

عنوان مقاله:

تاثیر راهبردهای تجاری و سطوح هزینه نمایندگی بر عملکرد شرکت ها

محل انتشار:

فصلنامه مهندسی مدیریت نوین، دوره 4، شماره 1 (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

فرزین رضایی - دانشیار حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی قزوین دانشکده مدیریت و حسابداری

مهسا آقاجانی - موسسه آموزش عالی کار واحد قزوین

خلاصه مقاله:

پژوهش حاضر به بررسی تاثیر راهبردهای تجاری و سطوح هزینه نمایندگی، بر عملکرد شرکت ها می پردازد. این تحقیق، از نوع کاربردی و هدف آن، ارائه راهبردهای تجاری برتر در سطوح هزینه های نمایندگی می باشد، بطوری که بتواند عملکرد مطلوبی را برای شرکت ها به ارمغان آورد. برای این منظور نمونه ای متشکل از ۹۰ شرکت، طی دوره زمانی ۱۳۸۴-۱۳۹۴ انتخاب و مورد بررسی قرار گرفته است. پژوهش حاضر مبتنی بر صورت های مالی حسابرسی شده می باشد. جهت بررسی فرضیه ها و ارتباط بین متغیرها، از رگرسیون پدل دیتا، بهره گرفته شده است. به منظور تفکیک راهبردهای تجاری، با استفاده از تحلیل خوشه ای سلسله مراتبی شرکت ها به دو گروه متمایز ساز و رهبری در هزینه طبقه بندی شدند. نتایج نشان داد تعامل راهبرد رهبری در هزینه با هزینه نمایندگی پایین، تاثیر مثبت و معنادار و تعامل راهبرد متمایز ساز با هزینه نمایندگی بالا، تاثیر منفی و معنادار بر عملکرد شرکت دارد. واژه های کلیدی: راهبرد متمایز ساز، راهبرد رهبری در هزینه ، هزینه نمایندگی، عملکرد شرکت

کلمات کلیدی:

راهبرد متمایز ساز، راهبرد رهبری در هزینه، هزینه نمایندگی، عملکرد شرکت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1763248>

