是脑力劳动的结晶。在当今这个发展日新月异的时代，能在竞争中保持优势的关键在于不断地创新，而创新的关键又在于技术的创新。因此，一国企业整体的技术创新能力或者该国为企业提供的技术环境就会推动或制约该国的企业发展。

第三，基础设施是指一国的基础设施环境，包括道路交通、通信设施等各个方面。企业组织是在一个开放的系统中运行，一国的企业整体要得到发展，需要各种资源能够向最优配置的方向流动。种种资源（人力、技术、资本）流动的畅通无阻必须依赖优良的基础设施，如发达的交通、广泛优质的通信设施以及良好的网络设施等等。

要素是企业发展的基本条件，拥有优良的要素是支持企业增强核心竞争能力的前提条件，但这毕竟只是前提，仅仅依靠对要素的投入或要素的简单叠加，企业是无法创造经济价值的。经济价值的创造更需要一个过程，也就是对各种要素的整合过程。只有通过对各种要素的有效整合，才能使各种要素结合在一起，有效的发挥作用，企业才能完成它的经济价值创造。显然，企业要想具有长期的经济价值创造能力，关键在于价值创造过程的有效性和高效性。

如何保证价值创造过程的有效性和高效性，著名管理学家钱德拉提出了组织能力理论，钱德拉认为：组织能力是企业在其历史的发展过程中，充分利用规模经济和范围经济获得的生产能力、营销能力和管理技能，是从企业内部组织起来的物质设施和人的能力的集合。企业只有具备这种组织能力，才能获得持续的竞争优势。在普拉哈拉德的核心能力学说中，他认为核心能力是企业的竞争优势所在，而核心能力来源于能够协调不同的生产技能和技术的的生产能力；波士顿咨询公司的斯托克、伊文斯和舒尔曼认为，成功的企业极为注意行为方式，即产生能力的组织活动和业务流程。可见，企业组织协调能力的高低决定了企业价值创造过程效率的高低。一个企业即使因条件有限而缺乏优质的要素，如果它能够凭借优良的组织协调能力充分有效地整合各种要素，也能有机会占有竞争优势。

理念继承与演进

企业理念是企业核心竞争力的软基础，也是最为能动的因素。企业理念与企业经济价值的创造息息相关，好的管理理念，必然会作用于管理实践，使企业的经营管理与时代的潮流趋势相一致。这种文化性、软性的因素作用是巨大的，它将贯穿于企业经营管理的全过程，充分调动企业各要素的创造力，保证企业长期的价值创造能力。

纵观漫长的企业发展史，它同时也是企业管理理念的发展史。在 60 年代，《Y 理论》倍受青睐，它提出公司对待它的员工不能像对待机器零部件一样，而应该通过启发管理活动，激发他们各人的创造力。在 70 年代，《战略企划》提出了公司在激烈变化的环境中的一种思考方法，即如何建立和管理公司的业务投资组合。在 80 年代，《卓越和质量》作为成功的新准则而受到注目。在 90 年代，公司最终认识到它的所有活动中，“顾客导向和驱使”是最重要的。产品驱使或技术驱使是不足取的；太多的公司仍然没有在顾客参与的情况下设计它们

的产品，这些产品理所当然地被市场拒绝。太多的公司忘记了销售后的顾客，由于这个疏忽而把顾客推给了竞争者。如上所说，关于 90 年代公司取胜之道的新理念正在形成，这种新理念的核心就是：企业取得竞争优势需以客户导向为核心。

杜拉克曾指出：“获取利润的唯一途径，就是给客户提供他们认为有价值的并情愿为此而付出的东西。”他还指出：“在某一时间里，客户的所见、所想、所需及他们所信任的就决定了你的产品劳务是否有价值。”因此，在现代管理理念中，客户导向已成为企业成功运作的指导思想。在现代的客户导向的管理理念中，对于企业而言，客户已经不是传统意义上的经济交易中的猎取对象，而是价值共享的当事人，这就意味着企业组织的上上下下的每个人都有责任倾听客户的意见，并且根据客户的需求把这些信息反馈到产品劳务的设计中，以及生产、上市、运送、销售、售后服务等企业运营的各个环节上去。即所谓的客户导向的全面过程管理。遵循了这样的管理理念，企业就能够保证对市场的快速反应，使自身的运作达到良性循环，在竞争中保持强劲的生命力。

总之，管理理念是指导企业具体行为的思想，它是企业在市场经济的海洋中航行的方向标，那种陈腐的，不顺应时代潮流的管理理念，必然导致企业经营的失败，更不用谈企业的竞争力；而那种紧跟时代潮流的管理理念，则必定会引导企业在竞争中立于不败之地。然而，完全否定或摒弃传统的管理理念也是不足取的。在借鉴吸收传统管理理念的基础上，根据时代潮流，不断调整吸纳新的现代管理理念，必将增强企业的竞争能力。

三、企业国际竞争力评价指标体系

上述三个作用力其实是企业内外部因素作用于企业国际竞争力核心的通道与机制。在对上述三个作用力的理解基础上，结合 IMD 的评价体系，我们尝试构建了一个评价指标体系。这一体系先从三个作用力衍生出去，选取七大要素，涵括了体现与影响一国企业国际竞争力的方方面面，接着再在每一要素下面细分成可以操作的指标。

