



پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد: امیر دوگوهر، ۱۳۹۶

رقابت در بازار محصول، توان مالی و چسبندگی هزینه‌ها

انگیزه‌های مدیریتی نقش مهمی در شکل دادن به رفتار نامتقارن هزینه ایفا می‌کند. هنگامی که مدیران با مشوق‌هایی برای جلوگیری از زیان یا کاهش سود روبرو می‌شوند، آنها تعدیل نزولی از منابع را برای خرید و کاهش فروش تسریع می‌بخشند. این تصمیمات سبب کاهش درجه چسبندگی هزینه می‌شود. آنها فرض بر این دارند که چنین رفتاری عدم تقارن هزینه‌های عمومی و اداری را از حد مطلوب تغییر می‌دهند و منجر به عدم تقارن هزینه‌های عمومی و اداری بیشتری نسبت به آنچه که عوامل اقتصادی پیش‌بینی کرده‌اند می‌شود. هدف اصلی این پژوهش بررسی رابطه‌ی رقابت در بازار محصول، توان مالی و چسبندگی هزینه‌ها بر اساس شواهد بازار سرمایه می‌باشد. در این پژوهش کاربردی با رویکرد توصیفی-همبستگی از نوع پس‌رویدادی (مبتنی بر اطلاعات گذشته و تاریخی) با استفاده از صورت‌های مالی شرکت‌ها در بورس اوراق بهادار تهران (جامعه آماری) تحلیل آزمون فرضیه‌ها به کمک رگرسیون چند متغیره طی بازه سال‌های ۱۳۸۸ الی ۱۳۹۴ (بازه زمانی هفت ساله) انجام پذیرفت. هم‌چنین به روش غربال‌گری داده‌های نمونه‌ی مورد مطالعه، جمع‌آوری و فرضیه‌های تدوین شده به کمک نرم‌افزار آماری R مورد آزمون قرار گرفتند. نتایج تحلیل داده‌های گردآوری شده جهت آزمون فرضیه‌ها به کمک رگرسیون‌های چند متغیره در سطح خطای مورد انتظار (پنج درصد) حاکی از آن بود که بین رقابت در بازار محصول و چسبندگی هزینه رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد. نکته آن که در این فرضیه رقابت در بازار محصول از طریق چهار شاخص هرفیندال-هیرشمن، لرنر، لرنر تعدیل‌کننده و تمرکز شرکت سنجیده شد و در هر چهار مورد نتایج معنی‌دار بود. هم‌چنین دیگر نتایج تحقیق نشان داد توان مالی شرکت در رابطه‌ی بین رقابت در بازار محصول و چسبندگی هزینه تأثیر معنی‌داری دارد.

کلیدواژه‌ها: رقابت در بازار محصول، توان مالی، چسبندگی هزینه.

شماره‌ی پایان‌نامه: ۱۲۷۲۱۳۰۱۹۵۲۰۱۴

تاریخ دفاع: ۱۳۹۶/۱۰/۱۳

رشته‌ی تحصیلی: حسابداری

دانشکده: علوم انسانی

استاد راهنما: جلال آذر براهمان

M.A. Thesis:

Product market competition, Financial Strength and Cost Stickiness



The managerial incentives play an important role in forming cost asymmetric behavior. When managers are encountered with incentives to avoid losses or reduce profits, so that they accelerate the downsizing of resources to buy and reduce sales. These decisions are caused to reduce the cost-stickiness. They assume that such a behavior changes the asymmetry of public and administrative costs to the optimal level, and leads to more public and administrative costs asymmetry than what economic factors have predicted. The main objective of this research is to investigate the relationship between product market competition, financial affordance and cost stickiness based on capital market evidence. In this applied research with a post-event descriptive-correlational approach (Based on past and historical information) using financial statements of companies in Tehran Stock Exchange (Statistical population), the hypotheses testing analysis was conducted with the help of multivariate regression during 2009-2010 (Interval of seven years old). The case-study sample data were also gathered through a screening method and the research hypotheses were tested using R statistical software. The results of gathered data analysis for testing hypotheses using multivariate regression at expected error level (5 percent) was indicated that there is a significant relationship between product market competition and cost stickiness. Note that in this hypothesis, the product market competition was measured through the four indicators of the Harpindal-Hirschman, Lerner, Lerner moderator and the firm's concentration and in all four cases the results were significant. Also, the other results of the research showed that the financial affordance of the firm has a significant impact on the relationship between product market competition and cost stickiness.