

عنوان مقاله:

رابطه بین نوع استراتژی و رقابت در بازار محصول با در نظر گرفتن چرخه عمر شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

محل انتشار:

اولین کنفرانس بین المللی جهش علوم مدیریت، اقتصاد و حسابداری (سال: 1400)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسنده:

بهرام محسنی ملکی - استادیار گروه حسابداری، دانشگاه مازندران، ایران، بابلسر

خلاصه مقاله:

هدف از این پژوهش به بررسی رابطه بین نوع استراتژی و رقابت در بازار محصول با در نظر گرفتن چرخه عمر شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بوده است. متغیر وابسته در این تحقیق رقابت در بازار محصول بوده که از شاخص هرفیندال-هیرشمن برای محاسبه آن استفاده شد. همچنین متغیر مستقل نیز نوع استراتژی بوده که مطابق پیشنهاد بلوم و همکاران از استراتژی سرمایه بر و استراتژی کاربر استفاده گردید و نوع شرکت به عنوان متغیر تعدیل کننده در نظر گرفته شد. جامعه آماری پژوهش حاضر، شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال های ۱۳۹۴ تا ۱۳۹۸ بوده است. این نمونه ها شامل ۱۱۶ شرکت بود که دارای ویژگی های از قبیل در دسترس بودن داده ها، منتشر شدن صورت های مالی در سال های مورد نظر توسط سازمان بورس اوراق بهادار بود. نتایج پژوهش نشان داد بین نوع استراتژی و رقابت در بازار محصول شرکتهای پذیرفته در بورس اوراق بهادار تهران رابطه منفی و معناداری وجود داشته و چرخه عمر بر رابطه بین نوع استراتژی و رقابت در بازار محصول تاثیرگذار بوده است.

کلمات کلیدی:

نوع استراتژی، رقابت در بازار محصول، چرخه عمر

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1463533>

