

图书基本信息

书名：<<社会企业的崛起及其在中国的发展/新视点文库>>

13位ISBN编号：9787201068336

10位ISBN编号：7201068334

出版时间：2010-12

出版时间：天津人民出版社

作者：舒博

页数：285

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>

## 内容概要

《社会企业的崛起及其在中国的发展》针对社会企业这一公共管理前沿课题，从简历研究的基本理论框架入手，围绕社会企业在中国的发展问题进行了深入的探讨。

在厘清社会企业的概念与特征、梳理社会企业类型、框定中国社会企业范围的基础上，分析西方社会企业兴起的缘由，从中挖掘社会企业的贡献和价值，为进一步分析社会企业在我国的发展奠定基础。力求在扎实的理论分析和严谨的逻辑推导的基础上，密切结合中国的体制和国情、社情，深入剖析社会企业在我国发展的必然性和必要性。

从公共管理的视角出发，通过丰富的案例考察社会企业在我国发展面临的障碍和挑战。

指出在现有体制下，政府对社会企业的发展起着至关重要的作用。

《社会企业的崛起及其在中国的发展》试图从国家与社会、政府与市场的关系的角度阐释我国政府与社会企业的关系问题，指出我国政府应该如何认识和定位社会企业，并以此为原则，尝试提出我国政府扶持和监管社会企业的具体对策建议。

#### 作者简介

舒博，博士，上海市金融学院公共经济管理学院讲师，上海市政治学会会员。1998年、2002年和2010年于南开大学分别获得法学学士、硕士和管理学博士学位。主要从事公共管理理论、行政体制改革等方面的研究。近年来在《南开学报》、《学术月刊》、《社会科学》、《社会科学家》等刊物上发表多篇学术论文，参与多项省部级课题研究。

## 书籍目录

第一章 导论第一节 问题的提出以及研究的意义一、问题的提出二、研究的意义第二节 研究设想及安排一、研究的基本思路二、主要研究方法三、研究的新意与不足第三节 文献综述一、国外社会企业的研究状况二、国外社会企业研究评价三、国内（内地）社会企业的研究状况四、国内（内地）社会企业研究评价及研究建议第四节 社会企业研究的理论基础一、积极福利政策和投资型国家理论二、公民社会理论三、治理理论第二章 社会企业的基础理论问题第一节 社会企业的概念一、西方国家对于社会企业的理解二、我国学者对于社会企业的定义三、本书对于社会企业定义的使用第二节 社会企业的特征一、社会企业的混合组织特征二、成功的商业模式的运用三、非营利特征四、以自治、民主为组织管理的主要模式五、创新性六、财政自主性七、活动范围的广泛性八、组织形式的多样性九、基层性第三节 社会企业的相关概念一、非营利组织（Non-profit Organization）二、企业的社会责任（Corporate Social Responsibility, 简称CSR）三、社会企业家（Social Entrepreneur）四、社会创业（Social venture）五、公益创投（Venture Philanthropy）六、社会经济（Social Economy）第四节 社会企业的类型一、从组织动机导向角度划分二、从社会创新角度划分三、从公益项目与商业行为之间的关系来划分四、从社会企业提供产品或者服务与服务对象的关系来划分第五节 关于我国社会企业的范围问题第三章 社会企业在西方国家的缘起及其所体现的价值第一节 社会企业在西方国家的缘起一、西方国家福利体制的转型是社会企业兴起的直接动因二、社会结构的变化创造了巨大的市场需求三、新的社会需求和社会痼疾呼唤社会企业四、资金压力促使传统非营利组织更加注重市场化筹资五、慈善投资理念的转变六、企业日益重视社会责任第二节 社会企业的贡献或者可挖掘的价值一、社会企业在经济方面的贡献二、社会企业对社会发展方面的贡献第三节 社会企业的优势或者独特的价值一、西方学者对于社会企业独特价值的研究二、本书对于社会企业独特价值的分析第四节 社会企业市场运营的分析第四章 社会企业在中国（内地）的发展及挑战第一节 我国社会企业实践的发展状况一、我国目前社会企业发展的总体特点二、我国社会企业的不同组织形式三、我国社会企业的成长模式第二节 我国社会企业的发展机遇一、社会企业在全世界的兴起以及在中国的传播二、公共服务需求迅猛增长催生社会企业三、企业承担社会责任为社会企业创造了支持条件四、自上而下的发展机遇五、自下而上的发展机遇第三节 我国社会企业发展面临的挑战一、社会企业本身存在的问题二、社会企业发展的外部不利因素第五章 政府应如何认识社会企业的定位第一节 从国家与社会关系的角度定位社会企业一、西方国家社会企业在国家与社会关系中的定位二、我国社会企业在国家与社会关系中的定位第二节 从政府与市场的关系角度定位社会企业一、社会企业的应有定位：准市场主体，非营利性组织二、我国社会企业市场定位的现状及其存在的问题第六章 社会企业在中国发展的对策建议第一节 政府支持社会企业发展的具体措施一、为社会企业的发展营造良好的外部环境二、推进社会企业自身能力建设第二节 政府介入社会企业发展的限度一、政府要在制度上清楚地界定角色和职责，防止越界干预二、减少对社会企业的行政控制，保障其独立性和自主性三、政府在财政上进行有限度的支持，防止产生依赖结语参考文献后记

编辑推荐

中国社会企业的发展与其他类型的草根NPO一样，特别是在资金问题能够得以解决的基础上，其发展的最大阻力来自于政府。

也是由于学科背景的关系，我在书中着重探讨了政府在其中应该发挥的作用。

政府应该如何定位社会企业这一新兴的公益组织？

就我国社会企业的发展来看，哪些障碍是政府设置的，今后需要加以解决的？

要规范、有序、健康地发展社会企业，我国政府应该采取哪些措施？

舒博编著的《社会企业的崛起及其在中国的发展》对这些问题结合充分的案例，进行了深入剖析和理论上的深刻思考，增强了研究的分析性和解释性，并秉持理论高于实践的原则，提出了前瞻性的对策建议。

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>