

عنوان مقاله:

مروری بر مبانی نظری حاکمیت شرکتی و رقابت بازار محصول

محل انتشار:

نخستین همایش ملی الکترونیکی رویکردهای کاربردی و پژوهشی در علوم انسانی و مدیریت (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 7

نویسندگان:

طاهره بتیاری - گروه حسابداری، پردیس علوم و تحقیقات شهر قدس، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

رویا دارابی - گروه حسابداری، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

در حال حاضر رقابت پذیری موضوع محوری در سطح دنیاست و از آن به عنوان وسیله ایی برای دست یابی به رشد اقتصادی مطلوب و توسعه پایدار یاد می شود. از ویژگی های بنگاه موفق، برخورداری از قدرت رقابت پذیری است و در عین حال ویژگی بارز بنگاه های ناموفق، عدم برخورداری از این قدرت است. رقابت پذیری به معنی توانایی سازمان برای ماندگاری در کسب و کار و محافظت از سرمایه های سازمان، به دست آوردن (بازگشت) سرمایه ها، و تضمین شغل ها در آینده می باشد. بنابراین در اینجا هدف اصلی ما مروری بر مبانی نظری حاکمیت شرکتی و رقابت بازار محصول می باشد.

کلمات کلیدی:

حاکمیت شرکتی، رقابت، رقابت بازار محصول

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/417263>

