第一图书网, tushu007.com

# <<企业信誉的制度逻辑>>

## 图书基本信息

书名：<<企业信誉的制度逻辑>>

13位ISBN编号：9787501799480

10位ISBN编号：7501799482

出版时间：2010-6

出版时间：中国经济出版社

作者：曹休宁

页数：263

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

# <<企业信誉的制度逻辑>>

## 内容概要

信誉是经济主体为了获得交易的长远利益而自觉遵守合约的承诺。
《企业信誉的制度逻辑》遵循“制度决定行为”这一命题，构建了一个制度安排与企业信誉行为的分析框架。
博弈次数是影响企业信誉的重要因素。
产权制度的基本功能足给人们提供一个追求长期利益的稳定预期和重复博弈的规则。
因此，产权制度是信用关系的前提，而法规则是信用制度的保障。
信誉不仅受正式的法律制度的影响，也受各种非正式制度影响。
在网络交易中，信誉主要靠非正式制度来维持。
企业只有在竞争的环境中才有动力讲信誉。
一个充分竞争的产品市场、经理市场和资本市场可以有效防范经济主体的道德风险。
政府行为对企业信誉有重要影响，政府的失信行为对公众具有示范效应。
只有加大对产权的保护力度、引入更为开放的竞争政策，进一步规范政府行为，建立健全信息传输体系，才能提高中国社会的信用水平。

第一图书网, tushu007.com



## 作者简介

曹休宁，男，1969年10月出生于安徽泾县。
2000年毕业于中国地质大学管理学院，获管理学硕士学位；2004年毕业于华中科技大学，获经济学博士学位。
现为湖南科技大学商学院副教授；中国工业经济学会理事，湖南省青年骨干教师，湖南省新世纪“121”人才工程人选。
主要研究领域为：微观经济理论与政策、制度经济学、产业经济学。
近年来，主持或参与省部级课题8项，在《中国工业经济》、《经济社会体制比较》等期刊发表学术论文20余篇。

# <<企业信誉的制度逻辑>>

## 书籍目录

第一章 导论第一节 选题背景及意义第二节 企业信誉问题研究综述一、国外理论界对信誉问题研究的现状二、国内理论界对信誉问题研究的现状第三节 研究思路和结构安排一、研究思路二、结构安排第二章 信誉及其相关问题的理论界定第一节 信誉及其相关概念一、信誉的概念二、信誉的分类三、信誉与信用、声誉的关系四、信誉的性质第二节 信誉的功能与作用一、信誉是交换的前提二、信誉是企业存在的基础之一三、信誉是企业的无形资产四、信誉可节约交易成本第三节 失信的原因一、不对称信息与失信行为二、失信行为的成本——收益分析三、失信行为与守信行为之间的外部性与失信行为第三章 信誉的决定机制第一节 重复博弈与信誉第二节 影响信誉的内生因素：产权、排他性与竞争一、产权、剩余控制权与信誉二、排他性与信誉三、“超额利润”与信誉第三节 影响企业信誉的外生因素一、信誉是企业经营绩效的递增函数二、信誉是企业规模的递增函数三、信誉和企业进入(或退出)市场的难易程度之间缺乏单调递增或递减关系四、信息传播与企业信誉五、经济增长速度对企业信誉的影响六、社会文化传统对企业信誉的影响第四节 信誉均衡的特征一、个人信誉与集体信誉二、信誉均衡中的路径依赖机制第四章 产权、法规与企业信誉第一节 制度和产权的内涵一、制度的内涵二、产权的内涵第二节 产权：信用制度的基础一、产权与守信动机二、产权与信用的社会化三、产权制度是信用关系的前提第三节 法规：信用制度的保障一、法规与产权的保护二、法律惩戒与信用秩序的维护第四节 产权与企业信誉：分析中国转轨时期企业信誉的一个视角一、产权安排与国有企业间的“三角债”问题二、混合所有制下的假冒伪劣产品问题第五节 所有权的安排与信誉一、模型二、一次性博弈三、重复博弈四、结论第五章 非正式制度与企业信誉第一节 正式制度与非正式制度一、非正式制度(内在制度)二、(正式制度)外在制度三、制度的互动第二节 非正式制度对信誉的影响一、习惯、规范和习俗二、民间制度第三节 非正式制度与企业信誉：以企业网络的治理机制为例一、对企业网络与网络治理机制的界定二、企业网络治理机制的实现途径第四节 中国的非正式信用制度一、中国的非正式制度特征二、中国的信用制度特征三、寻找信用制度的社会心理基础：现代市场伦理观第六章 竞争与企业信誉第一节 竞争、压力与激励——一般理论说明第二节 产品市场的竞争与企业信誉一、竞争和产品质量的一般说明二、关于产品质量和竞争的一个形式化表述三、对问题的进一步说明第三节 经理市场的竞争和企业信誉一、关于经理市场激励约束作用的一般说明二、中国国有企业代理人的“行政化”与经理市场的培育第四节 资本市场的竞争与企业信誉一、资本市场的竞争与企业信誉——融资理论角度的分析二、对我国资本市场的实证分析第七章 政府信誉与企业信誉第一节 政府行为及其局限性第二节 政府信誉对企业信誉的意义一、构建政府信用的必要性二、政府信誉是构建社会信用体系的关键第三节 中国转轨时期的政府信誉问题一、政府管制、政府干预和企业信誉二、“打假”中的地方保护主义三、规范市场首先要规范政府第八章 网络交易中的企业信誉第一节 网络交易的特点第二节 网络交易中的逆向选择和道德风险问题一、网络交易中的逆向选择问题二、网络交易中的道德风险问题第三节 网络交易的治理一、网上交易中自发的私人秩序——声誉机制二、网上交易中有组织的私人秩序第九章 结论和建议第一节 主要观点第二节 需要进一步研究的问题第三节 政策建议参考文献

## 章节摘录

有西方学者认为，当一个企业的效益、利润与经营者的收益不相关联的时候，便很难维系企业的信用关系。
可见，合理的产权制度是企业的必要条件而非充分条件，使市场信用的基础制度。
其一，给经济行为主体以最大的鼓励，使努力与报酬相对称。
所有权使所有者能以很强大动力去寻求带来最高价值的资源使用方法，建立长期的发展目标和通过信用行为达成长期合作交易的伙伴，为保证信用关系提供了主观意愿。
其二，保证经济活动主体的权、责、利清晰，当他们从事经济活动时，信息比较完全、目标比较明确，形成比较稳定的语气。
这种预期使其看到信守合约带来效益，有助于实践恪守信用。
其三，唯有产权清晰，才能真正建立现代企业制度，健全法人治理结构，改善企业经营管理状况，增加企业的偿贷能力，夯实信用行为的微观基础。
当前，规范信用行为的关键是产权制度的重建，这一点也可从农村经济制度改革中得以证明。
我国在实行人民公社制度的条件下，农民出工不出力的非诚信行为普遍存在，这是因为当时“大锅饭”的制度下，干多干少或干好干坏都是一个样。
改革后，实行联产承包责任制，农民出工、干活都无须别人催促，产权制度的改变使农民的收益预期变得清晰和明确，致使他们减少机会主义行为。
同样道理，在市场经济活动中，产权界定越是清晰，交易主体的收益就越明确，一方面，交易者选择交易对象和投资决策更为慎重，减少了市场违信的机会；另一方面，交易者越是选择诚信行为越有助于实现自身利益的最大化。
……

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