



تأثیر رقابت بازار محصول بر روی معیارهای مختلف کیفیت سود مبتنی بر اصول حسابداری

محمد رضا عباس زاده

استادیار گروه حسابداری دانشگاه فردوسی مشهد

E-mail: Abbaszadeh_mr@yahoo.com

محمد حسین ودیعی

دانشیار گروه حسابداری دانشگاه فردوسی مشهد

E-mail: mhvadeei@um.ac.ir

بهزاد بیگی*

دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری دانشگاه فردوسی مشهد

Email: behzadbeigi66@yahoo.com



چکیده

هدف این پژوهش بررسی تأثیر رقابت بازار محصول بر روی معیارهای مختلف کیفیت سود مبتنی بر اصول حسابداری در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. دوره زمانی پژوهش، ۱۳۹۱-۱۳۸۱ بوده و ۲۳۰ شرکت به عنوان نمونه انتخاب شده است. به دلیل ماهیت متغیرهای پژوهش، دوره زمانی نهایی پژوهش منوط به سال‌های ۱۳۸۶ الی ۱۳۹۰ گردید. برای تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش در حالت تلفیقی (ترکیبی)، از مدل‌های رگرسیونی چند متغیره در نرم‌افزار اقتصادسنجی EViews ۶ استفاده شده است. در این پژوهش، معیارهای مختلف کیفیت سود مبتنی بر اصول حسابداری شامل کیفیت اقلام تعهدی، ماندگاری (پایداری) سود و قابلیت پیش‌بینی سود، متغیر وابسته و رقابت بازار محصول، متغیر مستقل بوده و از متغیرهای کنترلی مؤثر بر کیفیت سود شامل نوع حسابرس، به موقع بودن گزارشگری مالی، شاخص سودآوری، اندازه شرکت، نسبت اهرمی، گزارش زیان توسط شرکت، نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری و نوسان‌پذیری فروش نیز استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که رقابت بازار محصول بر روی پایداری سود، تأثیر منفی و معکوس داشته است. نتایج همچنین حاکی از تأثیر مثبت نوع حسابرس، سودآوری و نسبت اهرمی و تأثیر منفی اندازه شرکت بر معیار معکوس کیفیت اقلام تعهدی، تأثیر منفی گزارش زیان بر معیار معکوس پایداری سود و تأثیر مثبت نسبت اهرمی و تأثیر منفی اندازه شرکت بر معیار معکوس قابلیت پیش‌بینی سود می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: رقابت بازار محصول، کیفیت اقلام تعهدی، ماندگاری (پایداری) سود و قابلیت پیش‌بینی سود.



۱. مقدمه

یکی از مهمترین خصوصیات ساختار هر صنعت، درجه تمرکز در آن صنعت است که می‌تواند شاخصی از وضعیت رقابت و قدرت بازاری بنگاه‌های آن صنعت باشد. درجه تمرکز ارتباط معکوسی با تعداد بنگاه‌ها و یکنواختی توزیع سهم بازار آن‌ها دارد. به عبارت دیگر هر چقدر تعداد بنگاه‌های یک صنعت بیشتر و یا این که توزیع سهم بازار آن‌ها از یکنواختی بیش‌تری برخوردار باشد، درجه تمرکز آن صنعت کاهش و رقابت افزایش می‌یابد (دهقان دهنوی و همکاران، ۱۳۹۰، ۶۳). شدت و نحوه تأثیر چنین تغییر ساختاری بر میزان کیفیت و مدیریت سود شرکت‌ها به عنوان یک سؤال اساسی در این‌جا قابل طرح است. در واقع با مشاهده وضعیت رقابتی در اکثر صنایع بورسی، این سؤال به ذهن متبادر می‌شود که آیا کاهش درجه تمرکز در صنایع بورسی، منجر به توسعه فضای رقابتی در این صنایع و تأثیرگذاری بر کیفیت سود شرکت‌ها شده است یا نه؟

یکی از پیش شرط‌های بنیادی برای کسب اطمینان سرمایه‌گذاران و اعتباردهندگان در جهت فعالیت‌های سازنده اقتصادی، تهیه و ارائه اطلاعاتی است که در انجام تصمیم‌گیری‌های مالی و اقتصادی سودمند واقع شود. وجود مکانیزم‌هایی برای اطمینان دادن به سرمایه‌گذاران و سایر استفاده‌کنندگان، نسبت به کیفیت اطلاعات مالی، با اهدافی همچون کمک به کارایی بازار سرمایه و در نهایت تخصیص بهینه سرمایه ضروری است. حسابداری که با وظیفه اطلاع‌رسانی بی‌طرفانه گام در جامعه اطلاعاتی می‌نهد، نقش خطیری در افزایش کیفیت اطلاعات دارد (ثقفی و ابراهیمی، ۱۳۸۸، ۳۴).

شناسایی کیفیت سود برای استفاده‌کنندگان از صورت‌های مالی جهت ارزیابی عملکرد جاری، پیش‌بینی سودآوری آتی و همچنین تعیین ارزش شرکت از اهمیت به‌سزایی برخوردار است.

رایس^۱ (۲۰۰۳) بیان می‌کند که شرکت‌ها در مواجهه با فشارهای اقتصادی و رقابتی در جهت منصرف کردن رقبای ورود به صنعت تلاش خواهند کرد. یکی از راه‌های مقابله با این فشارها، دستکاری و مدیریت سود در جهت ارائه اطلاعات باثبات و قابل‌اتکا به بازار می‌باشد. روتمبرگ و شارفاستین^۲ (۱۹۹۰) و شلیفر^۳ (۲۰۰۴) معتقدند که یک رابطه مثبت بین رقابت و مدیریت سود وجود دارد. آن‌ها بر این باورند که یافته‌های آنان همراستا با این دیدگاه است که **نگرانی‌های شغلی مدیران ناشی از فعالیت در یک محیط رقابتی شدید، آن‌ها را وادار به مدیریت سود می‌کند.**

^۱ Raith

^۲ Rotemberg and Scharfstein

^۳ Shleifer



یافته‌های آنان مغایر با این دیدگاه است که رقابت به عنوان یک مکانیزم انضباطی^۴ منجر به شفافیت اطلاعاتی می‌گردد.

لذا، هدف پژوهش حاضر این است که به این سؤال پاسخ داده شود آیا افزایش رقابت در بازار محصول به افزایش کیفیت اطلاعات (به ویژه کیفیت سود) و در نتیجه کاهش ریسک اطلاعاتی کمک نموده است؟ در این تحقیق سعی شده است با بررسی شرکت‌های بورسی در بین سال‌های ۱۳۸۱ تا ۱۳۹۱، به این سؤال تجربی پاسخ داده شود.

۲. مبانی نظری و پیشینه پژوهش

به عقیده تورنتون^۵ (۲۰۰۲) کیفیت اطلاعات حسابداری و گزارشگری مالی، محصول مشترک حداقل چهار عامل اصلی است: خلاقیت و نگرش‌های مدیریت، کیفیت حسابرسی، تجربه کمیته حسابرسی و استانداردهای حسابداری دارای کیفیت بالا. وجود ضعف در هر یک از این چهار حلقه، می‌تواند کل زنجیره را مخدوش سازد. آن چه اهمیت دارد معیارها، متغیرها و سنجه‌هایی است که کیفیت اطلاعات حسابداری را ارزیابی می‌کند.

