



رابطه غیر خطی رقابت بازار محصول و کیفیت گزارشگری مالی

بهزاد کاردان^۱

محمدحسین ودیعی نوقابی^۲

مهدی امیدفر^۳

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۷/۱۲/۲۴

تاریخ دریافت: ۱۳۹۷/۱۰/۲۲

چکیده

ادبیات تحقیق نشان می‌دهد که رقابت بازار محصول می‌تواند تأثیر غیرخطی بر رفتارهای شرکتی مانند تلاش مدیریت و فعالیت‌های نوآوری داشته باشد. این مطالعه، سعی دارد با استفاده از اطلاعات صورت‌های مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، ادبیات تحقیق را با بررسی یک رابطه غیرخطی میان رقابت بازار محصول، با استفاده از شاخص هرفیندال - هریشمن؛ و کیفیت گزارشگری مالی، با استفاده از معیار تجدیدارائه سود توسعه دهد. طبق فرضیه تحقیق، نتایج این مطالعه پس از کنترل سایر عوامل مرتبط با تجدیدارائه ها با استفاده از رگرسیون غیرخطی درجه دو (کوادرانیک)، حاکی از یک رابطه غیرخطی یو - شکل (U) میان متغیرهای رقابت بازار محصول و تجدیدارائه سود در میان شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. به عبارت دیگر، کیفیت سود در سطح پایین رقابت افزایش؛ و هنگام تشدید رقابت کاهش می‌یابد.

واژه‌های کلیدی: رقابت بازار محصول، کیفیت گزارشگری مالی، تجدیدارائه حسابداری

۱- استادیار گروه حسابداری، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران (نویسنده اصلی) kardan@um.ac.ir

۲- دانشیار گروه حسابداری، دانشگاه فردوسی مشهد، مشهد، ایران.

۳- دانشجوی دکتری حسابداری، دانشگاه فردوسی مشهد و مربی گروه حسابداری، واحد مشهد، دانشگاه آزاد اسلامی، مشهد، ایران.

۱- مقدمه

ادبیات وسیعی در اقتصاد و حسابداری رهنمودهای نظری را در خصوص اینکه چگونه رقابت در بازار می‌تواند به کاهش مشکلات نمایندگی؛ یا گاهی اوقات به تشدید مشکلات نمایندگی منجر گردد (ببینید خواجهوی و همکاران، ۱۳۹۲)، ارائه نموده‌اند. مسلم است که تقاضا برای گزارشگری مالی از تعارضات نمایندگی بین سهامداران و افراد درون شرکت (مدیران) ناشی شده است. بدین ترتیب، رقابت در بازار دارای اثرات دو پهلو و مبهم بر مسائل نمایندگی دارد. در خصوص کیفیت گزارشگری مالی، این ابهام نیز در بین تحقیقات انجام شده به چشم می‌خورد. با اتکا به مدل‌های خطی، برخی مطالعات یک رابطه منفی (کارونا^۱ و همکاران، ۲۰۱۲؛ مارکاریان و سانتالو^۲، ۲۰۱۴) و سایرین یک رابطه مثبت (بالاکریشنان و کوهن^۳، ۲۰۱۲؛ چنگ^۴ و همکاران، ۲۰۱۳) را مستند نموده‌اند. برای مثال کارونا و همکاران (۲۰۱۲) نشان دادند که میزان مدیریت سود به طور مثبت با رقابت بازار محصول وابسته می‌باشد؛ در حالی که بالاکریشنان و کوهن (۲۰۱۲) دریافتند دفعات تجدیدارائه سود با رقابت بازار محصول کاهش می‌یابد.

در همین حال، ادبیات تحقیق در زمینه اقتصاد نشان می‌دهد که رقابت بازار محصول می‌تواند رفتار شرکت‌ها را به روش غیرخطی تحت تأثیر قرار دهد (برای مثال اسپمیت^۵، ۱۹۹۷؛ اقیون^۶ و همکاران، ۲۰۰۵). رابطه غیرخطی ناشی از تأثیرات چندگانه^۷ می‌باشد که رقابت می‌تواند بر رفتار شرکتی و تغییر این تأثیرات بر اساس میزان و شدت رقابت داشته باشد. برای مثال اسپمیت (۱۹۹۷) استدلال می‌نماید که در کنار کاهش سودآوری، رقابت همچنین می‌تواند بازده را برای تلاش مدیریت تحت تأثیر قرار دهد. ترکیب این دو نوع تأثیر می‌تواند منجر به یک رابطه غیرخطی میان رقابت و تلاش مدیریت شود. اقیون و همکاران (۲۰۰۵) یک رابطه یو-شکل (U) معکوسی را میان رقابت و نوآوری نشان دادند. با بسط ادبیات تحقیق، این مطالعه سعی دارد رابطه بین رقابت بازار محصول و کیفیت گزارشگری مالی شرکتی را با استفاده از معیار تجدیدارائه های حسابداری به عنوان معیار کیفیت پایین سود شرکت‌ها بررسی نماید.

با تفاوت از مطالعات فوق که متمرکز بر یک جنبه از فعالیت‌های مدیریت مانند نوآوری یا تلاش مدیریت بوده‌اند، در این مطالعه از سود به عنوان معیار خلاصه ای که تأثیرات کلی رقابت بر فعالیت‌های مختلف مدیریت منعکس شده، استفاده می‌گردد. با توسعه ادبیات تحقیق فوق، ما یک مدل غیرخطی را برای رابطه بین رقابت و کیفیت سود معرفی می‌نماییم. سؤال این تحقیق همچنین برای رفع شواهد تجربی متضاد رابطه بین رقابت و کیفیت سود کمک می‌نماید. نتایج متضاد این انگیزه را به ما می‌دهد که یک رابطه غیرخطی ممکن از تأثیر رقابت بر کیفیت سود بررسی شود.

باقیمانده این مقاله شامل چهار بخش می‌باشد. در بخش نخست، به بحث ادبیات و بسط فرضیه تحقیق پرداخته می‌شود. سپس روش تحقیق ارائه می‌گردد. پس از آن، به بیان آمار توصیفی همچنین نتایج تحقیق پرداخته؛ و در نهایت در بخش نهایی مقاله با نتیجه گیری و ارائه پیشنهادات به پایان می‌رسد.

۲- مبانی نظری و بسط فرضیه تحقیق

با شکل گیری بحث جدایی مالکیت از مدیریت با پیدایش شرکت‌های سهامی بزرگ و ایجاد تضاد منافع بین مالکان و مدیران، ارزیابی عملکرد شرکت‌ها و مدیران از موضوعات مورد توجه ذینفعان مختلف از جمله اعتباردهندگان، مالکان، دولت و حتی مدیران است. راهبری شرکتی برای فراهم آوردن امکان کنترل و ایجاد توازن بین منافع مدیران و سهامداران و در نتیجه کاهش تضاد نمایندگی ایجاد می‌شود. بنابراین شرکت‌هایی که کیفیت نظام راهبری شرکتی بهتری دارند، باید کمتر با مشکل تضاد نمایندگی رو به رو باشند. محیطی که شرکت‌ها امروزه در آن فعالیت می‌کنند، محیطی در حال رشد و بسیار رقابتی است و شرکت‌ها برای ادامه حیات خود، مجبور به رقابت با عوامل متعددی در سطح ملی و بین‌المللی می‌باشند. شرکت‌هایی می‌توانند به ادامه حیات در این محیط بپردازند که از عملکرد خوبی برخوردار باشند (تیموری جامی و همکاران، ۱۳۹۳).

