

عنوان مقاله:

رابطه رقابت در بازار محصول و احتمال تقلب گزارشگری مالی با تاکید بر مالکیت نهادی

محل انتشار:

اولین همایش ملی کارآفرینی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

محسن تنانی - استادیار گروه حسابداری دانشکده علوم مالی، دانشگاه خوارزمی، تهران، ایران

علی اکبر رجیبی - دانشجوی دکتری حسابداری دانشگاه آزاد اسلامی، واحد چالوس

خلاصه مقاله:

بر اساس ادبیات موجود، رقابت در بازار محصول به عنوان یک سازو کار حاکمیتی برون سازمانی و یک عامل مهم و حیاتی در اتخاذ تصمیمات افشای اطلاعات توسط شرکت ها مطرح شده است. بر این اساس پژوهش حاضر به بررسی رابطه بین رقابت در بازار محصول و تقلب در گزارشگری مالی با تاکید بر مالکیت نهادی پرداخته است. نمونه مورد بررسی بر اساس روش سیستماتیک شامل 116 شرکت طی سال های 1388 الی 1394 و روش آماری مورد استفاده نیز مدل رگرسیونی و آزمون مانایی، آزمون اف-لیمر، آزمون هاسمن و به طور کلی روش شناسی مدل های پانل دیتا ارایه گردیده است. نتایج حاصل از پژوهش بیانگر این است که فرضیه اثر گذاری رقابت بر احتمال تقلب در گزارشگری مالی مورد تایید قرار می گیرد. نتایج نشان می دهد که در محیط های غیر رقابتی، احتمال تقلب در گزارشگری مالی اثر با اهمیت دارند. به عبارت دیگر، در محیط های با محدودیت های رقابتی، احتمال گزارشگری مالی متقلبانه از سوی مدیران افزایش می یابد و مدیران برای حفظ موقعیت خود، به شیوه های غیر منصفانه روی می آورند. همچنین نوع مالکیت (نهادی یا خصوصی) موجب تقویت رابطه رقابت در بازار محصول و احتمال تقلب در گزارشگری مالی می شود.

کلمات کلیدی:

رقابت در بازار محصول، تقلب در گزارشگری مالی، مالکیت نهادی، حاکمیت شرکتی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/805586>