افشای اطلاعات و کیفیت آن نقش اساسی در تصمیمات سرمایه‌گذاران و عملکرد بازارها دارد. سرمایه‌گذاران معمولاً قبل از سرمایه‌گذاری با مسائل اطلاعاتی و بعد از سرمایه‌گذاری با مسائل نمایندگی مواجه می‌شوند (هیلی و پالپو^۶، ۲۰۰۱). مشکلات اطلاعاتی و نمایندگی به عدم تقارن اطلاعاتی منجر می‌گردد که به طور جدی از کارایی تخصیص منابع در بازارهای سرمایه جلوگیری می‌کند. برای حل این مشکل، بهبود دادن کیفیت افشا به طور عام و کیفیت سود به طور خاص ضروری و حیاتی است (خی و همکاران^۷، ۲۰۰۳). نحوه و کیفیت افشای اطلاعات در شرکت‌های مختلف، تفاوت قابل ملاحظه‌ای دارد. شیوه‌های تصمیم‌گیری ارائه یا عدم ارائه اطلاعات معین توسط مدیریت، تحت تأثیر عوامل گوناگونی قرار می‌گیرد. نتایج تحقیقات پیشین حاکی از آن است که افشای اطلاعات تحت تأثیر دو عامل اصلی می‌باشد ۱. عوامل داخلی (ویژگی‌های شرکت از قبیل ساختار هیئت مدیره و ترکیب سهامداران) و ۲. عوامل خارجی (رقابت در بازار محصول، مقررات قانونی و نوع صنعت) (خدمی پور و بزرایبی، ۱۳۹۲، ۵۲).

هر قدر تعداد واحدهای تجاری موجود در صنعت، کمتر و توزیع بازار بین آن‌ها نابرابر باشد، تمرکز و انحصار در آن بیش‌تر خواهد بود. دروگ^۸ و استاگتون^۹ (۱۹۹۰) معتقدند که در صنایع رقابتی، واحدهای تجاری با ارائه گزارش‌های مالی دقیق و با کیفیت، از ورود رقبای بالقوه به صنعت ممانعت به عمل می‌آورند (به نقل از کوهن^{۱۰}، ۲۰۰۴، ۲۲).

^۴ disciplinary mechanism

^۵ Thornton

^۶ Healy & Palepu

^۷ Xie et al.

^۸ Darrough

^۹ Stoughton

^{۱۰} Cohen



ورکچیا^{۱۱} (۱۹۸۳) نشان می‌دهد که رقابت موجود در بازار محصول، مانع از انتشار گزارش‌های مالی با کیفیت می‌شود و شرکت‌ها در بازارهای رقابتی، اطلاعات مالی را با محتوای پایین گزارش می‌کنند (کوهن، ۲۰۰۴، ۴۴). هریس^{۱۲} (۱۹۹۸) به این نتیجه رسید در صناعی که میزان رقابت پایین است، احتمال افشای مناسب عملیات در آن اندک است (به نقل از کوهن، ۲۰۰۴، ۴۴). کوهن (۲۰۰۴) اثبات نمود در صناعی که شدت رقابت در آن پایین است، احتمال گزارش اطلاعات مالی با کیفیت در آن‌ها کم است. با توجه به نتایج متفاوت تحقیق‌های قبلی در کشورهای مختلف در مورد رابطه بین رقابت در بازار محصول و کیفیت اطلاعات و گزارشگری مالی، بررسی این موضوع در ایران، جهت آگاهی از تأثیر رقابت در بازار محصول بر کیفیت اطلاعات و گزارشگری مالی به طور عام و کیفیت سود به طور خاص از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است.

مدل نظری تحقیق حاضر در شکل ذیل نشان داده شده است:



مدل مفهومی پژوهش

نتایج تعدادی از پژوهش‌های خارجی و داخلی که تا حدودی مرتبط با موضوع این پژوهش است، به صورت ذیل است:

آلوک^{۱۳} و همکاران (۲۰۰۹) در تحقیقی به بررسی کیفیت سود و ضریب پاسخ سود، در شرایطی که افزایش باثبات در سود با افزایش باثبات در درآمد همراه است، پرداختند. نتایج تحقیق نشان داد که شرکت‌های با رشد سود همراه با افزایش درآمد از کیفیت سود بالاتری نسبت به شرکت‌های با رشد همراه با کاهش هزینه برخوردار می‌باشند. هم-چنین شرکت‌های با افزایش در آمد، عملکرد عملیاتی آتی بالاتری دارند. هم‌چنین نتایج تحقیق نشان داد شرکت‌هایی که دارای رشد همراه با درآمد هستند، ضریب پاسخ سود بالاتری دارند.

لیو^{۱۴} و سان^{۱۵} (۲۰۱۰) در پژوهش خود به بررسی رابطه بین ساختار مالکیت و کیفیت افشای اطلاعات مالی با استفاده از داده‌های مربوط به ۴۰۵ شرکت چینی در سال ۲۰۰۵ پرداختند. یافته‌های پژوهش آنان حاکی از آن است

^{۱۱} Verkechia

^{۱۲} Harris

^{۱۳} Alope

^{۱۴} Liu

^{۱۵} Sun



که کیفیت افشای اطلاعات در شرکت‌هایی که در نهایت توسط کنترل‌کنندگان خصوصی کنترل می‌شوند نسبت به شرکت‌هایی که در نهایت توسط دولت کنترل می‌شوند، پایین‌تر است.

گیروود و مولر^{۱۶} (۲۰۱۱) معتقدند که رقابت بازار محصول منجر به ایجاد انگیزه‌هایی در مدیران می‌شود که آن‌ها را با منافع سهامداران، همسوتر می‌کند.

چنگ و همکاران^{۱۷} (۲۰۱۳) در پژوهشی با عنوان «تأثیر بازار رقابت محصول بر روی کیفیت سود» بر اساس نمونه‌ای از شرکت‌های تولیدی امریکایی طی دوره زمانی ۱۹۹۶ الی ۲۰۰۵ به این نتیجه رسیدند که بین بازار رقابت محصول و کیفیت سود رابطه مثبتی وجود دارد. نتایج همچنین حاکی از آن است که بین بازار رقابت محصول و دقت اطلاعات عمومی و محرمانه در دست سرمایه‌گذاران و تحلیلگران رابطه مثبت وجود دارد.

داتتا و همکاران^{۱۸} (۲۰۱۳) با بررسی ۶۰۱۹ شرکت آمریکایی بین سال‌های ۱۹۸۷ الی ۲۰۰۹ به این نتیجه رسیدند که بین قدرت بازار محصول و همچنین رقابت‌پذیری در صنعت با مدیریت سود رابطه مثبت و معنی‌داری وجود دارد.

خواجوی و ابراهیمی (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان «بررسی تأثیر قدرت بازار محصول بر نقدشوندگی سهام شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران» با بررسی ۸۹ شرکت طی دوره زمانی ۱۳۸۳ الی ۱۳۸۸ به این نتیجه رسیدند که بین شاخص لرنر و نقدشوندگی سهام، رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. این در حالی است که رابطه بین شاخص هرفیندال-هیرشمن و نقدشوندگی سهام، مثبت ولی غیرمعنی‌دار است. در مجموع، با افزایش قدرت بازار محصول، نقدشوندگی سهام بیش‌تر می‌شود.

پورحیدری و غفارلو (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان «بررسی ارتباط بین ساختارهای رقابتی محصولات و محافظه‌کاری مشروط حسابداری» به بررسی ارتباط بین ابعاد پنج‌گانه رقابت و محافظه‌کاری مشروط در قالب پنج فرضیه اختصاصی پرداختند، سپس با استفاده از این ابعاد، متغیر ترکیبی برای سنجش رقابت به دست آمد و در قالب فرضیه کلی، ارتباط بین رقابت و محافظه‌کاری مشروط حسابداری بررسی شد. آزمون فرضیه‌های اختصاصی، بیانگر این نکته است که بر خلاف انتظار بین قابلیت جانشینی و محافظه‌کاری مشروط ارتباط معکوس و معناداری وجود دارد. ارتباط بین حجم تقاضا و تعداد شرکت‌های عضو صنایع با محافظه‌کاری مشروط مطابق انتظار، مثبت و معنادار است. همچنین، ارتباط بین موانع ورود و محافظه‌کاری مشروط مطابق انتظار، معکوس و معنادار است. نهایتاً بین نسبت تمرکز و محافظه‌کاری مشروط بر اساس پیش‌بینی‌ها ارتباط معکوس، ولی ضعیف مشاهده شد. آزمون فرضیه کلی نیز نشان داد بین ساختارهای رقابتی محصولات و محافظه‌کاری مشروط در گزارشگری مالی ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد.

