

我国国营物流企业国际化运作探讨

陆日婕

(泰国格乐大学 泰国 曼谷 10220)

摘要:当今世界的经济正走向国际化、资本多元化,国际化是当今企业面临的一个重要的战略抉择。文章对物流企业国际化运作进行了阐述,并对我国国营物流企业国际化运作的重要性进行了探讨。在全球范围内,国营物流企业必须根据自己的实际情况,采取相应的策略来推动其国际化运营。物流是世界经济发展中的一个重要组成部分,它是世界上最大的一个产业,也是世界上最大的产业之一。

关键词:物流;国际化;国营物流企业

Discussion on the International Operation of China's State-owned Logistics Enterprises

Lu Rijie

(Gle University, Bangkok, Thailand 10220)

Abstract: Today's world economy is moving towards internationalization, capital diversification, internationalization is an important strategic choice facing today's enterprises. This paper expounds the international operation of logistics enterprises, and discusses the importance of the international operation of state-owned logistics enterprises in China. On a global scale, state-owned logistics enterprises must adopt corresponding strategies to promote their international operations according to their actual conditions. Logistics is an important part of the development of the world economy, it is the largest industry in the world, and also one of the largest industries in the world.

Key words: logistics; internationalization; state-owned logistics enterprises

近几年,由于国际贸易的一体化和我国物流市场的快速增长,国营物流企业必须充分发挥自己的实力,积极拓展国外业务。物流在发展中已有了长足的进步,国际物流可以促进各种生产因素的流动,降低存货和资本消耗,加快资本流动,促进国际贸易。近几年,我国政府部门越来越重视国营物流企业国际化运作,并积极地制定了相应的措施。物流行业已经成为中国国民经济的第一个盈利增长点,本文正是基于这种情况从物流行业的角度出发,通过对物流的相关概念、理论和国内外的成功经验的剖析,阐述了物流行业的现状和发展趋势,指出了物流行业发展的瓶颈和制约问题,并针对这些问题,给出了相应的对策,希望能为中国国营物流企业国际化运作起到一定的参考作用。

一、我国国营物流企业国际化运作的简述

以国营物流企业为代表的最具有竞争力的跨国物流企业受到了政府的高度关注。约翰·费耶维舍指出,虽然可以对跨国企业进行一个极为精细的界定,但物流企业国际化运作的本质特点是:跨国企业与两国之间的业务往来,或企业的业务被国境划分开来。通常,当一个企业的生产活动跨越了国家边界,即商品、劳务、资本、技术等各种形式的资源进行跨境转移和转换时,就是在进行全球化运营。物流企业的国际化运作,是指在激烈的国际市场中,企业要将业务系统相结合,形成一个国际知名的国际品牌^[1]。

科技进步是企业实现全球化的最基本动力。现代科技的发展与扩散,推动了全球一体化,现代高科技集团的涌现,使各国、大大缩短了各国、地区之间的交流。另一方面,出口在一定程度上推动了进口国经济,世界各地的任何一个都有机会为企业带来新的盈利增长点。球化管理能够使企业在获得来自各国的各种资源的基础上,实现一体化、规范化,从而获得更大的经济效益。

二、国营物流企业国际化运作的战略意义

(一) 在全球形成统一的品牌形象

国营物流企业国际化运作能够将相同的品牌资讯传递到全球的顾客,从而在市场上树立起强大的品牌形象,更易于被市场所接纳。另一方面,物流企业能够拓展营销渠道,实现规模效益,节约生产运作费用,实现资源的高效使用。企业的全球化运作策略是指企业拥有雄厚的技术实力和专业化水平,从而为客户提供优质的服务。

(二) 反映国家综合经济实力

从经济学的观点来分析:跨国企业的国际化运作策略体现了—个民族的整体形象和整体的经济力量。—国的国际名牌及名牌数目,反映了—国整体的经济和发展程度。而—个国家的发展水平愈高,其在国际上的位置与声望就愈高,其品牌的竞争能力愈大,所产生的品牌价值也愈大^[2]。

