

نقش تعدیل‌کنندگی رقابت در بازار محصول بر رابطه فرصت‌های سرمایه‌گذاری با سرمایه‌گذاری بهینه

خدیجه مظفری^۱ و مجتبی‌مطلبیان^۲

۱ کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی - گرایش راهبری

۲ دکتری حسابداری

چکیده

انجام سرمایه‌گذاری برای هر واحد اقتصادی امری ضروری است زیرا حیات واحد اقتصادی به سرمایه‌گذاری آن بستگی دارد. از آنجا که در کسب منابع مالی محدودیت وجود دارد. لذا کارا بودن سرمایه‌گذاری‌ها از اهمیت بیشتری برخوردار است. لذا هدف از انجام پژوهش حاضر بررسی نقش تعدیل‌کنندگی رقابت در بازار محصول بر تأثیر فرصت‌های سرمایه‌گذاری بر ناکارایی و کارایی سرمایه‌گذاری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. بنابراین تعداد شش فرضیه تنظیم شد. جهت جمع‌آوری داده‌های پژوهش از اطلاعات مالی ۱۰۷ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در فاصله سال‌های ۱۳۸۶ تا ۱۳۹۵ استفاده شده است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از مدل رگرسیونی به روش داده‌های تلفیقی استفاده شد. به منظور محاسبه کارایی سرمایه‌گذاری از مدل بیدل و همکاران استفاده شد سپس از طریق چارک‌بندی، شرکت‌ها به سه دسته کارا، بیش سرمایه‌گذار و کم سرمایه‌گذار تفکیک گردید. همچنین جهت اندازه‌گیری رقابت در بازار محصول از شاخص هرفیندال-هرشمن استفاده شد. نتایج پژوهش بیانگر این است که فرصت‌های سرمایه‌گذاری بر ناکارایی سرمایه‌گذاری تأثیر منفی دارد. همچنین فرصت‌های سرمایه‌گذاری بر کارایی سرمایه‌گذاری تأثیر مثبت دارد. دیگر یافته‌های پژوهش حاکی از آن است که رقابت در بازار محصول بر تأثیر فرصت‌های سرمایه‌گذاری بر ناکارایی و کارایی سرمایه‌گذاری نقش تعدیل‌کنندگی مثبت دارد.

واژه‌های کلیدی: فرصت سرمایه‌گذاری، کارایی و ناکارایی سرمایه‌گذاری، رقابت در بازار محصول، شاخص هرفیندال-هرشمن.