

## بررسی رابطه بین رقابت محصول و محتوای اطلاعاتی با تأکید بر مالکان نهادی

فاطمه امینی زاده<sup>۱</sup>

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۱/۱۸ تاریخ چاپ: ۱۴۰۱/۰۲/۲۸

### چکیده

یکی از عناصر کلیدی گزارش‌های مالی، سود خالص است که به‌عنوان یکی از مهم‌ترین معیارهای ارزیابی عملکرد و تعیین‌کننده ارزش بنگاه اقتصادی تلقی می‌گردد و همواره مورد استفاده طیف وسیعی از استفاده‌کنندگان گزارش‌های مالی قرار می‌گیرد. با توجه به این مهم، هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر مالکیت نهادی بر رابطه بین رقابت در بازار محصول و محتوای اطلاعاتی سود است. جامعه آماری پژوهش شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و نمونه مورد مطالعه، شامل ۱۲۰ شرکت پذیرفته شده طی سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۹ است. روش پژوهش توصیفی-پیمایشی و از نظر ارتباط بین متغیرها علی-همبستگی است و از نظر هدف کاربردی است. برای آزمون فرضیه‌ها از روش رگرسیونی و مدل اثرات ثابت استفاده شده است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که رقابت در بازار محصول تأثیر مثبت و معناداری بر محتوای اطلاعاتی سود دارد و همچنین، مالکیت نهادی بر رابطه بین رقابت در بازار محصول و محتوای اطلاعاتی سود، تأثیر مثبت و معناداری دارد.

### واژگان کلیدی

رقابت در بازار محصول، مالکیت نهادی، محتوای اطلاعاتی سود.

۱. دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، دانشکده مدیریت و حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی، تهران، ایران.

(Fattimaaamini1375@gmail.com)