

<<企业社会责任理论>>

图书基本信息

书名：<<企业社会责任理论>>

13位ISBN编号：9787562332718

10位ISBN编号：7562332711

出版时间：2010-5

出版时间：华南理工大学出版社

作者：黎友焕

页数：272

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>

## <<企业社会责任理论>>

### 前言

企业社会责任理念在19世纪初期就已经开始出现，但20世纪以后，社会才开始对企业发展产生负面影响的“社会达尔文主义”的残酷和冷漠进行批判。

在企业发展与社会指责的博弈中，社会责任的研究也逐渐在20世纪50年代后逐步走向成熟。

对企业社会责任理论的研究应该首先归功于那些对企业伦理进行深入探讨的先辈们。

卡罗尔（Carroll Archie B.，1993）指出：“回顾过去30年来人们对企业伦理的兴趣，可以得出两个结论：一是对企业伦理的兴趣不断加深；二是对企业伦理的兴趣看来是由重大丑闻曝光引发的。”

弗里曼（Freeman R. Edward，1988）等在其著作《公司战略与追求伦理》一书中指出：“追求卓越革命的基本伦理是对人的尊重。

这是企业关心顾客、关心质量背后的根本原因，也是理解优秀企业难以置信的责任感和业绩的关键”

可见，最初的企业社会责任理论研究源于企业伦理学，但随着经济社会的发展和国内外对企业社会责任感兴趣的学者越来越多地投入到他们的工作中来，只利用企业伦理的理论对企业社会责任进行解释明显已经“力不从心”，因为企业社会责任已经包括到了伦理以外的方方面面，比如经济、管理、法律、社会、哲学、人口等许多学科理论。

很明显的是，企业社会责任学已经是当前时代发展需要的一门跨越众多学科的综合性和新兴学科。

长期以来，对企业社会责任理论的研究明显具有滞后性。

因为人们对企业社会责任的关注往往是在企业的丑闻曝光之后做出的正常反应。

人们开始对企业为何做出违反道德、法律等行为进行拷问，也为怎样避免企业的这种不道德行为而忙于寻找对策。

不同的研究者从其自身的研究领域（如经济学、哲学、法学、伦理学和管理学等视角）来寻找答案，有的甚至建立理论模型来严格论证。

大量企业家在发现企业社会责任的履行确实如理论工作者的结论一样能给他们带来更大的利益后，他们也开始对社会责任表现出极大的兴趣，所以企业社会责任理论研究的扩大和升级也有赖于企业自身对社会责任的实践。

## <<企业社会责任理论>>

### 内容概要

本书是由多位企业社会责任方面的专家、学者共同参与研究的一本关于企业社会责任理论研究的著作。

本书在市场经济理论、公司控制权理论、社会资本理论、企业文化理论、经济全球化理论、可持续发展理论和福利经济学理论的背景下，论述了这些理论与企业社会责任的关系以及在其理论框架下强化企业社会责任发展的思路。

本书通过分析企业社会责任的理论基础，一方面完善了企业社会责任的理论研究，另一方面也为企业社会责任在我国的实践提供了理论指导，可以供相关领域研究人员借鉴和参考。

## <<企业社会责任理论>>

### 作者简介

黎友焕，1971年7月生，广东汕尾人。

经济学博士。

北京交通大学应用经济学博士后，现任广东省社会科学综合开发研究中心主任、研究员、研究生导师

。

广东省企业社会责任研究会会长，《企业社会责任》杂志社社长兼总编辑。

主要研究方向为：世界经济、企业社会责任、国际贸易、国际金融。

2003—2005年曾在英国诺丁汉大学(The University of Nottingham)作高级访问学者。

主持国家和广东省社科规划项目各1项，主持各级领导、政府委托课题和其他各类横向课题30多项。

作为主要成员参与国家、广东省社科规划项目以及国家教育部人文社科基金项目各3项，参与各级领导、政府委托课题和其他各类横向课题30多项，多次应邀出席省部级领导参加的决策咨询会。

出版个人专著16种，合作出版专著8种，主编各类书籍20多种，公开发表论文200多篇，其中一半以上

文章发表在国家级刊物或核心期刊。

接受各类媒体采访超过2000次。

成果先后获：国家社科基金项目评审“优秀奖”(2004年)、广东省政府2004—2005年度广东省哲学社会科学优秀成果奖二等奖(2006年)，广东省政府2006—2007年度广东省哲学社会科学优秀成果奖二等奖(2009年)、新闻出版总署第二届“三个一百”原创图书出版工程(2008年)、第二届广东省优秀出版奖(图书奖)(2008年)等。