^{۱۶} Giroud & Mueller

^{۱۷} Cheng et al.

^{۱۸} Datta et al.



نمازی و ابراهیمی (۱۳۹۱) در پژوهشی با عنوان «بررسی ارتباط بین ساختار رقابتی بازار محصول و بازده سهام» با به کارگیری شاخص هرفیندال-هیرشمن، شاخص لرنر و شاخص لرنر تعدیل شده در ۸۷ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره زمانی ۱۳۸۱ الی ۱۳۸۸ به این نتیجه رسیدند که بین شاخص هرفیندال-هیرشمن با بازده سهام، رابطه منفی وجود دارد ولی معنادار نیست. این در حالی است که بین شاخص لرنر و شاخص لرنر تعدیل شده با بازده سهام، رابطه منفی معنی‌داری وجود دارد. این یافته بدین معناست که هر چه رقابت در بین صنایع بیش‌تر باشد، بازده سهام نیز بیش‌تر خواهد بود. به بیان دیگر، شرکت‌های موجود در صنایع رقابتی، بازده بیش‌تری کسب می‌کنند که این امر با پیش‌بینی فرضیه‌های تخریب خلاقانه^{۱۹} و موانع ورود^{۲۰} سازگار است.

رحیمیان و ابراهیمی میمند (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «رابطه بین کیفیت افشا و محافظه‌کاری در بورس اوراق بهادار تهران» با بررسی ۱۰۲ شرکت طی سال‌های ۱۳۸۴ الی ۱۳۸۹ به این نتیجه رسیدند که بین کیفیت افشا و سطح اقلام تعهدی اختیاری، رابطه منفی و معنادار، و بین کیفیت افشا و محافظه‌کاری مشروط رابطه مثبت و معنادار وجود دارد. همچنین نتایج نشان داد که با افزایش کیفیت افشای اطلاعات، میزان محافظه‌کاری نامشروط کاهش می‌یابد.

خدای پور و بزرایی (۱۳۹۲) در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه رقابت بازار محصول با ساختار هیئت مدیره و کیفیت افشا» با به کارگیری شاخص هرفیندال-هیرشمن و شاخص موانع ورود در ۱۰۵ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره زمانی ۱۳۸۳ الی ۱۳۹۰ به این نتیجه رسیدند که بین شاخص هرفیندال-هیرشمن و شاخص موانع ورود با کیفیت افشا رابطه منفی و معنی‌داری وجود دارد که بیانگر رابطه مثبت بین رقابت و کیفیت افشا می‌باشد (تأیید تأثیر راهبرد رقابت بازار محصول). همچنین نتایج نشان داد که شاخص هرفیندال-هیرشمن و شاخص موانع ورود بر رابطه بین استقلال هیئت مدیره و کیفیت افشا، تأثیر معنی‌داری ندارد (عدم تأیید تأثیر حاکمیتی رقابت بازار محصول).

۳. فرضیه‌های پژوهش

پرس^{۲۱} (۲۰۱۰) یک چارچوب انتظارات عقلایی را بسط می‌دهد که در آن، رقابت ناقص در بازار محصول، اما رقابت کامل در بازار سهام وجود دارد. رقابت ناقص در بازار محصول به این معناست که شرکت‌ها تا اندازه‌ای توانایی تعیین قیمت محصول خود را دارند. شرکتی که از قدرت بازار محصول برخوردار است، هنگامی که با تکان‌های تولیدی منفی (مثبت) مواجه می‌شود و میزان خروجی آن کاهش می‌یابد، قادر خواهد بود تا قیمت محصول خود را افزایش (کاهش)

^{۱۹} Creative Destruction Hypothesis

^{۲۰} Barriers to Entry Hypothesis

^{۲۱} Peress



دهد و سود خود را در برابر تکان‌های تولیدی محافظت نماید (کیل و لون^{۲۲}، ۲۰۱۱). از آن‌جا که سود شرکت‌هایی که قدرت بازار محصول بزرگ‌تری دارند با ریسک کم‌تری روبرو است، سرمایه‌گذاران، سهام آن‌ها را بیش‌تر معامله می‌کنند. لذا؛ به نظر می‌رسد شرکت‌های دارای قدرت بازار محصول بیش‌تر، از کیفیت سود بالاتری برخوردار باشند. با توجه به این مقدمه، این پژوهش داری ۳ فرضیه اصلی به شرح ذیل است:

فرضیه اصلی ۱. رقابت بازار محصول (تعدیل شده بر مبنای صنعت) بر روی کیفیت ارقام تعهدی تأثیر دارد.

فرضیه اصلی ۲. رقابت بازار محصول (تعدیل شده بر مبنای صنعت) بر روی پایداری سود تأثیر دارد.

فرضیه اصلی ۳. رقابت بازار محصول (تعدیل شده بر مبنای صنعت) بر روی قابلیت پیش‌بینی سود تأثیر دارد.

۴. متغیرهای پژوهش

متغیرهای این پژوهش به منظور آزمون فرضیه‌ها، به سه گروه متغیرهای مستقل، وابسته و کنترلی تقسیم می‌شوند.

۴-۱. متغیر مستقل

متغیر مستقل در این پژوهش **رقابت بازار محصول**^{۲۳} است که برای سنجش آن از رقابت بازار تعدیل شده بر مبنای صنعت^{۲۴} به شرح ذیل استفاده می‌گردد (داتتا و همکاران، ۲۰۱۳):

به منظور سنجش این معیار، ابتدا شاخص لرنر^{۲۵} (رقابت بازار محصول شرکت) به شرح ذیل محاسبه گردید:

$$LI_{it} = (S_{it} - COGS_{it} - OC_{it}) / S_{it}$$

که در آن داریم:

$$LI_{it} = \text{شاخص لرنر برای شرکت } i \text{ در پایان سال مالی } t \text{ (رقابت بازار محصول شرکت)}$$

$$S_{it} = \text{کل فروش شرکت } i \text{ در پایان سال مالی } t$$

$$COGS_{it} = \text{کل بهای تمام شده کالای فروش رفته شرکت } i \text{ در پایان سال مالی } t$$

$$OC_{it} = \text{کل هزینه‌های عملیاتی شرکت } i \text{ در پایان سال مالی } t$$

^{۲۲} Kale & Loon

^{۲۳} Product Market Competition

^{۲۴} Industry-Adjusted Market Power (IAMP)

^{۲۵} Lerner Index (LI)



سپس شاخص مذکور بر اساس میزان سهم فروش هر شرکت در صنعت به شرح ذیل تعدیل و محاسبه می‌گردد تا رقابت بازار تعدیل شده بر مبنای صنعت برای هر شرکت بدست آید:

$$IAMP_{it} = LI_{it} - \sum_{i=1}^n \omega_i LI_{it}$$

که در آن داریم:

$$IAMP_{it} = \text{رقابت بازار تعدیل شده بر مبنای صنعت برای شرکت } i \text{ در پایان سال مالی } t$$

$$LI_{it} = \text{شاخص لرنر برای شرکت } i \text{ در پایان سال مالی } t \text{ (رقابت بازار محصول شرکت)}$$

$$\omega_i = \text{سهم فروش شرکت } i \text{ در پایان سال مالی } t \text{ از صنعت مربوطه}$$

$$n = \text{تعداد شرکت‌های هر صنعت در پایان سال مالی } t$$

بالا تر بودن شاخص لرنر در یک صنعت بیانگر رقابت کم‌تر در آن صنعت است و رقابت‌پذیری بیش‌تر و راحت‌تر است.

