

<<社会责任与大企业竞争力>>

图书基本信息

书名：<<社会责任与大企业竞争力>>

13位ISBN编号：9787509618370

10位ISBN编号：7509618371

出版时间：2012-6

出版时间：经济管理出版社

作者：赵德志

页数：270

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>

<<社会责任与大企业竞争力>>

内容概要

《中国管理创新前沿系列（第1辑）：社会责任与大企业竞争力》以利益相关者等新的企业管理理论作为分析工具，提出利益相关者是连接社会责任与企业竞争力的重要桥梁。大企业通过向利益相关者履行社会责任，与之建立起良好的合作关系，有利于改进公司形象，提高社会声誉，强化员工忠诚，获得社会政治资源，从而提升企业的竞争力。

首先，《中国管理创新前沿系列（第1辑）：社会责任与大企业竞争力》阐述了利益相关者理论、企业公民理论对企业新的定义，以及基于新的定义对企业和企业竞争力的理解。其次，《中国管理创新前沿系列（第1辑）：社会责任与大企业竞争力》通过对政府和社区两个典型的利益相关者的管理分析，证明履行社会责任将有助于企业获取政治优势和社会资源，在提高竞争力方面产生积极效应。

再次，本书尝试建构一个企业社会责任信息披露效应模型，对大企业因履行社会责任而提高企业竞争力的情况进行评价。

最后，本书以跨国公司和资源型大企业为例，分析大企业应如何结合企业自身的特质，通过履行社会责任来提高企业竞争力的问题。

<<社会责任与大企业竞争力>>

作者简介

赵德志，1955年生，经济学博士，辽宁大学商学院教授。
研究方向：企业文化与伦理、比较管理学、跨文化管理。
先后独立撰写并出版学术专著2部：《人性与管理——中外管理文化比较研究》（辽宁大学出版社，1998年6月）、《现代西方企业伦理理论》（经济管理出版社，2002年7月），在《管理现代化》、《社会科学辑刊》等刊物上发表论文20余篇。

<<社会责任与大企业竞争力>>

书籍目录

绪论第一章 社会责任视角下大企业竞争力解读第一节 企业竞争力的内涵, 第二节 企业非经济行为的市场意义第三节 企业社会责任与企业竞争力的源泉一、理论界有关核心能力的研究二、社会责任、核心能力与企业竞争力第二章 社会责任提高企业竞争力的实现方式第一节 利益相关者合作与企业竞争力一、利益相关者分类二、利益相关者管理与企业竞争优势第二节 企业社会责任与企业声誉一、企业声誉的定义二、企业声誉与企业获利能力及竞争优势三、企业社会责任与企业声誉提升第三节 企业社会责任与员工心理资本一、心理资本理论产生的背景二、心理资本对大企业竞争力的影响第三章 大企业的政府职能替代与政治资源第一节 政府关系管理与企业竞争力一、企业与政府一般性关系研究二、政府行为对企业的影响第二节 作为特殊利益相关者的政府一、政府影响方式的特殊性二、政府影响手段的特殊性第三节 企业的政府关系管理一、企业与政府的双向关系二、企业的政府关系管理模型三、企业政府关系管理的任务第四章 大企业的社区责任与社会资源摄取第一节 管理学视野中的社区一、社区的概念二、社区主体的构成第二节 企业与社区的基本关系一、企业与社区的双因子模型二、企业与社区之间的法律关系三、企业与社区之间的经济关系四、企业与社区的社会文化关系第三节 企业与社区的相互作用一、社区对企业的影响二、企业对社区的影响第四节 企业社区关系管理的概念、原则和模型一、企业社区关系管理的概念二、企业社区关系管理依据与意义三、企业社区关系管理的原则四、企业社区关系管理的一般模型第五节 企业社区关系管理的影响因素一、企业自身因素二、社区因素三、政府及其他因素第六节 企业社区关系管理的基本要素一、企业社区关系管理的主体二、企业社区关系管理的对象三、企业社区关系管理的内容四、企业社区关系管理的过程五、企业社区关系管理的主要方式第五章 社会责任信息披露与大企业竞争力实现的评价第六章 跨国大企业的社会责任与东道国的市场表现第七章 资源型大企业的社会责任与企业可持续发展

<<社会责任与大企业竞争力>>

章节摘录

“地球环境问题”。

20世纪90年代，地球环境问题日益受到关注，人口、资源和环境的关系以及以此为心的可持续发展问题，成为世界性的议题。

此前，日本以赶超欧美为口号，举国上下拼命追求政府主导下的快速经济增长。

然而到90年代，由于增长所付出的环境代价开始凸显出来，人们开始认识到：在现时代，企业何去何从，才能求得地球和人类共存的时代。

今后企业不仅要防止公害，还要对包括保护大自然为内容的环境保护尽自己的义务和做出自己的贡献，企业要以此为经营伦理上的重要支柱，积极参与，这是时代的要求。

水谷雅一的上述看法，深刻揭示了90年代以来企业伦理和社会责任问题备受重视的社会时代根据。

事实上，类似的原因还有很多，至少以下两点也构成了企业活动伦理性要求的重要社会背景：第一，信息技术的广泛应用，使世界各地的公司及其经营人员处于各方面的监督之下。

在现时代，媒体、政府和非政府性质的监察人员以及公众，都有条件利用现代信息技术了解企业的行为，并对之做出迅速的评判。

那些涉嫌违背道德、危害社会的企业将成为新闻界和公众舆论的焦点，成为被批评抨击的对象，而这将使企业的经营陷入极大困境。

第二，表现为基本权利伸张和维护的各种法律法规日益完善。

如果在法律上处于不利地位，公司及其管理人员就会因此付出昂贵的代价，其中包括花费大量的时间和精力接受调查、进行谈判和打官司，或支付大笔诉讼费与损失赔偿费。

一些公司可能因此破产。

需要注意的是，20世纪80年代以后，许多国际性法规趋于完善，世界各国通过区域性的贸易协定制订了一系列用来衡量合格法人资格的国际性标准，虽然很多这样的商业行为标准不具有法律强制性，然而它们却成为划分公司责任的公共规范，而公司责任则反映了公司在世界范围内的社会地位。

在中国，企业社会责任问题提出较晚，但其受关注的程度不亚于其他国家，并且最直接的原因也是企业面临的道德信誉危机。

实行经济体制改革20多年来，我国经济建设和社会发展取得了令世人瞩目的伟大成就。

但同时，在向市场经济体制转轨的过程中，激烈的市场竞争也使得一些以单纯经济利益为导向的企业无所顾忌，唯利是图。

一段时间以来，涉嫌企业的经济违法案件频频发生，行贿受贿屡禁不止，弄虚作假司空见惯。

企业违法、违规和违背社会伦理的经济案件，不仅使企业经营陷入困境，而且直接引发了社会动荡和政治不安定。

这一切，必然引起人们对企业伦理问题包括社会责任问题的严重关切。

.....

<<社会责任与大企业竞争力>>

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>