

<<企业利益论>>

图书基本信息

书名：<<企业利益论>>

13位ISBN编号：9787309069792

10位ISBN编号：730906979X

出版时间：2009-12

出版时间：复旦大学出版社

作者：陶友之

页数：333

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>

## <<企业利益论>>

### 前言

2005年国家社会科学基金重大项目首次公开招标，我们经过申报、初审、复审，最终能够拿到《新时期我国社会利益关系的发展变化研究》（批准号：05&ZD028）这一课题，心情自然是非常激动的。

但高兴之余，也深感压力巨大。

因为此次重大课题招标，国家社科基金办的目的在于要争取在理论和实践上都有所突破和创新，形成一批具有重大理论价值和实践意义的研究成果，并为党和国家的相关决策提供依据。

要做到这一点，或者说距离这一目标，我们感到要完成的任务还是非常艰巨的。

不过，压力同时也是动力，正是期待理论与实践上的突破与创新，我们将投入大量的时间和精力于本课题的研究工作。

同时我们也可以说是有备而来。

长期以来，我们已经就利益关系理论与实践问题展开了一系列的研究，这给本课题的研究工作打下了很好的基础。

大概从1994年起，复旦大学经济学院的部分中青年学者，主要是一些博士生和硕士生开始思考一个问题：经济学的核心是什么？

这么一个似乎不成问题的问题，一讨论却成了谁也很难说清楚的难题，开始时众说纷纭，不一而足。

后来，我们有目的地重点阅读了一些有代表性的经济学名著，包括马克思主义经济学和西方经济学的著作，对经济利益的探索和研究产生了浓厚的兴趣，深感这是一个尚待进一步开拓的领域，方兴未艾。

。

## <<企业利益论>>

### 内容概要

《企业利益论：市场主体微观利益关系研究》以研究企业利益为主线，集中研究了五个问题，即企业怎样追求利益，以及怎样处理企业内部、企业与企业、企业与政府、企业与社会的利益关系。企业是市场主体中最基本的单位，也是研究社会一切利益关系的基础。

因为它包含着一切利益关系最基本的细胞和内核，无论是研究整体利益，还是研究局部利益，最终都与企业利益直接或间接有关。

在对这些问题进行较为全面和系统研究的基础上，围绕企业全面利益论，对企业怎样追求利益最大化，怎样正确处理企业内部的三大利益关系，怎样实现企业与企业之间的双赢，怎样重塑政企关系，以及企业怎样最大限度地承担社会责任等问题，作了理论与实践相结合的研究。

其中，特别是对国资主体型企业怎样正确处理企业与国家的关系，私营企业怎样正确处理劳资关系，上市公司怎样正确处理大股东与小股东的关系，中外合资企业怎样正确处理外商的独资与垄断的关系等，进行了新的探索，并提出了一些新的见解。

