

عنوان مقاله:

ارائه مدل ارزش آفرینی در شرکت های کوچک و متوسط پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران : عوامل راهبردی در محیط درونی و بیرونی

محل انتشار:

مطالعات مدیریت راهبردی دفاع ملی، دوره 6، شماره 23 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 30

نویسندگان:

سارا منجم - دانشجوی دکتری، گروه مدیریت مالی، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی

فرزین رضایی - دانشیار، گروه حسابداری، واحد قزوین، دانشگاه آزاد اسلامی، نویسنده مسئول

اکبر عالم تبریز - استاد، گروه مدیریت صنعتی، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه شهید بهشتی،

خلاصه مقاله:

امروزه با توجه به افزایش رقابت جهانی و عدم اطمینان محیطی، موفقیت شرکت ها منوط به ایجاد ارزش برای ذینفعان خصوصا سهامداران و خلق ثروت برای آنان است و این موضوع تنها در سایه تحلیل عوامل راهبردی در محیط درونی و بیرونی امکان پذیر است؛ از طرف دیگر، اهمیت ارزش آفرینی برای شرکت های کوچک و متوسط با توجه به اهداف پایداری بلندمدت آنها دوچندان است. تحقیق حاضر از لحاظ نوع، کاربردی و از نظر نحوه جمع آوری داده ها، پژوهشی توصیفی همبستگی مبتنی بر مدل یابی معادلات ساختاری است. جامعه آماری تحقیق شامل متخصصان، کارشناسان و مدیران شرکت های کوچک و متوسط است. جهت تأیید روایی پرسشنامه از نظرات خبرگان و تعیین پایایی از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. تجزیه و تحلیل داده ها با نرم افزار اس پی اس و اسمارت پی ال. اس انجام شده است. نتایج تحلیل داده ها نشان داد که ۵ فرضیه تحقیق حاضر در سطح ۹۵٪ تأیید شده و معنی دار هستند. بیشترین ضریب مسیر مرتبط به تأثیر ارزش آفرینی بر حداکثری ثروت سهامداران با ۰/۹۸۱ است.

کلمات کلیدی:

ارزش آفرینی، عوامل راهبردی درونی، عوامل راهبردی بیرونی، شرکت های کوچک و متوسط

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1607038>