رقابت در بازار محصول موجب می‌شود که مدیر به طور فعال تری عملیات شرکت را پیش ببرد. بدین ترتیب رقابت بازار محصول به عنوان یک مکانیزم مکمل حاکمیت شرکتی محسوب می‌گردد. در ادبیات تحقیق به رقابت بازار حصول به عنوان یک مکانیزم خارجی حاکمیت شرکتی نگریسته می‌شود؛ که مکمل سایر مکانیزم‌های حاکمیتی در بازار می‌باشد (ببینید گیروود و مولر^۱، ۲۰۱۱). تحقیقات بسیاری نشان داده‌اند که سطح رقابت و حاکمیت شرکتی ارتباط مستقیمی با سطح کیفیت اطلاعات منتشر شده حسابداری شرکت‌ها دارد (ببینید گیروود و مولر، ۲۰۱۱؛ چنگ و همکاران، ۲۰۱۳). در همین حال، برخی تحقیقات نیز وجود دارد که نشان می‌دهد رقابت با سطح پایین تر اطلاعات حسابداری مرتبط است (ببینید مارکاریان و سانتالو، ۲۰۱۴). بدین ترتیب، شواهد و نتایج متفاوتی در خصوص تاثیرات رقابت بازار بر کیفیت گزارشگری انگیزه لازم را برای بررسی رابطه غیرخطی آن‌ها ایجاد می‌نماید.

می‌توان شواهد متفاوت بدست آمده را ناشی از منافع و مزایای کیفیت افشای بالا تلقی نمود. طبق ادبیات تحقیق، کیفیت سود بالا دارای منافع و مخارج می‌باشد که با میزان و شدت رقابت بازار محصول می‌تواند متفاوت باشد. در این ارتباط، هرمالین^۲ (۱۹۹۲) تأثیر رقابت بازار محصول را بر اطلاعات در دسترس سهامداران در خصوص تلاش مدیریت، دیدگاه مدیران اجرایی درباره سود،

مخاطرات و منافع بالقوه وابسته به اقدامات مختلف مدیران اجرایی بررسی نمود. وی به طور تحلیلی نشان داد که علامت هر یک از چهار تأثیر رقابت مبهم می‌باشد. در مدل اسپجیت (۱۹۹۷)، نفوذ رقابت بر رفتارهای مدیریت دو سویه می‌باشد؛ یعنی تلاش بیشتر مدیریت موجب افزایش نقدینگی و کاهش سود می‌شود. بطور مشابه، اقیون و همکاران (۲۰۰۵) به تأثیر رقابت بر سود قبل و بعد از نوآوری؛ تمرکز داشتند. طبق یافته آن‌ها، در سطح پایین رقابت، نقطه تعادل عمدتاً در صنایع با سطح تکنولوژی نزدیک به هم^{۱۰} وجود دارد. رقابت باعث افزایش سود نهایی حاصل از نوآوری شده که نوآوری بیشتر را به همراه خواهد داشت. در سطح رقابت بالا، نقطه تعادل عمدتاً در صنایع رهبر-پیرو^{۱۱}؛ جایی که شرکت‌ها در سطوح تکنولوژی متفاوتی فعالیت می‌نمایند؛ وجود دارد. در این صنایع، نوآوری عمدتاً توسط شرکت‌های پیرو انجام می‌شود زیرا رقابت سود نهایی حاصل از نوآوری را کاهش می‌دهد. بدین ترتیب، در سطح رقابت بالا، نوآوری کاهش می‌یابد. بطور کل، نتایج نشان می‌دهد تأثیر رقابت به صورت غیرخطی می‌باشد.

بر اساس این مطالعات، در این مطالعه تاثیرات چندگانه رقابت بر گزارشگری سود بررسی می‌شود. هنگام تصمیم‌گیری در خصوص گزارشگری سود، مدیریت انگیزه‌های رقیبی را دنبال می‌کند (دکو^{۱۲} و همکاران، ۲۰۱۰). این انگیزه‌ها را می‌توان به دو دسته منافع و مخارج وابسته به کیفیت سود بالا طبقه بندی نمود. مخارج شامل هزینه‌های افشاء خصوصی و احتمال تصاحب^{۱۳} توسط رقبا می‌باشد (داروغ^{۱۴}، ۱۹۹۳)؛ چرا که سود با کیفیت بالاتر می‌تواند عملکرد واقعی همچنین کارایی عملیاتی شرکت را آشکار سازد. این یک مزیت اطلاعاتی برای رقبا به هزینه شرکت محسوب می‌گردد. یک صنعت رقابتی را در نظر بگیرید؛ احتمال اینکه رقبا از اطلاعات گزارش‌های مالی برای صدمه زدن به رقابت‌پذیری شرکت‌ها استفاده نمایند، زیاد است. همچنین وقتی محصولات یک شرکت و رقبایش جایگزین هم باشند، اطلاعات در خصوص عملکرد واقعی الگوی مربوطی را برای رقبا در جهت تعدیل استراتژی‌شان فراهم می‌سازد.

در خصوص خطر تصاحب، کول و لن^{۱۵} (۱۹۹۹) نشان دادند که احتمال تصاحب هنگامی که رقابت قوی است، بیشتر می‌باشد. در همین ارتباط، لی^{۱۶} و همکاران (۲۰۱۳) بطور تحلیلی تأیید نمودند که کیفیت بالای اطلاعات، احتمال موفقیت تصاحب را افزایش می‌دهد. همچنین ژو و چن (۲۰۰۸) دریافتند که وقتی مدیران از طرف تصاحب‌گران حمایت شوند، کمتر به فعالیت مدیریت سود می‌پردازند. آن‌ها فرض نمودند که مدیریت انگیزه دستکاری سود را جهت گمراه نمودن از عملکرد شرکت را دارند که به واسطه حمایت تصاحب‌گران این انگیزه کاهش می‌یابد. بدین ترتیب، در صنایع رقابتی کیفیت سود بالاتر دارای خطر تصاحب بیشتر می‌باشد.

منافع گزارشگری سود با کیفیت بالا نیز شامل هزینه کمتر بدهی و سهام همراه با قیمت گذاری منصفانه سهام می‌باشد. در بازار بدهی، شرکت‌های دارای سود با کیفیت بالاتر نرخ‌های اعتباری مطلوب تری دارند (اشباق^{۱۷} و همکاران، ۲۰۰۶)؛ و هزینه بهره کمتری بابت بدهی می‌پردازند (فرنسیس^{۱۸} و همکاران، ۲۰۰۴). به واسطه هزینه بدهی کمتر، اشباق و همکاران (۲۰۰۶) اعتقاد دارند که کیفیت سود بالاتر نظارت بر اقدامات مدیریت را تسهیل نموده و رفتارهای فرصت طلبانه آن‌ها را کاهش می‌دهد. برای بازار سهام، فرنسیس و همکاران (۲۰۰۴) دریافتند شرکت‌های با کیفیت سود بالاتر هزینه سهام کمتری دارا می‌باشند. در تأیید نتایج فوق، گیو و همکاران (۲۰۱۵) یک رابطه غیرخطی یو-شکل معکوسی بین رقابت بازار محصول و کیفیت سود نشان دادند. در بررسی از مدیران مالی که توسط دجو^{۱۹} و همکاران (۲۰۱۳) صورت گرفت، آن‌ها نشان دادند که شرکت‌های با کیفیت سود پایین بطور منصفانه ارزش گذاری نشده‌اند. در ادامه، به بحث برخی نتایج متفاوت حاصل شده دیگر از رابطه بین رقابت بازار محصول و کیفیت گزارشگری پرداخته می‌شود. چندین مدل تحلیلی در ادبیات تحقیق (گال آور^{۲۰}، ۱۹۸۵؛ داروگ و استوگان^{۲۱}، ۱۹۹۰؛ واگنفر^{۲۲}، ۱۹۹۰) به تعیین هزینه‌های مربوط به افشاء و تصمیمات گزارشگری مالی شرکت‌ها در بازار محصول پرداخته‌اند. در این ارتباط، داروگ و استوگان (۱۹۹۰)، نشان دادند که شرکت‌ها در صنایع رقابتی تر سیاست‌های آشکارتر و علنی تری را دنبال می‌نمایند. در عین حال، مدل‌های ارائه شده در این مطالعات پیش بینی می‌کنند که در صنایع انحصاری که مستلزم داشتن وابستگی بیشتر با استراتژی‌های سرمایه گذاران هستند؛ برای این شرکت‌ها بهتر است سیاست‌های افشای اطلاعات کمتری داشته باشند؛ زیرا افشای اطلاعات به وسیله این شرکت‌ها می‌تواند در آینده به وسیله شرکت‌های رقیب مورد استفاده قرار گیرد. بطور مشابه، ورچیا (۱۹۹۹) استدلال می‌کند که جلوگیری از افشای اختیاری بهتر در بازارهای رقابتی از ویژگی‌های طبیعی رقابت در بازار رقابتی تولید انبوه می‌باشد. بدین ترتیب، شواهد نسبتاً متضادی در خصوص تأثیر رقابت صنعت بر کیفیت گزارشگری شرکت‌ها وجود دارد.

