第一图书网, tushu007.com

<<价格、市场与企业家>>

图书基本信息

书名：<<价格、市场与企业家>>

13位ISBN编号：9787301102855

10位ISBN编号：7301102852

出版时间：2006-1

出版时间：北京大学出版社

作者：张维迎

页数：331

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

第一图书网, tushu007.com

内容概要

20世纪80年代给中国经济学家提供了大显身手的机会。
作为初出道的年轻经济学者，我有幸直接参与了当时有关改革政策的研究。
　本书收集的就是我在1984-1987年间发表的主要论文，这些论文在当时的经济学界都产生了一定影响，其中有些论文对改革政策的制定发挥了一定的直接作用。
我将它们按内容分为价格理论与价格改革、企业家与所有制、市场经济与政治行为、劳动力市场与收入分配、宏观平衡与宏观控制、外汇市场与外贸政策、经济学与经济学家等七编，每一编我都写了一个“提要与说明”，以使读者对论文的写作背景有一个了解，也有助于读者评价我的理论观点和政策建议对中国经济改革的价值所在。

作者简介

张维迎，陕西省吴堡县人，1982年西北大学经济学本科毕业，1994年获牛津大学经济学博士学位，现为北京大学光华管理学院经济学教授，北京大学网络经济研究中心主任和北京大学工商管理研究所所长。
20世纪80年代曾在国家体改委工作，是国内最早提出并系统论证双轨制价格改革思路的学者。
在牛津大学读书期间，师从诺贝尔奖得主James Mirrlees教授和产业组织理论专家Donald Hay，主攻产业组织和企业理论。
1994年至今，在北京大学从教。
据《中国社会科学引文索引》统计，论文被引用率连续几年名列第一。
2000年，获得国家自然科学基金“杰出青年基金”；2002年当选为“CCTV中国经济年度人物”。
主要著作有：《企业的企业家——契约理论》（1995），《博弈论与信息经济学》（1996）、《企业理论与中国企业改革》（1999），《产权、政府与信誉》（2001），《信息、信任与法律》（2003），《大学的逻辑》（2004），《论企业家——经济增长的国王》（2004年再版），《产权，激励与公司治理》（2005）和《竞争力与企业成长》（2006）等。
另有数十篇中英文学术论文发表。

第一图书网, tushu007.com

书籍目录

从中国改革看制度变革的演进特征（代序）第一编　价格理论与价格改革　以价格改革为中心带动整个经济体制的改革　论价格功能　论动态经济增长中的价格第二编　企业家与所有制　时代需要具有创新精神的企业家　企业家与观念现代化　造就真正的企业家　企业家与所有制——经济体制改革中的一个重大理论问题第三编　市场经济与政府行为　市场经济中的政府行为——日本的经验　政府·市场·企业家·所有制　“公家报销”与价格扭曲　“乱摊派”与税制改革第四编　劳动力市场与收入分配　新时期收入分配政策研究　关于人才流动的经济学探讨　经济改革与中国知识分子——关于知识分子问题的经济学考察第五编　宏观平衡与宏观控制　货币、物价与生产——1985年紧缩效应分析　关于宏观平衡与宏观控制的几个理论问题　宏观经济讨论中的若干理论分歧　国民收分配格局的变化与财政赤字　总量分析、结构分析和预算软硬第六编　外汇市场与外贸政策　关于实行人民币贬值和开放外汇调剂市场的建议和设想　关于“七五”时期我国对外经济贸易发展政策的研究报告第七编　经济学与经济学家　中国的经济改革与经济学家　经济理论需要探索、创新和引进

