

عنوان مقاله:

اثر تعدیلی رقابت در بازار محصول بر رابطه بین افشای داوطلبانه و ارزش سهام

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی ترفندهای مدرن مدیریت، حسابداری، اقتصاد و بانکداری با رویکرد رشد کسب و کارها (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

علی حسین زاده - کارشناس ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی خرد بوشهر، بوشهر، ایران

محمد کرامتی - کارشناس ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی خرد بوشهر، بوشهر، ایران

خلاصه مقاله:

افشای اطلاعات داوطلبانه توسط شرکت ها از جمله منابع ارزشمند و مهم برای سرمایه گذاران، اعتباردهندگان و سایر ذی نفعان در جهت تصمیم گیری های اقتصادی است. از جمله مهم ترین آثار افشای داوطلبانه اطلاعات را می توان افزایش نقدشوندگی سهام و ارزش گذاری صحیح سهام شرکت ها دانست. هدف این پژوهش، بررسی تاثیر تعدیلی رقابت در بازار محصول بر رابطه بین سطح افشای داوطلبانه و ارزش سهام شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. در این راستا، برای آزمون فرضیه های اصلی پژوهش، از رگرسیون چند متغیره با استفاده از داده های ترکیبی استفاده شده است. یافته های بررسی 91 شرکت در بازه زمانی 1392 تا 1396 بیانگر آن است که بین سطح افشای داوطلبانه و ارزش سهام شرکت ها ارتباط معناداری وجود ندارد، اما رقابت در بازار محصول بر رابطه ذکر شده تاثیر تعدیلی معناداری دارد، به گونه ای که در صنایع با شدت رقابت بالا، افشای داوطلبانه شرکتی، افزایش ارزش سهام را به همراه دارد.

کلمات کلیدی:

رقابت در بازار محصول، افشای داوطلبانه، ارزش بازار، ارزش دفتری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/988974>

