

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر بکارگیری استراتژی های رقابتی بر ارزش افزوده بازار با تاکید بر سهامداران عمده

محل انتشار:

فصلنامه پژوهش های کاربردی در مدیریت و حسابداری، دوره 5، شماره 18 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 13

نویسندگان:

روشنک رسولی محمد - گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی سراج، تبریز، ایران

اکبر ولیزاده اوغانی - گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی سراج، تبریز، ایران

خلاصه مقاله:

امروزه رقابت به عنوان یک اصل در بازار شناخته می شود. از مهمترین اهداف واحدهای اقتصادی در بازارهای رقابتی امروز کسب سود بالا و افزایش ثروت اقتصادی مالکان و خلق ثروت برای سهامداران است. این مهم با اتخاذ تصمیمات منطقی و انتخاب استراتژی مناسب برای سازمان میسر می شود. با ارزیابی عملکرد سازمان است که مشخص می شود چقدر فعالیت مدیران در راستای خواست سهامداران بوده است. هدف اصلی پژوهش حاضر بررسی تاثیر استراتژی های رقابتی بر ارزش افزوده بازار با نقش تعدیل گری سهامداران عمده است. روش پژوهش حاضر از نوع ماهیت، توصیفی و از نوع هدف، یکپژوهش کاربردی است. جامعه آماری مورد مطالعه در این پژوهش شامل شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سالهای ۹۲ - ۹۶ به مدت ۵ سال می باشد. روش نمونه گیری از نوع تصادفی با شیوه حذف سیستماتیک بوده است. برای بررسی ارتباط بین متغیرها از رگرسیون خطی چند متغیره استفاده شد. جهت برآورد مدل ها و آزمون فرضیه ها از نرم افزار E-Views استفاده شده است. نتایج بدست آمده از آزمون فرضیات تحقیق گویای این بود که، استراتژی های رقابتی ازجمله رهبری هزینه و تمایز با ارزش افزوده بازار رابطه معنادار ندارد، همچنین بین استراتژی های رقابتی و ارزش افزوده بازار با نقش تعدیل گری سهامداران عمده، رابطه معناداری وجود ندارد. در واقع بیانی می کند که ارزش افزوده بازار ابزار مناسبی برای سنجش میزان اثرگذاری استراتژی های رقابتی بر میزان عملکرد سازمان نیست.

کلمات کلیدی:

استراتژی های رقابتی، ارزش افزوده بازار، سهامداران عمده

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1272933>

