

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

علیرضا مؤمنی^۱، فهیمه میرزایی^۲

۱- استادیار گروه حسابداری دانشگاه پیام نور مرکز تهران غرب.

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

Fahimeh.mirzai@gmail.com

چکیده

در سال‌های اخیر، مفهوم استراتژی در ادبیات سازمانی و توسط محققان مالی به صورت قابل توجهی مورد توجه قرار گرفته است. یکی از نتایج اتخاذ استراتژی‌های متفاوت در شرکت‌ها، تأثیرات آن بر رفتارهای گزارشگری مالی آن‌ها می‌باشد که ممکن است بسیار مورد توجه مدیران و مالکان قرار گیرد. پژوهش حاضر به مطالعه تأثیرگذاری استراتژی کسب و کار بر مدیریت سود واقعی و اثرگذاری رقابت در بازار بر این رابطه در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۲ الی ۱۳۹۶ پرداخته است. تمامی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به عنوان جامعه آماری این پژوهش انتخاب شده‌اند که با توجه به شرایط نمونه‌گیری، تعداد ۸۴ شرکت به عنوان شرکت‌های نمونه انتخاب و داده‌های مورد نیاز، از صورت‌های مالی شرکت‌های مذکور استخراج و بر پایه‌ی 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، اندازه‌ی شرکت و رشد به عنوان متغیرهای کنترلی در نظر گرفته شده است. نتایج تجزیه و تحلیل با استفاده از روش داده‌های تلفیقی نشان می‌دهد که استراتژی رهبری هزینه بر مدیریت سود واقعی تأثیر مثبت دارد. همچنین استراتژی تمایز بر مدیریت سود واقعی تأثیر منفی دارد. علاوه بر در فرضیه‌ی سوم این واقعیت نشان داده شده که طی سال‌های مورد بررسی، وجود رقابت در بازار باعث ایجاد رابطه‌ی مثبت بین استراتژی رهبری هزینه و مدیریت سود واقعی نخواهد شد و در فرضیه‌ی آخر نیز این موضوع نشان داده شد که وجود رقابت در بازار باعث ایجاد رابطه‌ی معنادار بین استراتژی تمایز و مدیریت سود واقعی نخواهد شد.

واژگان کلیدی

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