

## عنوان مقاله:

بررسی رابطه رقابت در بازار محصول و انگیزه های مدیریت با نقش تعدیلی مالکیت خانوادگی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

## محل انتشار:

همایش ملی حسابداری و مدیریت تکنیک های نوین، چالش ها و راهکارها (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 18

## نویسندگان:

نسرتین قنبری - گروه حسابداری، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

مجید اشرفی - گروه حسابداری، واحد علی آباد کتول، دانشگاه آزاد اسلامی، علی آباد کتول، ایران

## خلاصه مقاله:

در دهه های گذشته مطالعات بسیاری سعی داشته اند تا تاثیرگذاری رقابت در بازار محصول بر انگیزه های مختلف مدیران را مورد بررسی قرار دهند. رقابت در بازار محصول به عنوان یک مکانیزم مهم حاکمیتی در سطح صنعت شناخته می شود که بر انگیزه های مدیران تاثیرگذار است. بر همین اساس هدف از انجام این پژوهش بررسی تاثیر مالکیت خانوادگی بر رابطه بین رقابت در بازار محصول و انگیزه های مدیریت است. بدین منظور تاثیر متغیر مالکیت خانوادگی بر رابطه بین شاخص رقابت در بازار محصول (شاخص هرفیندال-هیرشمن) مورد بررسی قرار گرفته است. نمونه آماری مورد بررسی شامل 100 شرکت بورس اوراق بهادار تهران برای دوره سال های 1394-1390 در ایران که مجموعاً 500 مشاهده (شرکت-سال) را تشکیل می دهد. برای تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیه های پژوهش از روش رگرسیون چند متغیره با داده های تابلویی و آزمون F و هاسمن استفاده شده است. نتایج تحقیق نشان می دهد که، مالکیت خانوادگی نیز تاثیری بر رابطه رقابت در بازار محصول و انگیزه های مدیریت ندارد.

## کلمات کلیدی:

رقابت در بازار محصول، انگیزه های مدیریت، مالکیت خانوادگی

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/747947>

