

## عنوان مقاله:

تاثیر رقابت در بازار محصول بر نوع آوری و استراتژی کسب و کار شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

## محل انتشار:

نهمین کنفرانس بین المللی علوم مدیریت و حسابداری (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

## نویسندگان:

محسن احمدی - استادیار گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد گچساران، کهگیلویه و بویراحمد، ایران

عبداله شفیعی نسب - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد گچساران، کهگیلویه و بویراحمد، ایران

فاطمه قیصری - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد گچساران، کهگیلویه و بویراحمد، ایران

## خلاصه مقاله:

هدف این تحقیق بررسی این موضوع است که آیا رقابت در بازار محصول بر نوع آوری و استراتژی کسب و کار شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تاثیر معناداری دارد؟ از این رو با استفاده از اطلاعات ۱۱۸ شرکت بین سالهای ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۹ و رگرسیون خطی چند متغیره به بررسی آزمون فرضیه ها پرداخته شد که نتایج تحقیق نشان داد که رقابت در بازار محصول بر نوع آوری و استراتژی کسب و کار تاثیر معناداری دارد. نتایج عملکرد ما نشان می دهد که عملکرد برتر نوآوران در پاسخ به شوکهای رقابتی می تواند به عنوان جبران افزایش ریسک شکست رقابتی تفسیر شود.

## کلمات کلیدی:

رقابت در بازار محصول، نوع آوری، استراتژی کسب و کار.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1671307>

