

<<新农村公共事业管理模式研究>>

图书基本信息

书名：<<新农村公共事业管理模式研究>>

13位ISBN编号：9787109145252

10位ISBN编号：7109145255

出版时间：2010-6

出版时间：许静波 中国农业出版社 (2010-06出版)

作者：许静波

页数：260

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>

<<新农村公共事业管理模式研究>>

内容概要

近年来中共中央连续出台的1号文件，都着力部署社会主义新农村建设。这标志着我国农村建设已经被提到国家发展的战略高度，并被提上重要议事日程。本研究以我国工业化中期阶段的新农村建设为背景，以推进农业现代化为目标，以我国农村公共事业管理模式的变迁为载体，提出了加强新农村公共事业管理的对策和建议。

《新农村公共事业管理模式研究》认为，「后农业税」时代的农村公共事业管理是我国农业现代化进程中不容回避的突出问题，采取何种模式建设农村公共事业又是问题的核心所在。

公共事业管理模式是在公共事业管理中能对现实产生影响的管理主体的构成及其组合方式，其实质就是公共事业管理过程中政府与市场的关系。

本文所主张的核心观点是建构农村公共事业管理的「准市场」模式。

本研究综合应用公共经济理论、现代管理理论、公共产品理论、公共选择理论和公共事务治理理论，采用系统分析、比较分析、规范分析与实证分析相结合的研究方法，在占有大量翔实资料的基础上，借鉴西方发达国家的成功经验，以公共事业管理模式为主线，系统地探讨了我国农村公共事业管理模式的历史演变、现状、价值取向、保障机制以及确保新农村公共事业管理模式运行的对策建议。

本研究认为，我国的特殊国情决定了农村公共事业应采取「准市场」模式。其主体和主导是政府，这与我国过去的计划经济体制，与西方国家的市场模式均存在着原则性不同。所谓「准市场」模式是指我国农村市场配套机制不健全的特定阶段上，国家和政府通过指令、计划和财政转移支付等手段所建立起的农村公共事业管理模式，它随着市场的不断完善、市场机制不断介入农村公共事业管理活动，国家和政府将渐次减小调控力度。

本文的结构是：第一章引言，主要介绍论文的研究背景、目的、意义，国内外公共事业管理模式研究状况综述，论文的研究方法和逻辑框架等；第二章梳理农村公共事业管理的相关理论，现代管理学和经济学为本研究提供了必要的理论基础；第三章论述我国农村公共事业的历史和现实；第四章是介绍并比较欧、美、日、韩等发达国家在农村公共事业管理方面的成功经验；第五章是全文的核心，从理论上建构了「准市场」模式；第六章阐发「准市场」模式的一般过程、保障机制和评价；第七章是确保农村公共事业管理模式运行的对策建议；最后是全文的结论。

<<新农村公共事业管理模式研究>>

作者简介

许静波，女，1977年出生，黑龙江省哈尔滨市人。

现任东北农业大学人文社会科学学院副教授，管理学博士，硕士生导师，行政管理系主任。

主要从事农业经济管理、行政管理、思想政治教育发展与创新的教学与研究工作。

近年来，先后在《商业研究》、《国家教育行政学院学报》、《学术交流》、《理论探讨》和《黑龙江高教研究》等学术期刊上发表学术论文二十余篇，主编和参编教材五部，主持省部级课题三项。

<<新农村公共事业管理模式研究>>

书籍目录

序言摘要1 引言1.1 研究的背景、目的及意义1.2 国内外研究综述1.3 研究的内容和方法1.4 研究的逻辑框架和创新点2 农村公共事业管理的相关理论2.1 农村公共事业管理的基本概念2.2 公共事业管理的管理学基础2.3 公共事业管理的经济学基础2.4 本章小结3 我国农村公共事业管理模式的历史变迁与现状分析3.1 我国农村公共事业管理模式的历史变迁3.2 我国农村公共事业管理的现状分析3.3 城乡公共事业管理的比较3.4 本章小结4 国外农村公共事业管理的经验借鉴与启示4.1 国外农村公共事业建设概况4.2 国外农村公共事业管理比较4.3 国外农村公共事业借鉴与启示4.4 本章小结5 新农村公共事业管理“准市场”模式的构建5.1 “准市场”模式的提出及内涵界定5.2 “准市场”模式的构成5.3 本章小结6 新农村公共事业管理“准市场”模式的保障与评价6.1 “准市场”模式的一般过程6.2 “准市场”模式的保障6.3 “准市场”模式的评价6.4 本章小结7 确保新农村公共事业管理模式运行的对策建议7.1 多元开发农村基础设施7.2 优先发展农村教育7.3 改善农村居民的消费环境7.4 建立和完善农村公共财政体系7.5 本章小结8 结论参考文献后记

<<新农村公共事业管理模式研究>>

章节摘录

版权页：插图：萨缪尔森定义概括了公共新产品的三个基本特征。

效用的不可分割性。

公共产品为全体社会成员提供，具有共同受益或者联合消费的特点，其效用为整个社会成员所共享，而不能将其分割为若干部分，分别归属于某些个人或者厂商享用。

消费的非竞争性。

即某一个人或者厂商对公共产品的享用（消费）不排斥也不妨碍其他人或者厂商的同时享用（消费），也不会因此而减少其他人或者厂商享用该商品的数量和质量，也就是说，边际成本没有任何增加：一是边际成本为零，即生产方面，根本不需要再追加资源的投入；二是边际拥挤成本为零，即在消费方面，根本不会减少其他人的满意程序，或者根本不会带来“拥挤成本”。

受益的非排他性。

即公共产品一旦提供出来，不可能排除任何人对它的消费。

一是任何人不可能不让别人消费它，即使有独占念头，但是在技术上没有办法或者很难将拒绝为之付款的消费者排除在公共产品的受益范围之外。

或者即使在技术上可以排他，但是排他的成本十分昂贵，以至在经济上不可行；二是任何人不得不消费它，即使自己不情愿，但是没有办法拒绝；三是任何人都可以消费相同数量。

总之，公共产品的基础是社会公共需要。

公共产品首要的属性就是（范围）消费的公共性、不可分性。

国内学者们对公共产品的定义，几乎都是在萨缪尔森定义三个特征的基础上做出界定的，是区别于私人产品而言的。

即同时具有非竞争性、非排他性和效用不可分性的产品都是纯公共产品。

为了简化起见，对于具有其中的任何一个特征或者两个特征的，都统称为准公共产品或者混合公共产品。

不具备三个特征中任何一个特征的就是私人产品。

<<新农村公共事业管理模式研究>>

编辑推荐

《新农村公共事业管理模式研究》由中国农业出版社出版。

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>