۴-۲. متغیر وابسته

متغیرهای وابسته این پژوهش به پیروی از گایو و راپوسو^{۲۶} (۲۰۱۱) عبارتند از معیارهای مختلف کیفیت سود مبتنی بر اصول حسابداری شامل:

۱. کیفیت اقلام تعهدی^{۲۷}

معیار کیفیت اقلام تعهدی در تحقیق حاضر مبتنی بر مدل دچو و دیچو^{۲۸} (۲۰۰۲) است. این مدل تا حدود زیادی بر اساس برقراری ارتباط بین اقلام تعهدی حاصل از سرمایه در گردش و فرآیند شناسایی جریان نقدی است. این موضوع بدین معنی است که یک تطابق ضعیف در این رابطه می‌تواند نشان‌دهنده کیفیت پایین اقلام تعهدی باشد. مدل سنجش کیفیت اقلام تعهدی طبق مدل دچو و دیچو (۲۰۰۲) به شرح ذیل است:

$$WCA_{it} = \beta_0 + \beta_1 CFO_{it-1} + \beta_2 CFO_{it} + \beta_3 CFO_{it+1} + \varepsilon_{it}$$

که در این مدل داریم:

^{۲۶} Gaio & Raposo
^{۲۷} Accrual Quality (AQ)
^{۲۸} Dechow & Dichev



$$WCA_{it} = \text{اقلام تعهدی حاصل از سرمایه در گردش شرکت } i \text{ در پایان سال } t.$$

$$CFO_{it-1} = \text{جریان نقدی حاصل از عملیات شرکت } i \text{ در پایان سال } t-1.$$

$$WCA_{it} = \text{جریان نقدی حاصل از عملیات شرکت } i \text{ در پایان سال } t.$$

$$WCA_{it+1} = \text{جریان نقدی حاصل از عملیات شرکت } i \text{ در پایان سال } t+1.$$

$$\varepsilon_{it} = \text{باقی مانده مدل رگرسیونی شرکت } i \text{ در پایان سال } t.$$

در این مدل، تمام متغیرها بر اساس جمع کل دارایی‌های شرکت در شروع سال t ، استانداردسازی و یکنواخت می‌شوند.

لازم به ذکر است که اقلام تعهدی حاصل از سرمایه در گردش شرکت i در پایان سال t ، به شرح زیر محاسبه می‌شود:

$$WCA_{it} = \Delta CA_{it} - \Delta CL_{it} - \Delta Cash_{it} + \Delta Debt_{it}$$

که در این رابطه داریم:

$$\Delta CA_{it} = \text{تغییر در ارزش دارایی‌های جاری شرکت } i \text{ بین سال‌های } t \text{ و } t-1.$$

$$\Delta CL_{it} = \text{تغییر در ارزش بدهی‌های جاری شرکت } i \text{ بین سال‌های } t \text{ و } t-1.$$

$$\Delta Cash_{it} = \text{تغییر در وجه نقد شرکت } i \text{ بین سال‌های } t \text{ و } t-1.$$

$$\Delta Debt_{it} = \text{تغییر در ارزش بدهی‌ها در ارتباط با بدهی‌های جاری شرکت } i \text{ بین سال‌های } t \text{ و } t-1.$$

جریان‌ات نقد حاصل از عملیات در سال‌های t ، $t-1$ و $t+1$ از صورت گردش وجوه نقد تهیه شده بر اساس استانداردهای حسابداری ایران، استخراج می‌شود.

پس از برآورد مدل دچو و دیچو (۲۰۰۲)، معیار کیفیت اقلام تعهدی برای هر شرکت نمونه i ، به عنوان انحراف استاندارد باقی‌مانده‌های رگرسیونی مدل مذکور طی دوره‌های پنج ساله به شرح زیر محاسبه می‌گردد:

$$AQ_{it} = \sigma(\varepsilon_{it})/i = t, t - 1, t - 2, t - 3, t - 4$$



که داریم:

AQ_{it} = معیار کیفیت اقلام تعهدی شرکت i در پایان سال t (معیار معکوس کیفیت اطلاعات حسابداری).

$\sigma(\varepsilon_{it})$ = انحراف استاندارد باقی‌مانده مدل رگرسیونی شرکت i برای سال‌های t ، $t-1$ ، $t-2$ ، $t-3$ و $t-4$.

ارزش بالاتر AQ نشان‌دهنده کیفیت ضعیف‌تر اقلام تعهدی است که این موضوع به دلیل قدرت توضیح‌دهندگی به نسبت کمتر انحرافات از اقلام تعهدی جاری از طریق فرآیند شناسایی جریان نقدی حاصل از عملیات شرکت می‌باشد. سودهای شرکت از طریق جمع اقلام تعهدی و جریانات نقدی محاسبه می‌شود. اجزای جریان نقدی معمولاً عینی بوده و کمتر دستکاری می‌شوند. لذا؛ کیفیت سود وابستگی خاص به کیفیت اقلام تعهدی خواهد داشت. بنابراین، کیفیت اقلام تعهدی پایین‌تر نشان‌دهنده سطح پایین‌تر کیفیت سود خواهد بود (گایو و راپوسو، ۲۰۱۱، ۴۷۴).

۲. ماندگاری (پایداری) سود

برای محاسبه ماندگاری سود برای هر شرکت در پایان هر سال، به پیروی از گایو و راپوسو (۲۰۱۱) از معادله ذیل استفاده شد:

$$E_{it} = \mu_0 + \mu_1 E_{it-1} + \omega_{it}$$

که در معادله فوق‌الذکر داریم:

E_{it} = سود خالص قبل از کسر اقلام غیر مترقبه (سود عملیاتی) شرکت i در پایان سال t .

E_{it-1} = سود خالص قبل از کسر اقلام غیر مترقبه (سود عملیاتی) شرکت i در پایان سال $t-1$.

ω_{it} = باقی‌مانده مدل رگرسیونی شرکت i در پایان سال t .

لازم به ذکر است که متغیرهای مدل فوق، بر اساس میانگین موزون تعداد سهام در دست سهامداران در پایان سال t ، استانداردسازی و یکنواخت می‌شوند.

در نهایت برای محاسبه ماندگاری سود^{۲۹}، مشابه مطالعه انجام شده توسط لو^{۳۰} (۱۹۸۳) و علی و زاروین^{۳۱} (۱۹۹۲)، قرینه ضریب رگرسیونی مدل مذکور برای دوره پنج ساله، ملاک قرار می‌گیرد:

^{۲۹} Earnings persistence (PERS)

^{۳۰} Lev



$$PERS_{it} = -\mu_{it,j} = t, t-1, t-2, t-3, t-4$$

که داریم:

معیار ماندگاری سود شرکت t در پایان سال t (معیار معکوس کیفیت اطلاعات حسابداری). $PERS_{it}$

$$= -\mu_{it,j} = \text{قرینه ضریب رگرسیونی تخمینی شرکت } t \text{ برای سال های } t, t-1, t-2, t-3, t-4$$

ارزش بالاتر PERS در رابطه بالا نشان‌دهنده یک سطح پایین از پایداری سود می‌باشد. به همین خاطر باید گفت که سودهای ماندگار به علت پایدار بودن از نظر معیار سود دارای کیفیت بالاتر می‌باشند (گایو و راپوسو، ۲۰۱۱، ۴۷۴).

