第一图书网, tushu007.com

<<企业公民>>

图书基本信息

书名：<<企业公民>>

13位ISBN编号：9787509711019

10位ISBN编号：7509711010

出版时间：2009-12

出版时间：社会科学文献出版社

作者：谌远知

页数：237

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

第一图书网, tushu007.com

前言

我们正处在经济转轨、体制转换、社会转型的进程之中，面临大量的公共问题：公共精神、公共价值、公共理性、公共规则、公共决策、公共绩效、公共空间……这些都是企业成长和发展不得不面对和思考的大前提。

在这个进程中，需要企业和企业家采用全新和长远的人文理念来审视和解构，正所谓：“不谋万世者，不足谋一时；不谋全局者，不足谋一域。”这样，企业才能够在这种特殊的境况中，从“成长”走向“成熟”，从“成熟”走向“和谐”和“至善”，实现华丽转身。

在这个转变中，企业和企业家不仅要有“硬实力”和“软实力”，更应该具有“巧实力”。“巧实力”既不是单纯的硬实力，也不是单纯的软实力，不走软硬两者的极端，而是两者相互补充、相互促进，是一种更聪明、更巧妙的战略战术。

在这个转变中，不应该也少不了“智库”支持。按照世界著名的“智库”——兰德公司的创始人弗兰克·科尔博莫的定义，“智库”就是一个“思想工厂”，一个没有学生的大学，一个有着明确目标和坚定追求却无拘无束、异想天开的“头脑风暴”中心，一个敢于超越一切现有智慧、敢于挑战和蔑视现有权威的“战略思想中心”。

内容概要

企业是社会的细胞，企业是历史的轨迹，企业是经济的灵魂，企业是发展的马车，企业是成长的动力……企业家是历史上的“男三号”，企业家是资本的创造者，企业家是财富探险家，企业家是拥有哲学家头脑的智者，企业家是“革命突变”的“基因”……试问企业该如何承担社会责任，扮演好企业公民的角色呢？
提供公共产品和服务或许是一条值得探索的路径，尤其是提供公共文化产品，在这样的时代更有深远的意义，因为价值本源的回归和伦理道德的升华始终是社会探索的精神主题，并且它会进射出巨大的能量，指引着我们生活的方向。

作者简介

谌远知，先后就读于浙江大学外语学院，复旦大学法学院，浙江大学法学院；入选2009年度浙江省新世纪第三层次培养“151”优秀中青年人才培养计划；入选2008年度杭州市新世纪第二层次培养“131”优秀中青年人才培养计划；参与国家社科基金项目2项，主持或参与省、部级哲学社会科学基金课题3项，主持或参与杭州市级哲学社会科学规划6项，出版专著2部，参著2部，主编或参编高校教材4部（其中1部为国家“十一五”规划教材），在国际、国内核心学术刊物发表论文多篇；成果获杭州市政府哲学社会科学优秀成果二等奖。