برخی مطالعات نشان می‌دهند که نقش نظم دهنده رقابت در بازار محصول مکانیزم با اهمیتی در ارتباط با گزارشگری نادرست می‌باشد. هارت^{۲۳} (۱۹۸۳) استدلال می‌نماید که رقابت در بازار محصول می‌تواند به منظور محدود کردن رفتار نادرست مدیریت مؤثر واقع شود. پژوهش‌های نظری زیادی با بررسی کانال‌های بالقوه که رقابت در بازار محصول می‌تواند بر روی مدیریت ناکارآمد اثر داشته باشد، به این ایده رسمیت بخشیده‌اند (اسچمیت، ۱۹۹۷؛ رایت^{۲۴}، ۲۰۰۳). به نظر می‌رسد تحقیقات تجربی اخیر در حمایت از ایده باشند که رقابت در بازار محصول انگیزه را برای مدیران

جهت نزدیک تر شدن و همتراز شدن با علاقه سهامداران می‌باشند (گادالپ و گنزالس^{۲۵}، ۲۰۱۰ و گیروود و مولر، ۲۰۱۰).

در این ارتباط، بالا کریشن و کوهن^{۲۶} (۲۰۱۱) با بررسی رقابت در بازار محصول و گزارشگری مالی نادرست در بازار بورس آمریکا نشان دادند که بطور متوسط سطح رقابت بازار محصول به عنوان یک مکانیزم پیش گیرنده برای مدیران برای گزارشگری اشتباه اطلاعات حسابداری می‌باشد. همچنین خدماتی پور و بزایی (۱۳۹۲) در بازار سرمایه ایران نشان دادند که رقابت بازار محصول رابطه مثبت با کیفیت افشاء شرکت‌ها دارد. در این تحقیق، از رتبه‌های کیفیت افشاء که توسط سازمان بورس اوراق بهادار تهران منتشر شده استفاده گردیده است. در مطالعه ای دیگر، خواجوی و همکاران (۱۳۹۲) به بررسی رابطه بین سطح رقابت صنعت با مدیریت سود شرکت‌ها پرداختند. معیار مورد استفاده آن‌ها در اندازه گیری کیفیت گزارشگری مالی شرکت‌ها، اقلام تعهدی اختیاری بوده است. نتایج آن‌ها نشان داد که یک رابطه منفی بین رقابت و مدیریت سود وجود دارد که مطابق تحقیق اخیر، یک ارتباط مستقیمی را بین رقابت بازار و کیفیت گزارشگری نشان می‌دهد. قربانی و همکاران (۱۳۹۲) با بررسی رقابت در بازار حصول و ترکیب هیئت مدیره و کیفیت افشای اطلاعات، با بررسی ۹۰ شرکت از بورس اوراق بهادار تهران در سالهای ۱۳۸۲ تا ۱۳۸۸ به این نتیجه رسیدند که رقابت در بازار محصول دارای اثر راهبردی است.

لی^{۲۷} (۲۰۱۰) با بررسی تأثیر رقابت در بازار محصول بر کمیت و کیفیت افشای داوطلبانه، نشان داد که رقابت باعث افزایش کمیت و کیفیت افشای داوطلبانه می‌شود. تنگ و لی^{۲۸} (۲۰۱۱) نیز به بررسی رابطه بین رقابت در بازار محصول، ساختار هیئت مدیره و کیفیت افشا پرداخت. نتایج تحقیق آنان نشان داد که رقابت در بازار محصول تأثیر معناداری بر کیفیت افشا دارد و باعث استحکام رابطه بین ساختار هیئت مدیره و کیفیت افشا می‌شود. هانگ و کاسپرزاک^{۲۹} (۲۰۱۰) شواهد تجربی در زمینه تحلیل گران را ارائه و نشان دادند که رقابت تعصب را در تحلیل پیش بینی درآمدها کاهش می‌دهد. بدین ترتیب، این پژوهش‌ها نشان می‌دهند که در صنایع رقابتی باید موارد کمتری از گزارشگری نادرست را شاهد باشیم.

از سوی دیگر، گال آور (۱۹۸۵) و گرتر و همکارانش^{۳۰} (۱۹۸۸) دریافتند شرکت‌ها در صنایع رقابتی‌تر سیاست‌های ارائه و افشای اطلاعات مفید را کمتر در پیش می‌گیرند؛ و احتمال ارائه گزارش اشتباه بالا می‌باشد. مدیران ممکن است به منظور افزایش قیمت سهام، اقدام به گزارشگری نادرست نمایند؛ و به این ترتیب منافع شخصی بدست آورند (برنز و کدیا^{۳۱}، ۲۰۰۶). از این رو، برخی مطالعات در ادبیات تحقیق نشان می‌دهد که انتظار می‌رود در صنایع رقابتی تر کیفیت گزارشگری مالی پایین‌تر باشد. بر اساس نتایج و استدلال‌های مطرح شده، در این مطالعه مطابق

گیو^{۳۲} و همکاران (۲۰۱۵) استدلال می‌شود که کیفیت سود در دامنه کم رقابت صنعت افزایش یافته؛ در عین حال با تشدید رقابت صنعت، منافع وابسته به کیفیت سود ثابت و یا کاهش می‌یابد؛ که این امر موجب کاهش کیفیت گزارشگری مالی شرکت‌ها می‌شود. بدین ترتیب می‌توان فرضیه ذیل را ارائه نمود:

فرضیه تحقیق: یک رابطه غیرخطی میان رقابت بازار محصول و تجدیدارائه سود حسابداری وجود دارد.

۳- طرح تحقیق

۳-۱- مدل تحقیق

در این مطالعه، برای بررسی رابطه بین رقابت بازار محصول و کیفیت سود حسابداری؛ از مدل رگرسیون لجستیک زیر استفاده گردیده است. طبق این مدل، تجدیدارائه سود حسابداری به عنوان معیار کیفیت سود پایین شرکت‌ها تلقی شده که متغیر وابسته و متغیر رقابت بازار محصول متغیر مورد بررسی (هدف) این مطالعه می‌باشند. برای کنترل اثرات احتمالی سایر عواملی که می‌توانند (به صورت بالقوه) بر روی تجدیدارائه سود تاثیرگذار باشند، برخی متغیرهای کنترلی نیز به مدل افزوده گردید؛ که در ادامه تشریح خواهند شد. مدل اصلی تحقیق به شرح رابطه ۱ می‌باشد:

رابطه (۱)

$$Res_t = \beta_0 + \beta_1 PMC_{t-1} + \beta_2 PMC_{t-1}^2 + \beta_3 Owner_{t-1} + \beta_4 Size_{t-1} + \beta_5 Switch_t + \beta_6 Opin_{t-1} + \beta_7 LEV_{t-1} + \beta_8 FmSize_{t-1} + \beta_9 ROA_{t-1} + \beta_{10} Loss_{t-1} + \beta_k Yeas + \beta_j Industries + \varepsilon$$

