第一图书网, tushu007.com

<<企业价值体系解析与构建>>

图书基本信息

书名：<<企业价值体系解析与构建>>

13位ISBN编号：9787503761546

10位ISBN编号：7503761547

出版时间：2011-1

出版时间：中国统计出版社

作者：阎公侠

页数：277

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

《企业价值体系解析与构建》是要对企业价值体系进行解析与构建。
解析是为了探索企业价值体系产生和存在的价值基础、了解企业价值体系的内部构成以及它是如何进行价值运行的，进而全面揭示出企业的价值本性；研究企业价值体系的构建，在于探讨其构建内容、形式、路径和方法，从而把企业文化管理推进到企业价值管理的深层。
但是，无论是解析还是构建，第一个重要的前提就是要了解和掌握什么是企业价值体系，这个问题不解决是无法进行解析与构建的。
所以，这便理所当然的为《企业价值体系解析与构建》的《引言》引出了第一个需要解决的重要议题：什么是企业价值体系。
什么是企业价值体系？
正像企业文化体系是企业文化要素的系统构成一样，所谓企业价值体系，是指企业要素使用价值和价值的系统构成。
这里所说的要素，是指构成企业的各种元素，包括各种物质元素、精神元素、以及属于企业主体的企业人元素；这里所说的企业要素使用价值，是指要素的有用性质；所谓企业要素的价值，是指由市场交换来的商品要素价值，即凝结在企业要素中的一般的、无差别的人类劳动。
表面上看企业是由各种企业要素构成的，实际上构成企业的是各种要素的使用价值和价值，企业是一个价值体。
企业的这些要素使用价值和价值系统性地组合在一起构成一个整体，就是企业价值体系。
从上述概念出发，我们可以发现，企业价值体系是由两种价值体系所构成，一个是虚拟价值体系，一个实体价值体系。
从企业价值体系价值运行的系统程序过程看，这个虚拟价值体系和这个实体价值体系，又是由以下六大价值运行系统所构成：企业虚拟价值体系包含有价值理念和价值规范两个价值运行系统；企业实体价值体系包含有价值供应、价值生产、价值营销和价值分配四个价值运行系统。

作者简介

阎公侠，男，1945年生，1966年毕业于中国人民解放军空军第十六航空学院高空领航专业.大学本科，高级经济师。
1969年转业到企业，先后任企业宣传部门的理论教育科长，地方党校教研室主任、政府经贸委主任，企业的厂长、总经理。
2005年退休。
主要著作《区域经济导论》（安徽人民出版社1993年出版）、《企业矛盾破解》（中国统计出版社2007年出版），《区域经济导论》获安徽省社会科学优秀成果奖。

<<企业价值体系解析与构建>>

书籍目录

引言上篇：企业价值体系解析一、企业价值性的市场属性（一）企业价值性的商品属性（二）企业价值性的经济属性（三）企业价值性的法律属性（四）企业价值性的社会属性（五）企业价值性的行业属性二、企业价值体系的价值构成（一）企业价值体系的要素价值构成（配置）（二）企业价值体系的价值链构成（配置）（三）企业价值体系的价值系统构成（配置）三、企业价值体系的价值运行（一）企业价值体系的价值运行的定义（二）企业价值体系的价值运行的方式（三）企业价值体系的价值运行中的价值转化（四）企业价值体系的价值运行中的价值增值下篇：企业价值体系构建四、企业价值观的基本概念（一）企业价值观的定义（二）企业价值观的内部构成（三）企业价值观的基本特征五、构建企业价值体系的基本指导原则（一）适合企业实际（二）领导高度重视（三）员工广泛参与六、企业价值体系的务虚构建（一）企业价值体系务虚构建的含义（二）企业价值体系务虚构建的内容（三）企业价值体系务虚构建的方法和步骤七、企业价值体系的务实构建（一）企业价值体系务实构建的含义（二）企业价值体系务实构建的内容（三）企业价值体系务实构建的方法和步骤（四）企业价值体系务实构建的主要目标及其实现八、企业价值体系的评价（一）企业价值体系评价的基本指导原则（二）企业价值体系的评价内容（三）企业价值体系的评价方法（四）企业价值体系的评价指标设置

章节摘录

关于企业的使用价值，有两点需要加以说明：　　第一，所谓使用价值本身就有一个“使用”问题，即主体对对象的作用问题。
对一般的简单商品而言，使用就是进行生产消耗或生活消费。
但是，人们对企业的使用就不是一般的这种生产消耗和生活消费，企业的经营管理者和员工对企业的“使用”，并不仅仅是生产消耗，还是包括生产消耗在内的生产经营活动。
　　第二，就是关于使用价值的“价值”问题。
我们知道，所谓商品的使用价值是指商品的有用性质，其使用的“价值”在于商品的“有用性”，亦称“可用性”；进而言之，企业的使用价值是指企业的有用性质，对企业使用的“价值”在于企业的“有用性”，亦称“可用性”。
这种“有用性”或称“可用性”是什么呢？
实际就是主体人作为使用者认为的“可实现的目的性”。
　　由上述两点分析我们可以看出，所谓企业的使用价值，就是企业的经营管理者和员工通过生产经营活动所要达到的某种目的性。
在这里，“使用”是手段，而“价值”是目的；人们从事企业生产经营活动作为“使用”的手段是一样的，而通过“使用”的手段所要实现的“价值”即目的却是多种多样的。
　　恰恰正是因为所要实现的“价值”即目的多种多样性，使企业的使用价值即有用性质或称可用性成为一个极其宽泛的领域。
社会的主体人，凡是欲通过经营企业而要达到某种目的的行为，都表现为企业的一种使用价值即有用性质。
比如说，创办和经营企业要赚钱、要实现财富的积累、要为社会提供更丰富的物质产品、要通过竞争达到垄断经营、要为人们提供更多的就业机会、要实现人本价值等等，都体现出了企业的使用价值，即有用性质。
通过经营企业制造假冒伪劣产品谋取暴利坑害消费者，虽然属于不道德、属于违法、属于犯罪，但它依然表现出了企业的使用价值亦即有用性质。
如此宽泛的企业有用性质，恰恰表现出企业使用价值独特的价值性。
　　当我们发现企业价值也具有二重性即使用价值和价值后，我们不妨可以做这样的设问：商品或企业，如果除去使用价值和价值它是什么？
或者换一种说法：如果一件物品既没有价值也没有使用价值，这样的物品是什么？
完全可以回答“它什么也不是”，一种既不能交换也不能使用的物品只能是废品。
人们所以对商品情由独钟，用以交换，用以消费，琢磨它，研究它，就是因为商品体是一种价值载体，承载着这种商品的使用价值和价值。
同样，企业也是价值载体，承载着的同样是企业的价值和使用价值。
如果说一个企业失去了价值，同时也就失去了使用价值，也就是说，这样的企业失去了商品价值属性，也就是失去了企业价值本性。
失去价值本性的企业是不可能存在下去的，正如我们在现实的经济生活中所看到的那些资不抵债企业必然倒闭所证明的那样。

第一图书网, tushu007.com

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