

<<企业社会资本论>>

图书基本信息

书名：<<企业社会资本论>>

13位ISBN编号：9787511203687

10位ISBN编号：751120368X

出版时间：2009-11

出版时间：光明日报出版社

作者：李敏

页数：221

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>

<<企业社会资本论>>

内容概要

企业社会资本是企业内外个人及组织之间的社会信任网络。它是由微观、中观、宏观三个层面信任网络相互联系、相互平衡所形成的有机整体，构成企业生产能力、创利能力之源及企业生存发展的社会根基。企业社会资本根源于社会文化价值体系——“无形的原则”，企业整体运作超越“看不见的手”及“经济资本的逻辑”，遵循着共同体的逻辑，致力于利益相关者的共同利益、顾客满意度和有利于培育人才、竞争优势的“共同技术”、核心能力。企业社会资本的重要价值，是揭示了全球化、信息经济背景下，植根于关系、商誉、品牌等无形资源的“体系优势”、动态“柔性”和“盈利能力”超越传统工业时代的区位优势、静态资源和生产能力，成为企业创新和竞争优势的来源。

<<企业社会资本论>>

作者简介

李敏，女，管理学博士，南京航空航天大学经济与管理学院副教授。
主要从事企业管理和市场营销领域的教学与科研。

<<企业社会资本论>>

书籍目录

引言第一章 文献综述1.1 社会资本理论的源起及概念的提出1.1.1 社会资本概念的提出1.1.2 社会资本的
定义及基本内涵1.1.3 社会资本理论的源起 (1) 社会资本：经济增长理论中非经济因素的探求 (2) 社
会资本理论与古典文化的复兴1.2 社会资本与经济发展实证研究的理论评述1.2.1 经济发展微观层面的
社会资本研究1.2.2 经济发展宏观层面的社会资本研究1.2.3 经济发展历史文化层面的社会资本研究1.3
社会资本理论的贡献、不足及启示1.3.1 对资本理论的发展和深化1.3.2 揭示经济与文化的内在联系1.3.3
结合微观层次的个体行为与宏观层次的集体选择1.3.4 揭示经济发展是个人主义与社群主义平衡的结
果1.3.5 社会资本理论的不足及启示第二章 企业社会资本问题的历史及现实根源2.1 社会资本问题的历
史渊源2.2 企业社会资本理论发展的现实根源2.2.1 企业生存环境及方式的变化 (1) 信息化 (2) 经
济全球化 (3) 知识资本化 (4) 生产模块化2.2.2 经济运行的新规律与企业管理的变革 (1) 经济运
作的新规律：收益递增、跨学科化、无形化 (2) 企业管理变革：管理人本化、伦理化第三章 企业社
会资本的本质3.1 社会、资本与企业社会资本3.1.1 “社会”概念的简要回顾3.1.2 资本理论的历史考察 (1)
资本理论的萌芽 (2) 资本理论的形成与发展 (3) 西方资本理论的特征厦启示 (4) 西方资本理论中
社会资本思想的萌芽3.1.3 企业社会资本与企业资本的有机构成 (1) 企业社会资本的定義 (2) 企业
资本的有机构成——经济资本、人力资本、社会资本及其相互关系3.2 企业社会资本的本质3.2.1 经济
价值与生活价值的有机平衡3.2.2 现实需求与未来发展的有机平衡3.2.3 个别努力与团队合作的有机
平衡3.2.4 个体行为与社会选择的有机平衡3.3 “看不见的手”与“无形的原则”第四章 企业社会资本的
有机构成及功能4.1 企业社会资本的有机构成4.1.1 社会资本的传统模型 (1) “深度”信任与迪尔凯姆
模型 (2) “浅度”信任与市民道德的托克维尔模型 (3) “抽象”信任与社会资本的纽顿模型4.1.2 企
业社会资本的有机构成 (1) 微观信任网络 (2) 中观信任网络 (3) 宏观信任网络4.2 企业不同层面
社会资本的功能及相互平衡4.2.1 微观信任网络的功能及企业内部资源的有限性 (1) 微观信任网络——
企业生存发展的根基 (2) 企业内部资源的有限性4.2.2 中观信任网络——组织边界上的生产能力、创
利能力之际 (1) 缩减、压榨供应商与客户忠诚的丧失 (2) 中观信任网络——组织边界上的生产能
力、创利能力之源4.2.3 宏观信任网络——企业利润及社会地位的合法性基础4.3 经济“资本的逻辑”与
“共同体”的逻辑4.3.1 共同体的概念4.3.2 股东利益与共同利益4.3.3 利润最大化与顾客满意度4.3.4 盈利
领域与“共同技术”、核心能力4.4 企业社会资本视角下企业经营管理的新方向4.4.1 从塑造“区位优势”
转向建构“体系优势”4.4.2 从关注静态资源转向重视“动态柔性”4.4.3 从发展生产能力转向提升
“盈利能力”第五章 企业社会资本的运作5.1 企业社会资本与机会利益5.1.1 前人的研究与不足5.1.2 企
业社会资本与机会利益 (1) 机会利益来自共同体的环境生态 (2) 企业社会资本与机会利益的类型5.2
企业社会资本与组织变革5.2.1 从技术变革理论到社会变革理论5.2.2 企业社会资本：企业变革的重要解
释变量 (1) 社会信任网络作为组织变革的制度基础 (2) 企业社会资本的特征与组织变革的类型5.2.3
企业社会资本与组织变革的实践 (1) 促进产品及生产流程实时改进和再造 (2) 促进企业组织结构的
动态调整及变革 (3) 促进企业快速捕捉市场机会，不断拓展经营领域 (4) 促进企业组织目标和利益
关系的调整转变……第六章 企业社会资本的自我积累第七章 政府作用与企业社会资本的积累第八章
中国企业社会资本历史及现状分析

