

عنوان مقاله:

تاثیر سرمایه فکری بر رابطه بین رقابت در بازار محصول و عملکرد شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

محل انتشار:

اولین کنفرانس ملی نقش حسابداری، اقتصاد و مدیریت (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

سکینه کرمی نژاد - دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، گروه حسابداری، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران.

محمد رضا پورعلی - دانشیار حسابداری، گروه حسابداری، واحد چالوس، دانشگاه آزاد اسلامی، چالوس، ایران

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش بررسی تاثیر سرمایه فکری بر رابطه رقابت در بازار محصول و عملکرد شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال های 1390 لغایت 1394 می باشد. تعداد 124 شرکت به روش حذف سیستماتیک به عنوان نمونه انتخاب شدند و با استفاده از تحلیل رگرسیون ترکیبی فرضیه های تحقیق مورد آزمون قرار گرفتند. نتایج حاکی از وجود رابطه مستقیم و معنادار بین سطح رقابت بازار محصول با عملکرد شرکت با شاخص ROA است همچنین یافته ها نشان می دهد که سرمایه فکری بر رابطه بین رقابت در بازار محصول و عملکرد شرکت تاثیر دارد براساس نتایج، مدیران اهمیت رقابت در بازار محصول را درک کرده و جهت بهبود عملکرد شرکت اقدام به اتخاذ استراتژی های شرکت در بازار محصولات خواهند کرد.

کلمات کلیدی:

سرمایه فکری، رقابت در بازار محصول، عملکرد شرکت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/694965>