۳-۲- متغیرهای تحقیق

متغیر وابسته تحقیق، کیفیت سود می‌باشد (Res) که مطابق بالا کریشن و کوهن (۲۰۱۲) از معیار تجدیدارائه سود استفاده می‌شود. برای اندازه گیری این متغیر، از یک متغیر مجازی استفاده شده به طوری که اگر شرکت سود دوره مالی قبل خود را ارائه مجدد نموده باشد، عدد یک در غیر این صورت صفر تعریف می‌شود. متغیر هدف در این مطالعه، رقابت بازار محصول (PMC) می‌باشد که مطابق چنگ و همکاران (۲۰۱۳) همچنین خواجوی و همکاران (۱۳۹۲) از طریق شاخص هرفیندال-هریسمن (HHI) به صورت حاصل جمع توان دوم سهم بازار (بر حسب معیار فروش شرکت‌ها) کلیه شرکت‌های فعال در صنعت، و از طریق فرمول ۲ بدست می‌آید:

$$HHI_{jt} := \sum_{i=1}^{N_j} s_{ijt}^2$$

در این مدل، سهم بازار شرکت i در صنعت z طی سال t می‌باشد. سهم بازار هر شرکت حاصل تقسیم فروش خالص شرکت بر کل فروش خالص صنعت است، که برای هر صنعت در هر سال جداگانه محاسبه می‌شود. این شاخص میزان تمرکز صنعت را اندازه‌گیری می‌نماید. هر چه این شاخص بزرگ‌تر باشد، میزان تمرکز بیشتر و رقابت کمتری در آن صنعت وجود دارد و بالعکس. همچنین توان ۲ این متغیر (PMC^2)، جهت بررسی رابطه غیرخطی رقابت بازار محصول با تجدیدارائه‌های حسابداری در مدل وارد شده است.

در این تحقیق علاوه بر متغیرهای مورد مطالعه، یک سری از متغیرهای دیگر مطابق تحقیقات گذشته به عنوان متغیرهای کنترل تجدیدارائه صورت‌های مالی شامل معیارهای حاکمیتی (تمرکز مالکیت، اندازه حسابرس، تغییر حسابرس، اظهارنظر سال قبل حسابرس، اهرم مالی) و شرکتی (اندازه شرکت، سودآوری، عملکرد سال قبل، سال و صنعت) استفاده شده است. در این ارتباط، نیکبخت و رفیعی (۱۳۹۱) نشان دادند که سودآوری، اهرم مالی، اندازه حسابرس و تغییر حسابرس بر وقوع تجدیدارائه صورت‌های مالی مؤثر می‌باشند. همچنین ابراهیمی کردلر و اعرابی (۱۳۸۹) نشان دادند که تمرکز مالکیت برون سازمانی (Owner) به بهبود کیفیت سود منجر می‌شود. نونهال و همکاران (۱۳۸۹) دریافتند شرکت‌های حسابرسی شده بوسیله حسابرسان با کیفیت بالاتر دارای ضریب پایداری اقلام تعهدی بیشتری می‌باشند؛ و در نتیجه قابلیت اتکای اقلام تعهدی بالایی دارند. بنابراین می‌توان استدلال نمود که عمل مدیریت سود در شرکت‌های دارای حسابرسان با کیفیت بالاتر محدود تر است که این امر می‌تواند منجر به احتمال کمتر تجدیدارائه آن‌ها شود. در این مطالعه، همانند تحقیقات قبلی (مانند سجادی و همکاران، ۱۳۸۸) نوع موسسه حسابرسی به دو طبقه "سازمان حسابرسی" و سایر مؤسسات تقسیم می‌شود. برای این منظور، اگر حسابرس شرکت در سال قبل "سازمان حسابرسی" بوده باشد عدد یک و در غیر این صورت صفر تعریف می‌شود (Size).

تحقیقات زیادی نشان می‌دهد که اظهارنظر مشروط سال قبل حسابرس از عوامل مؤثر بر تجدیدارائه صورت‌های مالی می‌باشد (فاریز^{۳۳}، ۲۰۰۵). بدین ترتیب، برای شرکتی که در سال قبل اظهارنظر مشروط (Opin) دریافت نموده باشد، عدد یک و در غیر این صورت صفر تعریف می‌شود. تغییر حسابرس به عنوان متغیر کنترلی دیگر، اگر حسابرس شرکت نسبت به سال قبل تغییر کرده

باشد، عدد یک در غیر این صورت صفر تعریف می‌شود (Switch). تغییر حسابرس نیز می‌تواند احتمال تجدیدارائه‌های حسابداری را افزایش دهد (فاربر، ۲۰۰۵). مفاخری (۱۳۸۹) نشان داد که تغییر حسابرس بر احتمال انجام تعدیلات سنواتی و اهمیت نسبی تعدیلات سنواتی در شرکت‌ها تأثیری ندارد. عبدلی و همکاران (۱۳۹۲) نشان دادند که تغییر حسابرس و اندازه حسابرس با میانگین ارقام تجدیدارائه شده در صورت‌های مالی رابطه منفی و معناداری وجود دارد؛ هرچند برای متغیر نوع اظهارنظر سال جاری حسابرس ارتباط معناداری پیدا نشد. طبق تحقیقات گذشته، اهرم معیار ریسک مالی است و سطح بدهی نشان دهنده ریسک است (چن^{۳۴} و همکاران، ۲۰۰۶). بنابراین، طبق این دیدگاه (فرضیه ریسک)، در صورت وجود سطح بدهی بالا، احتمال بیشتری وجود دارد که شرکت اقدام به ارائه نادرست صورت‌های مالی (ریچاردسون و همکاران، ۲۰۰۲) نماید. در این مطالعه، این متغیر (LEV) از تقسیم کل بدهی‌ها به کل دارایی‌های در پایان دوره در سال تجدیدارائه محاسبه می‌شود.

اگر اوال و چندها (۲۰۰۵) نشان دادند که شرکت‌های بزرگ‌تر بیشتر احتمال دارد که صورت‌های مالی‌شان را دستکاری کنند. بنابراین یک رابطه مثبت برای این متغیر (FmSize) انتظار می‌رود. قربانی و همکاران (۱۳۹۲) نیز نشان دادند که بین اندازه شرکت و کیفیت افشاء رابطه معکوس اما ضعیف وجود دارد. در همین حال، سجادی و قربانی (۱۳۹۰) ارتباط مثبت و معناداری بین اندازه شرکت و رقم تعدیلات سنواتی گزارش نمودند. در این مطالعه، از معیار لگاریتم طبیعی فروش شرکت برای اندازه‌گیری این متغیر استفاده شده است. نیکبخت و رفیعی (۱۳۹۱) نشان دادند شرایط سودآوری بر احتمال وقوع تجدیدارائه‌های حسابداری مؤثر است؛ که در این تحقیق از نسبت سود خالص به جمع دارایی‌ها برای اندازه‌گیری این متغیر (ROA) استفاده می‌شود. مطابق کآو و همکاران (۲۰۰۹) و چن و همکاران (۲۰۰۶) شرکت‌هایی که متحمل زیان می‌شوند، سعی در بهبود آن بوسیله ارائه نادرست دارند که بصورت تجدیدارائه بروز می‌کند. برای این منظور، متغیر (Loss) را تعریف می‌کنم که اگر در سال قبل از تجدیدارائه شرکت زیان داشته باشد، برابر ۱ در غیر این صورت صفر می‌شود. همچنین، متغیر کنترلی سال (Years) شامل مجموعه‌ای از متغیرهای مجازی در نظر گرفته شده برای کنترل تأثیرات هر سال و متغیر کنترلی صنعت (Industries) شامل مجموعه‌ای از متغیرهای مجازی در نظر گرفته شده برای کنترل تأثیرات هر صنعت می‌باشند.

