



پایان‌نامه‌ی کارشناسی ارشد: مصطفی ربانی، ۱۳۹۷

قدرت چانه زنی مشتریان، هزینه حقوق صاحبان سهام و مدیریت سود

شفافیت و کیفیت مطلوب اطلاعات مالی در ارتباط با میزان فروش های شرکت، که پایه و اساس تصمیم گیری های بهینه اقتصادی سرمایه گذاران، اعتباردهندگان و به طور اعم استفاده کنندگان از اطلاعات است، از اهمیت ویژه ای برخوردار می باشد و با افشای اطلاعات فروش واقعی، ریسک تمرکز مشتری کاهش پیدا خواهد کرد. استفاده کنندگان از گزارش های مالی هنگامی می توانند به اطلاعات مالی منعکس شده در گزارش های مالی اتکاء کنند که این گزارش ها حاوی اطلاعات شفاف و قابل اتکاء باشند. هدف این پژوهش بررسی قدرت چانه زنی مشتریان، هزینه های حقوق صاحبان سهام و مدیریت سود می باشد. دوره ی زمانی پژوهش 1391 تا 1395 بود که تعداد 88 شرکت مورد بررسی قرار گرفتند و تعداد 450 مشاهده مبتنی بر سال-شرکت ایجاد شد. به منظور سنجش قدرت چانه زنی مشتریان عمده از معیار 0 و 1 و هزینه حقوق صاحبان سهام نیز از مدل اولسون (2005) استفاده شد و برای سنجش مدیریت سود از مدیریت سود واقعی و تعهدی استفاده گردید. در این پژوهش 6 فرضیه مورد آزمون قرار گرفت که نتایج نشان داد، قدرت چانه زنی مشتریان عمده با مدیریت سود واقعی و تعهدی ارتباط منفی و معناداری دارد. همچنین مشخص گردید هزینه حقوق صاحبان سهام با مدیریت سود واقعی و تعهدی ارتباط مثبت و معناداری دارد. در نهایت مشخص گردید قدرت چانه زنی مشتریان عمده ارتباط هزینه حقوق صاحبان سهام با مدیریت سود واقعی و تعهدی را تعدیل می نماید.

کلیدواژه‌ها: قدرت چانه زنی مشتریان، هزینه های حقوق صاحبان سهام و مدیریت سود

شماره‌ی پایان‌نامه: ۱۲۷۲۱۳۰۱۹۴۲۰۴۲

تاریخ دفاع: ۱۳۹۷/۰۶/۲۲

رشته‌ی تحصیلی: حسابداری

دانشکده: علوم انسانی

استاد راهنما: دکتر مهدی فیل سرایی

M.A. Thesis:

customer bargaining power on equity cost and earnings management

The transparency and desirability of financial information in relation to company sales, which is the basis of optimal economic decisions of investors, creditors and users in general, is of particular importance, and by disclosing real sales information, The risk of customer focus will be reduced. Users of financial reports can only rely on financial



statements reflected in financial statements to provide transparent and reliable information. The purpose of this research is customer bargaining power on equity cost and earnings management. The research period was from 2012 to 2016, in which 88 companies were surveyed and 450 observations based on the year-company were created. In order to measure the bargaining power of major customers, criterion 0 and 1 and equity costs were also used by Olson Model (2005) and earnings management was used for earning real and accrual management. In this research, six hypotheses were tested and the results showed that the bargaining power of major customers has a negative and significant relationship with actual and accrual management. It was also found that the cost of equity is positively and significantly related to the management of earnings and liabilities. Finally, it became clear that the bargaining power of major customers moderated the relationship between the cost of equity to real and accruals management.