

<<科技企业的创新激励机制研究>>

图书基本信息

书名：<<科技企业的创新激励机制研究>>

13位ISBN编号：9787500466628

10位ISBN编号：7500466625

出版时间：2008-10

出版时间：中国社会科学出版社

作者：王云访，岳颖 著

页数：273

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>

## <<科技企业的创新激励机制研究>>

### 内容概要

提升企业的科技创新能力，是我国企业面临的巨大挑战。

本书受股票期权和硅谷文化的启发，试图找到企业长期性创新激励的两大支点，尝试将股权激励作为一种长期的有形激励，而将企业文化激励作为一种无形激励，运用制度分析和案例研究和数学模型相结合的方法，来探索和设计适合我国科技型企业各自不同特点的股权激励和文化激励的“本土化”模式。

## &lt;&lt;科技企业的创新激励机制研究&gt;&gt;

## 书籍目录

导论 一 选题背景 二 拟解决的关键问题 三 基本思路和框架 四 研究方法

第一章 企业激励机制理论分析 第一节 企业激励机制的理论基础 一 企业激励机制的管理学基础 二 企业激励机制的经济学分析 第二节 企业创新激励机制体系与设计原则 一 企业创新激励机制的设计原则 二 企业创新激励机制体系 第三节 股权激励与企业文化激励 一 股权激励 二 企业文化激励

第二章 国外企业创新激励机制比较研究 第一节 主要发达国家激励创新的政策比较 一 美国的突破性创新政策 二 日本的增量性创新政策 三 韩国的综合性创新政策 第二节 美国高科技企业的创新激励机制 一 硅谷的股权激励 二 硅谷的企业文化激励 第三节 日本高科技企业的创新激励机制 一 日本科技企业的股权激励 二 日本独特的企业文化激励 第四节 美日两国高科技企业激励机制的比较和启示 一 美日两国股权激励机制比较 二 美日两国企业文化激励机制比较 三 几点启示

第三章 我国科技型企业的创新激励机制现状分析 第一节 科技型企业的特征及创新激励机制的主要特点 一 科技型企业的特征 二 企业激励机制的主要特点 第二节 与产权改革并行的股权激励模式比较 一 股权激励形式比较和案例分析 二 北京、上海、武汉三地的股权激励制度分析 三 股权激励的五种本土化模式 四 我国实施股权激励存在的主要问题和障碍 五 我国年薪制“水土不服”现象分析 第三节 与科技型企业一起成长的企业文化激励模式 一 温州、深圳、中关村企业文化激励模式比较 二 科技型企业企业文化激励存在的主要问题 第四章 构建科技型企业股权激励机制的战略思考 第一节 产权改革和股权激励协同推进 一 人力资本的股权激励 二 我国科技型企业的产权特征 三 产权改革与股权激励的协同推进 第二节 科技型企业股权激励的分类设计 一 上市公司的股权激励模式选择 二 拟上市公司的激励适宜模式选择 三 非上市公司的股权激励适宜模式选择 第三节 科技型企业股权激励的阶段性设计 一 企业初创期股权激励的制度安排 二 企业成长期股权激励的制度安排 三 企业成熟期股权激励的制度安排 四 企业衰退期股权激励的制度安排 五 企业股权激励阶段性设计比较 第四节 实施股权激励的基础与条件 一 股权激励所需要的内外部条件 二 完善我国股权激励的制度环境思考

第五章 科技型企业的创新文化激励机制构建 第一节 创新文化与创新力 一 企业文化的创新功能 二 近年来国内外企业文化激励发展的新趋势 第二节 企业创新文化的构建 一 创新文化的构建 二 创新文化生态环境的营造 三 企业创新文化激励的具体形式 四 创新文化的落地生根

第六章 创新型企业的知识产权激励机制的实现形式 第一节 我国知识产权工作存在的主要问题 一 重成果、轻专利，我国公众知识产权意识不强 二 企业科研投入不够，人才缺乏，开发组织不健全，企业自主创新能力低，知识产权的源头不活 三 激励机制不完善，专利申请、技术创新和知识产权保护的内在动力不足 四 企业的市场主体和技术创新主体“双缺位”，使得企业的技术创新和知识产权保护的外在市场压力不够 五 我国非市场化的成果驱动机制造成科研与产业脱节，使得科研成果与专利技术的要求相距甚远，知识产权的产业化水平不高 六 法律和信用体系不健全，对知识产权的保护不力 七 发达国家在专利方面的“跑马圈地”正如火如荼，而我国专利工作却门庭冷落，知识产权管理工作严重滞后 八 专利交易障碍大，交易手续烦琐，交易成本高 第二节 知识产权激励机制的实现形式 一 企业对个人的激励 二 政府对企业和个人的激励 三 市场对企业的激励

附录1 实施《国家中长期科学和技术发展规划纲要（2006—2020年）》的若干配套政策附录2 财政部 国家发展改革委 农业部 劳动保障部关于企业实行自主创新激励分配制度的若干意见附录3 上市公司股权激励管理办法（试行）附录4 国有控股上市公司（境外）实施股权激励试行办法参考文献

章节摘录

第一章 企业激励机制理论分析 激励一词是外来语，译自英文单词Motivation，它含有激发动机、鼓励行为、形成动力之意，也包括约束和归化之意。也就是组织通过设计适当的外部奖励形式和工作环境，以一定的行为规范和惩罚性措施，借助信息沟通来激发、引导、保持和归化组织成员的行为。

激励机制就是在组织系统中，激励主体与激励客体之间通过激励因素相互作用的方式。

其中，激励因素是个人在组织中的行为目标，是个人行为动力源泉，它提供了个人在组织中的角色行为过程的价值取向和决策偏好。

有效的激励因素可以使个人目标和组织目标紧密地糅合在一起、使个人价值取向和组织价值取向一致起来。

就企业而言，所谓激励机制实质上是一种对被管理者多元需求的满足机制，目的是使被管理者的私人目标与管理者的目标相一致，使被管理者主动接受管理目标，在最大限度地满足个人需要的同时，最大化实现管理者的目标。

第一节 企业激励机制的理论基础 一企业激励机制的管理学基础 企业激励机制理论与管理组织理论演变有着密切的联系，伴随企业管理组织理论从古典管理组织理论—行为科学管理组织理论—社会系统科学决策理论等管理组织理论—企业文化管理组织理论—学习型管理理论的演变，企业组织中的人也历经经济人—社会人—管理人的演变。

同时，与人的管理相关的理论也经历了泰罗的“x理论”—梅奥的Y理论—大卫的Z理论的演变。

随着管理组织理论及人的地位、作用以及人的管理理论的演变，企业激励机制经历了以物质激励为核心的激励机制—物质和精神结合的激励机制—以精神为核心的激励机制的演变过程。

激励理论主要包括以下几种。

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>