(三) 国际化运作是物流企业参与国际竞争的关键

在全球范围内,由于我国的消费型企业日益走向成熟,从宏观和微观两个方面看,我国国营物流企业要想真正融入国际市场,走上国际的道路,必须实行“国际化”的管理策略。

三、物流企业国际化运作影响因素

(一) 经济环境

物流企业国际化运作直接关系到企业的产品在目标国的市场能力,从而决定了其进入方式的选取。此外,受影响的各国对外经贸联系也是一个很大的问题,其变动会导致各国政府在今后经贸和投资政策上发生变化。由于贸易赤字的出现,国家将会通过多种手段来支持出口业,从而提高其货币收益,从而使企业能够从本国获得税收上的优待。

(二) 政治法律环境

不同国家的政治、法治环境,在不同的国家间,都会产生不同的贸易。由于政治势力的影响而产生的无法预料的改变,会成为—个企业利益或其他目的的一股潜在势力。若在目标市场出现不确定因素,则会加大企业的投资风险。因此,主要的政治分裂和高度

动荡将阻止企业进行大型投入。

此外,各国立法制度也不尽相同,在西欧,如果你寄到顾客的包装上的油墨不是按照欧洲的绿色标准生产的,那么顾客就会以污染环境为由,不接受该企业的商品,而该企业的拒签是按照地方性法规的。此外,我国的出口管制等相关法律体系也会对我国企业的准入方式产生一定的影响。比如,高税率或者较少的限额可以刺激人们的投资。有些国家甚至会颁布一项禁止特定投资的法令。在一些涉及国家战略安全和未经批准的产品方面,禁止进行投资。比如,在很多西方国家,都是不允许中国的中药企业在自己的地盘上进行的。所以,对于我国的政治稳定性、国际贸易与国际投资态度、贸易壁垒、专利保护、关税政策、国有化政策等,都需要对其进行深入的考察^[3]。

(三) 社会文化环境

在不同的国家,不同的消费者有着不同的购物习惯和喜好,这是一个难以预料的问题,包括教育程度,不同的民族之间的差异也是巨大的。从企业的观点来考虑,如果只采用一种“文化相对论”,那么,跨国企业将会为此支付巨大的成本。另一方面,对国家优势的过度重视也会阻碍跨国企业实现其目的。不同种族之间的伦理差别愈大,就愈容易产生矛盾。

许多跨国企业都会采取规范化与本地化的方式进行国际化管理,并在企业的品牌战略和策略上采取了更多的本地化的管理方式。纵观世界经济的发展趋势,很多国家都面临着金融、战争、恐怖主义、公共卫生等诸多问题,这些都会对各国的经济发展造成巨大的威胁。

四、国营物流企业国际化运作的对策

(一) 切实加强物流基础设施建设

基础设施是物流企业实现全球化的关键,所以必须要做好全面的计划,并在最大程度上促进物流的一体化和发展,进而完善我国的物流基础设施。请务必对下列要点予以足够的关注:

既要符合全国整体的发展需求,又要符合地方的特殊需求。第二,要重视以“优先”为基础的综合运用,着力于对物流资源进行更新升级,并使其最大限度地发挥已有的物流功能。要按照市场经济的发展特点,不断拓宽投融资渠道,大力开展企业化运作。第四,要切实强化多种交通方式之间的有效衔接,大力发展现代物流业一体化的交通系统,大力推广多式联运模式。第五,要采取行之有效的措施,使各大物流枢纽的物流集约性和集约性的提升。第六,要重视区域物流的合理发展,强化区域物流体系的构建,致力于拓展不同区域之间的贸易和贸易,并与区域经济发展的需要相适应,积极发展现代物流,努力为广大用户提供优质的服务^[4]。因此,在管理、企业结构设计和方式上,要适应市场,给广大客户带来方便,要切实地强化信息技术和网络技术,为企业的发展提供有力的支持,但还应该对那些与实际情况相背离,重复建设,圈占土地的行为坚决反对取缔及制止。

