

目錄

第一章 緒論	- 1 -
第一節 研究背景與動機.....	- 1 -
第二節 研究目的.....	- 4 -
第二章 文獻探討	- 6 -
第一節 企業與社會價值.....	- 6 -
第二節 非營利組織與經濟價值.....	- 19 -
第三節 價值共創 (VALUE COCREATION) 理論.....	- 23 -
第三章 研究方法	- 35 -
第一節 研究架構.....	- 35 -
第二節 個案選擇.....	- 38 -
第三節 資料蒐集.....	- 40 -
第四節 研究限制.....	- 43 -
第四章 個案描述	- 44 -
第一節 孟加拉社會情境概述.....	- 44 -
第二節 葛拉敏計畫到葛拉敏銀行正式成立.....	- 47 -
第三節 葛拉敏銀行營運實務.....	- 56 -
第四節 二代葛拉敏銀行 (2000 年至今).....	- 71 -
第五節 葛拉敏銀行的姊妹機構.....	- 78 -
第五章 研究發現	- 81 -
第一節 傳統銀行的價值創造模式.....	- 81 -
第二節 共創價值架構下的葛拉敏銀行.....	- 85 -
第六章 結論與建議	- 100 -
第一節 研究結論.....	- 100 -
第二節 研究建議.....	- 103 -
參考書目	- 105 -

圖目錄

圖 2-1 企業社會績效模型	- 9 -
圖 2-2 由內向外看的社會衝擊	- 15 -
圖 2-3 由外向內看的社會衝擊	- 16 -
圖 2-4 社會企業光譜	- 20 -
圖 2-5 企業思維與消費者思維在互動點產生斷層	- 26 -
圖 2-6 價值共創關係	- 26 -
圖 2-7 傳統價值創造參考架構	- 27 -
圖 2-8 價值共創參考結構	- 28 -
圖 3-1 研究架構	- 36 -
圖 4-1 十六項守則	- 63 -
圖 4-2 葛拉敏銀行組織圖	- 68 -
圖 4-3 一般貸款與彈性貸款	- 73 -
圖 5-1 葛拉敏的經驗網絡	- 96 -

表目錄

表 2-1 回應式 CSR 與策略性 CSR	- 17 -
表 2-2 非營利組織與企業之三階段合作	- 21 -
表 2-3 傳統交易與共創經驗	- 30 -
表 2-4 傳統創新與經驗創新	- 31 -
表 2-5 傳統客製化與經驗個人化	- 33 -
表 2-6 企業中心與供應鏈、個人中心與經驗網絡	- 33 -
表 2-7 以市場為目標與以市場為論壇	- 34 -
表 3-1 變數說明表	- 36 -
表 3-2 資料蒐集彙整	- 40 -
表 3-3 例證資料來源說明	- 41 -
表 4-1 2006 年葛拉敏銀行年報_各地區脫貧報告	- 66 -
表 4-2 各種貸款商品	- 67 -
表 4-3 葛拉敏行員阿克達的一天	- 69 -
表 5-1 近十年葛拉敏歷史資料	- 99 -