

<<友爱的公司>>

图书基本信息

<<友爱的公司>>

前言

最近，在《解放日报》上连载署名心言的文章“听厉以宁讲经济学”。文章开篇论述道，经济学理论的基础就是两个字：利己。诺贝尔奖获得者，著名经济学家米尔顿·弗里德曼说过，商业行为的终极目标就是使股东利益最大化。这些观点就是传统经济学理论的基石，它们统治着人们的思维并支配着人们在经济领域里的一切行为。多少年来，世界经济这艘古老而巨大的航船就是在利己主义思想的支配下，在茫茫大海中颠簸起伏、破浪前行。然而，在波澜汹涌的经济浪潮中，许多企业如流星划过，许多巨贾似昙花一现。

<<友爱的公司>>

内容概要

这是一本充满新思维的管理书，首次提出“利益相关者关系管理”的新型商业模式，是对传统经济学理论基础的“股东利益高于一切”的颠覆，是对支配人们思想和行为的利己主义的一次有力挑战，也是对传统的商业目的以及商业模式的严厉批判。

•为什么消耗比以往更多的资源，却得不到顾客的满意和忠诚？

•为什么要挣脱经济领域里“利己主义”思想的束缚？

•企业的航船如何沿着可持续发展的航道前行？

•为什么要颠覆“股东利益最大化”的传统商业模式？

本书是一本充满新思维的管理书，首次提出“利益相关者关系管理的新型商业模式”，是对传统经济学理论基础“股东利益高于一切”的颠覆，是对支配人们思想和行为的利己主义的一次有力挑战，也是对传统的商业目的以及商业模式的严厉批判。

<<友爱的公司>>

作者简介

拉金德拉·S·西索迪亚，Bentlev大学营销学教授，在各种刊物上发表了近百篇论文，包括《哈佛商业评论》、《市场营销杂志》等知名刊物，经常为《华尔街日报》撰稿。其研究、教学和咨询领域包括：战略营销、营销生产率、营销伦理以及利益相关者导向营销等。被英国的营销特许机构（Chartered Institute of Marketing）誉为“50名杰出的营销思想家”之一。为Sprint、沃尔沃和IBM等公司提供咨询服务。

戴维·B·沃尔夫，国际公认的消费者行为专家，《财富》100强公司的咨询专家，为美国运通、AT&T、可口可乐、通用汽车、万豪国际酒店等公司提供咨询服务。贾格迪什·N·谢斯，埃默里大学戈伊苏埃塔商学院营销学教授，世界知名的营销学者，以其消费者行为、客户关系管理、全球竞争战略、战略思考和地缘政治分析方面的学术贡献享誉国内外。为世界各地众多公司提供咨询服务，如AT&T、通用电气、摩托罗拉、3M公司等。曾获市场营销协会授予的两个最高奖项，理查德·D·欧文杰出营销教育家奖和查尔斯·库利奋·帕林奖。

<<友爱的公司>>

书籍目录

第1章 分享的不再是钱包，而是心灵 何为友爱的公司 FoEs的确认过程 FoEs的运作方式 FoEs与从优秀到卓越的公司 FoEs的经营之道 本书各章概述第2章 新时代、新规则、新资本主义 资本主义的自我价值实现 股东与利益相关者 FoEs中的情感智能化管理 找出变革的意愿 做出改变以成为FoE第3章 混乱的过渡期 治理混乱的良方：自然资本主义 “混乱时代”的沟通挑战第4章 员工：人力资源的匮乏与枯竭 为FoE工作的乐趣 FoEs赋予工作以意义 管理层—工会关系中的伙伴关系优势 FoE领导层深谙构建信任的艺术 FoEs将愉悦注入工作环境之中 培训和开发乃是FoEs的重中之重 赏识和赞扬乃是FoEs的重中之重 FoEs眼中的兼职员工 上下一条心 未来的人力资源部门 正确做事给股东带来的益处第5章 顾客：爱的力量 新营销理念 一种全新的认识 FoEs所遵从的默契 老生常谈：忠诚的员工带来忠诚的顾客 如何不去刻意建立信任度 FoEs是感性的第6章 投资者：赢在FoEs 一些公司的寿命在缩短 Whole Foods公司的股东财富之路 谁是今天的投资者 利润追求的禅宗观点 捆绑投资者、员工和顾客的利益 股东收益：FoE公司的投资组合回报率胜出 净资产收益率和市盈率：FoEs的股票溢价吗 Beta系数：获得高风险调节性回报 证明FoEs高业绩的其他方面第7章 合作伙伴：和谐之音 “数字”无法完全体现公司潜力 和谐相处还是剥削 让利益相关者成为合作伙伴是企业成功的砝码 利润来自合作而非剥削 造福世界就能致富股东第8章 社会：最终的利益相关者 商业价值观与人文价值观FoEs与社会第9章 文化：神秘的配方 文化的首要性 释放组织能量 确定组织愿景：放眼世界 通过建立友爱文化培育组织价值观 FoEs文化特征概要 自我实现与公司文化 文化=DNA第10章 经验教训 识别FoEs的特征 敢于挑战行业教条 结合利益相关者的利益创造价值 乐于打破传统的交易模式 从长远的利益出发经营公司 主张企业自然发展 工作与娱乐融为一体 抵制传统的营销模式第11章 抵达彼岸 时代的巨大挑战：超越得失思维定式 FoE管理需要整体思维 走进“复杂体的另一侧面”致谢