۳-۳- جامعه آماری و نمونه تحقیق

جامعه آماری تحقیق حاضر، شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی ۱۳۸۵ الی ۱۳۹۲ (دوره ۸ ساله) می‌باشند. در این پژوهش برای انتخاب روش نمونه‌گیری مطابق اکثر پژوهش‌هایی که در ایران انجام شده از نمونه برداری غیراحتمالی هدف دار استفاده شده است. در طرح نمونه‌گیری غیراحتمالی، اعضای از جامعه آماری انتخاب می‌شوند که با معیار یا معیارهای خاصی که پژوهشگر در نظر دارد مطابقت داشته باشد. در این پژوهش، نمونه با کل جامعه آماری شروع و پس از در نظر گرفتن شرایط زیر نمونه انتخاب شده است:

- (۱) شرکت‌هایی که قبل از سال ۱۳۸۵ در بورس پذیرفته شده باشند؛
- (۲) در طول دوره تحقیق سال مالی خود را تغییر نداده باشند؛
- (۳) جزو شرکت‌های سرمایه‌گذاری و هلدینگ (مالی) نباشند؛
- (۴) تغییر حسابرس طبق مصوبه شورای عالی بورس اجباری نباشد^{۳۵}؛
- (۵) اطلاعات مورد نیاز تحقیق آن شرکت‌ها در دسترس باشد.

پس از اعمال ملاک‌های ذکر شده برای تعیین نمونه و حذف مشاهدات گمشده، ۸۹۸ مشاهده شرکت-سال بدست آمد. در نهایت، برای حذف انحراف ناشی از مقادیر خاص، اقدام به حذف مشاهدات با بیش از ۳ انحراف معیار از میانگین برای تمام متغیرها گردید. بدین ترتیب نمونه نهایی این تحقیق پس از حذف مشاهده پرت به تعداد ۸۷۵ مشاهده سال-شرکت کاهش یافت؛ که این نمونه مبنای تجزیه و تحلیل فرضیات تحقیق قرار می‌گیرند. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش، رگرسیون لجستیک غیرخطی درجه دو (کوآدراتیک^{۳۶}) برای یک دوره^{۳۷} ۸ ساله برآورد شده است. علت استفاده از این نوع رگرسیون، فراهم آوردن امکان تحلیل داده‌های حسابداری محدود، حذف آثار سوگیرانه داده‌ها برای دست‌یابی به نتایجی قابل تعمیم و قوی است (مؤمنی و فعال قیومی، ۱۳۸۸). داده‌های تحقیق از پایگاه داده ره آورد نوین همچنین صورت‌های مالی شرکت‌ها از سایت اینترنتی RDIS گردآوری و به کمک نرم افزار SPSS18 تحلیل شده است.

۴- تجزیه و تحلیل نتایج

در ادامه، به تجزیه و تحلیل فرضیه تحقیق مبنی بر رابطه غیرخطی بین رقابت بازار محصول و کیفیت سود پرداخته می‌شود. سایر متغیرهای مدل دربرگیرنده عواملی می‌باشند که طبق ادبیات تحقیق می‌توانند بر کیفیت گزارشگری مالی تأثیر گذار باشند که شامل متغیرهای حاکمیتی (تمرکز مالکیت، نوع حسابرس، تغییر حسابرس، اظهارنظر سال قبل حسابرس، اهرم مالی) و شرکتی

پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی
شماره ۴۱/ بهار ۱۳۹۸

(اندازه شرکت، سودآوری، عملکرد سال قبل، سال و صنعت) می‌باشند. داده‌های مورد تجزیه و تحلیل در این مطالعه ۸۷۵ سال-شرکت می‌باشند. در ادامه ابتدا به بررسی آمار توصیفی متغیرها و سپس تجزیه و تحلیل نتایج تحقیق پرداخته خواهد شد.

۴-۱- آمار توصیفی

جدول ۱، آمار توصیفی متغیرهای مورد بررسی را نشان می‌دهد. این جدول نشان می‌دهد که از بین ۸۷۵ مشاهده سال-شرکت طی دوره تحقیق، به طور میانگین ۶۵ درصد مشاهدات دارای تجدیدارائه بوده‌اند. همچنین میزان تمرکز بازار محصول ۲۰ درصد بوده که نشان از رقابتی بودن بازار سرمایه ایران دارد. سایر اطلاعات نشان می‌دهد که میانگین تمرکز مالکیت ۷۴ درصد، تغییر حسابر س ۲۰ درصد و اظهارنظر مشروط سال قبل ۶۵ درصد می‌باشد.

جدول ۱- آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

نام متغیر	علامت اختصاری	حداقل	حداکثر	میانگین	میانه	انحراف معیار
تجدیدارائه سود	Res	۰	۱	۰/۶۵	۱	۰/۴۹۷
رقابت بازار محصول	PMC	۰/۰۶۲	۰/۰۶۷۲	۰/۲۱۷	۰/۱۷۸	۰/۱۳۶
تمرکز مالکیت	Owner	۰	۹۹	۷۴/۱۲	۷۹	۱۸/۵۱
نوع حسابر س	Size	۰	۱	۰/۲۳	۰	۰/۴۲۴
تغییر حسابر س	Switch	۰	۱	۰/۲	۰	۰/۴۰۱
اظهارنظر سال قبل حسابر س	Opin	۰	۱	۰/۶۵	۱	۰/۴۷۷
اهرم مالی	LEV	۰/۱۷۸	۱/۶۶۷	۰/۶۸۶	۰/۶۷۰	۰/۲۲۲
اندازه شرکت	FmSize	۹/۴۱	۱۸/۶۲	۱۶/۸۲	۱۲/۶۰	۱/۲۵
بازده دارایی‌ها	ROA	-۰/۳۱۷	۰/۶۳۹	۰/۱۲۵	۰/۱۰۸	۰/۱۲۲
عملکرد سال قبل	Loss	۰	۱	۰/۱۶	۰	۰/۳۷

منبع: یافته‌های پژوهشگر

۴-۲- یافته‌ها

در این بخش با استفاده از رگرسیون لجستیک به آزمون فرضیه تحقیق مبنی بر بررسی یک رابطه غیرخطی میان رقابت بازار محصول و تجدیدارائه حسابداری پرداخته می‌شود. برای این منظور از ۲ متغیر رقابت (ساده و توان دو) در مدل تحقیق استفاده شده است. در صورتی که علامت β_1 با β_2 متفاوت باشد، به معنای رابطه غیرخطی بین رقابت بازار محصول و کیفیت سود می‌باشد. به عبارت دیگر، توان ۲ متغیر رقابت، سطح زیاد آن را نشان می‌دهد. بدین ترتیب، انتظار می‌رود که

علامت β_1 منفی (یک رابطه منفی بین رقابت^{۳۷} و تجدیدارائه سود) و یک علامت مثبت برای β_2 (یعنی با افزایش رقابت میزان تجدیدارائه افزایش و سطح کیفیت سود کاهش یابد)، مشاهده شود. نتایج حاصل از برآورد مدل تحقیق بدون در نظر گرفتن متغیرهای کنترلی در جدول ۲ ارائه شده است. نتایج نشان می‌دهد که مطابق فرضیه تحقیق و در حمایت از نتایج گیو و همکاران (۲۰۱۵) ضریب متغیر توان یک رقابت (PMC) منفی (p-value=0.001) و ضریب متغیر توان ۲ رقابت (PMC²) مثبت می‌باشد (p-value=0.014). به عبارت دیگر، رقابت بازار محصول، کیفیت سود را تا یک سطح نسبی از رقابت ارتقاء می‌دهد (با کاهش تجدیدارائه‌ها)؛ اما جایی که سطح رقابت تشدید می‌شود، تجدیدارائه‌ها افزایش و کیفیت سود کاهش می‌یابد. آزمون توان آماری مدل معناداری مدل را تأیید می‌نماید (p-value = 0.000) که حاکی از مناسب بودن برازش مدل تحقیق است. همچنین قدرت پیش بینی کننده مدل ۳۹٫۸ درصد می‌باشد.

