

عنوان مقاله:

بررسی رابطه بین مولفه های مدیریت سود با رقابت در بازار جهت سودآوری مدیران در شرکت های بورسی

محل انتشار:

دومین همایش بین المللی افق های نوین در علوم مدیریت و حسابداری، اقتصاد و کارآفرینی ایران (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

صادق علی - دانشجوی کارشناسی ارشد، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ساوه، دانشکده علوم انسانی، گروه حسابداری، ساوه ایران

مسعود قربانحسینی - عضو - هیئت علمی گروه حسابداری، دانشکده حسابداری، واحد ساوه، دانشگاه آزاد اسلامی، ساوه، ایران

خلاصه مقاله:

در هر واحد تجاری، وظیفه اصلی مدیریت، استفاده حداکثری از منابع جهت کسب بازده مورد انتظار می باشد. وجود بازارهای رقابتی در عصر حاضر، مدیران واحد تجاری را بر آن داشته است که با اتخاذ صحیح و کاربردی، ضمن کسب منافع مورد انتظار، واحد تجاری را در بازار پرشتاب و رقابتی امروزی، نگه دارند. بدیهی است در صورتی که واحد تجاری نتواند عملیات خود را همگام با سایر رقبای، بسط و توسعه دهد، از صحنه رقابت حذف شده و با شکست مواجه خواهد شد. به منظور عدم مواجه شدن با چنین مشکلاتی، مدیران می بایست ضمن بررسی وضعیت بازار، تهدیدات لازم برای کسب مزیت های رقابتی را فراهم آورند. در پژوهش حاضر به بررسی رابطه بین رقابت در بازار محصول با مدیریت سود در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته شده است. جامعه آماری در این تحقیق شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار می باشند که 50 شرکت فعال بورس 1390-1394 به عنوان نمونه انتخابی در نظر گرفته شد. این تحقیق از نظر هدف، کاربردی بوده و از نظر روش اجراتوصیفی از نوع همبستگی می باشد. در ابتدا متغیرهای پژوهش مورد شناسایی قرار گرفته که جهت تجزیه و تحلیل اطلاعات، از داده های بدست آمده از نرم افزار ره آورد نوین، برای محاسبه متغیرهای پژوهش، توسط نرم افزار Excel استفاده شده است. این داده ها جهت آزمون فرضیه ها توسط نرم افزار Spss به کمک آماره های توصیفی و استنباطی نظیر تحلیل همبستگی، مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند. نتایج حاصل از آزمون فرضیه های پژوهش با استفاده از روش رگرسیون چندگانه برای فرضیه اصلی و برای فرضیه های فرعی از ضریب همبستگی پیرسون بهره گرفته شده است.

کلمات کلیدی:

اقدام تعهدی، رقابت، جریان نقدی غیر عادی، بازار سرمایه

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/689185>

