

<<高新技术风险企业的企业家机制>>

图书基本信息

书名：<<高新技术风险企业的企业家机制>>

13位ISBN编号：9787811180633

10位ISBN编号：7811180634

出版时间：2007-7

出版时间：上海大学出版社

作者：赵炎

页数：222

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>

## <<高新技术风险企业的企业家机制>>

### 内容概要

《高新技术风险企业的企业家机制》提出了这样的问题，并试图给出某种答案：在企业家努力进行着以创新为要旨的创业和经营管理的背后，是什么力量在发挥着支撑作用？

高新技术风险企业中的企业家机制应当是什么样的？

作者将风险企业中涉及制度安排的问题抽象为一个逻辑结构，以风险企业家机制为对象，以企业家精神、产权制度和委托代理机制三方面为切入点，对风险企业家机制加以研究，从而试图为更加深刻地理解风险企业的制度安排、更好地推动风险企业乃至风险投资事业的发展提供理论依据。

《高新技术风险企业的企业家机制》运用比较分析、系统性分析的方法，对风险投资的原理和机制进行阐释，构建了企业家精神的模型，并以此为基础对风险企业家精神的特殊性质进行分析，并提出其组织内化的特征。

《高新技术风险企业的企业家机制》强调创新不是外生的条件，而是基于抓住机会、甘冒风险和自我超越的内生结果。

并指出组织化、制度化、信息化、集约化的途径使风险企业家团队更能依靠其在信息和能力方面的优势，对稀缺资源加以协调和判断。

## <<高新技术风险企业的企业家机制>>

### 书籍目录

第一章 导论 第一节 风险投资、风险企业及风险企业家的相关概念一、风险投资二、风险企业  
第二节 风险企业的企业理论研究综述一、国外研究进展二、国内相关研究 第三节 风险企业家机制的研究框架及技术路径一、传统的经济学、管理学对企业家的研究侧重点二、企业家中的风险企业家群体三、本书的框架与技术路径第二章 风险企业家精神 第一节 企业家精神分析与企业家理论体系一、企业家理论的简要回顾二、传统理论对企业家精神分析的不足三、本章的内容结构 第二节 企业家精神的一般分析一、企业演进的历史沿革对企业家精神的影响二、企业家精神系统性分析  
第三节 风险企业家面临的风险与不确定性一、风险企业的风险二、风险企业的不确定性 第四节 风险企业家的特性和地位一、总述二、风险企业的特点三、风险企业家的特性四、风险企业家的地位  
第五节 风险企业的企业家精神的组织内化一、组织内化的途径二、组织内化的各个层次 第六节 小结第三章 风险企业家的产权特征与风险企业的组织 第一节 产权的一般概念及风险企业产权的一般制度一、传统的产权界定二、人力资本的产权化三、风险企业产权制度的总体特征 第二节 业主制企业、风险企业以及上市公司的比较分析一、业主制/合伙制企业 (Owner Manager Enterprise) 二、风险企业 (The Venture Business) 三、上市公司 (The Corporation) 第三节 风险企业：中美制度比较及合伙有限制的制度成因一、中国：合伙有限制 (Joint Limitation Enterprise) 选择二、美国的风险企业制度选择三、合伙有限制出现的制度原因 第四节 风险企业及风险企业家的特殊产权性质一、对风险企业投资契约的特征分析二、董事会席位与投票权分布三、权利的最优分配四、管理监控五、增值服务六、退出七、结论 第五节 小结第四章 基于委托代理的风险企业家的激励约束机制 第一节 概述 第二节 不具备合作动机的风险企业中的博弈一、引言二、模型建立与分析三、结论 第三节 风险企业中的合作一、静态情况二、动态情况 第四节 风险企业中的团队一、概述二、前提与假定条件三、基本模型四、不存在企业家团队的解的特征五、多个代理人的情况 (团队) 六、结论 第五节 风险企业代理人行为扭曲一、委托——代理理论简介二、传统理论对风险企业的局限性三、风险企业的代理人行为扭曲四、结论 第六节 风险企业中的委托代理一、模型构建及讨论二、结论 第七节 小结参考文献后记

章节摘录

第二章 风险企业家精神 第五节 风险企业的企业家精神的组织内化 一、组织内化的途径

(一) 组织化 将企业家精神的主要驱动力仅仅归于个人独立并有欲望实现自我价值、强调企业家的个人能力和先天禀赋是不完整的。

完整的企业家精神不是个体行为，而应当是个人乃至机构所独有的特征。

企业家精神是一种行动，其基础是概念和理论而非直觉。

组织化可以采用以下途径： 组织结构调整，以突破传统的U型或M型、H型企业组织结构，以造成将企业家个人特质贯彻到企业整体中去的态势； 精英人物提拔，给以其充分的激励，强化普通员工和中低层管理人员的努力动机； “软性激励”，综合运用多种调节手段，调动内部和外部资源，实施迂回性质的强化和改善，例如在职位不变的前提下赋予其更多的权力和可供调拨的资源，以及营造一个更好的沟通与发展环境。

(二) 制度化 用制度将企业家精神固化在组织中。

制定规章制度以保证成员的基本需求（社会需求和自我实现需求）；采用多种鼓励方式增强成员的努力动机；硬性激励，直接激发成员的自我意识的觉醒，如职位升迁、薪水上浮、更多的考察机会等；鼓励成员之间的协作和配合。

相比于组织化的间接和隐性机制，制度化的机制更接近于直接和显性。

(三) 信息化 企业家精神代表一种信息，意味着用信息的无边界流动激发整个组织的活性，使组织的敏感性提高，在此基础上达到提高企业能力和绩效的目的。

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>