

<<现代企业逻辑>>

图书基本信息

书名：<<现代企业逻辑>>

13位ISBN编号：9787307077362

10位ISBN编号：7307077361

出版时间：2010-5

出版时间：武汉大学出版社

作者：鲍杰军

页数：308

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>

前言

我在学海沉浮多年，交游圈内出书者甚众，但我甚少为人写序，一则自身精力委实有限，二则每每担心言无新意。

此番应鲍杰军先生之邀，为其新书作序，却是另有缘由。

鲍杰军年长我一岁，我忝为其师，同时也是挚友。

三年前他完成了在建陶业界颇有影响的大作《中国智式——建陶产业强盛之道》后，又马不停蹄地开始了博士学位论文的写作。

博士学位论文开题之前，我本来是建议他选择“中国建筑陶瓷行业发展战略研究”为论题，作为建陶领域的知名企业家和思想先行者，他对建陶行业的发展战略已研究得非常透彻，因此选择这一论题可谓驾轻就熟，不仅有很大把握拿到博士学位，而且不用再花太多精力。

然而，令我感到意外的是，在论题已基本确定之后，鲍杰军居然临时变了卦，专程飞到武汉和我商讨变更论题，要从他熟悉的建陶行业研究转为对现代企业理论基础的研究，对于一个并不具有经济学或管理学科班背景的企业家而言，这无疑是一个新的挑战，而更具挑战性的是，他选择的论题是“现代企业的成长及其控制研究——基于企业家需求的角度”，由于研究视角的独特性和开创性，这一论题无疑具有极大的研究价值和意义。

<<现代企业逻辑>>

内容概要

《现代企业逻辑：基于企业家需求的角度》在重新界定“现代企业”和“企业家”的基础上，以“人格人”假设为出发点。

从企业家需求的角度构建起现代企业的逻辑，对现代企业的本质及成长进行了重新认识。

分析了企业家在现代企业成长及其控制中的作用与实现途径，同时选取了王石与万科、宗庆后与娃哈哈、柳传志与联想三个具有不同代表性的具体案例进行全面深入的分析，试图建立一套能够对现代企业现象作出合理解释的新的企业理论体系。

作者简介

鲍杰军，1982年从景德镇陶瓷学院毕业后留校任教十年，1992年南下广东，参与创办广东科达机电股份有限公司。

现任佛山欧神诺陶瓷股份有限公司董事长。

中国建筑卫生陶瓷协会副会长，景德镇陶瓷学院客座教授、硕士生导师，广东省第十一届人大代表。

2005年获北京大学光华管理学院EMBA学位，2007年出版专著《中国智式》，2009年获武汉理工大学管理学博士学位。

书籍目录

第一章 导论本章导读第一节 问题的提出与研究意义第二节 国内外研究综述第三节 本书的理论基础第四节 本书的研究内容与方法本章小结第二章 现代企业的逻辑本章导读第一节 现代企业的逻辑基础第二节 现代企业的本质与属性第三节 现代企业的成长命题本章小结第三章 现代企业成长的影响因素分析本章导读第一节 现代企业成长概述第二节 现代企业成长的影响因素之一——企业家因素第三节 现代企业成长的影响因素之二——企业外部环境因素第四节 现代企业成长的影响因素之三——企业内部条件因素本章小结第四章 企业家需求对现代企业成长的影响机理本章导读第一节 企业家需求体系第二节 企业家需求变化规律第三节 企业家需求变化对现代企业成长的影响本章小结第五章 企业家意志对现代企业成长的影响机理本章导读第一节 企业家价值取向对现代企业成长的影响第二节 企业家能力对现代企业成长的影响第三节 企业家价值取向与能力对现代企业成长的共同影响本章小结第六章 现代企业成长过程的控制本章导读第一节 现代企业健康成长的标志第二节 现代企业成长的均衡性控制第三节 现代企业成长的安全性控制第四节 现代企业成长的有效性控制第五节 现代企业成长过程中的实际控制权交接本章小结第七章 案例分析本章导读第一节 万科的成长及其控制分析第二节 娃哈哈的成长及其控制分析241第三节 联想的成长及其控制分析本章小结第八章 结论与展望第一节 研究结论第二节 主要创新点第三节 研究展望参考文献后记一后记二附录：日记摘抄

章节摘录

4.企业的边界模糊化在现代社会经济发展的复杂背景下，企业已经远非法律意义和经济学定义上的那么简单，而是呈现出更多的形式与内容。

在现实的经济社会中，许多在法律意义和业务性质上毫无关联的企业实际上都是被同一个人所掌控，这个人甚至可以随心所欲地决定这些企业的存在与消亡，并且可以不遵循任何经济规律，譬如“格林柯尔系”之于顾维军、“德隆系”之于唐万新。

这些现象使传统意义上的企业边界也变得模糊起来。

现代社会背景下这些复杂的企业现象对传统的企业理论提出了前所未有的挑战，我们可以将其归结为以下几个核心问题：1.企业的本质是什么企业究竟是什么？

这是一大批企业经济学文献所致力于解答的一个最为根本的问题。

新古典理论中，企业被抽象为一个生产函数，反映生产组织特征，企业内部的结构、组织、制度和交易行为全部被略去，企业在技术、市场和经济条件约束下，作出使利润最大化或成本最小化的生产计划，以达到最佳产量水平。

弗兰克·奈特（Frank Knight）在其所著的《风险、不确定性和利润》（1921）一书中，将利润作为分析企业本质问题的切入点。

A管理模式创始人刘光起的回答简明扼要：“企业的本质就是营利，它完全不同于慈善机构和事业单位。

” 尽管没有一位经济学家否认营利是企业的属性之一，然而，企业真的仅仅是把投入品转化为产出品简单寻利者吗？

答案是否定的，诸多现代企业现象表明，营利并不是企业家控制企业的唯一目的，企业家也可能是为了证明自己的经营能力、实现自己的人生理想……如远大集团总裁张跃就对办企业的目的进行了这样的描述：“首先，我当初肯定有发财这样的想法，或者是满足控制欲望，然而现在这些欲望早已经过了高潮期，‘拥有财富’这个单纯的目标已经消失了。

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>