<<企业社会资本论>>

章节摘录

知识资本化改变了传统的经济增长方式。

美国加州大学伯克利分校的经济学教授罗默认为：经济增长要素除了劳动力与资本外，还有知识。只有资本的不断投入和劳动力的持续增长，经济未必保持增长，国家的经济竞争力和社会福利水平未必会提高。

技术、知识是经济增长的内生变量，作者认为保持与拥有掌握这些技术、知识的个人、组织之间的信任与互动是企业经济绩效的重要来源。

知识——包括编码知识和默会知识——的积累与共享是诱发企业创新的重要元素。

特别是默会知识，它的形成和传递是以人与人之间长期面对面关系为基础的，与人际间、组织间的信任及密切联系相关联。

一个等级森严、缺乏相互信赖的组织，一个缺乏社会信任网络的企业是无从获得、有效传播这种知识的。

人际、组织间的信任及其相互间频繁的交流、互动，营造了有利于知识共享、传递的氛围，从而促进了企业的创新与发展。

(4) 生产模块化随着经济全球化的发展，20世纪90年代以来，伴随着世界科技进步、国际分工的深化以及国际贸易的发展，国际经济领域中，产品制造过程中包含的不同工序和环节被分散到不同国家进行，从而形成了以工序、环节为对象的新型国际分工形态——产品内分工 (Davis, 1995; Amdt, 1997, 1998)。

产品内分工意味着产品生产的不同阶段在国境是高度分离，国际贸易产品中包含着在一个以上国家实现价值增值的比例越来越大，某一产品最终产品零部件往往来自多个国家和企业。

甚至价值增值过程不是在最终实现“实质性改变”的国家进行的比例也越来越大。

产品的原产地难以准确定义。

.....

<<企业社会资本论>>

编辑推荐

汇集高校哲学社会科学优秀原创学术成果 搭建高校哲学社会科学学术著作出版平台 探索
高校哲学社会科学专著出版的新模式 扩大高校哲学社会科学科研成果的影响力

<<企业社会资本论>>

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>