

<<公共物品与私人社区>>

图书基本信息

书名：<<公共物品与私人社区>>

13位ISBN编号：9787509614532

10位ISBN编号：7509614538

出版时间：2011-8

出版时间：经济管理出版社

作者：弗雷德·E.弗尔德瓦里

页数：355

译者：郑秉文

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>

<<公共物品与私人社区>>

内容概要

本书内容简介：创建私人社区可能是今天世界上最大的私有化运动。在过去的30年中，美国的合作社区越来越多，如权利共管会、住宅房产社、协社以及通过合作共管的私人社区等。不仅美国如此，私人社区的概念在全球范围内也越来越热。其中中国就走在这种趋势的前列。在中国，房屋和土地使用权、所有权都发生了巨大的变化。举个例子，如今湖北武汉500万城市居民中的70%都享有所居住房屋的所有权，其中一半是和房产管理部门共同享有。

武汉的数据表明对这种状况进行研究具有非常重要的意义。中国大约有4亿左右的城市人口。如果中国的城市都像武汉这样具有私有权了，那么大约就有2.8亿的居民对居住的房屋拥有所有权。所以理解这种私人经济基础和其他地区在实施过程中的经验教训就显得非常重要，这两个问题在《公共物品与私人社区》中都进行了讨论。

<<公共物品与私人社区>>

书籍目录

- 作者中文版前言
- 本书简介
- 作者简介
- 作者鸣谢
- 译者序言
- 第一章 市场失灵论的谬误
 - 第一节 市场失灵论
 - 第二节 私有化案例中的缺陷
 - 第三节 “公共”和“私人”的概念
 - 第四节 “公共”和“私人”的定义
 - 第五节 公共物品的分类
- 第二章 市场失灵问题
 - 第一节 “搭便车”
 - 第二节 需求显示
 - 第三节 帕累托最优问题
 - 第四节 走向双方同意的一般供给理论
- 第三章 区域性集体物品
 - 第一节 集体物品的资本化
 - 第二节 土地租金的一个模型
 - 第三节 规模问题
 - 第四节 集体物品及其搭配物
 - 第五节 消除“搭便车”
 - 第六节 区域性物品的收益最大化供给
 - 第七节 公共物品的假象
 - 第八节 租金作为物品融资的理论
 - 第九节 区域性物品的契约供给
 - 第十节 租金的不同支付方式
- 第四章 工业组织的治理
 - 第一节 交易成本和治理
 - 第二节 组织和自发过程
- 第五章 强制性管理与双方同意的管理之间的比较
 - 第一节 “市场”的含义
 - 第二节 法律上的统治权
- 第六章 竞争性的区域俱乐部
 - 第一节 俱乐部理论
 - 第二节 区域性俱乐部的模型
 - 第三节 俱乐部垄断与竞争
- 第七章 非区域性物品和“斯密同情心”
 - 第一节 排他性集体物品
 - 第二节 非排他性集体物品
- 第八章 所有权社区和社区协会
- 第九章 租金的乌托邦：迪斯尼世界
- 第十章 皆大欢喜：阿登和土地信托
- 第十一章 城堡里的生活：埃尔思沃斯城堡的分套出售公寓
- 第十二章 今天的花园城市：=雷斯頓协会

<<公共物品与私人社区>>

- 第十三章 圣·鲁易斯私人街区
- 第十四章 城市经济学与公共选择
- 第十五章 走向双方同意的智力模式
- 参考文献总目
- 附录 人名和专有名词索引
- 译者后记

<<公共物品与私人社区>>

章节摘录

经济学家解释道，快乐峡谷的居民认为建造大坝是有益的，但他们同时认识到，如果其他人都签约缴费，而有一个人不那么做，但这个人从防洪大坝中受益的程度与其他人是完全一样的。

所以，为什么要签约呢？

让其他人付钱去吧！

“但这是愚蠢的，”皮埃尔回答说，“如果没有人付钱，我就不能建造大坝，谁也无法受益。

”“是的，”经济学家回答道，“这就是非常有名的‘囚徒困境’的理论。

”虽然同无人合作相比，如果所有人都合作，大家都将受益，但每个人心里还是有不合作的动机。如果居民人数不多，比如说20人或30人，他们可以召开全体会议，同意集资建造大坝。

但现在有10万居民，召集和组织会议的交易费用太高；而且因为人数众多，某些个人即使采取不合作态度也不会对他们的社会地位造成影响。

做一个“搭便车者”的愿望是如此强烈，以至于无法达成任何协议。

这时候，“市场”失灵了。

许多经济学教科书认为，这就是为什么我们需要政府提供公共物品的原因：政府能够强迫每个人进行合作。

虽然这不是真正意义上的合作，选择是政府部门而不是所有个人做出的，但这确实能使大坝建造起来。

然而在第二个故事里，公共选择理论将表明由政府提供公共物品的行为同样不能产生令人高兴的（或最佳的）结果。

峡谷有一个选举产生的立法机构，它有权决定是否建造大坝，造多大，花多少钱，以及如何筹集资金等。

每位立法成员每两年选举一次。

他们依靠竞选资金创造公众知名度，以此来拉选票。

他们同时还从公共财政的受益者那里获取选票。

……

<<公共物品与私人社区>>

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>