

<<企业社会责任效应>>

图书基本信息

书名：<<企业社会责任效应>>

13位ISBN编号：9787505894389

10位ISBN编号：7505894382

出版时间：2011-4

出版时间：经济科学出版社

作者：田虹

页数：260

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>

<<企业社会责任效应>>

内容概要

企业社会责任效应是考证企业承担企业社会责任的必然性，必然性与应然性相关内容的基础，《企业社会责任效应》旨在吸收国内外企业社会责任理论之精华的基础上，对企业社会责任效应进行系统的研究；从企业内部和外部两个角度深入分析了企业社会责任效应的形成机理，综合经济系统内外的影响因素，构建了企业社会责任效应理论分析框架；进一步从企业社会责任结果和反应两个层面深入探讨企业社会责任效应评价问题，提出企业社会责任内部效应的度量方法，采用模糊综合评价法对企业社会责任效应进行评价，并尝试将该结论应用于企业社会责任决策，建立了提升企业社会责任效应的长效联动机制；主张政府构建激励机制、社会构建促动机制和企业构建应变机制，以保障企业社会责任效应的实现和提高，使企业主动承担社会责任。

<<企业社会责任效应>>

书籍目录

第1章 绪论

1.1 企业与企业社会责任

1.2 企业社会责任效应的分析框架

第2章 企业社会责任效应相关理论

2.1 企业社会责任理论的缘起与发展

2.2 企业社会责任理论研究的演进

第3章 企业社会责任效应的结构

3.1 企业社会责任效应的内涵和特征

3.2 企业社会责任的内部效应

3.3 企业社会责任的外部效应

第4章 企业社会责任效应的形成

4.1 企业社会责任效应形成的内部要素

4.2 企业社会责任效应形成的外部要素

4.3 企业社会责任效应构成要素的层次结构

4.4 企业社会责任效应矢量分析

第5章 企业社会责任内部效应的度量方法

5.1 企业社会责任内部效应指标

5.2 企业社会责任内部效应的实证检验

第6章 企业社会责任效应的综合评价

6.1 企业社会责任效应的评价指标体系

6.2 企业社会责任效应的模糊综合评价

6.3 社会责任效应评价的实证分析

第7章 企业社会责任效应的实现条件及提升机制

7.1 企业社会责任效应的实现条件

7.2 企业社会责任效应的提升机制

附录

附录1 企业社会责任效应问题调查问卷

附录2 企业社会责任效应的评价指标体系调查问卷

参考文献

后记

<<企业社会责任效应>>

章节摘录

第1章 绪论 1.1 企业与企业社会责任 二、企业与企业社会责任关系的理论解析 面对当今变幻莫测的市场发展趋势,企业如何才能增强自身的实力以实现持续发展,已经成为企业发展战略研究的重要课题。企业社会责任恰恰能帮助企业构筑这种持续竞争优势,反过来,企业发展又能为企业社会责任提供支持,从而两者不断循环作用,形成持续运动的系统。

同时,企业社会责任与企业发展之间存在着相互作用的关系,并且有其内在的作用机理。

(一) 企业社会责任推动企业发展的经济学分析 传统观点认为,企业承担社会责任、遵守伦理规范可能带来成本,有悖于企业追求经济效益的基本目标。

但是,从实际情况来看,企业承担社会责任、遵守伦理规范并不排斥企业追求正当的经济效益,事实上,承担社会责任的企业应尽量去从事既有较高的道德价值又能带来较高的经济效益的行为,这样既履行了社会责任又获得了经济效益,而且从现实的经济角度来看,承担社会责任的企业有着良好的经济价值收益(夏恩君,2001)。

具体来说,企业承担一定的社会责任,会给企业自身经营带来一些影响,这些影响有积极的也有消极的。

但是,从长远来看,积极的一面远远大于消极的一面。

虽然企业承担社会责任会产生成本,但从财务角度来看,这部分成本支出都是从企业上年度利润留成中提取的,并不影响企业本年度的经营业绩。

如果有一定的影响,那也只会影响到企业下一年度或今后一段时期的投资和规模的扩大。

· · · · · ·

<<企业社会责任效应>>

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>