

عنوان مقاله:

رابطه ساختار مالکیت و رقابت در بازار محصول با انگیزه های مدیریتی

محل انتشار:

چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت امور مالی، تجارت، بانک، اقتصاد و حسابداری (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

نویسندگان:

سیداحمد موسوی - عضو هیئت علمی گروه حسابداری رجا قزوین

لقا کلکی - دانشجوی کارشناسی ارشد موسسه سهروردی قزوین

خلاصه مقاله:

هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه ساختار مالکیت و رقابت در بازار محصول با انگیزه های مدیریتی می باشد. این پژوهش از نظر ماهیت و روش توصیفی و از نظر هدف، یک پژوهش کاربردی بوده و از آنجایی که در پژوهش حاضر وضعیت موجود متغیرها با استفاده از جمع آوری اطلاعات، از طریق اطلاعات گذشته مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است، در ردیف مطالعات توصیفی و از نوع پسرویدادی گنجانده می شود. در مسیر انجام این پژوهش، ۱۱۰ شرکت از طریق نمونه گیری به روش حذف سیستماتیک برای دوره زمانی ۱۰ ساله بین ۱۳۸۷ تا ۱۳۹۶ انتخاب شده و داده های مربوط به متغیرهای پژوهش بعد از گردآوری در نرم افزار اکسل با استفاده از نرم افزار آماری ایویوز مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج حاصل از آزمون فرضیات نشان داد ساختار مالکیت (حقوقی) بر انگیزه های مدیریتی تاثیر معکوس معنادار دارد. و ساختار مالکیت (حقیقی) بر انگیزه های مدیریتی تاثیر مستقیم معنادار دارد. ولی رقابت در بازار محصول بر انگیزه های مدیریتی تاثیر معنادار ندارد.

کلمات کلیدی:

ساختار مالکیت، سهامداران حقوقی، سهامداران حقیقی، انگیزه های مدیریتی، رقابت در بازار محصول.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1127038>