جدول ۲- نتایج آزمون فرضیه تحقیق- بدون دخالت متغیرهای کنترل

متغیر	علامت اختصاری	ضرایب	خطای استاندارد	آماره والد	سطح معناداری
رقابت بازار محصول	PMC	۰/۹۴	۰/۲۹	۳/۲۰	۰/۰۰۱
تشدید رقابت	PMC ²	-۰/۶۶	۰/۲۷	-۲/۴۶	۰/۰۱۴
مقدار ثابت مدل	Constant	-۴/۲۲۳	۱/۴۱۹	۶/۲۹۱	۰/۰۰۶

تجدیدارائه (Res): اگر شرکت سود دوره مالی قبل خود را ارائه مجدد نموده باشد، عدد یک در غیر این صورت صفر؛ رقابت بازار محصول (PMC): حاصل جمع توان دوم سهم بازار (بر حسب معیار فروش شرکت‌ها) کلیه شرکت‌های فعال در هر صنعت؛ تشدید رقابت: توان ۲ متغیر رقابت بازار محصول (PMC²).

منبع: یافته‌های پژوهشگر

در آزمون دوم فرضیه تحقیق، مدل تحقیق همراه با متغیرهای کنترلی برازش یافت که نتایج آن در جدول ۳ ارائه شده است. نتایج بدست آمده در این آزمون از لحاظ متغیرهای رقابت بازار محصول تفاوتی با شواهد فوق ندارد. در خصوص متغیرهای حاکمیتی، نتایج نشان می‌دهد که تغییر حسابرس به طور مثبت با وقوع تجدیدارائه حسابداری مرتبط می‌باشد. به عبارت دیگر، هنگامی که حسابرس تغییر می‌کند احتمال تجدیدارائه سود افزایش می‌یابد. این یافته مطابق نتایج نیکبخت و رفیعی (۱۳۹۱) و بر خلاف شواهد عبدلی و همکاران (۱۳۹۲) می‌باشد.

در خصوص متغیرهای کنترلی مرتبط با شرکت نیز نتایج نشان می‌دهد که اندازه شرکت بطور مثبت با تجدیدارائه سود وابسته می‌باشد (p-value = 0.002). این یافته مطابق شواهد قربانی و

همکاران (۱۳۹۲) می‌باشد که نشان دادند اندازه شرکت یک رابطه معکوس با کیفیت افشاء شرکت‌ها دارد. همچنین نتایج نشان می‌دهد که سودآوری یک رابطه منفی با تجدیدارائه سود دارد (p-value = 0.014). یعنی با افزایش میزان سودآوری شرکت‌ها، احتمال تجدیدارائه کاهش می‌یابد. سایر متغیرها در این مدل شامل تمرکز مالکیت، نوع حسابرس، اظهارنظر سال قبل حسابرس و اهرم مالی معنادار نبودند. آزمون توان آماری مدل معناداری مدل را تأیید می‌نماید (p-value = 0.000) که حاکی از مناسب بودن برازش مدل تحقیق است. همچنین قدرت پیش بینی کننده مدل ۴۸/۳ درصد می‌باشد.

جدول ۳- نتایج آزمون فرضیه تحقیق - با ورود متغیرهای کنترل

متغیر	علامت اختصاری	ضرایب	خطای استاندارد	آماره والد	سطح معناداری
رقابت بازار محصول	PMC	۸/۸۴	۴/۰۸	۲/۱۶	۰/۰۳
تشدید رقابت	PMC ²	-۱/۴۸	۰/۷۸	-۱/۷۱	۰/۰۴۳
تمرکز مالکیت	Owner	-۰/۰۱۵	۰/۰۱۱	۱/۳۲	۰/۱۸
نوع حسابرس	Size	۰/۰۸۱	۰/۱۸۲	۰/۲۸۹	۰/۲۳۱
تغییر حسابرس	Switch	۰/۴۴۶	۰/۱۷۵	۷/۰۸۶	۰/۰۱۱
اظهارنظر سال قبل حسابرس	Opin	۱۴/۹۹	۱۶/۵۵	۰/۹۰	۰/۳۶۰
اهرم مالی	LEV	۰/۹۹۱	۱/۰۰۷	۰/۹۶۹	۰/۳۲۵
اندازه شرکت	FmSize	۰/۸۵۹	۰/۲۷۸	۹/۵۶۲	۰/۰۰۲
بازده دارایی‌ها	ROA	-۰/۱۶	۰/۰۵۳	-۹/۲۰۲	۰/۰۱۴
عملکرد سال قبل	Loss	-۰/۱۲۴	۲/۴۶۰	-۱/۶۷	۰/۰۹۳
مقدار ثابت مدل	Constant	۰/۹۴	۰/۲۹	۳/۳۱	۰/۰۰۹

تجدیدارائه (Res): اگر شرکت سود دوره مالی قبل خود را ارائه مجدد نموده باشد، عدد یک در غیر این صورت صفر؛ رقابت بازار محصول (PMC): حاصل جمع توان دوم سهم بازار (بر حسب معیار فروش شرکت‌ها) کلیه شرکت‌های فعال در هر صنعت؛ تشدید رقابت: توان ۲ متغیر رقابت بازار محصول (PMC²); تمرکز مالکیت (Owner): درصد مالکیت متعلق به سهامداران عمده شرکت (مالکیت بالای ۵ درصد); اندازه حسابرس (Size): در صورتی که حسابرس شرکت در سال جاری "سازمان حسابرسی" باشد عدد یک؛ در غیر این صورت صفر؛ تغییر حسابرس (Switch): اگر حسابرس شرکت نسبت به سال قبل تغییر کرده باشد، عدد یک در غیر این صورت صفر؛ اظهارنظر سال قبل حسابرس (Opin): شرکتی که در سال قبل اظهارنظر غیرمقبول دریافت نموده باشد، عدد یک و در غیر این صورت صفر؛ اهرم مالی (LEV): کل بدهی‌ها به کل دارایی‌های در پایان هر دوره؛ اندازه شرکت (FmSize): لگاریتم طبیعی جمع فروش شرکت؛ سودآوری (ROA) که از تقسیم سود (زبان) خالص دوره به جمع دارایی‌های آن بدست می‌آید. و در نهایت عملکرد سال قبل می‌باشد (Loss) که اگر دوره مالی قبل شرکت زبان داشته، عدد یک در غیر این صورت صفر تعریف می‌شود.

منبع: یافته‌های پژوهشگر

۵- بحث و نتیجه گیری

نقش پر رنگ رقابت بازار محصول در بین تحقیقات در حال رشد اخیر ایجاب نمود که به بررسی تأثیر آن بر تجدیدارائه های حسابداری، با توجه به وفور آن در بازار سرمایه ایران، پرداخته شود. تحقیقات انجام شده اخیر بر نقش میانجی گری رقابت بازار محصول به عنوان یک مکانیزم خارجی بر عملکرد شرکتها تمرکز بیشتری داشته‌اند (ببینید گیروود و مولر، ۲۰۱۱)؛ در عین حال بررسی این موضوع در ارتباط با کیفیت گزارشگری مالی خصوصاً در بازارهای نوظهور کمتر توجه گردیده است. در این راستا، در این مطالعه به بررسی تأثیر رقابت بازار محصول بر کیفیت گزارشگری مالی با استفاده از معیار تجدیدارائه های حسابداری و با رویکرد مدل غیرخطی پرداخته شد.