<<企业公民>>

书籍目录

题记引子“商小说”的诞生第一章 企业公民的价值指归与生态环境 第一节 价值回归本原 一 光荣与愤怒 二 逻辑与情感 三 江湖与公民 四 价值与回归 第二节 制度和文化双重支持 一 创业自由 二 产权保障 三 价值取向 四 肯定企业家才能的定价 五 实业家的理想生活第二章 企业公民的文化身份与历史沿革 第一节 企业家的脸谱 一“男三号” 二“消失的背影” 三“左手拿着金钱，右手拿着利剑，胸中充满感情” 四“财富探险家” 五“哲学家的头脑” 六 克服“林黛玉的短处”和发掘“猪八戒的长处”的“高手” 七“革命突变”的“基因” 第二节 企业家“色”与“戒” 一“色” 二“戒” 第三节 企业家与财富 一 热门话题 二“巨富”来源 三 财富出路的“学问” 四“一个极大的遗憾” 五 比尔·盖茨“路径”——“创新型资本主义” 第四节 企业家角色 一 萨伊的企业家“协调者”角色 二 马歇尔的企业家的多重角色 三 熊彼特的企业家“创新者”角色 四 企业家的“不确定性承担者”角色 五 克服x效率与利本斯坦的企业家角色 六 卡森的企业家“判断性决策者”角色 七 企业家的“社会责任”角色第三章 企业公民的表达形态与伦理边界 第一节 从企业责任到企业公民的转换 一 从企业社会责任到企业公民的跨越 二 企业公民：责任与权利的统一 三 时代呼唤优秀的企业公民 第二节 企业与公共产品 一“风向标”、“输血库”与“后卫队” 二 是谁在为公共产品“埋单” 三 企业能否为社会直接提供公共产品 第三节 企业公民的伦理边界 一 企业伦理 二 企业应高举企业伦理的旗帜 三 提供公共产品与企业伦理 四 企业伦理的领航者第四章 企业公民的角色标识与路径选择 第一节 探索企业的性质 一 企业是姓“经”还是姓“社” 二 企业组织、政府组织与非政府组织 三 企业提供公共产品并非“空穴来风” 第二节 追溯企业的存在 一 是谁推动了企业历史演进的过程 二 特殊“奇葩”的绽放 三“我”拿什么回报“母亲” 第三节 寻找企业的价值 一 企业的“百倍身价” 二 提供公共产品=企业身价倍增 第四节 培育企业价值观 一 企业价值观 二 企业价值观的作用 三 培育先进的企业价值观 第五节 发掘企业的能力 一 企业能力的内涵 二 企业核心能力塑造 三 整合资源、量力而行 四“最大公约数” 五 开创企业发展的蓝海战略第五章 企业公民的群落建构与现实必然 第一节 企业依托公共产品履行企业道德 一 两个美国的案例 二 企业道德是什么——企业的“灵魂立法” 三 企业道德建设的必要性和功能 四 提供公共产品建构企业道德 第二节 企业提供公共产品是儒商文化的现实体现 一 源远流长、经久不衰“背后的故事” 二 切中时弊，恰逢其时 三“济世利民”的理想追求 第三节 形成良好社会关系 一 良好经营环境的要求 二 提升企业信誉 三 收获顾客价值 四 雇员提供经济效益 第四节 企业提供公共产品是提高企业声誉的有效途径 一 企业声誉好处观 二 提供公共产品能提高企业声誉 第五节 通过提供公共产品调整企业心理边界 一 企业心理边界两类别 二 企业心理边界的三特征第六章 企业公民的服务平台与制度创新 第一节 公共文化产品与公共文化服务 一 企业提供公共产品的载体——公共文化服务 二 公共文化服务与企业发展前途 三 公共文化产品供给的变革 第二节 企业参与创新公共文化服务体系的浙江样本 一 企业参与公共文化服务体系的可行性 二 企业参与公共文化服务体系的对策 第三节 构建企业参与公共文化服务体系样本探索 一 降低门槛 二 确立主体地位 三 完善投融资体制 四 探索新思路 第四节 构建企业参与公共文化服务体系样本实践 一 社会企业家 二 现代公益基金会 三 南都公益基金会的新标杆——“新公民计划”第七章 结语 一“经济人”与“道德人” 二 企业社会响应与企业社会绩效 三 利他与共赢 四 省察与沉思参考文献后记

章节摘录

四肯定企业家才能的定价　　企业家一词是由康替龙在18世纪中叶（1755年）最早引入经济学理论的，在他那里，企业家就是“按照固定价格购买和按照不确定价格出售”的风险承担者。
奈特（1921）在其为人所熟知的论文《风险、不确定性和利润》中最早对企业家的角色进行了动态性的系统研究，正因如此，奈特被德姆塞茨称为西方研究现代企业理论的开拓者。
奈特从探析风险和不确定性是如何影响组织行为、投资和利润决策入手，把企业家视为不确定性的承担者，所谓企业家利润则是在不确定性条件下从事决策的回报，对奈特而言，“正是不确定性……赋予了作为一个整体的经济组织以企业的典型特征并解释了企业家收益的特殊性”。
奈特对风险和不确定性作了严格区分，风险是已知概率分布条件下的随机事件，不确定性是完全未知概率分布条件下的随机事件。
在不确定性条件下，“实施某种具体的经济活动成了生活的次要部分；首要的问题或功能是决定干什么以及如何去干”。
这“首要的功能”指的就是企业家所承担的重要角色——决策，即决定一个组织的行动方向和路线。
因为不确定性是无法保险的，企业家不得不承受不确定性，奈特认为企业不是别的东西，而仅仅是一种装置，通过它，“自信或勇于冒险者承担起风险，并保证犹豫不决者或怯懦者能得到一笔收入”。
卡森（Casson，1982）对奈特的企业家角色给予了综合和扩展，他认为“企业家是专门就稀缺资源的配置做出判断性决策的人”，判断性决策的本质在于，在决策中不可能采用一条明显是正确的，而且只使用公开可获信息的规则。
　　我们认为，企业家就是人类社会发展过程中被分工出来的一个特殊群体，他们的专长就是处理不确定的事件。
　　企业是创造财富的手段。
企业是不同的生产要素相互结合并进行联合生产的过程，正是在联合生产中，新的财富得以创造。
其次，企业是分配财富的手段。

第一图书网, tushu007.com

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