

عنوان مقاله:

رقابت بازار محصول و معیارهای مختلف کیفیت سود مبتنی بر اصول فعالیت بازار

محل انتشار:

سومین کنفرانس ملی حسابداری و مدیریت (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 32

نویسندگان:

محمد رضا عباس زاده - استادیار گروه حسابداری دانشگاه فردوسی مشهد

محمد حسین ودیعی - دانشیار گروه حسابداری دانشگاه فردوسی مشهد

بهزاد بیگی - دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری دانشگاه فردوسی مشهد

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش بررسی تأثیر رقابت بازار محصول بر روی معیارهای مختلف کیفیت سود مبتنی بر اصول فعالیت بازار در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد. دوره زمانی پژوهش، 1381-1391 بوده و 230 شرکت به عنوان نمونه انتخاب شده است. به دلیل ماهیت متغیرهای پژوهش، دوره زمانی نهایی پژوهش منوط به سالهای 1387 الی 1391 گردید. برای تجزیه و تحلیل داده های پژوهش در حالت تلفیقی (ترکیبی)، از مدل‌های رگرسیونی چند متغیره در نرم افزار اقتصادسنجی EViews 6 استفاده شده است. در این پژوهش، معیارهای مختلف کیفیت سود مبتنی بر اصول فعالیت بازار شامل مربوط بودن ارزش، زمانبندی سود و ضریب واکنش سود، متغیر وابسته و رقابت بازار محصول، متغیر مستقل بوده و از متغیرهای کنترلی مؤثر بر کیفیت سود شامل نوع حسابرس، به موقع بودن گزارشگری مالی، شاخص سودآوری، اندازه شرکت، نسبت اهرمی، گزارش زیان توسط شرکت، نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری و نوسانپذیری فروشنیز استفاده شده است. یافته های پژوهش نشان میدهد که رقابت بازار محصول بر روی معیارهای مختلف کیفیت سود مبتنی بر اصول فعالیت بازار، تأثیر نداشته است. دیگر نتایج حاکی از تأثیر مثبت سودآوری و تأثیر منفی نوسان پذیری فروش بر معیار معکوس زمانبندی سود، همچنین تأثیر مثبت سودآوری و تأثیر منفی گزارش زیان توسط شرکت بر معیار معکوس ضریب واکنش سود می باشد.

کلمات کلیدی:

رقابت بازار محصول، مربوط بودن ارزش، زمانبندی سود و ضریب واکنش سود

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/343034>

