

<<消费行为与经济增长>>

图书基本信息

书名：<<消费行为与经济增长>>

13位ISBN编号：9787500462231

10位ISBN编号：7500462239

出版时间：2007-6

出版时间：中国社会科学出版社

作者：许永兵

页数：244

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>

<<消费行为与经济增长>>

内容概要

本书主要研究了消费者行为对消费需求总量及经济增长的影响，论证了“消费者作为微观消费主体，其消费行为的变化直接决定消费需求总量和消费需求结构的变动并进而影响到经济增长的速度和质量”这一基本观点。

也就是说，如果不从根本上消除使居民消费行为发生变异的因素，一味寄希望于扩张性财政政策和货币政策对宏观经济进行的调控将很难达到预期效果。

为论证这一基本观点，本书从消费者行为分析入手，通过对中国消费者行为特点的分析，建立一中国消费者行为假说，在此基础上分析消费者行为变化对消费需求总量和结构的影响以及对经济增长的影响，从而达到通过消费者行为的变动解释中国经济增长与波动的目的。

<<消费行为与经济增长>>

作者简介

许永兵，1962年生，辽宁盘锦人。

1986年毕业于辽宁大学数学系，获理学学士学位。

1989年毕业于中国人民大学国民经济管理系，获经济学硕士学位。

2005年毕业于西安交通大学经济与金融学院，获经济学博士学位。

现任河北经贸大学经济研究所教授、副所长。

主要研究方向为宏观经济学（消费理论与政策）。

在《经济学家》等学术刊物上发表论文三十余篇，主持多项省部级课题研究项目，科研成果多次获奖，其中四项获省部级奖励。

<<消费行为与经济增长>>

书籍目录

导论 0.1 问题的提出 0.2 国内外研究现状综述 0.3 研究思路与研究方法 0.4 研究内容 0.5 主要创新点

第一章 消费者的消费决策与储蓄决策 1.1 消费者的消费决策 1.1.1 收入与消费 1.1.2 价格与消费 1.1.3 消费者的偏好与消费 1.1.4 利率与消费 1.1.5 消费者拥有的金融资产与消费 1.1.6 税收与消费 1.1.7 影响消费决策的其他因素 1.2 消费者的储蓄决策 1.2.1 利率与储蓄 1.2.2 税收与储蓄 1.2.3 社会保障与储蓄

第二章 消费者行为与消费需求的一般理论 2.1 绝对收入理论和相对收入理论对消费者行为的研究 2.1.1 绝对收入理论对消费者行为的研究 2.1.2 相对收入理论对消费者行为的研究 2.2 持久收入理论和生命周期理论对消费者行为的研究 2.2.1 持久收入理论对消费者行为的研究 2.2.2 生命周期理论对消费者行为的研究 2.3 消费者行为与消费需求研究的最新成果 2.3.1 随机行走理论 2.3.2 预防性储蓄理论 2.3.3 流动性约束理论 2.4 西方消费(储蓄)理论对中国居民消费行为研究的适用性问题

第三章 中国城镇居民消费行为的特点分析 3.1 新古典消费者行为理论关于消费者行为的内外环境设定 3.1.1 外部环境设定

第四章 不确定性对城镇居民消费行为的影响分析

第五章 流动性约束及其对中国城镇居民消费行为的影响分析

第六章 收入分配差距对中国城镇居民消费行为的影响分析

第七章 转轨期消费者行为变异的宏观后果

第八章 消费需求总量对经济增长的影响分析

第九章 消费需求结构对经济增长的影响

第十章 主要结论和政策建议参考文献后记

<<消费行为与经济增长>>

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>