<<友爱的公司>>

章节摘录

第2章 新时代、新规则、新资本主义 整个商界一片暗淡，活跃在此舞台上的顾客、员工、投资者、供应商和其他利益相关者无不心灰意冷，人们对于高管频频的劣行再也忍无可忍，安然、Tyco、世通、Adelphia Cable以及其他最近涉及数亿美元的公司丑闻使人们大失所望。

管理者的贪婪与腐败已不是什么新鲜事了。

然而，这几年管理者追逐物质享受，失信于民已经到了登峰造极的地步。

在过去的10年中，高管们从他们的薪金、奖金，以及股票交易中谋取了数亿美元的利润，而他们公司的运营状况却往往不尽如人意。

1992-2001年间，美国1500家规模最大的公司中，五位高管从其股票交易中得到了670亿美元的利润。

[1]许多管理者违反道德底线填满了自己的腰包，而普通员工则遭遇工资削减、失业，眼睁睁地看着他们的养老金被掠夺。

难怪人们对公司管理层的信任度下降到了等同于垃圾债券在人们心目中的地位。

<<友爱的公司>>

媒体关注与评论

本书不仅挑战了传统的商业模式，还挑战了资本主义的“基因”。要说有哪一书掀起了一场新关爱运动的话，《友爱的公司》当之无愧，因为它重新将卓越的公司界定为利益相关者价值的创造者，而不仅仅是股东利益的代言人。

——菲利普·科特勒 《友爱的公司》是近年来最重要的管理类著述之一。

本书引入了讽刺性的管理概念，仅此而言。

就足以在21世纪管理类书籍中标新立异。

本书充满了新思维，必将在今后很长一段时间对企业管理理论产生深远的影响，这是迄今为止任何其他书籍都无法比拟的。

——彼得·德比，美国SEC前营运和管理总经理 融合众多利益相关者的利益已成为当今世界的热门话题。

尽管要达到这种融合还需要做大量额外的工作，但此书仍为我们揭示了这种融合的意义所在。

更加忠诚的顾客、更加敬业的员工、更加融洽的劳资关系、更多来自社区的支持，最终会为股东创造更多的价值。

——安德鲁·C·凯琳，Aramark公司国内食品、礼仪和设施事务总裁 一说到融合，大多数人便会联想到技术的融合，而《友爱的公司》证明了另外一种融合形式的存在，那就是，顾客和投资者

人们越来越认识到两者之间有着不可分割的联系。

企业再也不能一味地追求利润而置人们的情感于不顾。

正如本书所告诫的那样，只有当企业为所有利益相关者承担起社会责任时，它才能成功地创造价值。

——伊凡·赛登贝格，Verizon通信公司主席兼CEO 《友爱的公司》不仅对自私的、贪婪的商业达尔文主义给予了重重一击，也对具有责任感的企业给予了高度评价。

——普拉布·古普塔拉，瑞银集团子公司常务董事

<<友爱的公司>>

编辑推荐

为什么消耗比以往更多的资源，却得不到顾客的满意和忠诚？为什么要挣脱经济领域“利己主义”思想的束缚？企业的航船如何沿着可持续发展的航道前行？

为什么要颠覆“股东利益最大化”的传统商业模式？以服务他人为目标，为所有的利益相关者着想，对顾客、员工、供应商、合作伙伴、公司所在的社区、投资者一视同仁，为员工提供令人羡慕的薪水和福利，为客户提供更高的价值，公平地对待供应商，持续创造价值，不会以牺牲其他利益相关者为代价，对股东的回报是惊人的，引导企业平衡股东和利益相关者的利益，承担社会责任，是社会里一股积极的力量，传递情感、经验和社会价值，领导者更注重集体利益，而不是个人利益，最大的竞争优势是企业文化，激发他人为美好的愿景而努力。

<<友爱的公司>>

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>