

<<中国近代民族企业文化>>

图书基本信息

书名：<<中国近代民族企业文化>>

13位ISBN编号：9787509609026

10位ISBN编号：750960902X

出版时间：1970-1

出版时间：经济管理出版社

作者：林德发

页数：248

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>

<<中国近代民族企业文化>>

内容概要

中国近代民族企业文化的产生背景、具体内容、发展状况、形成原因及历史定位，揭示了企业文化是近代民族企业身处逆境、曲折发展的重要动因，并在分析总结的基础上，提出了对现代企业文化建设的历史启示。

《中国近代民族企业文化》不仅为我们理解中国近代资本主义的发展提供了一个新的视角，而且还为现代企业实行文化管理提供了可资借鉴之处。

<<中国近代民族企业文化>>

作者简介

林德发，生于1968年3月，河南信阳市人。
天津商业大学经济学院副教授，南开大学经济学博士，硕士生导师。
研究方向为企业文化与金融管理，近几年主要从事近代民族企业文化与银行管理研究。
先后在《企业管理》、《企业活力》、《江汉论坛》、《读书》等核心期刊上发表学术论文三十余篇；独立完成专著一部，参编著作两部；主持参与国家级项目三项、省部级项目五项，校级项目两项。

<<中国近代民族企业文化>>

书籍目录

第一章 导论第一节 选题依据和意义第二节 概念界定一、文化的内涵及作用二、企业的本质三、企业文化的内涵及兴起第三节 研究思路、内容和方法一、研究思路二、研究内容三、研究方法第四节 主要创新点第二章 中国近代民族企业文化产生的背景第一节 近代民族企业文化产生的社会背景一、市场竞争压力不断增强二、劳资矛盾日益突出第二节 近代民族企业文化产生的文化背景一、科学管理思想的兴起与传入二、中国传统文化的传承第三章 中国近代民族企业文化的微观分析第一节 精神文化分析一、企业价值观二、企业精神第二节 制度文化分析一、企业组织制度二、人事管理制度三、财务制度第三节 行为文化分析一、企业礼仪二、行为规范三、英雄人物第四节 物质文化分析一、企业物质设施二、企业产品第五节 制度经济学分析一、制度的内涵和外延二、企业文化的制度经济学诠释三、近代民族企业文化的制度经济学分析第四章 中国近代民族企业文化的宏观分析第一节 近代民族企业文化的结构一、企业文化结构分析二、中国近代民族企业文化结构第二节 近代民族企业文化的模式一、企业文化的几种主要模式二、中国近代民族企业文化模式第三节 近代民族企业文化的特点一、时代性二、系统性三、实效性四、创造性第四节 近代民族企业的功能一、导向功能二、凝聚功能三、渗透功能四、激励功能第五章 中国近代民族企业文化的成因分析第一节 科学管理思想实践的困境一、科学管理思想在民族企业中的实践二、科学管理思想在实践中遇到的问题第二节 传统文化的深深影响一、刚健进取思想是创建企业文化的思想前提二、爱国主义思想是创建企业文化的永恒主题三、重德修身思想是形成共同价值观的思想基础四、以人为本思想是塑造企业精神的根本指针五、注重和合思想是形成强大凝聚力的关键所在第三节 民族企业家的管理创新一、民族企业家在管理创新中的作用二、民族企业家管理创新的实践第六章 中日近代民族企业文化的比较分析第一节 文化背景比较一、关于家的观念二、关于个人和集体的观念三、关于物质与精神的关系第二节 精神文化比较一、企业价值观二、企业精神第三节 组织制度比较一、组织结构二、领导体制三、决策方式第四节 人事制度比较一、人才选用制度二、雇佣制度三、工资制度第七章 中国近代民族企业文化的评析与启示第一节 近代民族企业文化的精华一、中西文化对接，高举爱国旗帜二、统一价值观念，塑造企业精神三、重视人才选用，挖掘创造潜能四、坚持以人为本，激发职工奋进五、注重创立名牌，提升竞争能力第二节 近代民族企业文化存在的问题一、人事管理上，具有浓厚的封建色彩二、管理方法上，存在过于苛刻的现象三、思想渗透上，具有明显的宗教倾向四、物质文化上，有待于进一步完善第三节 近代民族企业文化的历史启示一、树立现代管理意识，重视企业文化建设二、吸收外国先进管理思想，注重与本土化对接三、建设要有系统性，绝不可急功近利四、建立健全培训机制，提高员工综合素质五、建立长效激励机制，永葆企业发展活力结束语附录参考文献后记

章节摘录

(二) 基于新制度经济学理论的解释 科斯在《企业的性质》一文中对企业与市场的关系进行了开拓性的分析，创立了“交易费用学派”。

从今天来看，它已成为关于企业经济学研究的宣言。

该学派阐述了两方面的问题：交易成本的有效性。

他发现在自由价格制度被公认有效的前提下，企业存在的主要理由就在于使用价格机制是需要付费的，因市场交易存在费用，企业也就有了存在的理由。

企业最显著的特点就在于它是价格的替代物，它可以利用组织的权力合理地分配资源，从而节约费用。

交易成本经济学认为，人是有限理性和机会主义的，企业可以通过设立一套行之有效的监督机制来抑制机会主义，从而减少拟订完全合同的必要。

所以，企业可以被看成是一套节约有限理性、防止交易机会主义的机制。

生产成本的有效性。

阿尔钦 (A.Alchian) 和德姆塞茨 (H.Demsetz) 在继承科斯理论的基础上，认为企业的显著特征是所有投入要素的契约安排中的集权代理人并存的团队生产。

古典企业的独特之处在于：团队生产以及监督所有共同投入要素的监督者并存，投入要素的所有者同意监事来监督他们，以提高生产效率。

企业实质上就是一种收集、整理与出售信息的市场制度。

对于某一生产过程中的两个单位的联系，该由市场还是企业来组织？

科斯的观点是，只要可以减少交易费用，企业就会取代市场发挥作用。

这也就解决了新古典理论难以界定企业边界的问题。

但是，新制度经济学关于企业的分析是建立在古典经济学微观分析的基础上，仍带有浓厚的主流经济学的抽象色彩，并大大简化了与企业有关的变量。

但交易费用理论对企业本质认识的缺陷表现在：交易费用理论把企业的本质归结为组织交易的契约形式，从而仅仅从交换关系和交易成本出发讨论企业存在和企业行为。

在交易单位特征是既定的假设条件下，企业的存在及其行为都是由交换关系外生决定的，企业仍然是价格理论的附属物。

交易费用理论讨论的中心问题是资源配置，而忽略了企业最基本的生产属性。

交易费用理论对企业的分析是静态的。

从动态的角度看，由于来自有限理性的个体在企业内部长期协作中知识和能力得到不断的积累，其中的核心知识和能力不仅是专用性的，而且具有整体性特征，所以企业通过市场还是通过企业内部组织存在着根本的不同。

<<中国近代民族企业文化>>

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>