

عنوان مقاله:

بررسی تاثیر پایداری و نوسانات سود عملیاتی بر کوتاه بینی در شرکت ها

محل انتشار:

سومین کنفرانس بین المللی مدیریت، حسابداری و حسابرسی پویا (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 14

نویسندگان:

ندا عاقبت بین عیلامی - دانشجوی کارشناسی ارشد، گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی مولوی، تهران، ایران

محمدرضا عبدلی - دکتر، گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی مولوی، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

با توجه به اهمیت هزینه های بازاریابی و تبلیغات شرکت ها و نقشی که این متغیر می تواند بر فعالیت های مالیشرکت از جمله رشد فروش داشته باشد، در پژوهش حاضر به بررسی تاثیر پایداری و نوسانات سود عملیاتی بر کوتاه بیندیر شرکت ها پرداخته شد. جامعه آماری این تحقیق حاوی کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس تهران می باشد که با استفاده از روش نمونه گیری حذف سیستماتیک تعداد 91 شرکت در دوره زمانی 6 ساله بین سال های 1390 الی 1395 (در مجموع 546 سال- شرکت) به عنوان نمونه آماری برگزیده شد. این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر روش جمع آوری داده ها در گروه پژوهش های توصیفی- پس رویدادی قرار دارد که به منظور مطالعه فرضیه ها از مدل رگرسیونی خطی چندمتغیره با استفاده از نرم افزار Eviews8 و روش داده های پانلی- اثرات ثابت بهره گرفته شد. نتایج به دست آمده در این مطالعه نشان می دهد شرکت هایی که سود عملیاتی پایدارتر داشته باشند، رشد مخارج بازاریابی و تبلیغات بیشتر و مثبت دارند اما نوسان پذیری سود عملیاتی شرکت ها دارای اثر معناداری بر مخارج بازاریابی و تبلیغات شرکت ها نمی باشد.

کلمات کلیدی:

پایداری، نوسانات سود عملیاتی، کوتاه بینی در شرکت

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/826419>

