

<<民营企业承担社会责任的理论与实证研究>>

图书基本信息

书名：<<民营企业承担社会责任的理论与实证研究>>

13位ISBN编号：9787500494515

10位ISBN编号：7500494513

出版时间：2011-4

出版时间：中国社科

作者：易开刚

页数：256

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>

<<民营企业承担社会责任的理论与实证研究>>

内容概要

《民营企业承担社会责任的理论与实证研究——以浙江民营企业为例》由易开刚编著。

进入21世纪后的中国，“我们需要什么样的发展和如何发展”已经成为国家、民族、企业和个人都必须面对和回答的问题。

从单纯追求经济增长到全面协调可持续发展，已经成为中国时代变革的主旋律。

对于广大民营企业来说，顺应科学发展观，从利润导向到利益相关者导向，将承担社会责任与促进企业发展有机整合，是民营企业做大做强基业长青的不二选择。

《民营企业承担社会责任的理论与实证研究——以浙江民营企业为例》在对民营企业社会责任研究进行国内外文献梳理的基础上，建构了民营企业承担社会责任的理论分析框架；在分析民营企业承担社会责任的现状与问题的基础上，对民营企业社会责任的评价指标选择进行了实证分析，得出了衡量民营企业承担社会责任的关键评价指标；从社会资本转化、多元主体博弈、企业文化构建、企业家人格转型等视角对企业社会责任的实现与内化机制进行了分析；选取了西子联合控股集团、娃哈哈集团、华立集团、传化集团、奥康集团、吉利集团六家承担社会责任表现优异的企业进行了动因、模式和效应分析，以期对其他民营企业承担社会责任有较好的借鉴意义；最后从“理念变革——规制保障——责任实践——外部监督”四个方面提出了促进民营企业承担社会责任的对策和建议。

作者简介

易开刚（1973.10—），男，土家族，中共党员，湖北巴东人，博士、博士后，浙江工商大学工商管理学院教授、硕士生导师，浙江省中青年学科带头人，美国怀俄明大学访问学者。主要研究企业成长和营销创新。近年来已主持国家社科基金、浙江省自然科学基金、浙江省社科基金等多项课题，在《管理世界》、《新华文摘》、《光明日报》（理论版）、《经济理论与经济管理》等学术刊物上发表论文40余篇，为多家政府和企业提供了规划、培训和咨询服务。

书籍目录

第一章 绪论

第一节 研究背景——问题的缘起

第二节 研究思路与框架

第三节 研究的重点与难点

第四节 研究方法

第五节 研究意义

第六节 研究的创新点与不足

一、研究的创新点

二、不足之处

第七节 值得进一步研究的方向

第二章 国内外企业社会责任研究文献回顾与述评

第一节 企业社会责任概念的研究综述

一、国外关于企业社会责任概念的代表性观点

二、国内关于企业社会责任概念的代表性观点

三、国内外企业社会责任概念研究评述与比较

第二节 企业社会责任范围与层次研究综述

一、国外企业社会责任的范围与层次研究代表性观点

二、国内企业社会责任的范围与层次研究代表性观点

三、国内外企业社会责任的范围与层次研究评述与比较

第三节 企业社会责任相关理论研究综述

一、社会契约理论与社会责任

二、利益相关者理论与企业社会责任

三、可持续发展与企业社会责任

第四节 企业社会责任的影响因素及其效用研究综述

一、企业承担社会责任的影响因素研究综述

二、企业社会责任的效用研究综述

第五节 企业社会责任文献研究述评

第三章 我国民营企业承担社会责任的影响因素与理论分析框架的构建

第一节 我国民营企业承担社会责任的影响因素分析

一、我国民营企业承担社会责任的影响因素研究模型假设

二、我国民营企业承担社会责任影响因素的变量操作化定义

三、我国民营企业承担社会责任影响因素指标的设计

四、我国民营企业社会责任影响因素模型中控制变量选择和测量

五、我国民营企业承担社会责任影响因素正式问卷的形成

六、我国民营企业承担社会责任影响因素正式问卷数据分析

第二节 我国民营企业承担社会责任的动因分析

一、动因一：利润的吸引力

二、动因二：法律法规的强制力

三、动因三：社会监督力

四、动因四：企业道德伦理

第三节 我国民营企业承担社会责任理论分析框架的构建

第四节 本章小结

第四章 我国民营企业社会责任评价指标选择与体系构建

第一节 企业社会责任评价理论回顾

一、相关理论

<<民营企业承担社会责任的理论与实证研究>>

二、支持理论

第二节 企业社会责任评价体系的主要代表

- 一、企业社会责任标准研究总结
- 二、国内外主要的企业社会责任评价体系介绍

第三节 我国民营企业社会责任评价体系的构建

- 一、我国民营企业社会责任指标体系建立的原则
- 二、我国民营企业社会责任内容的基本构成
- 三、我国民营企业社会责任评价指标有关说明
- 四、我国民营企业社会责任评价指标实证分析