## &lt;&lt;企业利益论&gt;&gt;

## 书籍目录

导论一、企业利益论的提出二、企业利益论的地位三、企业利益论的意义四、企业利益论的创新第一编 企业的利益目标第一章 企业利益目标与全面利益论一、企业利益论的基本概念与由来（一）企业与企业的演变（二）企业利益的多角度（三）企业利益相关者与企业利益论二、企业追求利益目标的决定因素（一）资本的本性是内在决定因素（二）市场的竞争是外在决定因素（三）“经济人”的特点是“人格化”的决定因素三、企业追求利益目标的诱发因素（一）超额利润是诱发的基本因素（二）优惠政策是诱发的偶然因素（三）比较优势是诱发的条件因素（四）约束真空是诱发的“机会”因素四、企业应是全面利益追求者（一）企业内部的衡量指标（二）企业之间的衡量指标（三）企业与政府之间的衡量指标第二章 企业不同时期对利益的追求与时代特点一、计划经济时期企业对利益的追求（一）计划经济的基本特征（二）国营企业从追求企业规模最大化到追求政治利益最大化（三）集体企业从追求经济实力最大化到追求经济利益最大化（四）私营企业从追求资本扩张最大化到追求经济利益隐性化二、转型经济时期企业对利益的追求（一）转型经济时期的基本特征（二）国有企业追求让利比重最大化（三）乡镇企业追求增长速度最快化（四）中资私营企业追求寻租利益最大化（五）外资企业追求优惠利益最大化三、进入市场经济时期企业对利益的追求（一）市场经济发展的三个阶段（二）国有企业对利益追求的多样化（三）乡镇企业对利益追求的单一化（四）私营企业对利益追求的复杂化第三章 企业的利益追求与治理要点一、经济利益追求中的治理要点（一）国资主体型企业：根治垄断利润是关键（二）上市公司：严惩虚假信息是关键（三）股份合作制企业：实施利益共享是关键（四）中资私营企业：合理化剩余价值分配是关键（五）外资企业：清除“假亏真盈”是关键二、政治利益追求中的治理要点（一）国资主体型企业需辩证对待“政治信任”（二）上市公司需正确对待“政治荣誉”（三）股份合作制企业需跳出“政治权利”的圈子（四）私营企业需善对“政治地位”三、文化利益追求中的治理要点（一）追求文化利益亟需引起足够重视（二）保护文化利益需严打对文化成果的盗窃（三）企业制度文化需提倡“以人为本”第二编 企业内部的利益关系第四章 国资主体型企业的内部利益关系一、所有者与经营者的利益关系（一）经营者普遍要求经济激励（二）经营者薪酬制度的多次变革（三）经营者激励机制中存在的三大问题（四）经营者需新建三条约束机制二、经营者与劳动者的利益关系（一）经营者与劳动者“昨天”的分配差距（二）经营者与劳动者“今日”的分配差距（三）劳动者的“三不足”与经营者的“四脱节”（四）劳动者与经营者亟需遵循“利益共享原则”三、劳动者与劳动者的利益关系（一）企业内部的“劳动二元结构”（二）劳动者之间的关系主要表现为与农民工的关系（三）正确处理劳动者之间的利益关系意义重大（四）实行“同工同酬”是处理劳动者之间利益关系的基本原则四、核心是正确处理与国家的利益关系（一）“机制”是否适应是正确处理的前提（二）“分配”是否合理是正确处理的实质（三）衡量是否正确处理的三条标准（四）合理确定分红率的三点构想第五章 私营企业的内部利益关系一、所有者与“血缘者”的利益关系（一）“家庭制”、“家族制”是私营企业的普遍状况（二）所有者与“血缘者”的四大矛盾（三）突破家族经营是“致胜之路”二、所有者与经营者的利益关系（一）所有者与经营者角色的变化（二）所有者与经营者的“亲疏”与“失信”（三）所有者与经营者利益矛盾的治理三、所有者与劳动者的利益关系（一）所有者来自企业负责人的占近三分之二（二）劳动者几乎全是农民工（三）所有者与劳动者利益关系的三种类型（四）所有者与劳动者并没有摆脱资本与雇佣劳动的关系四、核心是正确处理劳资利益关系（一）由雇佣劳动引起的五大问题（二）从“劳资两利”出发需抓住两个环节（三）完善“三方机制”，着重解决“三劳”问题第六章 上市公司的内部利益关系一、上市公司发展的历程（一）上市公司的萌芽（二）上市公司的发展（三）上市公司的特点二、上市公司内部矛盾的表现（一）大股东的出现引起内部矛盾的转移（二）大股东损害小股东利益的三个方面三、核心是正确处理大股东与小股东的利益关系（一）改造公司治理结构，抑制大股东的“无限权力”（二）完善信息披露制度，抑制大股东长期占资（三）建立融资新法规，抑制大股东恶意圈钱（四）实行分配“三挂钩”，抑制大股东“厚脸薪酬”第七章 中外合资企业的内部利益关系一、中外合资企业的演变（一）中外合资的法律导向（二）中外合资的利益基础（三）中外合资企业的发展二、中外合资企业的矛盾（一）外商“独资化”趋势（二）外商“独资化”措施三、核心是正确处理外商的“独资”与“垄断”（一）抓大放小，明确合资企业的对象和程度（二）合分自由，给合资企业以