۳. قابلیت پیش‌بینی سود ۳۲

لایپ ۳۳ (۱۹۹۰) یک شاخص قابلیت پیش‌بینی سود بر اساس واریانس عواید سهام طراحی کرد که در آن واریانس بالاتر نشان‌دهنده قابلیت پیش‌بینی کمتر اطلاعات سود می‌باشد. در این پژوهش با توجه به کار لایپ (۱۹۹۰)، معیار قابلیت پیش‌بینی سود به عنوان جذر واریانس باقی‌مانده مدل رگرسیونی محاسبه ماندگاری سود برای دوره پنج ساله، به شرح زیر طراحی شده است:

$$PRED_{it} = [\sigma^2(\omega_{it,j})]^{(1/2)} = t, t-1, t-2, t-3, t-4$$

که داریم:

معیار قابلیت پیش‌بینی سود شرکت t در پایان سال t (معیار معکوس کیفیت اطلاعات حسابداری). $PRED_{it}$

$$= [\sigma^2(\omega_{it,j})]^{(1/2)} = \text{جذر واریانس باقی‌مانده مدل رگرسیونی محاسبه ماندگاری سود شرکت } t \text{ برای سال های } t, t-1, t-2, t-3, t-4$$

ارزش بالاتر PRED نشان‌دهنده یک سطح پایین‌تر از قابلیت پیش‌بینی سود است. بنابراین؛ می‌توان گفت که سودهای دارای قابلیت پیش‌بینی سود بالاتر دارای کیفیت سود بیشتر می‌باشند. با توجه به این که شاخص PERS مربوط به هر دو سطح ماندگاری سود و تغییرپذیری سری‌های شناسایی شده است، معیار PERD فقط مربوط به قابلیت تغییر سری‌های مورد نظر می‌باشد (گایو و راپوسو، ۲۰۱۱، ۴۷۴).

^{۳۱} Ali & Zarowin

^{۳۲} Earnings predictability (PRED)

^{۳۳} Lipe



۳-۴. متغیرهای کنترلی

متغیرهای کنترلی استفاده شده در این پژوهش به عنوان سایر عوامل تأثیرگذار بر کیفیت سود عبارتند از:

۱. نوع حسابرس^{۳۴}

یک متغیر مجازی است که با صفر و یک نشان داده می‌شود. در صورتی که حسابرس یک شرکت، سازمان حسابرسی باشد؛ برای آن عدد یک و در صورتی که حسابرس شرکت، موسسات حسابرسی خصوصی باشد، برای آن عدد صفر در نظر گرفته شده است.

۲. به موقع بودن گزارشگری مالی^{۳۵}

این متغیر عبارت است از تفاوت تاریخ پایان دوره مالی شرکت و تاریخ صدور گزارش حسابرسی. هر چه فاصله مذکور کوتاه‌تر باشد، گزارشگری مالی به موقع‌تر است. لذا؛ در این پژوهش این معیار به صورت معکوس فاصله مذکور تعریف شده است.

۳. شاخص سودآوری (ROA)

یک متغیر کنترلی است و معمولاً از این شاخص به عنوان شاخص عملکرد مدیریت استفاده می‌شود. بازده دارایی‌ها برابر است با سود خالص قبل از کسر بهره و مالیات تقسیم بر متوسط جمع دارایی‌ها.

۴. اندازه شرکت^{۳۶}

این متغیر به صورت لگاریتم طبیعی کل دارایی‌ها تعریف شده است.

۵. نسبت اهرمی شرکت^{۳۷}

این متغیر میزان استفاده از بدهی در ساختار سرمایه (یعنی؛ مجموع بدهی‌ها به مجموع دارایی‌ها) را نشان می‌دهد.

۶. گزارش زیان توسط شرکت^{۳۸}

یک متغیر مجازی است که با صفر و یک نشان داده می‌شود. اگر شرکت در سال موردنظر، زیان گزارش کرده باشد، مقدار آن یک و در غیر آن صورت مقدار آن صفر است.

^{۳۴} AuditType (AT)

^{۳۵} LAG

^{۳۶} SIZE

^{۳۷} LEV

^{۳۸} LOSS



۷. نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری: این متغیر به شرح ذیل تعیین می‌گردد:

$$MTB_{i,t} = MV_{i,t} / BV_{i,t}$$

که در آن داریم:

$$= MTB_{i,t} \text{ نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری شرکت } i \text{ در پایان سال مالی } t$$

$$= MV_{i,t} \text{ کل ارزش بازار شرکت } i \text{ در پایان سال مالی } t$$

$$= BV_{i,t} \text{ کل ارزش دفتری شرکت } i \text{ در پایان سال مالی } t.$$

۸. نوسان‌پذیری فروش^{۳۹} (انحراف معیار فروش)

این متغیر در هر سال از طریق انحراف معیار فروش سه سال قبل بر دارایی‌های سال قبل محاسبه می‌گردد.

۵. جامعه و نمونه آماری

جامعه آماری این پژوهش از کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی ۱۳۸۱ الی

۱۳۹۱ (دوره ۱۱ ساله) تشکیل شده است که شرایط زیر را داشته‌اند:

۱- تا پایان سال ۱۳۸۰ در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شده باشند.

۲- شرکت‌ها نبایستی سال مالی خود را در طی دوره‌های مورد نظر تغییر داده باشند.

۳- شرکت‌های مورد نظر طی دوره پژوهش فعالیت مستمر داشته و سهام آن‌ها مورد معامله قرار گرفته باشد.

۴- اطلاعات مالی مورد نیاز برای انجام این پژوهش را در دوره زمانی ۱۳۸۱ الی ۱۳۹۱ به طور کامل ارائه کرده باشد.

۵- جزء شرکت‌های سرمایه‌گذاری، بانک‌ها و واسطه‌گری مالی نباشند.

محدودیت پایان سال مالی منتهی به اسفندماه هر سال به منظور سنجش دقیق‌تر رقابت در صنعت، حذف گردید.

بر اساس معیارهای فوق، ۲۳۰ شرکت شناسایی گردید. سپس کلیه اطلاعات مورد نیاز جهت انجام این پژوهش از

بانک‌های اطلاعاتی بورس اوراق بهادار تهران، نرم‌افزار ره‌آورد نوین و نشریه‌های بورس جمع‌آوری گردید.

^{۳۹} Sale Volatility (SV)



۶. روش پژوهش و گردآوری داده‌ها

این پژوهش از این لحاظ که به دنبال تعیین رابطه بین رقابت بازار محصول و معیارهای مختلف کیفیت سود مبتنی بر اصول حسابداری است؛ از نوع همبستگی بوده و از آن‌جا که تعیین رابطه مذکور می‌تواند مورد استفاده گروه کثیری از استفاده‌کنندگان از اطلاعات مالی شرکت‌ها قرار گیرد از نوع کاربردی است. جهت اجرای پژوهش از رویکرد پس‌رویدادی استفاده می‌شود. از روش پس‌رویدادی زمانی استفاده می‌شود که پژوهشگر پس از وقوع رویدادها به بررسی موضوع می‌پردازد، افزون بر این، امکان دست‌کاری متغیرهای مستقل وجود ندارد (رشاد به نقل از نمازی، ۱۳۷۹، ۳۵).

۷. روش تجزیه و تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها

در این پژوهش برای آزمون فرضیه‌های پژوهش یعنی بررسی رابطه بین رقابت بازار محصول و جنبه‌های مختلف کیفیت سود ۳ مدل رگرسیونی در حالت ترکیبی/تلفیقی به صورت ذیل تخمین زده شده است:

$$EQ_{it} = \beta_0 + \beta_1 COM_{it} + \beta_2 AT_{it} + \beta_3 LAG_{it} + \beta_4 ROA_{it} + \beta_5 SIZE_{it} + \beta_6 LEV_{it} + \beta_7 LOSS_{it} + \beta_8 MTB_{it} + \beta_9 SV_{it} + \varepsilon_{it}$$

که در مدل فوق داریم:

EQ_{it} = میزان کیفیت سود شرکت i در پایان سال مالی t که برای محاسبه آن از ۳ معیار مختلف استفاده می‌شود که نحوه محاسبه آن در بخش متغیرهای پژوهش تشریح شده است.

COM_{it} = میزان رقابت بازار محصول در پایان دوره مالی t برای شرکت i که برای محاسبه آن از معیار رقابت بازار تعدیل شده بر مبنای صنعت استفاده شده است.