第四节 本章小结

第五章 我国民营企业承担社会责任的现状与问题

第一节 我国民营企业承担社会责任的历史过程和现实状况

- 一、我国民营企业承担社会责任的历史过程
- 二、我国民营企业承担社会责任的现实状况

第二节 我国民营企业承担社会责任的特征

- 一、优秀民营企业积极承担全面社会责任
- 二、多数普通民营企业承担部分直接利益相关者责任
- 三、部分民营企业基本责任履行不善却热衷承担高层次社会责任
- 四、民营企业承担社会责任的随意性和偶然性强，缺乏系统性和可持续性

第三节 我国民营企业在承担社会责任中存在的问题及其原因

- 一、我国民营企业在承担社会责任中存在的问题
- 二、我国民营企业在承担社会责任中存在问题原因探析

第四节 我国民营企业承担社会责任面临的困惑

- 一、怎样才算尽了社会责任
- 二、不同阶段的企业应该承担哪些相应的社会责任
- 三、如果周围企业不承担责任，还需要严于律己吗

第五节 本章小结

第六章 民营企业承担社会责任的内化机制研究

第一节 社会资本视角下民营企业社会责任的内化

- 一、社会资本的内涵
- 二、基于社会资本视角的民营企业社会责任内化机制

第二节 基于多元主体博弈视角的民营企业社会责任实现机制

- 一、基于“企业—政府”博弈的企业社会责任实现机制
- 二、基于“企业—传媒”博弈的企业社会责任实现机制
- 三、基于“企业—消费者”博弈的企业社会责任实现机制

第三节 基于企业文化视角的民营企业社会责任内化

- 一、企业文化的内涵与层次结构，
- 二、构建社会责任导向的企业文化

第四节 基于企业家人格转型的民营企业社会责任内化

- 一、企业家价值的哲学思考——企业家承担社会责任的人性基础
- 二、企业家的价值本位决定企业家的行为和价值生命实践
- 三、企业家人格范式转型是企业家承担社会责任、实现价值的必由路径

第五节 本章小结

第七章 浙江省民营企业承担社会责任的典型案例研究

第一节 杭州西子联合控股——“全面承担社会责任”的先行者

- 一、杭州西子联合控股有限公司简介
- 二、西子联合承担社会责任的综合表现

<<民营企业承担社会责任的理论与实证研究>>

三、西子联合承担社会责任的动因、模式和效应

第二节 杭州娃哈哈集团——“以人为本促发展”的社会责任代表

- 一、杭州娃哈哈集团有限公司简介
- 二、娃哈哈承担社会责任的综合表现
- 三、娃哈哈承担社会责任的动因、模式和效应

第三节 传化集团——“以社会责任为核心价值观”的社会责任代表

- 一、传化集团简介
- 二、传化承担社会责任的综合表现
- 三、传化承担社会责任的动因、模式和效应

第四节 华立集团——“将一切成功归于责任”的社会责任代表

- 一、华立集团简介
- 二、华立承担社会责任的综合表现
- 三、华立承担社会责任的动因、模式和效应

第五节 奥康集团——“永远将推动行业发展作为企业使命”的社会责任代表

- 一、奥康集团简介
- 二、奥康承担社会责任的综合表现
- 三、奥康承担社会责任的动因、模式和效应

第六节 吉利控股集团——“实现责任与发展最大程度双赢”的社会责任代表

- 一、浙江吉利控股集团有限公司简介
- 二、吉利承担社会责任的综合表现
- 三、吉利承担社会责任的动因、模式和效应

第七节 本章小结

第八章 推进我国民营企业承担社会责任的对策与建议

第一节 理念变革

- 一、企业社会责任观是科学发展观在企业层面的直接体现
- 二、企业承担社会责任：从被动而为走向战略导向
- 三、企业承担社会责任：外于形而内于心的内外兼修
- 四、提升企业家素养，强化企业家高度的企业社会责任感

第二节 规制保障

- 一、政府规制
- 二、行业规制
- 三、企业规制

第三节 责任实践

- 一、战略实践：企业社会责任战略制定
- 二、行为实践：企业社会责任管理行为与制度
- 三、文化实践：企业社会责任管理文化

第四节 外部监督

- 一、政府层面：强化政府的服务与监督职能
- 二、消费者层面：唤醒消费者维权意识，强化消费者监督机制
- 三、媒体层面：加强媒体的宣传和舆论监督作用，保证公信力
- 四、其他层面：充分发挥NGO的监督作用

第五节 本章小结

参考文献

- 附录一
- 附录二
- 附录三
- 附录四

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>