

عنوان مقاله:

مطالعه تاثیرگذاری استراتژی کسب و کار بر مدیریت سود واقعی و اثرگذاری رقابت در بازار بر این رابطه در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

محل انتشار:

فصلنامه رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری، دوره 3، شماره 9 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

علیرضا مومنی - استادیار گروه حسابداری دانشگاه پیام نور مرکز تهران - غرب

فهیمه میرزایی - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته حسابداری دانشگاه پیام نور مرکز تهران غرب

خلاصه مقاله:

در سال های اخیر، مفهوم استراتژی در ادبیات سازمانی و توسط محققان مالی به صورت قابل توجهی مورد توجه قرار گرفته است. یکی از نتایج اتخاذ استراتژی های متفاوت در شرکت ها، تاثیرات آن بر رفتارهای گزارشگری مالی آن ها می باشد که ممکن است بسیار مورد توجه مدیران و مالکان قرار گیرد. پژوهش حاضر به مطالعه ی تاثیرگذاری استراتژی کسب و کار بر مدیریت سود واقعی و اثرگذاری رقابت در بازار بر این رابطه در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال های 1392 الی 1396 پرداخته است. تمامی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به عنوان جامعه ی آماری این پژوهش انتخاب شده اند که با توجه به شرایط نمونه گیری، تعداد 84 شرکت به عنوان شرکت های نمونه انتخاب و داده های مورد نیاز، از صورت های مالی شرکت های مذکور استخراج و بر پایه ی این اطلاعات، فرضیات مورد بررسی و تجزیه و تحلیل قرار گرفته شد. روش آماری مورد استفاده در پژوهش حاضر روش پانل دیتا است. در پژوهش حاضر، مدیریت سود واقعی به عنوان متغیر وابسته، استراتژی رهبری هزینه، استراتژی تمایز و رقابت در بازار به عنوان متغیرهای مستقل و بازده دارایی، اهرم، اندازه ی شرکت و رشد به عنوان متغیرهای کنترلی در نظر گرفته شده است. نتایج تجزیه و تحلیل با استفاده از روش داده های تلفیقی نشان می دهد که استراتژی رهبری هزینه بر مدیریت سود واقعی تاثیر مثبت دارد. همچنین استراتژی تمایز بر مدیریت سود واقعی تاثیر منفی دارد. علاوه بر در فرضیه ی سوم این واقعیت نشان داده شده که طی سال های مورد بررسی، وجود رقابت در بازار باعث ایجاد رابطه ی مثبت بین استراتژی رهبری هزینه و مدیریت سود واقعی نخواهد شد و در فرضیه ی آخر نیز این موضوع نشان داده شد که وجود رقابت در بازار باعث ایجاد رابطه ی معنادار بین استراتژی تمایز و مدیریت سود واقعی نخواهد شد.

کلمات کلیدی:

استراتژی کسب و کار، مدیریت سود واقعی، رقابت در بازار

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/946326>

