

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر رقابت در بازار محصول بر رابطه بین مسئولیتپذیری اجتماعی شرکت و نگهداشت وجه نقد

محل انتشار:

فصلنامه پژوهش های تجربی حسابداری، دوره 10، شماره 4 (سال: 1399)

تعداد صفحات اصل مقاله: 27

نویسندگان:

پروین پورفخریان - کارشناس ارشد حسابداری، دانشگاه اصفهان

ناصر ایزدی نیا - عضو هیئت علمی گروه حسابداری دانشگاه اصفهان

حجت اله هادی پور هفشجانی - کارشناس ارشد مدیریت دولتی، دانشگاه آزاد اصفهان

خلاصه مقاله:

موسسه های اقتصادی عموماً بخشی از داراییهای خود را به صورت موجودیهای نقدی نگهداری مینمایند و تعیین اینکه چه میزان از داراییها باید به صورت وجه نقد نگه داشته شود، از تصمیمات مهمی است که مدیریت واحد تجاری اخذ میکند. علیرغم اینکه در ادبیات حسابداری، شناسایی عوامل تعیینکنندهی سطح نگهداشت وجه نقد در شرکتها، به طور گسترده مورد بررسی قرار گرفته؛ با این حال تاثیر رقابت در بازار محصول بر رابطه بین مسئولیتپذیری اجتماعی شرکت و سطح نگهداشت وجه نقد شرکتها تا حد زیادی ناشناخته است. به همین دلیل در این پژوهش ما به بررسی این رابطه پرداختیم؛ و با بررسی ۸۴ شرکت از بین شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سالهای ۱۳۹۰-۱۳۹۶ از طریق آزمون مدل رگرسیون با دادههای ترکیبی به این نتیجه رسیدیم که رقابت در بازار محصول و مسئولیتپذیری اجتماعی تاثیر منفی و معناداری بر سطح نگهداشت وجه نقد دارند. علاوه بر این نتایج پژوهش حاکی از آن است که رقابت در بازار محصول تاثیر منفی و معناداری بر رابطه بین مسئولیتپذیری اجتماعی و سطح نگهداشت وجه نقد دارد.

کلمات کلیدی:

وجه نقد، نگهداشت وجه نقد، مسئولیتپذیری اجتماعی، رقابت در بازار محصول.

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1196200>

