

<<消费者权益保护运动的制度分析>>

图书基本信息

书名：<<消费者权益保护运动的制度分析>>

13位ISBN编号：9787500472070

10位ISBN编号：7500472072

出版时间：2008-9

出版时间：中国社会科学出版社

作者：戎素云

页数：236

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>

<<消费者权益保护运动的制度分析>>

内容概要

本书在指出消费者保护运动研究的重要意义之后，利用新制度经济学的基本原理，特别是契约理论和制度变迁理论，对我国消费者权益保护运动的缘起、发展和绩效进行了系统研究。在对消费者权益问题的出现原因进行契约分析的基础上，运用契约治理机制构建了促进消费者权益保护运动发展、治理消费者权益问题的复合治理模型，实证考察了在制度约束下运动各方力量的作用状况，然后依据所提出的绩效评估框架，通过案例分析对我国消费者权益保护运动的绩效进行了评估最后提出了相关的制度建设构想。

<<消费者权益保护运动的制度分析>>

作者简介

戎素云，女，河北经贸大学商学院教授、博士。

1968年生于河北省石家庄市栾城县。

1994年毕业于北京经济学院，获得经济学硕士学位，2006年毕业于西安交通大学，获得经济学博士学位。

发表论文30余篇，著作3部，主持或参加国家社科基金课题和省级厅级立项课题10余项，成果获得省部级一等奖等多项奖励。

荣获河北省高等学校中青年骨干教师等荣誉称号。

<<消费者权益保护运动的制度分析>>

书籍目录

第一章 导论 一 研究对象和意义 (一) 研究对象 (二) 研究意义 二 研究思路与方法 (一) 研究思路和逻辑框架 (二) 研究方法 三 研究结构和内容 四 创新之处

第二章 消费者权益保护运动研究文献综述 一 国外学者的研究 (一) 消费者保护运动的定义 (二) 消费者保护运动对消费者、厂商及政府的影响 (三) 消费者保护运动在发展中国家状况的研究 二 国内学者的研究 (一) 消费者保护的法律研究 (二) 消费者保护的社会学和政治学分析 (三) 消费者保护的经济学分析 (四) 对消费者运动发展的认识 三 文献评论 (一) 贡献 (二) 不足

第三章 消费者权益保护运动的缘起：基于契约的分析 一 契约理论与消费者权益问题 (一) 契约的普遍性 (二) 契约类型和规制结构 (三) “契约失灵”与消费者权益问题 二 消费者权益问题起因的现实契约分析 (一) 自然经济、商品经济契约关系的转变与消费者权益问题 (二) 中国市场契约化发展进程与消费者权益问题

第四章 消费者权益保护的复合治理模型 一 契约治理机制 (一) 契约的私人自我治理机制 (二) 私人或社会组织作为第三方的契约治理机制 (三) 政府作为第三方的契约治理机制 二 契约治理机制的局限性 (一) 私人自我治理机制的局限性 (二) 私人或者社会组织第三方治理机制的局限性 (三) 政府第三方治理机制的局限性 三 复合的契约治理机制的模型构建 (一) 基本模型 (二) 复合契约治理机制各要素的辩证关系 (三) 复合契约治理机制的有效性

第五章 中国消费者权益保护运动的发展：制度的形成与变迁 一 中国消费者权益保护制度的形成 (一) 消费者保护制度形成的历史探源 (二) 消费者保护外围制度形成阶段 (三) 消费者保护核心制度形成阶段 (四) 消费者保护制度体系的建立 二 中国消费者保护制度变迁的理论解释 (一) 消费者保护制度变迁的外部环境 (二) 消费者保护制度变迁中的初级行动团体——“制度企业家” (三) 消费者保护制度变迁的“潜在利润” (四) 消费者保护制度变迁的特性 (五) 消费者保护制度变迁中的次级行动团体

第六章 消费者权益保护运动中的消费者力量：实证分析 一 消费者治理力量发挥的前提及其行为表现 (一) “退出一呼吁”理论与消费者的退出呼吁力量 (二) 消费者“退出一呼吁”力量发挥的前提 (三) 消费者治理中的消费者行为表现及其效应 二 消费者对消费者保护运动、市场惯例和政府管制的态度分析 (一) 消费者对消费者责任和消费者运动的态度 (二) 消费者对企业行为和市场惯例的态度 (三) 消费者对政府管制的态度 三 我国城乡消费者消费维权状况的分析 (一) 城镇消费者维权状况 (二) 农村消费者维权状况

