

تاثیر مالکیت نهادی بر رابطه بین رقابت در بازار محصول و مدیریت سود

پریسا کلانتری فر

کارشناسی ارشد، گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی علم و فن آوری شمس، تبریز، ایران (نویسنده مسئول).

kalantarifar.parisa@gmail.com

محمدصادق جعفرزاده بی شک

دکترای حسابداری، گروه حسابداری، استادیار موسسه آموزش عالی علم و فن آوری شمس، تبریز، ایران.

university.acc.2017@gmail.com

شماره ۱۵/ پاییز ۱۳۹۸ (جلد چهارم) صص ۸۲-۱۰۰
چشم انداز حسابداری و مدیریت (دوره دوم)

چکیده

این پژوهش به بررسی تاثیر مالکیت نهادی بر رابطه بین رقابت در بازار محصول و مدیریت سود می‌پردازد. پژوهش حاضر از لحاظ هدف کاربردی بوده و از بعد روش‌شناسی از نوع تحقیقات علی (پس رویدادی) می‌باشد. جامعه آماری پژوهش، شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران بوده و با استفاده از روش نمونه‌گیری حذف سیستماتیک، ۱۲۴ شرکت به‌عنوان نمونه پژوهش انتخاب‌شده و دوره‌ی زمانی آن بین سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۶ می‌باشد. روش مورد استفاده جهت جمع‌آوری اطلاعات، کتابخانه‌ای و برای آزمون فرضیه‌ها از رگرسیون چندگانه با الگوی داده‌های تابلویی در نرم افزار ایویوز استفاده‌شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که بین رقابت در بازار محصول و مدیریت سود اقلام تعهدی رابطه معکوس و معنادار وجود دارد. بین رقابت در بازار محصول و مدیریت سود واقعی رابطه معکوس و معنادار وجود دارد. همچنین مالکیت نهادی بر رابطه بین رقابت در بازار محصول و مدیریت سود اقلام تعهدی تاثیر معکوس و معنادار دارد.

واژگان کلیدی: مدیریت سود، رقابت در بازار محصول، مالکیت نهادی.

مقدمه

در اواخر دهه ۱۹۲۰ رایج شدن صورتحساب سود و زیان همراه با فشارهای قابل توجه از سوی افراد خارج از حرفه حسابداری و نیز عدم رضایت دست اندرکاران حرفه ای و دانشگاهیان از روش‌های جاری، تغییرات مهمی را در تفکر و نظریه حسابداری بوجود آورد. یکی از مهم‌ترین این تغییرات تأکید و توجه بیشتر به صورتحساب سود و زیان که پیش‌تر معطوف به ترازنامه بود، سبب شده تا مقوله ای به نام مدیریت سود متولد و مطرح شود (حجازی و همکاران، ۱۳۹۱). در مدیریت سود کارا، مدیریت سود موجب کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و بهبود محتوای اطلاعاتی سود می‌شود. در این دیدگاه، مدیریت سود پدیده‌ای سودمند برای استفاده کنندگان خارجی اطلاعات حسابداری محسوب می‌شود. در مدیریت سود از نوع کارا، هدف افزایش مطلوبیت سهامداران و استفاده کنندگان صورت‌های مالی است و در مدیریت سود فرصت طلبانه، مدیریت به منظور حداکثر کردن مطلوبیت خویش، سود رابه گونه ای فرصت طلبانه گزارش می‌کند. بالسام و همکاران^۱ (۲۰۰۲)، شواهدی مبنی بر

¹ Balsam et al