

عنوان مقاله:

Product Market Competition and Companies' Investment

محل انتشار:

کاوش های نوین در علوم محاسباتی و مدیریت رفتاری، دوره 1، شماره 2 (سال: 1402)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

علی ابراهیمی - استادیار گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی علمی کاربردی جهاد دانشگاهی واحد مشهد

لیلا ریحان زاده - کارشناسی ارشد حسابداری، آموزش و پرورش مشهد، مشهد، ایران.

خلاصه مقاله:

شاید یکی از مهم ترین مباحث اقتصادی روز در سراسر دنیا بحث رقابت پذیری و ارتقای وضعیت صنایع مختلف برای بقا و رشد در عرصه متلاطم بازارهای جهانی باشد. این مساله در کشور ما هم اخیرا با تاکید بر فرآیند توسعه صنعتی مورد توجه قرار گرفته است. از طرفی اهمیت سرمایه گذاری برای رشد و توسعه اقتصادی و اجتماعی به اندازه ای است که آن را یکی از اهرم های قوی برای رسیدن به توسعه کرده است. اما باید به یاد داشت که به همان میزان که توجه به این امر می تواند باعث شود اقتصاد رشد یابد و شکوفا گردد، توجه نکردن به آن می تواند موجب شود افت اقتصادی پیش آید. بنابراین باید گفت رشد اقتصادی و افزایش رفاه عمومی در بلند مدت بدون توجه به سرمایه گذاری و عوامل مهم موثر موجود در محیط آن ممکن نیست. تحقیق حاضر به بررسی رابطه رقابت در بازار محصول بر سرمایه گذاری شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار می پردازد. نمونه آماری پژوهش شامل ۸۲ شرکت در دوره زمانی سال های ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۲ است. برای تجزیه و تحلیل داده ها و آزمون فرضیات از تکنیک آماری رگرسیون داده های تابلویی (پانلی) استفاده شده است. تحقیق حاضر از نوع کاربردی است. نتایج حاصل از تحقیق نشان دهنده رابطه معنی دار بین رقابت در بازار محصول و سرمایه گذاری و همچنین رابطه معنی دار نقش تعدیل گری رشد فروش شرکت در رابطه فوق را نشان می دهد.

کلمات کلیدی:

رقابت در بازار محصول، سرمایه گذاری، رشد فروش

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1924676>