AT_{it} = نوع حسابرس شرکت i در پایان سال مالی t

LAG_{it} = به موقع بودن گزارشگری مالی شرکت i در پایان سال مالی t

ROA_{it} = میزان سودآوری شرکت i در پایان سال مالی t

$SIZE_{it}$ = اندازه شرکت i در پایان سال مالی t

LEV_{it} = اهرم مالی شرکت i در پایان سال مالی t

$LOSS_{it}$ = زیان‌ده بودن شرکت i در پایان سال مالی t



MTS_{it} = نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری شرکت i در پایان سال مالی t

SV_{it} = نوسان‌پذیری فروش شرکت i در پایان سال مالی t

قبل از تخمین مدل رگرسیونی در حالت ترکیبی و تلفیقی جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش، به انتخاب الگوی مناسب برای مدل رگرسیونی پرداخته شده است. ابتدا با استفاده از آزمون F لیمر به انتخاب مدل داده‌های تلفیقی در برابر مدل داده‌های ترکیبی پرداخته خواهد شد. در صورتی که مقدار احتمال آماره F لیمر کم‌تر از سطح معنی‌داری 5% باشد، استفاده از روش داده‌های تلفیقی منتهی است. در غیر این صورت اگر سطح معنی‌داری از 5% بیش‌تر باشد، استفاده از روش داده‌های تلفیقی مناسب است. اگر مدل داده‌های تلفیقی در برابر داده‌های ترکیبی انتخاب نشود، به انجام آزمون هاسمن به منظور انتخاب الگوی اثرات ثابت ترکیبی در برابر الگوی اثرات تصادفی ترکیبی پرداخته می‌شود. در صورتی که مقدار احتمال آماره هاسمن کم‌تر از سطح معنی‌داری 5% باشد؛ دلیل کافی برای رد الگوی اثرات ثابت نداریم و برای آزمون فرضیه پژوهش باید از الگوی اثرات ثابت استفاده کنیم. در غیر این صورت اگر سطح معنی‌داری از 5% بیش‌تر باشد، استفاده از الگوی اثرات تصادفی مناسب است.

به این ترتیب، با آزمون‌های مختلف می‌توان مدل مناسب تخمین را برگزید. پس از انتخاب مدل مناسب باید نسبت به پایا بودن سری‌های زمانی و غیرکاذب بودن رگرسیون اطمینان حاصل کرد (بالتاگی، ۲۰۰۵، ۴۹).

در همه تکنیک‌های آماری از نرم‌افزارهای EXCEL و EViews استفاده شده است. جهت تعیین نرمال بودن متغیرهای پژوهش در نرم افزار EViews از آماره جارک-بیرا^{۴۱} استفاده شد، به این صورت که اگر احتمال آماره مذکور برای متغیری بیش‌تر از 5% باشد، توزیع آن متغیر نرمال و در غیر این صورت غیر نرمال است.

۸. تحلیل داده‌های پژوهش

۸-۱. بررسی پایایی متغیرهای پژوهش

نتایج پایایی متغیرهای پژوهش در جدول ۱ ارائه شده است. بر اساس آزمون‌های ریشه واحد^{۴۲} از نوع آزمون لوین، لین و چو^{۴۳} چون مقدار P -Value کم‌تر از 5% بوده است، کل متغیرهای وابسته، مستقل و کنترلی پژوهش طی دوره پژوهش در سطح 4% پایا بوده‌اند. پایایی بدین معنی است که میانگین و واریانس متغیرها در طول زمان و

^{۴۰} Baltagi

^{۴۱} Jarque-Bera

^{۴۲} Unit Root Tests

^{۴۳} Levin, Lin & Chu

^{۴۴} Level



کوواریانس متغیرها بین سال‌های مختلف ثابت بوده است. لازم به ذکر است که انجام آزمون پایایی برای متغیرهای مجازی نوع حسابرس و گزارش زیان توسط شرکت نامفهوم است و لذا از ارائه آن خودداری شده است.

جدول ۱: آزمون پایایی (ایستایی) متغیرها در طی دوره پژوهش

| متغیرها | نوع آزمون | مقدار آماره لوین، لین و چو | احتمال آماره لوین، لین و چو |
|-----------------------------------|-----------|----------------------------|-----------------------------|
| کیفیت اقلام تعهدی AQ | | -۱۲۵/۲۸ | ۰/۰۰۰۰ |
| پایداری سود PERS | | -۴۳/۴۷ | ۰/۰۰۰۰ |
| قابلیت پیش‌بینی سود PRED | | -۲۳۰/۳۳ | ۰/۰۰۰۰ |
| رقابت بازار محصول COM | | -۲۲۷/۶۹ | ۰/۰۰۰۰ |
| نوع حسابرس AT | | ---- | ---- |
| به موقع بودن گزارشگری مالی LAG | | -۴۱/۹۳ | ۰/۰۰۰۰ |
| شاخص سودآوری ROA | | -۴۳/۶۶ | ۰/۰۰۰۰ |
| اندازه شرکت SIZE | | -۲۰/۷۱ | ۰/۰۰۰۰ |
| نسبت اهرمی LEV | | -۴۲/۱۷ | ۰/۰۰۰۰ |
| گزارش زیان توسط شرکت LOSS | | ---- | ---- |
| نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری MTB | | -۱۵۹/۴۶ | ۰/۰۰۰۰ |
| نوسان‌پذیری فروش SV | | -۱۰۴/۷۸ | ۰/۰۰۰۰ |

۸-۲. بررسی آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

آمار توصیفی متغیرهای پژوهش در جدول ۲ ارائه شده است.

با مقایسه ضریب تغییرات (حاصل تقسیم انحراف معیار بر میانگین) متغیرهای مستقل پژوهش (جنبه‌های مختلف کیفیت سود) به این نتیجه می‌رسیم که در بین معیارهای مذکور، متغیر کیفیت اقلام تعهدی دارای کم‌ترین ضریب



تغییرات و پراکندگی و در نتیجه بیش‌ترین ثبات و پایداری و در مقابل، متغیر پایداری سود دارای بیش‌ترین ضریب تغییرات و پراکندگی و کم‌ترین ثبات و پایداری طی دوره پژوهش بوده است. این موضوع حاکی از قابلیت اتکا و اطمینان نسبتاً بالای کیفیت اقلام تعهدی و قابلیت اتکای بسیار پایین پایداری سود در شرکت‌های مورد بررسی طی دوره پژوهش است.

با مقایسه ضریب تغییرات رقابت بازار محصول و جنبه‌های مختلف کیفیت سود به این نتیجه می‌رسیم که جنبه‌های مختلف کیفیت سود در مقایسه با رقابت بازار محصول دارای ضریب تغییرات و پراکندگی بسیار کم‌تر و در نتیجه ثبات و پایداری بسیار بیش‌تری طی دوره پژوهش بوده‌اند. این موضوع نشان می‌دهد که رقابت بازار محصول باید بر جنبه‌های مختلف کیفیت سود، تأثیر نسبتاً کمی داشته باشد.

با مقایسه ضریب تغییرات متغیرهای کنترلی پژوهش به این نتیجه می‌رسیم که در بین متغیرهای مذکور، متغیر اندازه شرکت دارای کم‌ترین ضریب تغییرات و پراکندگی و در نتیجه بیش‌ترین ثبات و پایداری و در مقابل، متغیر گزارش زیان توسط شرکت دارای بیش‌ترین ضریب تغییرات و پراکندگی و در نتیجه کم‌ترین ثبات و پایداری در طی دوره پژوهش بوده است. این موضوع حاکی از آن است که شرکت‌های مورد بررسی از نظر اندازه، تفاوت قابل ملاحظه‌ای با هم نداشته ولی از نظر گزارش زیان تفاوت قابل ملاحظه‌ای با هم داشته‌اند.

نتایج آماره جاکر برا حاکمی از نرمال بودن متغیرهای وابسته (جنبه‌های مختلف کیفیت سود) طی دوره پژوهش است. نرمال بودن متغیر وابسته، یکی از پیش‌فرض‌های مدل‌های رگرسیونی حداقل مربعات معمولی است.

