

<<产品市场竞争与公司治理有效性>>

图书基本信息

书名：<<产品市场竞争与公司治理有效性>>

13位ISBN编号：9787564207854

10位ISBN编号：756420785X

出版时间：2010-8

出版时间：上海财经大学出版社有限公司

作者：谭云清

页数：174

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>

## <<产品市场竞争与公司治理有效性>>

### 内容概要

竞争是经济学中的重要概念，被广泛认为可以提高公司生产率、增进社会财富。

随着公司治理机制研究的深入，有学者认为竞争是公司治理机制的重要组成部分，产品市场的竞争是解决所有者和管理者之间代理问题的有力手段，充分竞争的市场环境会自动导致公司的有效治理。

特别是20世纪80年代后，由于世界经济环境的变化，文献普遍关注的公司治理机制对现有经济现象的解释出现困惑；与此相反，那些在市场上，尤其在国际市场上有效地展开竞争的企业，其收益良好，它们的股东也收到了较高的回报，于是出现了一些探讨产品市场竞争的公司治理效应的文献。

然而，总的说来，国内外有关产品市场竞争与公司治理效应的研究相当有限，得出的有关结论也存在分歧。

本研究针对转型经济时期我国产品市场竞争的特点，及其对公司治理行为效果的影响进行深入的探讨，揭示了产品市场竞争与公司治理互动关系的实质，丰富了该领域的研究，并为我国公司治理提供理论指导。

因此，本研究有着重要的理论意义和现实意义。

## <<产品市场竞争与公司治理有效性>>

### 作者简介

谭云清，男，湖南祁东人。

1993年6月本科毕业于湖南科技大学。

2000年6月获湘潭大学经济学硕士学位（股份经济与证券投资方向）。

2008年6月获上海交通大学管理学博士学位（产业组织理论与公司金融方向）。

2009年为复旦大学管理学院博士后。

现为上海立信会计学院工商管理学院副教授。

先后参与国家自然科学基金项目、上海市重点学科研究项目、国家建设部、上海市政府、嘉兴市政府等重大政府咨询项目以及企业咨询项目十余项。

主编教材1部。

先后在《管理评论》、《上海交通大学学报（自然科学版）》等发表论文8篇。

目前的研究方向主要是国际商务、公司金融与公司治理问题。

## <<产品市场竞争与公司治理有效性>>

### 书籍目录

总序前言第一章 绪论 第一节 研究背景及问题的提出 第二节 选题的意义 第三节 所用理论及研究方法 第四节 基本思路、结构安排及主要内容 第五节 本研究的创新性第二章 文献回顾 第一节 产业组织理论 第二节 公司治理的概念及内涵 第三节 传统公司治理机制有关研究的简单回顾 第四节 公司治理理论迅速发展的学术背景 第五节 关于产品市场竞争公司治理效应研究的文献综述 第六节 国内外研究文献综合评价及本文的研究计划第三章 产品市场竞争对公司治理有效性的影响 第一节 产品市场竞争对经理人激励的影响 第二节 产品市场竞争对经理人监督的影响 第三节 产品市场竞争对于企业代理成本的影响 第四节 产品市场竞争与大股东资产占用行为之间的关系 第五节 产品市场竞争策略对于公司治理有效性的影响 第六节 结论第四章 我国转型过程中的产品市场竞争和公司治理特征 第一节 中国经济转型过程的回顾 第二节 我国转型过程中的市场特点及产品市场竞争状况 第三节 转型过程中的我国上市公司治理特征 第四节 小结第五章 产品市场竞争与公司治理有效性——基于中国上市公司的实证研究 第一节 我国上市公司行业分类标准 第二节 样本数据的选择 第三节 关于公司治理有效性的衡量 第四节 关于公司绩效的测定 第五节 关于产品市场竞争强度及竞争策略的估计方法 第六节 关于公司治理变量的选择 第七节 实证结果及分析 第八节 结论第六章 总结、政策性建议和今后的研究方向 第一节 主要研究结论 第二节 政策建议 第三节 研究展望参考文献后记

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>