مساله تحقیق بر اساس ادبیات تحقیق می‌باشد که نشان می‌دهد رقابت بازار محصول می‌تواند تأثیر غیرخطی بر رفتارهای شرکتی مانند تلاش مدیریت و فعالیت‌های نوآوری داشته باشد. این مطالعه، سعی دارد با استفاده از اطلاعات صورت‌های مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۵ الی ۱۳۹۲، ادبیات تحقیق را با بررسی یک رابطه غیرخطی میان رقابت بازار محصول، و تجدیدارائه سود توسعه دهد. طبق فرضیه تحقیق، نتایج این مطالعه پس از کنترل سایر عوامل مرتبط با تجدیدارائه ها، حاکی از یک رابطه یو-شکل (U) میان رقابت بازار محصول و تجدیدارائه سود می‌باشد. به عبارت دیگر، کیفیت سود در سطح پایین رقابت افزایش؛ و هنگام تشدید رقابت کاهش می‌یابد. در ارتباط با سایر متغیرهای تحقیق، نتایج نشان داد که تجدیدارائه سود به طور مثبت با تغییر حسابرس (برخلاف مفاخری، ۱۳۸۹؛ و مطابق نیکبخت و رفیعی، ۱۳۹۱؛ عبدلی و همکاران، ۱۳۹۲) و اندازه شرکت (مطابق سجادی و قربانی، ۱۳۹۰) همچنین به طور منفی با بازده دارایی‌ها (بر خلاف نیکبخت و رفیعی، ۱۳۹۱) مرتبط می‌باشد. نتایج بدست آمده بر خلاف شواهد نیکبخت و رفیعی (۱۳۹۱) می‌باشد که نشان دادند اهرم مالی و اندازه حسابرس بر وقوع تجدیدارائه صورت‌های مالی مؤثر می‌باشند.

این مطالعه به ادبیات تحقیق از دو بعد کمک می‌نماید. نخست، این تحقیق ادبیات تحقیق رابطه غیرخطی میان رقابت بازار محصول و رفتارهای شرکتی را با بررسی تأثیر بر کیفیت گزارشگری مالی بسط می‌دهد. تحقیقات وسیعی تأثیر غیرخطی رقابت محصول را بر نوآوری (اقیون و همکاران، ۲۰۰۵) تلاش مدیریت (اسچمیت، ۱۹۹۷) یا کم کاری مدیریت (هرمالین، ۱۹۹۲) بررسی نموده‌اند. از آنجا که سود تأثیر کلی فعالیت‌های مدیریت را منعکس می‌نماید، می‌توان تأثیر رقابت بر گزارشگری سود را انعکاسی از تأثیر کلی رقابت را بر این فعالیت‌ها دانست. دوم با معرفی رابطه غیرخطی میان رقابت محصول و کیفیت گزارشگری، این مقاله درک نفوذ رقابت را بر

گزارشگری مالی بهبود می‌بخشد. چندین مطالعه نتایج متضادی را میان رقابت و کیفیت گزارشگری ارائه نموده‌اند (بالاکریشن و کوهن، ۲۰۱۲؛ کارونا و همکاران، ۲۰۱۳)؛ که در این مطالعه نتایج فوق به نحوی تأیید شده است. کیفیت اطلاعات از مباحث مطرح در علم مدیریت مالی می‌باشد که به عنوان مبنای کارایی بازارها تلقی می‌گردد. با توجه به رواج و روند رو به رشد وقوع تجدیدارائه های حسابداری در بازار سرمایه ایران، به نظر می‌رسد بررسی بیشتر دلایل و مکانیزم هایی در جهت جلوگیری از وقوع آن بتواند به کارایی بازارهای نوظهور کمک نماید. درعین حال نتایج این تحقیق می‌تواند مورد توجه سرمایه گذاران و حسابرسان نیز قرار گیرد. سرمایه گذاران قبل از تحلیل شرکت، می‌بایست به تحلیل صنعت بپردازند که یکی از عوامل تأثیر گذار در این فرایند، رقابت بازار محصول می‌باشد. از سوی دیگر، توجه به ریسک‌های مرتبط با صنعت می‌تواند بر پذیرش و کیفیت کار حسابرسان نیز تأثیر گذار باشد.

فهرست منابع

- ۱) ابراهیمی کردلر، علی و محمدجواد اعرابی، (۱۳۸۹)، "تمرکز مالکیت و کیفیت سود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، مجله پژوهش‌های حسابداری مالی، شماره ۲، صص ۹۵-۱۱۰.
- ۲) تیموری جامی، یاسمن، مهشید شاهچرا و علی حسن زاده، (۱۳۹۳)، "بررسی تأثیر عملکرد شرکت بر رابطه بین رقابت در بازار محصول و رتبه نظام راهبری شرکتی"، فصلنامه تحقیقات توسعه اقتصادی، شماره ۱۳، صص ۲۵-۴۸.
- ۳) خدای پور، احمد و یونس بزرایی، (۱۳۹۲)، "بررسی رابطه رقابت بازار محصول با ساختار هیات مدیره و کیفیت افشا"، مجله دانش حسابداری، سال ۴، شماره ۱۴، صص ۵۱-۶۶.
- ۴) خواجوی، شکراله، غلمعلی محسنی فرد، غلامرضا رضایی و داوود حسینی راد، (۱۳۹۲)، "بررسی اثرهای رقابت در بازار محصول بر مدیریت سود شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. مجله مدیریت دارایی و تأمین مالی"، سال اول، شماره ۳، صص ۱۱۹-۱۳۶.
- ۵) سجادی، سید حسین، منصور زراء نژاد و علیرضا جعفری، (۱۳۸۸)، "ویژگی‌های غیر مالی مؤثر بر کیفیت گزارشگری مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، دوره ۱۶، شماره ۵۷، صص ۵۱-۶۸.
- ۶) سجادی، حسین و رامین قربانی، (۱۳۹۰)، "رابطه بین ویژگی‌های خاص شرکت‌ها و تعدیلات سنواتی آن‌ها"، پژوهش‌های تجربی حسابداری مالی، سال ۱، شماره ۲، صص ۶۲-۷۵.
- ۷) عبدلی، محمدرضا، علی فعال قیومی و ناصر پرتوی، (۱۳۹۲)، "تأثیر ویژگی‌های حسابرس بر تجدیدارائه صورت‌های مالی"، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، دوره ۲۰، شماره ۳، صص ۸۵-۱۰۰.
- ۸) قربانی، سعید، مرضیه موحد مجد و محمد منفرد مهارلوئی، (۱۳۹۲)، "رقابت در بازار محصول، ترکیب هیئت مدیره و کیفیت افشای اطلاعات: شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران"، مجله تحقیقات حسابداری و حسابرسی، سال ۴، شماره ۱۹، صص ۹۲-۱۰۵.
- ۹) مفاخری، مهدی، (۱۳۸۹)، "رابطه تغییر حسابرس و تعدیلات سنواتی"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه علامه طباطبایی.
- ۱۰) مؤمنی، منصور و علی فعال قیومی، (۱۳۸۸)، "مقایسه انواع تحلیل‌های رگرسیونی برای داده‌های حسابداری"، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، دوره ۱۷، شماره ۳، صص ۵۵-۷۰.

۱۱) نونهال نهر، علی اکبر، سعید جبارزاده کنگرلویی و یعقوب پورکریم، (۱۳۸۹)، "رابطه بین کیفیت حسابرس و قابلیت اتکای اقلام تعهدی"، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، دوره ۱۷، شماره ۶۱، صص ۷۰-۵۵.

۱۲) نیکبخت، محمدرضا و افسانه رفیعی، (۱۳۹۱)، "تدوین الگوی عوامل مؤثر بر تجدیدارائه صورت‌های مالی در ایران"، مجله دانش حسابداری، سال ۳، شماره ۹، صص ۱۹۴-۱۶۷.

