

بررسی تأثیر رقابت در بازار محصول بر مدیریت سود شرکتهای پذیرفته شده در بازار بورس اوراق بهادار تهران

علی واحدی*, 233,

1395-11-30

پژوهش حاضر به بررسی تأثیر رقابت در بازار محصول بر مدیریت سود شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌پردازد. برای دستیابی به این هدف، شاخص‌های هرفیندال-هیرشمن (964) به عنوان معیارهای رقابت در نظر گرفته شده‌اند در حالی‌که برای ارزیابی مدیریت سود از مدل تعدیل شده جونز (2001) استفاده شده است. در این پژوهش 100 شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه‌ی زمانی 1390-1394 انتخاب شده و برای آزمون فرضیه‌ی از مدل رگرسیون خطی چندگانه استفاده گردید که نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش با استفاده از داده‌های ترکیبی بیانگر این است که به طور کلی شاخص‌های هرفیندال-هیرشمن به عنوان معیار رقابت در بازار محصول بر مدیریت سود شرکتهای پذیرفته شده تأثیر مثبت و معنی‌دار دارد.

کلمات کلیدی : رقابت در بازار محصول، مدیریت سود، شاخص‌های هرفیندال-هیرشمن

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

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