## &lt;&lt;企业社会责任理论&gt;&gt;

## 书籍目录

第一章 导论 一、问题的提出 二、研究意义 三、相关概念的区分与界定 四、研究思路与方法 五、主要研究内容与结构 六、特色与价值第二章 基于市场经济理论的企业社会责任 第一节 市场经济理论概述 一、市场经济的内涵 二、市场经济理论发展概述 三、市场经济基本特征 四、社会主义市场经济 第二节 传统市场经济理论与企业社会责任 一、传统市场经济理论的缺陷 二、市场经济理论与企业社会责任 第三节 社会主义市场经济与企业社会责任 一、社会主义市场经济的价值基础 二、社会主义市场经济条件下的企业社会责任 三、社会主义市场经济条件下企业社会责任作用的发挥 四、企业社会责任的发展对社会主义市场经济理论的影响 第四节 市场经济下企业社会责任强化思路 一、深化产权制度改革 二、健全市场经济秩序 三、积极转变经济增长方式 四、企业强化自身建设 五、加快建设公共服务型政府第三章 基于公司控制权理论的企业社会责任 第一节 公司控制权理论的综述 一、公司控制权的含义 二、公司控制权理论的文献综述 三、公司控制权理论的发展趋势 第二节 公司控制权理论与企业社会责任 一、公司控制权理论与企业社会责任的关系 二、公司控制权理论对强化企业社会责任的作用与影响 三、强化公司控制权社会责任应注意的几种关系 第三节 基于公司控制权理论的企业社会责任解析 一、公司控制权企业社会责任的基本要素——典型社会契约理论的解析 二、公司控制权企业社会责任的理论流派——企业社会契约理论的解析 三、经济全球化公司控制权企业社会责任——综合社会契约理论的解析 第四节 基于公司控制权理论的推进企业社会责任建设的思路 一、加强对公司控制权企业社会责任的研究 二、从健全公司内外部治理结构入手 三、建立完善的企业监督机制,促进企业履行社会责任 四、配套适当的激励措施第四章 基于社会资本理论的企业社会责任 第一节 社会资本理论概述 一、社会资本的定義 二、社会资本理论的主要内容 三、社会资本的作用 第二节 社会资本理论与企业社会责任 一、社会资本与企业社会责任的关系 二、社会资本理论对强化企业社会责任的影响 三、强化企业社会责任对发展社会资本的影响 第三节 基于社会资本理论的企业社会责任现状分析 一、社会资本视角下企业社会责任的目标类型 二、社会资本视角下企业社会责任运行的效益 三、企业社会责任的缺失 第四节 基于社会资本理论强化企业社会责任的思路 一、加强社会网络关系的建立 二、转变政府职能 三、企业自身应加强社会责任的内外环境建设第五章 基于企业文化理论的企业社会责任 第一节 企业文化理论概述 一、企业文化的概念 二、企业文化理论的发展历史 三、企业文化理论概述 第二节 企业文化理论与企业社会责任 一、企业文化理论与企业社会责任的统一关系 二、企业文化理论与企业社会责任两者的相互作用 第三节 基于企业文化理论测量模型对企业社会责任的分析 一、企业文化理论测量模型综述 二、企业文化理论测量模型的介绍 三、模型的运用 第四节 构建以企业社会责任为基础的企业文化 一、构建以企业社会责任为基础的精神文化 二、构建以企业社会责任为基础的制度文化 三、构建以企业社会责任为基础的行为文化 四、构建以企业社会责任为基础的物质文化 五、建立信息披露机制,增强公众参与第六章 基于经济全球化理论的企业社会责任 第一节 经济全球化理论 一、经济全球化概述 二、经济全球化的发展趋势与特点 三、经济全球化的影响 第二节 经济全球化理论与企业社会责任的关系 一、经济全球化是企业社会责任发展的推动力 二、企业社会责任是经济全球化发展到一定阶段的产物 三、经济全球化对不同类型国家对待企业社会责任态度的影响 第三节 经济全球化理论视野下的企业社会责任 一、经济全球化下的企业社会责任与传统的企业社会责任的区别 二、经济全球化下企业社会责任问题解析 三、经济全球化下企业履行社会责任的效用分析 第四节 基于经济全球化理论强化企业社会责任的思路 一、继续发挥国际组织的监督、管制作用 二、企业自身应加强行为约束,自觉履行社会责任 三、经济全球化中,东道国政府要加强多方合作 四、发展中国家应加快步伐推动社会责任的发展第七章 基于企业可持续发展理论的企业社会责任 第一节 企业可持续发展的伦理要素:企业社会责任 一、企业可持续发展的内涵 二、企业可持续发展的影响因素 三、企业社会责任与企业可持续发展的关系 四、承担社会责任对企业可持续发展的实践意义 第二节 新发展观:基于社会责任的企业发展方式的变革 一、在企业的首要目标上,由求生存到求发展 二、在企业的增长方式上,由外延式扩张到内涵式增长 三、在企业的利润观念上,由追求利润最大化到追求企业、社会相统一 四、在产品低成本优势的来源上,由压低工资到管理创新 五、在企业可持续发展的要素上,由有形资源到无形资源 六、从收益趋势看,