جدول ۲: آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

| متغیرها | تعداد | میانگین | میان | ماکزیمم | مینیمم | انحراف معیار | ضریب تغییرات | مقدار جاکر برا | احتمال جاکر برا |
|--------------------------------|-------|---------|-------|---------|--------|--------------|--------------|----------------|-----------------|
| کیفیت اقلام تعهدی AQ | ۱۱۵۰ | ۰/۱۵ | ۰/۱۳ | ۰/۷۲ | ۰/۰۱ | ۰/۱۱ | ۰/۷۳ | ۳/۴۰ | ۰/۱۸۲ |
| پایداری سود PERS | ۱۱۵۰ | -۰/۴۲ | -۰/۴۱ | ۱/۴۴ | -۲/۲۸ | ۰/۶۵ | ۱/۵۵ | ۲/۵۶ | ۰/۱۷۸ |
| قابلیت پیش‌بینی سود PRED | ۱۱۵۰ | ۶/۰۸ | ۵/۶۲ | ۱۷/۹۴ | ۰/۰۹ | ۵/۸۳ | ۰/۹۶ | ۲/۱۱ | ۰/۳۴۸ |
| رقابت بازار محصول COM | ۱۱۵۰ | ۰/۰۱ | ۰/۰۲ | ۰/۹۱ | -۰/۹۷ | ۰/۲۳ | ۲۳ | ۱۸۴ | ۰/۰۰۰ |
| نوع حسابرس AT | ۱۱۵۰ | ۰/۳۰ | ۰ | ۱ | ۰ | ۰/۴۶ | ۱/۵۳ | ۲۱۷ | ۰/۰۰۰ |
| به موقع بودن گزارشگری مالی LAG | ۱۱۵۰ | ۰/۰۰۹ | ۰/۰۰۹ | ۰/۰۴ | ۰/۰۰۳ | ۰/۰۰۵ | ۰/۵۶ | ۸۹۵ | ۰/۰۰۰ |
| شاخص سودآوری ROA | ۱۱۵۰ | ۰/۲۰ | ۰/۱۸ | ۰/۷۷ | -۰/۲۶ | ۰/۱۳ | ۰/۲۶ | ۲۱۶ | ۰/۰۰۰ |



| | | | | | | | | | |
|-----------------------------------|------|-------|-------|-------|-------|------|------|-----|-------|
| اندازه شرکت SIZE | ۱۱۵۰ | ۱۳/۲۶ | ۱۳/۱۵ | ۱۹/۶۲ | ۹/۸۸ | ۱/۳۶ | ۰/۱۰ | ۱۱۲ | ۰/۰۰۰ |
| نسبت اهرمی LEV | ۱۱۵۰ | ۰/۶۵ | ۰/۶۷ | ۰/۹۰ | ۰/۰۴ | ۰/۱۹ | ۰/۲۹ | ۶۶ | ۰/۰۰۰ |
| گزارش زیان توسط شرکت LOSS | ۱۱۵۰ | ۰/۱۶ | ۰ | ۱ | ۰ | ۰/۳۷ | ۲/۳۱ | ۷۰۷ | ۰/۰۰۰ |
| نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری MTB | ۱۱۵۰ | ۱/۸۹ | ۱/۴۴ | ۹/۲۲ | ۰/۲۹ | ۱/۶۲ | ۰/۸۶ | ۲۵۶ | ۰/۰۰۰ |
| نوسان‌پذیری فروش SV | ۱۱۵۰ | ۰/۱۵ | ۰/۱۱ | ۰/۹۸ | ۰/۰۰۲ | ۰/۱۳ | ۰/۸۷ | ۴۳۵ | ۰/۰۰۰ |

۸-۳. آزمون فرضیه اول

رقابت بازار محصول (تعدیل شده بر مبنای صنعت) بر روی کیفیت ارقام تعهدی تأثیر دارد.

قبل از آزمون فرضیه فوق، به انتخاب الگوی مناسب برای مدل رگرسیونی پرداخته شده است. نتیجه آزمون F لیمر در جدول ۳ ارائه شده است. مقدار احتمال آماره F لیمر در جدول ۳ کم‌تر از سطح معنی‌داری ۵٪ بوده و لذا، برای آزمون فرضیه فوق، استفاده از روش داده‌های تلفیقی منتهی است.

جدول ۳. انتخاب داده‌های تلفیقی در برابر داده‌های ترکیبی

| | | | |
|-----------|--|-------------|--------------------|
| مدل | $AQ_{it} = \beta_0 + \beta_1 COM_{it} + \beta_2 AT_{it} + \beta_3 LAG_{it} + \beta_4 ROA_{it} + \beta_5 SIZE_{it} + \beta_6 LEV_{it} + \beta_7 LOSS_{it} + \beta_8 MTB_{it} + \beta_9 SV_{it} + \epsilon_{it}$ | | |
| نوع آزمون | مقدار آماره آزمون | درجه آزادی | احتمال آماره آزمون |
| F لیمر | ۱۳/۴۹ | (۲۲۹ و ۹۱۱) | ۰/۰۰۰۰ |

به دلیل عدم انتخاب مدل داده‌های تلفیقی در برابر داده‌های ترکیبی به انجام آزمون هاسمن به منظور انتخاب الگوی اثرات ثابت ترکیبی در برابر الگوی اثرات تصادفی ترکیبی پرداخته شده است. نتیجه آزمون هاسمن در جدول ۴ ارائه شده است. مقدار احتمال آماره هاسمن در جدول ۴ کم‌تر از سطح معنی‌داری ۵٪ می‌باشد؛ لذا، دلیل کافی برای رد الگوی اثرات ثابت ترکیبی نداریم و برای آزمون فرضیه اصلی اول از الگوی اثرات ثابت ترکیبی استفاده می‌کنیم.



جدول ۴. انتخاب الگوی اثرات ثابت در برابر الگوی اثرات تصادفی

| مدل | $AQ_{it} = \beta_0 + \beta_1 COM_{it} + \beta_2 AT_{it} + \beta_3 LAG_{it} + \beta_4 ROA_{it} + \beta_5 SIZE_{it} + \beta_6 LEV_{it} + \beta_7 LOSS_{it} + \beta_8 MTE_{it} + \beta_9 SH_{it} + \epsilon_{it}$ | | |
|-----------|--|------------------|--------------------|
| نوع آزمون | مقدار آماره خی دو | درجه آزادی خی دو | احتمال آماره آزمون |
| هاسمن | ۵۲/۲۶ | ۹ | ۰/۰۰۰۰ |

مدل رگرسیونی ترکیبی اثرات ثابت تأثیر رقابت بازار محصول بر روی کیفیت ارقام تعهدی طی دوره پژوهش در جدول ۵ نشان می‌دهد که تأثیر رقابت بازار محصول بر روی معیار معکوس کیفیت ارقام تعهدی، مثبت (۰/۰۰۲) ولی با توجه به احتمال آماره t (۰/۹۳۳۸) معنی‌دار نمی‌باشد. این موضوع نشان می‌دهد که رقابت بازار محصول بر روی کیفیت ارقام تعهدی تأثیر ندارد.

دیگر نتایج حاکی از تأثیر مثبت و معنی‌دار نوع حسابرس، شاخص سودآوری و نسبت اهرمی بر معیار معکوس کیفیت ارقام تعهدی و تأثیر منفی و معنی‌دار اندازه شرکت بر معیار معکوس کیفیت ارقام تعهدی است. این امر نشان می‌دهد که شرکت‌های کوچک‌تر، اهرمی‌تر، سودآورتر و همچنین شرکت‌های حسابرسی شده توسط سازمان حسابرسی طی دوره پژوهش، از کیفیت ارقام تعهدی پایین‌تری برخوردار بوده‌اند. نتایج مربوط به آماره F نیز نشان می‌دهد که مدل در حالت کلی معنی‌دار بوده و با توجه به آماره دوربین-واتسون، فاقد مشکل خودهمبستگی است. همچنین نتایج مربوط به آماره جاکبرا (۱/۰۶۹) و احتمال این آماره (۰/۵۸۶)، نشانگر نرمال بودن باقی‌مانده‌های مدل رگرسیونی است. علاوه بر آن، نتایج مربوط به ضریب تعیین تعدیل شده نشان می‌دهد که طی دوره پژوهش، حدود ۷۳/۵٪ از تغییرات کیفیت ارقام تعهدی تحت تأثیر رقابت بازار محصول و متغیرهای کنترلی به ویژه نوع حسابرس، اندازه شرکت، نسبت اهرمی و شاخص سودآوری بوده است. با توجه به معنی‌دار نبودن تأثیر رقابت بازار محصول بر روی کیفیت ارقام تعهدی، فرضیه اصلی اول پژوهش مورد تأیید واقع نمی‌شود.