第七章 中国消费者权益保护运动中的政府和社会治理力量分析 一 政府和社会治理力量发挥的前提 二 基于治理理念的中国政府治理力量分析 (一) 政府治理理念与中国契约文化发展的关系 (二) 政府治理力量在消费者保护运动中的表现 (三) 政府治理力量对消费者保护运动的影响 三 社会自治组织制度安排及其治理力量分析 (一) 行业协会力量 (二) 消费者组织力量 (三) 其他社会组织力量

第八章 中国消费者权益保护运动绩效评估 一 消费者保护运动绩效评估框架 (一) 消费者保护运动影响研究综述 (二) 消费者保护运动绩效评估框架 二 中国消费者权益保护运动绩效的实证分析 (一) 案例一：全社会质疑“霸王条款” (二) 案例二：个体维权——郑丽华揭开OK镜黑幕 (三) 案例三：公益诉讼——消费者维权行为的一个特例 (四) 案例四：集团投诉——日航事件

第九章 提高我国消费者保护运动绩效的制度建设 一 增强消费者治理力量的制度建设 (一) 完善消费教育制度 (二) 完善消费者维权激励制度 二 增强社会治理力量的制度建设 (一) 完善相关法律制度 (二) 完善行业协会的自律制度和声誉管理制度 (三) 完善消费者组织制度 (四) 完善其他社会组织制度 三 增强政府治理力量的制度建设 (一) 加快体制改革，完善民主制度和市场制度 (二) 完善监督和约束制度 (三) 完善激励制度 四 完善消费者权益保护法律制度 (一) 拓宽《消法》的适用范围 (二) 加强对消费者的实体保护 (三) 完善对消费者的程序救济 五 加强其他非正式制度建设

第十章 结束语 一 基本结论 二 研究展望参考文献附录后记

<<消费者权益保护运动的制度分析>>

章节摘录

对于“现在的消费者问题与过去相比不太严重”这个陈述，71%的消费者回答是“不同意”和“非常不同意”，而回答同意的人仅占10%，这种回答一方面反映了现实中消费者问题的日益加重，另一方面也说明消费者对于自身权益更加重视，对厂商的经营行为要求越来越高。

“对大多数消费者来说，产品及其他方面的信息可以很容易获取”的赞成者达到，58%，不赞成的占30%。

消费者信息充分，消费者问题应该减少。

但是消费者对第一个问题的回答否认了这一点。

这一方面可以解释为我国消费者所接受的市场信息的真实性值得怀疑。

另一方面还可以理解为，正是由于信息容易获取，消费者对市场中的各种消费者问题比过去更加清楚，所以他们认为消费者问题比过去严重。

消费者比较看重消费者问题，认为与家庭遇到的其他问题和事件相比消费者问题重要的比例达到66%，而持否定看法认为消费者问题不太重要的仅占24%。

消费者之所以较为看重消费者问题，是与消费在生活中的重要性分不开的。

关注消费、关注生活质量是人作为消费者最本能的反应。

40%的消费者认为并非所有的消费者问题都是厂商的原因所致，消费者的粗心或者无知可能会使消费者在购买产品过程中出现许多错误。

但是有48%的消费者不这么认为，他们认为是厂商不履行告知义务才造成消费者问题的。

还有12%的人表示不能确定。

鉴于消费者在市场上处于“恒弱”地位（田学斌，2001），78%的消费者不同意“消费者常常通过提出不正当理由来利用厂商或者经销商”这种说法。

而是认为厂商或者经销商常常利用消费者的弱势地位，通过一定的营销策略来“创造需求”，使得消费者成为厂商创造消费潮流、消费时尚的奴隶。

但消费者中总有伪劣的消费者，所以7%的被访者同意这个陈述。

<<消费者权益保护运动的制度分析>>

编辑推荐

《消费者权益保护运动的制度分析》采用鬼发与实证相结合的分析方法，以由利益性消费者问题所引致的消费者保护运用为对象，从经济学的角度切入，以新制度经济学的契约理论、制度变迁理论等基本理论为基础，从理论和实证两个方面，对我国消费者保护运动的缘起、发展和绩效进行了系统研究。

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>