

رابطه غیر خطی بین رقابت بازارهای محصول و کیفیت سود

زینب حق شناس فتمه سری *, غلامرضا محفوظی,

1395-10-12

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، 108 شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره زمانی 1388 تا 1392 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 افزایش اطلاعات با کیفیت، داشته باشد.

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

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه ها](#)