

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر رقابت بازار محصول بر روی کیفیت سود می باشد. بر اساس نتایج پژوهش های صورت گرفته، پیش بینی می شود بین رقابت بازار محصول و کیفیت سود رابطه مثبت معنی داری وجود داشته باشد. به منظور دستیابی به این هدف، فرضیه ای تحت عنوان رابطه غیر خطی، U شکل معکوس، بین رقابت بازار محصول و کیفیت سود تدوین شده است. در این راستا برای اندازه گیری رقابت بازار محصول از شاخص هرفیندال- هیرشمن استفاده شده و کیفیت ارقام تعهدی به عنوان شاخص سنجش کیفیت سود در نظر گرفته می شود. برای بررسی فرضیه تحقیق، ۱۰۸ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره زمانی ۱۳۸۸ تا ۱۳۹۲ با استفاده از رگرسیون داده های ترکیبی مورد بررسی قرار گرفتند. آزمون فرضیه پژوهش نشان داد که بین رقابت بازار محصول و کیفیت سود رابطه منفی وجود دارد با تشدید رقابت بازار محصول، این رابطه مثبت می شود. لذا می توان چنین گفت که افزایش در رقابت بازار محصول می تواند نقش مؤثری در افشای اطلاعات با کیفیت، داشته باشد.

واژه های کلیدی: کیفیت سود؛ رقابت بازار محصول؛ رابطه ی غیر خطی