

بررسی تاثیر حاکمیت شرکتی و رقابت در بازار محصول بر بیش ارزشیابی سهام

دکتر نادر نقش بندی

استادیار گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی حکیم نظامی قوچان، ایران. (نویسنده مسئول)
Nader_naghshbandi@yahoo.com

زهرا مرید احمدی یزدی

کارشناسی ارشد حسابداری، گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی حکیم نظامی قوچان، ایران.
zahraahmadi17@yahoo.com

فاطمه یوسف پور

مربی گروه حسابداری، موسسه آموزش عالی حکیم نظامی قوچان، ایران.
yousefiarghavan70@gmail.com

شماره ۳۴ / بهار ۱۳۹۹ (جلد چهارم) / صص ۲۲-۴۲
چشم انداز حسابداری و مدیریت (دوره سوم)

چکیده

این تحقیق به بررسی تاثیر حاکمیت شرکتی و رقابت در بازار محصول بر بیش ارزشیابی سهام در بازار سرمایه (بورس اوراق بهادار تهران) پرداخته است. داده‌های متغیرهای مورد مطالعه در مدل‌های رگرسیونی برای یک دوره نه ساله (۱۳۸۸-۱۳۹۶) از صورت‌های مالی حسابرسی شده گردآوری شد. در راستای دستیابی به اهداف تحقیق دو فرضیه آزمون شد. تحلیل داده‌ها با استفاده از روش پانل دیتا در نرم افزار R انجام پذیرفت. بر اساس تحلیل آماری نتایج در سطح خطای پنج درصد نشان داد: فرضیه اول تحقیق: بین حاکمیت شرکتی و بیش ارزشیابی سهام رابطه معنی داری وجود ندارد. فرضیه دوم تحقیق: رقابت در بازار محصول در رابطه بین حاکمیت شرکتی و بیش ارزشیابی سهام تاثیر معنی داری ندارد.

کلید واژگان: حاکمیت شرکتی، رقابت در بازار محصول، بیش ارزشیابی سهام.

مقدمه

با توجه به هزینه‌های نمایندگی در رابطه با فرضیه‌ی بیش ارزشیابی سهام که توسط جنسن^۱ (۲۰۰۵) بیان شده است، این تحقیق، بحث رقابت در بازار محصول و نقش نظارتی حاکمیت و تاثیر آن بر بیش ارزشیابی سهام شرکت، را گسترش می‌دهد. جنسن (۲۰۰۵) بیان می‌دارد که دلایل اصلی رسوایی در شرکت‌های بزرگ و بسیاری از دیگر شرکت‌ها، هزینه‌های نمایندگی در رابطه با سرمایه بیش ارزشیابی شده یا فرا ارزشگذاری شده است که باعث شد شرکت‌ها بدهی بسیاری گزارش نموده و همچنین مشوق‌هایی ایجاد شوند تا مخارج عملیاتی از حد مجاز خود فراتر روند، و مدیران به بازی‌های مدیریت سود روی آورند. وی همچنین نشان داد که افزایش قابل توجه سهام در اختیار مدیران، مشکلات فرا ارزشگذاری را بحرانی‌تر نمود. مشوق‌هایی که به مدیران اعطا می‌شوند، مدت‌ها است که به عنوان راهی برای همسو نمودن تصمیمات مدیران با سلايق

¹ Jensen