

عنوان:

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

استاد راهنما :

دکتر وهاب رستمی

استاد مشاور:

دکتر بهزاد قربانی

نگارش:

مریم تدریسی

چکیده:

پژوهش حاضر به بررسی تأثیر رقابت در بازار محصول بر مدیریت واقعی سود شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌پردازد. برای دستیابی به این هدف، شاخص‌های هرfindal-هیرشمن (۹۶۴)، لرنر (۱۹۳۴) و لرنر تعدیل شده (۱۹۵۸) به عنوان معیارهای رقابت در نظر گرفته شده‌اند در حالی که برای ارزیابی مدیریت واقعی سود از مدل دیفوند و پارک (۲۰۰۱) استفاده شده است. در این پژوهش ۵۶ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه‌ی زمانی ۱۳۸۲-۱۳۹۱ با روش حذف سیستماتیک ساده انتخاب شد و برای آزمون فرضیه‌ها از مدل رگرسیون خطی چندگانه استفاده شد که نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش با استفاده از داده‌های ترکیبی بیانگر این است که به طور کلی شاخص‌های هرfindal-هیرشمن، لرنر و لرنر تعدیل شده بر مدیریت واقعی سود شرکت‌ها تأثیر مثبت یا مستقیم وجود دارد اما تأثیر مذکور معنادار نمی‌باشد. این یافته با نتایج پژوهش‌های داتا و همکاران (۲۰۱۲) و کریستو و فنگ‌تیان (۲۰۱۲) از نگرش تأثیر مطابقت دارد، هر چند در این پژوهش معناداری آن مورد تأیید قرار نگرفت.

کلید واژه‌ها: رقابت در بازار محصول، مدیریت واقعی سود، شاخص هرfindal-هیرشمن، شاخص لرنر، شاخص لرنر تعدیل شده

Abstract:

The present research evaluate the effect of product market competition on the real earning management among listed companies in Tehran stock exchange. To achieve this purpose, Hrfyndal-Hirschman index (1964), Lerner index (1934) and adjusted Lerner (1958) have been considered as a measures of competition, while was used DeFond and Park model (2001) as agent to evaluate real earning management. In this study, 56 companies listed in Tehran stock exchange from 2003 to 2012 that were selected by systematic elimination sampling method and multiple linear regression models were used to test the hypothesis, that is results of hypothesis testing using a combination of data, shows the overall index Hrfyndal-Hirschman, Lerner and Lerner adjusted, have positive effect or direct effect on real earning management companies, but the effect is not significant. This finding is consistent with past findings by Datta et al. (2012) and Christo and Feng Tian (2012), corresponded to the effect of attitude, although in this research was not confirmed it's significant.

Key words: Product Market Competition, Real Earning Management, Hrfyndal- Hirschman index, Lerner index, Adjusted Lerner index



Islamic Republic of Iran

A Thesis Submitted in Partial Fulfillment of the Requirements for
the Degree of M.Sc in Accounting

Subject:

**The Effect of Product Market Competition on Real
Earning Management among Listed companies in Tehran
Stock Exchange**

Thesis Advisor:

Vahab Rostami Ph.D.

Consulted by:

Behzad Gorbani Ph.D.

By:

Maryam Tadrissi