

## عنوان مقاله:

بررسی رابطه استراتژی مدیریت هزینه، اندازه سازمان و فرصت های رشد بر عملکرد شرکت های بورس اوراق بهادار تهران

## محل انتشار:

کنفرانس بین المللی یافته های نوین پژوهشی در مهندسی صنایع و مهندسی مکانیک (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

## نویسندگان:

مسلم صداقتی - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت مالی، موسسه آموزش عالی قشم

حمید روان پاک نودژ - استادیار دکترای رشته حسابداری، موسسه آموزش عالی قشم

علی امیری - استادیار دکترای رشته حسابداری، موسسه آموزش عالی قشم

## خلاصه مقاله:

هدف از پژوهش حاضر بررسی رابطه استراتژی مدیریت هزینه، اندازه سازمان و فرصت های رشد برای عملکرد شرکت است. در این راستا صورت های مالی 76 شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران از سال های 1,388 الی 1,392 مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. در این پژوهش، استراتژی مدیریت هزینه (نسبت فروش به مخارج سرمایه ای، نسبت فروش به ارزش دفتری دارایی های ثابت) و ناز سازمان (لگاریتم طبیعی دارایی ها) و فرصت های رشد (نسبت به ارزش بازاری دارایی به ارزش دفتری دارایی) به عنوان متغیر مستقل، از عملکرد شرکت (بازده دارایی ها، رشد فروش) به عنوان متغیر وابسته استفاده گردید تا بتوان رابطه بین استراتژی، اندازه، فرصت های رشد و عملکرد شرکت را طی یک دوره زمانی پنج سال مورد مطالعه قرار داد. روش مورد استفاده جهت جمع آوری اطلاعات (کتابخانه ای و میدانی است. برای آزمون فرضیه ها نیز از مدل نا همسانی واریانس شرطی خود رگرسیو ARCH و مدل نا همسانی واریانس شرطی خود رگرسیونی تعمیم یافته GARCH با استفاده از نرم افزار Eviews8 استفاده شده. و معنی دار بودن آن ها با استفاده از آماره Z و نسبت درست نمایی صورت گرفت. نتایج به دست آمده بیانگر آنست که معیارهای استراتژی شرکت یعنی متغیرهای فروش به مخارج سرمایه ای با ضریب منفی و فروش به ارزش دفتری دارایی ثابت و فرصت های رشد با ضریب مثبت دارای ارتباط معنادار با بازده دارایی ها می باشد. همچنین معیارهای استراتژی شرکت می کنید متغیرهای فروش به مخارج سرمایه ای و فروش به ارزش دفتری دارایی ثابت و اندازه سازمان دارای ارتباط معنادار و مثبت با رشد فروش می باشد. لذا به فعالان بازار سرمایه و بورس اوراق بهادار تهران پیشنهاد می شود به این نکته توجه نمایند که تلاطم متغیر با زمان و همبسته با زمان بازده دارایی های شرکت ها می تواند علاوه بر ریسک، توسط رابطه استراتژی عمومی مدیریت هزینه و فرصت های رشد شرکت هم توصیف شود همچنین با رشد فروش همبسته با زمان شرکت ها می تواند توسط رابط استراتژی مدیریت هزینه و اندازه سازمان توصیف شود.

## کلمات کلیدی:

استراتژی مدیریت هزینه، اندازه سازمان، فرصت رشد، عملکرد سازمان

## لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/429704>