## &lt;&lt;企业利益论&gt;&gt;

充分的自主权（三）完善服务，健全合资企业的协调机构（四）依法行事，严防外资借并购搞垄断

第三编 企业之间的利益关系第八章 集团公司内部企业之间的利益关系一、企业集团母子公司的基本情况（一）企业集团组建的四种模式（二）企业集团的两种基本类型二、企业集团母子公司利益关系的矛盾（一）角色转换与角色定位上的矛盾（二）集权与分权上的矛盾（三）激励与约束上的矛盾三、企业集团母子公司矛盾的治理（一）把握治理的基本出发点（二）明确母公司的角色定位（三）规范子公司的企业行为（四）集中强化“三大管理”第九章 同行企业之间的利益关系一、同行企业的历史演变（一）中国历史上“同行”的起源（二）改革开放前同行的划分（三）1978年后同行的情况二、同行企业之间的矛盾（一）偷窃创新产品的不择手段（二）抢占销售市场的明争暗斗（三）争夺交易机会的商业贿赂（四）诋毁竞争对手的造谣中伤三、同行企业矛盾的治理（一）“因品利导”，组建“联合舰队”（二）先易后难，统一产品标准（三）围绕创新产品健全法制（四）提高经营者素质，构建“和谐同行”第十章 供应链企业之间的利益关系一、供应链的概念与供应链企业的现状（一）供应链的概念与变化（二）组建供应链的动因与条件二、供应链企业间存在的矛盾（一）供应链联结的基础最为薄弱（二）供应商与渠道商的矛盾最为突出（三）企业间不良债务的拖欠最为严重三、供应链企业间矛盾的治理（一）抓住信用建设是治理的基础（二）发挥行业协会作用是治理的保证（三）构建“和谐价值链”是治理的关键第十一章 垄断企业与非垄断企业之间的利益关系一、中国垄断企业的现状（一）中国垄断企业的五个特点（二）中国垄断企业改革的结果二、中国垄断企业的问题（一）治理垄断缺乏统一的思想认识（二）自然垄断中行政垄断的因素还太浓（三）分拆改革尚未建立起积极的竞争机制（四）市场进入仅是稍有松动（五）反对垄断价格和分配差距的呼声最高三、中国垄断企业问题的治理（一）治理垄断先要明确五个问题（二）治理垄断以打造“龙头企业”为目标第四编 企业与社会的利益关系第十二章 企业与消费者的利益关系一、企业与消费者利益关系的分析（一）企业与消费者利益矛盾的根源（二）企业与消费者利益矛盾的环境（三）企业应是矛盾的主要责任者二、企业与消费者利益矛盾的表现（一）生产领域主要是“毒污”、“假冒”与“质量”问题（二）流通领域主要是“价格欺骗”与“商品歧视”（三）服务领域主要是“质量低劣”、“宰客”与“拐骗”三、企业与消费者利益矛盾的治理（一）思想上要进行营销伦理教育（二）法制上要扩大消费者协会的权力（三）组织上要探索维护消费者权益的有效形式（四）网络上要完善“在线消费”的各项条件第十三章 企业与政府的利益关系一、企业与政府利益关系的特点分析（一）企业与政府的“角色”特点（二）企业与政府的“关系”特点（三）企业与政府的“利益”特点二、企业与政府利益关系的矛盾解剖（一）企业要求轻税赋与政府要求保财政（二）企业要求市场开放与政府的地方保护（三）企业追求利益的非理性与政府监管的非规制三、企业与政府利益矛盾的治理对策（一）治理前提是转变政府职能（二）治理核心是节约政府开支（三）治理基础是提高企业素质（四）治理目标是重塑政企关系第十四章 企业社会责任与企业利益一、企业社会责任的发展（一）从亚当·斯密的认知到安南“全球契约”的提出（二）企业社会责任从“法律”、“道德”到“奉献”的三条边界（三）企业社会责任的四个方面二、企业社会责任的现状（一）联合国推进企业社会责任的举措（二）中国掀起企业社会责任热的缘由（三）中外先见者对企业社会责任的推动三、企业社会责任的问题（一）企业社会责任认知程度较低（二）企业社会责任标准“政出多门”（三）企业社会责任缺失严重（四）企业社会责任条件悬殊四、企业社会责任的实施（一）企业社会责任认识目标要远（二）企业社会责任实施应分阶段推进（三）企业社会责任的落实既需激励也需监督（四）积极参与企业社会责任国际标准的制定五、企业社会责任与企业利益（一）企业迈向新时代的通行证（二）企业由单一“经济人”融入“道德人”的一场革命（三）企业新的可持续发展的“生命源”（四）企业进入优秀行列的战略选择参考文献后记

## &lt;&lt;企业利益论&gt;&gt;

## 章节摘录

2008年爆发的“三鹿事件”，是又一次害人事件。

6月28日，位于兰州市的解放军第一医院收治了首例患“肾结石”病症的婴幼儿，据家长反映，孩子从出生起就一直食用河北石家庄三鹿集团所产的三鹿婴幼儿奶粉。

7月中旬，甘肃省卫生厅接到医院婴儿泌尿结石病例报告后，随即展开了调查，并报告卫生部。

卫生部专家指出，三聚氰胺是一种化工原料，可导致人体泌尿系统产生结石。

而三鹿公司领导对此是什么样的态度呢？

2007年第四季度就已经发现奶源问题，但三鹿领导并没有采取任何措施。

直到2008年3月，投诉事件越来越多，而三鹿领导却仍在打企业利益的小算盘，对产品质量睁一只眼、闭一只眼，妄想蒙混过关。

2008年2月23日，石家庄市中级人民法院受理了对三鹿集团进行破产清算的申请，宣告了三鹿的灭顶之灾。

外资企业情况怎样？

同样是问题多多，由《南方周末》报社组织的对世界500强在华投资企业的调查可知，其中有不少企业为了追求利润最大化，不良行为颇多：有7%的企业被中国环保部门裁定为有（重大）环保违规行为；有30.95%的企业涉及商品质量问题；有31%的企业产品遭受中国消费者的多次投诉。

上述诸多矛盾的性质和产生的原因虽各有不同，但其中有一点却是相通的，即都是为了追求企业的最大利益或者说利润最大化。

由此提出了一个问题：企业的目标应该是什么？

该怎样正确对待利润最大化的追求？

<<企业利益论>>

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>