- 13) Aghion, P., N. Bloom, R. Blundell, R. Griffith, and P. Howitt, (2005), "Competition and Innovation: An Inverted-U Relationship", *Quarterly Journal of Economics* 120 (2), PP. 701-28.
- 14) Agrawal, A. and S. Chandha, (2005), "Corporate Governance and Accounting Scandals", *SSRN Working Papers Series*.
- 15) Ashbaugh-Skaife, H.; D. Collins, and R. LaFond, (2006), "The Effects of Corporate Governance on Firms' Credit Ratings", *Journal of Accounting and Economics* 42 (1-2), PP. 203-43.
- 16) Balakrishnan, K. and D. Cohen, (2012), "Product Market Competition and Financial Accounting Misreporting", *University of Pennsylvania and University of Texas at Dallas, working paper*.
- 17) Burns, N., S. Kedia, (2006), "The Impact of Performance-Based Compensation on Misreporting", *Journal of Financial Economics* 79, PP. 35-67.
- 18) Chen, G. M. Firth, D. N. Gao; and O. M. Rui, (2006), "Ownership Structure, Corporate Governance, and Fraud: Evidence from China", *Journal of Corporate Finance* 12, PP. 424-448.
- 19) Cheng, P., P. Man, and C. Yi, (2013), "The Impact of Product Market Competition on Earnings Quality", *Accounting and Finance* 53, PP. 137-162.
- 20) Darrough, M., N. Stoughton, (1990), "Financial Disclosure Policy in an Entry Game", *Journal of Accounting and Economics* 12, PP. 219-243.
- 21) Dechow, P., W. Ge; and C. Schrand, (2010), "Understanding Earnings Quality: A Review of the Proxies, Their Determinants and Their Consequences", *Journal of Accounting and Economics*, 50(2), PP. 344-401.
- 22) Dichev, I, J. Graham, C. Harvey, and S. Rajgopal, (2013), "Earnings Quality: Evidence from the Field", *Journal of Accounting and Economics* 56(2-3), PP. 1-33.
- 23) Farber, D, (2005), "Restoring Trust after Fraud: Does Corporate Governance Matter?", *The Accounting Review* 80, PP. 539-561.
- 24) Francis, J., R. LaFond, P. Olsson; and K. Schipper, (2004), "Cost of Equity and Earnings Attributes", *The Accounting Review* 79, PP. 967-1010.
- 25) Gal-Or, E, (1985), "Information Sharing in Oligopoly", *Econometrica* 53, PP. 329-43.
- 26) Gertner, R., R. Gibbons; and D. S Scharfstein, (1988), "Simultaneous Signaling to the Capital and Product Markets", *Rand Journal of Economics* 19, PP. 173-190.
- 27) Guo, Y; B Jung; and S. Y Yang, (2015), "Product Market Competition and Earnings Quality: A Non-Linear Relationship", *California State University, working paper*.

- 28) Giroud, X; H. M Muller, (2011), "Corporate Governance, Product Market Competition, and Equity Prices". The Journal of Finance, VOL. LXVI, No. 2, PP. 562-600.
- 29) Guadalupe, M., F Pérez-González, (2010), "The Impact of Product Market Competition on Private Benefits of Control", Columbia University, Working Paper.
- 30) Hart, O, (1983), "The Market Mechanism as an Incentive Scheme", Bell Journal of Economics 14, PP. 366-382.
- 31) Hermalin, B, (1992), "The Effects of Competition on Executive Behavior", The RAND Journal of Economics 23 (3), PP. 350-365.
- 32) Hong, H., M. Kacperczyk, (2010), "Competition and Bias", Quarterly Journal of Economics, PP. 1683-1725.
- 33) Johnson, A.S.; C. M; Theodore, and S. Sorin, (2009), "A Reexamination of Corporate Governance and Equity Prices", *Review of Financial Studies*, 22, PP. 4753-4786.
- 34) Kao, J.L; D. Wu, and Z. Yang, (2009), "Regulations, Earnings Management, and Post-IPO Performance: The Chinese Evidence", Journal of Banking and Finance, Vol. 33, No. 1, PP. 63-76.
- 35) Karuna,C., K. R Subramanyam; and F Tian, (2012), "Industry Product Market Competition and earnings Management", University of Houston, working paper.
- 36) Kole, S., K Lehn, (1997), "Deregulation, the Evolution of Corporate Governance structure, and Survival", American Economic Review 87 (2), PP. 421-25.
- 37) Li, X, (2010), "The Impact of Product Market Competition on Quantity and Quality of Voluntary Disclosures", Review of Accounting Studies, Vol. 15, PP. 663-711.
- 38) Li, J., L. Nan, and R. Zhao, (2013), "The Corporate Governance Role of Information Quality and Corporate Takeovers", Carnegie Mellon University and Purdue University, working paper.
- 39) Markarian, G., and J. Santalo, (2014), "Product Market Competition, Information and Earnings Management". Journal of Business Finance and Accounting. Vol. 41, No. 5-6, PP. 1-28.
- 40) Raith, M., (2003), "Competition Risk and Managerial Incentives". American Economic Review 93, PP.1425-1436.
- 41) Richardson, S., Y. Tuna; and M. Wu, (2002), "Predicting Earnings Management: The Case of Earnings Restatements", SSRN Working Papers Series.
- 42) Schmidt, K, (1997), "Managerial Incentives and Product Market Competition", Review of Economic Studies, Vol. 64, PP. 191-203.
- 43) Teng, M. and C. Li, (2011), "Product Market Competition, Board Structure and Disclosure Quality", Frontiers of Business Research in China, Vol. 5, No. 2, PP. 291-316.
- 44) Verrecchia, R.E, (1999), "Disclosure and the Cost of Capital: A Discussion", Journal of Accounting and Economics 26, PP. 271-283.
- 45) Wagenhofer, A, (1990), "Voluntary Disclosure with a Strategic Opponent", Journal of Accounting and Economics 12, PP. 341-363.
- 46) Zhao, Y., and K. Chen, (2008), "Staggered Boards and Earnings Management", The Accounting Review 83 (5), PP. 1347-1381.

- ¹ Karuna
- ² Markarian and Santalo
- ³ Balakrishnan and Cohen
- ⁴ Cheng
- ⁵ Schmidt
- ⁶ Aghion
- ⁷ Multiple effects
- ⁸ Giroud and Mueller
- ⁹ Hermalin
- ¹⁰ Neck –and-neck
- ¹¹ Leader and follower
- ¹² Dechow
- ¹³ Takeover
- ¹⁴ Darrough
- ¹⁵ Kole and Lehn
- ¹⁶ Li
- ¹⁷ Ashbaugh
- ¹⁸ Francis
- ¹⁹ Dichev
- ²⁰ Gal-Or
- ²¹ Darrough and Stoughton
- ²² Wagenhofer
- ²³ Hart
- ²⁴ Raith
- ²⁵ Guadalupe and Pérez-González
- ²⁶ Balakrishnan and Cohen
- ²⁷ Li
- ²⁸ Teng and Li
- ²⁹ Hong and Kacperczyk
- ³⁰ Gertner
- ³¹ Burns and Kedia
- ³² Guo
- ³³ Farber
- ³⁴ Chen

^{۳۵} طبق این دستورالعمل، مؤسسات حسابرسی و شرکای مسئول کار حسابرسی هر یک از اشخاص حقوقی مجاز نیستند بعد از گذشت چهار سال مجدداً سمت حسابرسی مستقل و بازرسی قانونی شرکت مذکور را بپذیرند.

^{۳۶} quadratic model

^{۳۷} توجه شود که مقدار محاسبه شده طبق مدل رقابت بازار محصول نشان دهنده تمرکز صنعت می‌باشد که خلاف آن رقابت محسوب می‌شود.