

عنوان مقاله:

اثرات مارک آپ بر کیفیت سود شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس ملی کاربردهای حسابداری و مدیریت (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 12

نویسندگان:

سمانه نورانی آزاد - استادیار گروه اقتصاد دانشگاه پیام نور، تهران، ایران

شاهین شرافتی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت مالی دانشگاه آزاد اسلامی واحد نیریز

خلاصه مقاله:

هدف محوری این پژوهش بررسی تاثیر مارکآپ در بازار محصول بر کیفیت سود حسابداری است بدین منظور از داده های 110 شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی 1386 تا 1396 استفاده شده و با بهره گیری از رگرسیون داده های ترکیبی نتایج پژوهش مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته است. نتایج پژوهش گویای آن است که با کاهش مارکآپ و قدرت بازاری بنگاه ها کیفیت سود حسابداری افزایش یافته است؛ بنابراین میتوان بیان نمود که افزایش رقابت و کاهش قدرت بازاری بنگاه ها در بازار محصول نقش موثری در افشای اطلاعات با کیفیت داشته است. به بیان دیگر نتایج پژوهش مویید آن است که در یک محیط انحصاری و کمتر رقابتی که قدرت بازاری بنگاه ها بالاست مدیران واحدهای تجاری تمایل دارند تا با ایجاد یک فضای اطلاعاتی غیرشفاف، هزینه های سیاسی و مالکانه افشای اطلاعات را کاهش دهند و تا این مریت رقابتی افشای اطلاعات با کیفیت را برای خود حفظ کنند و کیفیت سود را افزایش دهند.

کلمات کلیدی:

شاخص تمرکز، کیفیت سود حسابداری، قدرت بازار محصول بنگاه، مارک آپ

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/807507>

