

عنوان مقاله:

تاثیر بازارگرایی بر عملکرد شرکت های ایرانی فعال در بازار بورس تهران

محل انتشار:

فصلنامه مطالعات مدیریت بهبود و تحول، دوره 16، شماره 59 (سال: 1388)

تعداد صفحات اصل مقاله: 25

نویسندگان:

سید محمد اعرابی - استاد دانشگاه علامه طباطبایی

مهدی سلطان محمدی - دانش آموخته دکتری مدیریت بازرگانی از دانشگاه علامه طباطبایی

خلاصه مقاله:

در دهه گذشته مفهوم بازار گرایی و اثرات آن بر عملکرد مورد مطالعه و توجه گسترده ای قرار داشته است. هر چند که تحقیقات انجام شده نشان می دهد که هنوز در مورد تاثیر بازار گرایی بر عملکرد به خصوص در کشورهای در حال توسعه جای تردید وجود دارد. این تحقیق، نحوه اندازه گیری سازه بازار گرایی را براساس مفهوم پردازشی نارور و اسلیتر (Narver and Slater, 1990) در شرایط خاص محیطی ایران مورد توجه قرار داده و تاثیر بازار گرایی را بر عملکرد شرکت های ایرانی بررسی می کند. همچنین نقش تعدیل کننده عوامل محیطی شدت تغییرات بازار، شدت رقابت و قدرت خریداران را در این رابطه آزمون می نماید. داده های میدانی در خصوص بازار گرایی و عملکرد از طریق پرسشنامه هایی که بین 373 شرکت عضو سازمان بورس و اوراق بهادار تهران توزیع شده جمع آوری گردیده است. با توجه به 141 پرسشنامه تکمیل شده و قابل استفاده، نرخ پاسخگویی 37/8 درصد بوده است. داده های عملکرد عینی از صورت های مالی سالیانه این شرکت ها استخراج شده است. نتایج تحقیق نشان می دهد که بازار گرایی بر عملکرد ذهنی، عینی و کلی تاثیر معنادار و مثبت دارد. قدرت خریداران، نقش تعدیل کننده در رابطه بین بازار گرایی و عملکرد ذهنی و کلی دارد ولی عوامل شدت رقابت و شدت تغییرات بازار، تعدیل کننده این رابطه نیستند.

کلمات کلیدی:

بازار گرایی، عملکرد، شدت رقابت، تغییرات بازار، قدرت خریداران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/664885>