章节摘录

书摘(五)第五个观念——消费观　关于消费观念现代化的问题，最近报纸上讨论得很多，这里我想再强调一下。
凡是学过经济学的人，都知道这么一个公式，叫快乐公式，即：快乐=享受／欲望。
这个公式，高小程度的人都能理解：追求快乐有两种途径，一种途径就是缩小分母，使欲望小一点，即使分子不变，快乐也会增大；第二种途径，是扩大分子，使享受多一点，欲望不变，那么，快乐就大。
　我刚才讲了，在自然经济条件下，财富是有限的，享受也是有限的。
所以，人们历来追求幸福的道路是缩小分母。
这就是人们常说的“清心寡欲”、“知足者常乐”的消费观念。
具体地说就是节制欲望的消费观。
所谓“新三年，旧三年，缝缝补补又三年”，就是这种自然经济消费观念的集中反映。
解放三十多年来，我们青年人只要一谈吃好些，穿好些，我们的传统教育就来了，也不管你是在哪种场合、哪个环境下说的，便不分青红皂白，来一套老掉牙的训斥：苦不苦，想想长征二万五；累不累，想想革命老前辈。
真是让你哭笑不得，好像一辈子吃不饱、穿不暖才是真正做人的本分。
　在商品经济下，情况就不一样了，分子不是有限的，而是无限的。
所以，人们追求幸福，不是缩小分母，而是加大分子，增加享受。
这就是商品经济的消费观。
在商品经济下，享受是欲望的函数，你的欲望越大，你创造的财富就越多，你得到的享受就越多。
一个没有欲望的人，一个没有欲望的民族，是很难进步的。
因为没有欲望，就没有不满，没有上进，没有奋斗!如果一个社会始终停留在抑制欲望的消费观上，那么，这个社会就只会在一个低水平上循环，因为如果一个社会消费不增大，生产就上不去，生产出来的东西也不会卖得出去。
　培养消费观，对企业家来说就更重要了。
我们现在的企业家都努力作广告，大街小巷、汽车、电视、广播，都作广告，为什么?就是为了刺激消费。
除此之外，企业家还应当刺激本厂职工的消费。
如果你这个工厂职工消费欲望不强，你的工人干劲就不会大，你的生产效率的提高就会有所限制。
举个例子，第三世界国家普遍存在着消费欲望小的问题。
外国企业家到第三世界国家投资办厂，他把工人工资提高一倍，结果这些工人劳动时间就减少了，原来劳动六天，现在只劳动三天，另外三天他游逛去了。
你三天的工资能够买到他六天内所需要的东西，他另三天自然不会干了，因为欲望饱和了。
还有一个例子，美国有一个伐木场的老板看到工人不好好干活，怎么加工资也改变不了这种情况。
他就从外边请来一个经济专家，请教这到底是什么原因?那位专家说，下星期我给你带一个商人来，就把事办了。
到了下星期，由他引来的商人对老板说，你的工人之所以不好好干活，是因为他们的钱太多了，钱装满腰包没处花，他们还挣钱干啥?商人最后用流动售货车载着许多高档消费品，一宣传，工人觉得美气得很，抢着买。
一买，钱不够。
嗨!这下就得好好干，拼命挣钱。
　我们现在的问题，是受旧观念的束缚，总以“苦”、“穷”为荣。
有些干部认为穿得破一些就是艰苦朴素。
实在是大谬而不然。
艰苦朴素本身没有错，但如果认为艰苦朴素就是吃得差一点，穿得破一点，那我看这样的艰苦朴素传统作风将是靠不住的。

我们的领导干部，不仅不应当对人们正常的消费进行谴责，而且应当鼓励、诱导人们消费。
因为并不是每一个人都懂得消费。
我们有责任让人民穿得好一些、吃得好一些。
当然，我们所说的消费，是指人们用自己的智慧挣来的钱，而不是歪门邪道搞来的钱。
P96-98

媒体关注与评论

书评上世纪80年代一位初出道的年轻经济学者的探索，本书中的一些观点对今天的中国仍然没有过时！

编辑推荐

本书是作者近年的论文结集,主要论述了价格机制、市场机制与企业家三者的关系,对当代中国企业家的成长、社会主义市场经济的确立有重要的借鉴意义。
书中的一些观点对今天的中国荏苒没有过时，值得反思和研读。

第一图书网, tushu007.com

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