

Дебі П. Мішра

Аналіз загального впливу попереднього повідомлення про продукт з точки зору життєвого циклу продукту та вартості переключення

Компанії використовують попереднє повідомлення про продукт для інформування клієнтів про майбутнє впровадження нового продукту чи послуги. Ці попередні повідомлення є значними подіями, оскільки вони надають клієнтам конкретну інформацію про продукт, що вказує на стабільність, стратегічні цілі та майбутнє компанії. Важливим аспектом дослідження у цій сфері є результати попереднього повідомлення про продукт. Однак, має місце значний пробіл у знаннях, оскільки минулі дослідження зосереджуються на досить вузькому аналізі ефекту добробуту у деяких галузях, наприклад, галузі високих технологій, або у певних непередбачуваних обставинах. Цікавим є обмежувальний підхід, оскільки попереднє повідомлення про продукт має місце у широкому асортименті категорій продуктів. Більше того, теорія життєвого циклу продукту та теорія вартості переключення споживачів прогнозують вплив попереднього повідомлення про продукт незалежно від категорії чи контексту. Автор статті вказує на брак узагальнення шляхом використання теорії вартості переключення і теорії життєвого циклу продукту для прогнозування позитивного впливу попереднього повідомлення про продукт незалежно від контексту та результатів. Метод вивчення подій у фінансовій галузі використовується для емпіричного аналізу зв'язку між попереднім повідомленням про продукт та курсом акцій у широкій вибірці подій, що включають в себе різні категорії продуктів. Використовуючи події, описані у «Уолл Стріт Джорнал», автор надає докази позитивного впливу попереднього повідомлення про продукт на курс акцій незалежно від типу продукту чи контексту. У статті представлено рекомендації для керівників та висвітлено напрямки для подальших досліджень.

Ключові слова: попереднє повідомлення про продукт, життєвий цикл продукту, вартість переключення, інформаційна асиметрія, вивчення подій

Класифікація JEL: M31, M37, M38, G140



Стаття знаходиться у відкритому доступі і може розповсюджуватися на умовах ліцензії Creative Commons Attribution 4.0 International license, що дозволяє необмежене повторне використання, розповсюдження та відтворення на будь-якому носії за умови наявності відповідного посилання на оригінальну версію статті.

Дебі П. Мішра

Анализ общего влияния предварительного уведомления о продукте с точки зрения жизненного цикла продукта и стоимости переключения

Компании используют предварительное уведомление о продукте для информирования клиентов о будущем внедрении нового продукта или услуги. Данные предварительные уведомления являются значительными событиями, поскольку они предоставляют клиентам конкретную информацию о продукте, что указывает на стабильность, стратегические цели и будущее компании. Важным аспектом исследования в данной сфере являются результаты предварительного уведомления о продукте. Однако, имеет место значительный пробел в знаниях, поскольку прошлые исследования сосредотачиваются на довольно узком анализе эффекта благосостояния в некоторых отраслях, например, отрасли высоких технологий, или в определенных непредвиденных обстоятельствах. Интересным является ограничительный подход, поскольку предварительное уведомление о продукте имеет место в широком ассортименте категорий продуктов. Более того, теория жизненного цикла продукта и теория стоимости переключения потребителей прогнозируют влияние предварительного уведомления о продукте независимо от категории или контекста. Авторы статьи указывает на недостаток обобщения путем использования теории стоимости переключения и теории жизненного цикла продукта для прогнозирования позитивного влияния предварительного уведомления о продукте независимо от контекста и результатов. Метод изучения событий в финансовой отрасли используется для эмпирического анализа связи между предварительным уведомлением о продукте и курсом акций в широкой выборке событий, включающей в себя различные категории продуктов. Используя события, описанные в «Уолл Стрит Джорнал», автор представляет доказательства позитивного влияния предварительного уведомления о продукте на курс акций независимо от типа продукта или контекста. В статье представлены рекомендации для руководителей и освещены направления для дальнейших исследований.

Ключевые слова: предварительное уведомление о продукте, жизненный цикл продукта, стоимость переключения, информационная асимметрия, изучение событий

Классификация JEL: M31, M37, M38, G140



Статья находится в открытом доступе и может распространяться на условиях лицензии Creative Commons Attribution 4.0 International license, что позволяет повторное использование, распространение и воспроизведение на любом носителе при условии наличия соответствующей ссылки на оригинальную версию статьи.