(二) 充分利用市场营销策略

首先,要把我们的战略发挥到最大。如何利用现有的有限的资源进行最优配置,为顾客提供最好的产品,是影响到国营物流企业的运营。在物流企业中,一般要经历导入、成长期、成熟期和衰退期等多个时期。当新的商品已经达到饱和的时候,必须要尽快地将新商品推出市场,也可以通过对现有的水晶进行进一步的提升,来弥补这种商品销售下降带来的利润下降。其次要做好推广战略的准备。对物流企业而言,它的推广应当以满足消费者的需要作为前提,尽可能地激发客户的购买欲,从而在某种程度上影响客户的消费,从而促进商品的销量。

营销的成功与否与企业合作有着密切的联系,因此企业必须

要尽可能地减少核心客户的损失,增加与重要的客户的合作与业务。另外是对商标战略的充分运用。目前,国内物流业还处于起步阶段,部分物流企业对自己的品牌形象不够好,对行销流程和运营也缺乏足够的关注。品牌是一种无形的财产,它可以为企业创造巨大的利润,也可以让企业的经济价值得以提升,而跨国的物流企业要在激烈的竞争中占据上风,就必须重视品牌,努力建立品牌意识。

(三) 培养高素质的复合型人才

首先,国营物流企业要努力适应市场的发展,不断地培育具有创造性的、不断地接受新的知识和技能的创新团队。这些人能够在21世纪的信息技术和信息技术的快速发展和快速的市场需求下,其次,要致力于培育具有国际化视野和洞察力的人员。在全球化背景下,国营物流企业必须要培养出一支专业的管理队伍,让他们在全球化的环境下,更加地关注工作,这样,管理队伍就会形成一种全球化的、广阔的世界观,在合适的情况下,将企业业务范围扩大到世界各地,从而增强企业的品牌意识和长期发展。

在这种情况下,既要利用证券、股票、债券等多种融资方式,又要加强对自身的风险管理,同时要加强综合素质的培养。它可以运用现代的商业管理理论,运用现代的商业管理方法,对我国物流行业的规则和WTO规则进行深入详细的探讨,可以根据市场经济的基本规律改善企业进行运营,让企业能够在WTO组织的规范要求下和知名外资物流企业在国际市场上进行竞争。

(四) 通过信息化建设推动物流企业国际化进程

首先,要大力推进我国的物流公共信息系统,促进其持续发展。建立一个有利于中国物流信息化建设的有利环境,并将其运用于实际,提升其应用的层次,是推动物流信息化建设的重要内容。作为一个公共平台,它可以很好地将很好地将整个产业的资源进行高效集成,这样就可以最大限度地限度地发挥整个物流产业的作用。其次,积极推动建立和发展后勤信息化体系。根据企业的实际情况,建立起一套科学、合理的、可持续发展的现代物流信息系统架构。经过对物流行业的深入研究,建立一个完整的现代物流信息化体系,对于提高其经济和运作的整体效益,促进其发展具有重要的作用。最后要把信息技术和先进的管理系统有机的结合起来。而实体企业的信息化建设,最重要的是要将业务流程与企业信息管理体系相融合,要从企业战略、业务流程、管理机制、文化、绩效考核、员工素质等诸多方面着手,努力实现转型和优化整合。

结语

综上所述,随着信息技术和信息技术的飞速发展,物流行业必然会走向全球化。国营物流企业要在国际竞争日趋加剧的今天,强化基础设施,发挥市场营销的作用,既要注重培养高层次的人才,创造有利的条件,促进中国经济健康、迅速增长,提升中国的整体实力,进而提升物流企业的国际竞争力。

参考文献:

- [1] 任超. 现代物流企业高质量发展问题浅析[J]. 商业经济研究, 2022(23):115-117.
- [2] 吴谢玲. 现代物流企业发展战略问题探讨[J]. 商业经济研究, 2022(20):125-127.
- [3] 张玲雅. 电商物流协同发展问题研究[J]. 商业经济研究, 2022(17):106-108.
- [4] 王秀, 郭薇, 郭鑫颖. 物流企业对成本会计的运用[J]. 中国物流与采购, 2022(14):67-68.

作者简介:

陆日婕; 单位: 泰国格乐大学; 学校地址: 中文: 泰国曼谷市邦肯区郎因他路3号; 出生年月: 1986年04月; 籍贯: 广西扶绥; 学历: 硕士研究生; 研究方向: 国际化物流, 电子商务。