

عنوان مقاله:

بررسی رابطه قدرت مدیر عامل و نوآوری با نقش تعدیل گر رقابت بازار و حاکمیت شرکتی

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی ایده های نوین در مدیریت، اقتصاد، حسابداری و بانکداری (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

شهرزاد احمدی - گروه حسابداری، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران

علی رضا معطوفی - گروه حسابداری، واحد گرگان، دانشگاه آزاد اسلامی، گرگان، ایران

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش بررسی رابطه بین قدرت مدیرعامل و نوآوری با نقش تعدیل گر رقابت بازار و حاکمیت شرکتی در بورس اوراق بهادار تهران است. جامعه آماری پژوهش حاضر شامل شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد و نمونه آماری شامل ۱۴۵ شرکت در سال های ۱۳۹۲ الی ۱۳۹۸ است. برای تجزیه و تحلیل داده ها از آزمون رگرسیون چند متغیره استفاده شده است و برای تایید و رد فرضیه های تحقیق از نرم افزار Eviews, Excel و الگو یابی معادلات ساختاری استفاده گردیده است. نتایج حاصل از فرضیه اول و فرضیه های اول تا چهارم پژوهش نشان داد، وقتی که رقابت در بازار محصول بالا است، قدرت مدیرعامل با نوآوری رابطه مثبتی دارد. نتایج حاصل از فرضیه دوم و فرضیه های فرعی پنجم تا هشتم پژوهش نشان داد، وقتی که رقابت در بازار محصول بالا است و حاکمیت شرکتی نیز قوی است، قدرت مدیرعامل با نوآوری رابطه مثبتی دارد. نوآوری به شرکت ها این توانایی را می دهد که بتوانند به رقابت و تغییرات محیطی بهتر پاسخ دهند و با کسب قابلیت های جدید منجر به تصمیم گیری مطلوب تر گردد. می توان نتیجه گرفت زمانی که بازارها رقابتی هستند، قدرت اجرایی مدیران افزایش می یابد و مدیران اجرایی با تصمیم گیری های مناسب نسبت به تغییرات بازار ارتباط برقرار می کنند. که این ارتباطات سبب نوآوری در مدیران می گردد. همچنین حاکمیت قوی شرکت ها منجر به نظارت موثرتر بر مدیران می گردد و باعث می شود که مدیران تصمیمات استراتژیک خود در جهت نوآوری شرکت اتخاذ کنند.

کلمات کلیدی:

قدرت مدیرعامل، نوآوری، رقابت بازار، حاکمیت شرکتی، تصمیم گیری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1425826>

