

<<公共产品的需求与供给>>

图书基本信息

书名：<<公共产品的需求与供给>>

13位ISBN编号：9787500579618

10位ISBN编号：7500579616

出版时间：2005-3

出版时间：中国财政经济出版社

作者：李成威

页数：245

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>

<<公共产品的需求与供给>>

内容概要

《公共产品的需求与供给：评价与激励》主要目的是力图为公共经济理论搭建公共产品评价论--激励论分析框架，并着力阐述这样一个基本观点：公共产品的需求和供给分析的实质是对公共产品的评价和激励分析。

<<公共产品的需求与供给>>

作者简介

李成威，1977年2月出生，江西省星子县人。

2004年6月毕业于中央财经大学，获经济学博士学位。

现任财政部财政科学研究所助理研究员，主要研究方向为公共经济理论与政策。

参与世界银行、社科基金和财政部等十二项国家级和省部级课题的研究，出版专著和教材6部，发表论文20余篇。

<<公共产品的需求与供给>>

书籍目录

导论第一章 公共产品需求和供给的基本分析：评价和激励第二章 微观角度的公共产品评价理论第三章 微观角度公共产品评价经验研究第四章 宏观角度的公共产品(公共支出)评价第五章 公共产品偏好表露激励机制第六章 公共产品供给管理激励机制参考文献后 记

<<公共产品的需求与供给>>

章节摘录

书摘1. 激励理论概述 激励理论的发展是近40年来经济学发展的一个主要成就。

从所掌握的资料来看, 学者们给出的激励的概念有一定的差别。

阿特金森(Atkinson, 1964)认为激励就是“此时此刻对行动的方向、强度与持续性的(直接)影响”; 琼斯(Jones, 1955)认为激励涉及“行为是怎样发端, 怎样被赋予活力而激发, 怎样延续, 怎样导向, 怎样终止, 以及在所有一切进行过程中, 该有机体是呈现出何种主观反应的”; 弗隆(Vroom, 1964)认为激励是“一个过程, 这个过程主宰着人们.....在多种自愿活动的备选形式中所作出的决策”; 罗宾斯(Robbins, 1979)把激励定义为“通过高水平的努力实现组织的意愿, 而这种努力以能够满足某些需要为条件”; 瓦格纳(wagner, 1992)认为激励是“探讨关于影响人的行为的触发、指向和维持的因素”⁰赵振宇等(1995)则认为“所谓激励就是系统的组织者采取有计划的措施, 设置一定的外部环境, 对系统成员施以正强化或负强化的信息反馈(借助一定的信息载体), 引起其内部的心理和思想变化, 使之产生组织者所期望的行为反应, 正确、高效、持续地达到组织预定的目标”; 孙志成(1999)认为“激励, 就是激发鼓励的意思, 就是利用某种外部诱因调动人的积极性和创造性”上述激励定义虽然迥异, 但都基本暗含了下列三个因素:(1)诱因性——人们行为是什么激发并赋予活力的。

人们自有什么内在的追求或需求, 能驱动他们以一定方式表现出某一#定行为, 以及有哪些外在的环境性因素触发了该行为。

(2)目的性——是什么因素把人们正被激活的行为引导到一8方向上去的。

指人的行为总是指向一定的目的物, 并且总是有所为而发。

(3)稳定性——这些行为如何矫正、保持和延续。

P30

<<公共产品的需求与供给>>

编辑推荐

本书主要目的是力图为公共经济理论搭建公共产品评价论--激励论分析框架，并着力阐述这样一个基本观点：公共产品的需求和供给分析的实质是对公共产品的评价和激励分析。

<<公共产品的需求与供给>>

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>