

عنوان مقاله:

تحلیل رابطه بین استراتژی های بازرگانی و مدیریت سود

محل انتشار:

کنفرانس بین المللی مدیریت و علوم انسانی (سال: 1394)

تعداد صفحات اصل مقاله: 19

نویسندگان:

محمد حسنی - مدیر گروه دکتری و ارشد حسابداری و مدیریت مالی، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران

زینب طاهری - کارشناس ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران شمال، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

در این پژوهش رابطه بین استراتژی های بازرگانی و مدیریت سود حسابداری در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بررسی شده است. متغیر وابسته پژوهش، مدیریت سود است که برای اندازه گیری آن از مدل تعدیل شده جونز استفاده شد. متغیر مستقل پژوهش، استراتژی بازرگانی است که برای اندازه گیری آن از روش شناسیمطرح شده توسط اسنو و هامبریک (1980) و هیل و اسنل (1988) استفاده شده است. برای انجام تحلیل ها تعداد 263 شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره زمانی 6 ساله (سال های 1387 تا 1392) در نظر گرفته شدند. داده ها به صورت سال شرکت مرتب شده و با استفاده از تحلیل رگرسیون ترکیبی چند متغیره مدلهای برآورد شده و فرضیه های پژوهش آزمون شدند. نتایج به دست آمده حاکی از آن است که استراتژی بازرگانی رابطه معنی دار و منفی با مدیریت سود دارد. به عبارتی، شواهد نشان داد که شرکت های درگیر استراتژی آینده نگر (تدافعی)، از مدیریت سود کمتری (بیشتری) برخوردار بوده اند.

کلمات کلیدی:

مدیریت سود، استراتژی های بازرگانی، دیدگاه تدافعی، دیدگاه آینده نگر

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/425666>

