

عنوان مقاله:

بررسی ارتباط بین رقابت در بازار محصول و مدیریت سود (مورد مطالعه: شرکت های پذیرفته شده در سازمان بورس اوراق بهادار تهران)

محل انتشار:

فصلنامه پژوهش های حسابداری مالی، دوره 6، شماره 4 (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

قدرت اله برزگر - استادیار حسابداری، دانشگاه مازندران

میثم طالب تبارآهنگر - کارشناس ارشد حسابداری، دانشگاه مازندران

عصمت اصابت طبری - کارشناس ارشد حسابداری، دانشگاه مازندران

خلاصه مقاله:

در ادبیات نظری بحث درباره مفید یا مضر بودن رقابت در بازار محصول، بحثی ناتمام است. برخی از پژوهش ها نشان دادند که رقابت، یک عامل کنترل کننده رفتار مدیریت از طریق ایجاد اطلاعات اضافی درباره ارزیابی عملکرد است؛ در حالی که گروهی دیگر از پژوهش ها به این نتیجه رسیدند که رقابت رکود مدیریتی را افزایش می دهد. در این پژوهش، بررسی شده است که آیا رقابت در بازار محصول بر مدیریت سود اثر می گذارد. بنابراین، هدف اصلی این پژوهش بررسی رابطه بین رقابت در بازار محصول و مدیریت سود است. این پژوهش از نوع مطالعه توصیفی - همبستگی مبتنی بر تحلیل داده های ترکیبی است که به بررسی ۹۹ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار در طی دوره زمانی ۱۳۹۰-۱۳۸۶ می پردازد. برای آزمون رابطه بین رقابت در بازار محصول و مدیریت سود از طریق فعالیت های واقعی از مدل رگرسیون چند متغیره استفاده شد. همچنین، برای اندازه گیری رقابت در بازار محصول از شاخص Q توبین استفاده شد. نتایج نشان داد بین رقابت در بازار محصول و مدیریت سود مبتنی بر فعالیت های واقعی، رابطه مثبت معناداری وجود دارد که بیانگر افزایش مدیریت سود به واسطه افزایش رقابت در بازار محصول است، که این امر به کاهش کیفیت سود می انجامد.

کلمات کلیدی:

رقابت در بازار محصول، مدیریت سود، جریان نقد غیرعادی، تولید غیرعادی، هزینه های اختیاری غیرعادی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1211883>

