

عنوان مقاله:

تاثیر استراتژی تمایز محصول بر رشد فروش با تاکید بر نقش ویژگیهای مدیریت

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی چالش ها و راهکارهای نوین در مهندسی صنایع، مدیریت و حسابداری (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسنده:

صابر شیخکانلوی میلان - کارشناسی ارشد حسابداری دانشگاه بین المللی امام خمینی (ره)

خلاصه مقاله:

هدف از استراتژی تمایز، رسیدن به مزیت رقابتی از طریق تولید کالاها و خدماتی است که از طریق مشترک یا منحصریفرودرک میشود. هدف پژوهش حاضر، بررسی اثر استراتژی تمایز بر رشد شرکت باتوجه به ویژگیهای مدیریتی هستیم. ویژگیهای مدیریتی قابل بررسی شامل درصد مدیران غیرموظف، دانش مالی هیات مدیره، تعداد جلسات هیات مدیره و دوگانگی نقش مدیرعامل میشود. برای رسیدن به هدف پژوهش، از داده های ترکیبی ۱۳۹ شرکت در بازه زمانی ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۹ و رگرسیون چند متغیره، استفاده شد. نتایج نشان داد که بین استراتژی تمایز و رشد فروش، رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. همچنین، درصد مدیران غیرموظف و دانش مالی رابطه مذکور را تقویت، ولی تعداد جلسات هیات مدیره و دوگانگی نقش مدیرعامل، این رابطه را کاهش میدهند.

کلمات کلیدی:

استراتژی تمایز، رشد فروش، مدیران غیرموظف، تعداد جلسات هیات مدیره، دوگانگی نقش مدیرعامل و دانش مالی هیات مدیره.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1565033>