## <<企业社会责任理论>>

用于社会责任的投入可能会出现边际收益递增 第三节 竞争优势再造：企业社会责任建设的成本效益分析 一、企业社会责任增加企业的经营成本 二、企业社会责任塑造企业新的竞争优势 第四节 社会责任问题：我国企业可持续发展中的坎 一、我国企业可持续发展中的社会责任误区 二、我国企业可持续发展中存在的社会责任问题 三、基于可持续发展的我国企业的社会责任建设第八章 基于福利经济学理论的企业社会责任 第一节 福利经济学概述 一、福利经济学主要思想及其理解 二、社会福利标准的衡量 三、企业社会责任与福利经济学结合的契机 四、理性企业与福利最大化的结合路径 第二节 基于外部性的企业社会责任福利分析 一、外部性理论及其理解 二、基于外部性的企业履行社会责任的范围界定 三、企业不履行社会责任所造成的外部不经济 四、福利经济学对企业负外部性的解决途径 五、企业履行社会责任有利于消除外部不经济 六、结论 第三节 基于福利经济分析的企业目标与社会责任 一、福利经济学社会目标与企业目标 二、福利经济学社会目标与企业目标的一致性与冲突 三、利益相关者福利最大化目标 四、基于利益相关者目标的企业自身福利提高的分析 第四节 基于福利经济学强化企业社会责任的误区与思路 一、强化企业社会责任必须澄清几个误区 二、基于福利经济学强化企业社会责任的思路 三、总结参考文献

## <<企业社会责任理论>>

### 章节摘录

企业社会责任理论一直是经济学家、管理学家、社会学家以及法学家等争论的焦点问题之一，争论的关注点范围很广，包括：企业社会责任研究的理论基础是什么？

还有哪些学科？

企业的目标是单纯获利、股东权益最大化还是照顾利益相关者的福利？

企业社会责任与各个理论的结合点在哪里？

在不同的理论、时代背景下如何强化企业社会责任？

等等。

由于企业社会责任概念对我国是一个舶来品，我国改革开放刚刚进入30周年的转折点，在我们社会主义市场经济还需要不断完善的今天，企业除了传统的竞争手段下达到目标外，如何利用企业社会责任这一新的工具达到企业利益与社会利益的统一的问题，对企业、社会与政府都提出7更高的要求

一、问题的提出 20世纪20~60年代是西方企业社会责任基本框架形成的时期。

20世纪60年代以来，以美国为代表的发达国家进入后工业化时代，企业生存和发展的环境发生了很大变化，并且动荡不定。

这种变化主要表现在： 1.竞争日趋激烈由于产品需求结构的变化、产品和技术更新加快，加剧了企业之间的竞争。

企业被迫走出国门，寻求新的市场，逐步演变成全球性的竞争，跨国公司获得迅速发展。

全球经济的一体化，既给企业提供了机会，也增加了新的威胁 2.资源短缺与环境污染 生产力的迅速增长，加快了资源消耗和对环境的破坏。

以能源为代表的资源短缺的局面经常出现，突发性事件频繁。

世界经济的发展引发了对全球资源的开发与利用，结果环境被破坏得相当严重。

<<企业社会责任理论>>

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>