要素 1：外部环境

外部环境是衡量一国政府提供的政策环境是否有利于企业的发展，是否有利于增强本国企业的竞争力。该要素主要从与企业经营关系较为紧密的几个方面来衡量，比如：金融、税收政策，法律，政府效率等，包括以下几个指标：

1*. 官僚主义；

不阻止企业发展（↑），阻止企业发展（↓）；

2*. 环境;

现存的保护环境的法律与公司经营一致 (↑), 对公司经营有不利影响 (↓);

3*. 竞争法;

能够阻止国内的不公平竞争 (↑), 不能阻止国内的不公平竞争 (↓);

4*. 公司和政府;

能迅速适应经济周期的变动 (↑), 不能迅速适应经济周期的变动 (↓);

5*. 外国公司与国内公司;

待遇平等 (↑), 待遇不平等 (↓);

6*. 贵国汇率政策;

支持公司的竞争力 (↑), 阻碍公司的竞争力 (↓);

7. 对利润征收的平均公司税率占税前利润的百分比;

8*. 信贷;

容易地从银行向企业流动 (↑), 不容易地从银行向企业流动 (↓)。

要素 2: 要素支撑

要素主要包括基础设施、技术资源、人力资源等方面。要素是支撑企业长期发展的基本条件。优良的基础设施能够促进国内各企业之间的要素流动, 有利于资源最优配置的顺利完成; 高素质的人力资源以及高水平的技术资源都是企业取得长期发展的保证。该要素主要包括以下指标:

9. 公路;

公路网密度 (公里 / 平方公里);

10. 铁路;

铁路网密度 (公里 / 平方公里);

11. 空运;

主要公司运载的乘客数;

12*. 水运基础设施;

很好地满足企业需要 (↑), 不满足企业的需要 (↓);

13. 工业用户的电力成本 (美元 / 千瓦);

14. 在用计算机;

占世界在用计算机总量的份额;

15. 互联网络线路;

每千人中的联网户主数;

16*. 新信息技术;

非常好地满足企业需要 (↑), 不能满足企业需要 (↓);

17. 研究与开支出占 GDP 的百分比;

18*. 财力资源是否充足;

通常没有限制企业的技术开发 (↑), 限制了企业的技术开发 (↓);

19*. 信息技术熟练工人的可获得性;

合格的信息技术雇员在贵国劳动力市场上容易获得 (↑), 在贵国劳动力市场上不容易

获得 (↓);

20*. 获取合格工程师状况;

市场上合格工程师很充足 (↑), 市场上缺乏合格工程师 (↓);

21. 批准授予专利件数年平均增长速度;

22. 批准授予国民专利件数;

23. 平均每 10 万国民持有的有效专利件数;

24. 初等教育入学人数比例

有关年龄组的适龄人员入学率;

25. 高等教育入学人数;

20—24 岁人口参加高等教育的比例, 包括职业学校、成人教育项目、两年制社区学院以及远程教育中心;

26. 人文发展指数;

经济、社会与教育的综合指数。

要素 3：企业文化

企业文化是企业管理理念的具体化。它衡量一国企业是否具备现代化的管理理念。在一国企业界，现代化管理理念越普遍，越有利于该国企业的国际竞争力。现代化管理理念主要包含三方面内容：过程管理、客户导向、现代企业家素质。

过程管理指的是，不论是企业的质量管理，还是营销管理，都必须从企业生产经营的全过程来考虑。客户导向引导企业重视顾客满意度，重视企业的市场营销文化。只有以客户导向作为管理理念的企业，才能在复杂的竞争环境中长期保持稳定增长的客户源、较高的市场份额，才能在竞争中取得优势。企业家素质也是很重要的一个方面。企业家是企业的灵魂，企业家的素质直接决定了企业的发展潜能。企业家必须具有较强的判断力、敏锐的商业触觉、较强的激励能力、创新能力等，并且要具有社会责任感，这样的企业家才能带领企业走出一条长期发展的道路。这个要素有以下几个指标：

27* . 过程管理（质量、上市时间等）；

在国内受到重视（↑），在国内被忽视（↓）；

28* . 客户导向；

国内公司充分重视让顾客满意（↑），不充分重视让顾客满意（↓）；

29* . 市场营销文化；

市场营销文化在贵国受到重视（↑），在贵国不受重视（↓）；

30* . 企业家精神；

管理者有较强的企业家精神（↑），管理者缺乏企业家精神和创新意识（↓）；

31* . 社会责任感；

管理者注意对社会的责任（↑），管理者忽视对社会的责任（↓）。

32* . 道德实践；

该国公司采纳道德实践（↑），该国公司不采纳道德实践（↓）。

要素 4：成本

Degree papers are in the "[Xiamen University Electronic Theses and Dissertations Database](#)". Full texts are available in the following ways:

1. If your library is a CALIS member libraries, please log on <http://etd.calis.edu.cn/> and submit requests online, or consult the interlibrary loan department in your library.
2. For users of non-CALIS member libraries, please mail to etd@xmu.edu.cn for delivery details.

厦门大学博硕士学位论文摘要库