جدول ۵. تأثیر رقابت بازار محصول بر روی کیفیت اقلام تعهدی

| متغیرها | آماره‌ها | ضرایب رگرسیونی | مقدار آماره t | احتمال آماره t |
|-----------------------------------|-------------------------|---------------------------------|----------------------------------|---|
| مقدار ثابت C | ۰/۳۱ | ۳/۵۳ | ۰/۰۰۰۰ | |
| رقابت بازار محصول COM | ۰/۰۰۲ | ۰/۰۸ | ۰/۹۳۳۸ | |
| نوع حسابرس AT | ۰/۰۳ | ۳/۷۸ | ۰/۰۰۰۲ | |
| به موقع بودن گزارشگری مالی LAG | ۰/۱۷ | ۰/۴۲ | ۰/۶۷۸۲ | |
| شاخص سودآوری ROA | ۰/۰۵ | ۲/۱۵ | ۰/۰۳۲۱ | |
| اندازه شرکت SIZE | -۰/۰۲ | -۲/۳۶ | ۰/۰۱۸۷ | |
| نسبت اهرمی LEV | ۰/۰۵ | ۲/۱۴ | ۰/۰۳۳۰ | |
| گزارش زبان توسط شرکت LOSS | ۰/۰۰۲ | ۰/۲۱ | ۰/۸۳۴۲ | |
| نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری MTB | -۰/۰۰۰۰۰۲ | -۰/۰۰۱ | ۰/۹۹۸۷ | |
| نوسان پذیری فروش SV | -۰/۰۳ | -۱/۳۶ | ۰/۱۷۴۴ | |
| ضریب تعیین | ضریب تعیین تعدیل شده | مقدار جارک‌برا باقی مانده‌ها | احتمال جارک‌برا باقی مانده‌ها | احتمال آماره F آماره دوربین- واتسون |
| ۰/۷۸۹ | ۰/۷۳۵ | ۱/۰۶۹ | ۰/۵۸۶ | ۱/۷۱ |

۸-۴. آزمون فرضیه دوم

رقابت بازار محصول (تعدیل شده بر مبنای صنعت) بر روی پایداری سود تأثیر دارد.

قبل از آزمون فرضیه فوق هم، به انتخاب الگوی مناسب برای مدل رگرسیونی پرداخته شده است. مقدار احتمال آماره F لیمر در جدول ۶ کم‌تر از سطح معنی‌داری ۵٪ بوده و لذا، برای آزمون فرضیه فوق هم، استفاده از روش داده‌های تلفیقی منتفی است.



جدول ۶. انتخاب داده‌های تلفیقی در برابر داده‌های ترکیبی

| | | | |
|-----------|---|-------------|--------------------|
| مدل | $PERS_{it} = \beta_0 + \beta_1 COM_{it} + \beta_2 AT_{it} + \beta_3 LAG_{it} + \beta_4 ROA_{it} + \beta_5 SIZE_{it} + \beta_6 LEV_{it} + \beta_7 LOSS_{it} + \beta_8 MTB_{it} + \beta_9 SV_{it} + \varepsilon_{it}$ | | |
| نوع آزمون | مقدار آماره آزمون | درجه آزادی | احتمال آماره آزمون |
| F لیمر | ۳/۳۸ | (۲۲۹ و ۹۱۱) | ۰/۰۰۰۰ |

مقدار احتمال آماره هاسمن در جدول ۷ کم‌تر از سطح معنی‌داری ۰/۰۵ می‌باشد؛ لذا، دلیل کافی برای رد الگوی اثرات ثابت ترکیبی نداریم و برای آزمون فرضیه اصلی دوم نیز از الگوی اثرات ثابت ترکیبی استفاده می‌کنیم.

جدول ۷. انتخاب الگوی اثرات ثابت در برابر الگوی اثرات تصادفی

| | | | |
|-----------|---|------------------|--------------------|
| مدل | $PERS_{it} = \beta_0 + \beta_1 COM_{it} + \beta_2 AT_{it} + \beta_3 LAG_{it} + \beta_4 ROA_{it} + \beta_5 SIZE_{it} + \beta_6 LEV_{it} + \beta_7 LOSS_{it} + \beta_8 MTB_{it} + \beta_9 SV_{it} + \varepsilon_{it}$ | | |
| نوع آزمون | مقدار آماره خی‌دو | درجه آزادی خی‌دو | احتمال آماره آزمون |
| هاسمن | ۳۱/۴۷ | ۹ | ۰/۰۰۰۲ |

مدل رگرسیونی ترکیبی اثرات ثابت تأثیر رقابت بازار محصول بر روی پایداری سود طی دوره پژوهش در جدول ۸ نشان می‌دهد که تأثیر رقابت بازار محصول بر روی معیار معکوس پایداری سود، مثبت (۰/۵۹) و با توجه به احتمال آماره t (۰/۰۰۲۳) معنی‌دار می‌باشد. این موضوع نشان می‌دهد که رقابت بازار محصول بر روی پایداری سود، تأثیر معکوس دارد. به عبارت دیگر، رقابت در بازار محصول منجر به کاهش پایداری سود می‌گردد.

دیگر نتایج حاکی از آن است که تأثیر گزارش زیان توسط شرکت بر معیار معکوس پایداری سود پایداری سود، منفی و معنی‌دار بوده است. این امر نشان می‌دهد که شرکت‌های زیان‌ده طی دوره پژوهش، از پایداری سود بالاتری برخوردار بوده‌اند.

نتایج مربوط به ضریب تعیین تعدیل شده نشان می‌دهد که طی دوره پژوهش، حدود ۳۴/۲٪ از تغییرات پایداری سود تحت تأثیر رقابت بازار محصول و متغیرهای کنترلی به ویژه گزارش زیان توسط شرکت بوده است.



با توجه به معنی‌دار بودن تأثیر رقابت بازار محصول بر روی پایداری سود، فرضیه اصلی دوم پژوهش مورد تأیید واقع می‌شود.

جدول ۸. تأثیر رقابت بازار محصول بر روی پایداری سود

| متغیرها | آماره‌ها | ضرایب رگرسیونی | مقدار آماره t | احتمال آماره t | |
|-----------------------------------|-------------------------|---------------------------------|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| مقدار ثابت C | | -۱/۰۹ | -۱/۳۰ | ۰/۱۹۳۵ | |
| رقابت بازار محصول COM | | ۰/۵۹ | ۳/۰۵ | ۰/۰۰۲۳ | |
| نوع حسابرس AT | | ۰/۰۶ | ۱/۰۰ | ۰/۳۱۷۵ | |
| به موقع بودن گزارشگری مالی LAG | | -۶/۴۹ | -۱/۶۶ | ۰/۰۹۶۶ | |
| شاخص سودآوری ROA | | -۰/۱۷ | -۰/۷۵ | ۰/۴۵۵۷ | |
| اندازه شرکت SIZE | | ۰/۰۵ | ۰/۷۲ | ۰/۴۶۹۹ | |
| نسبت اهرمی LEV | | ۰/۲۷ | ۱/۱۳ | ۰/۳۵۷۰ | |
| گزارش زیان توسط شرکت LOSS | | -۰/۲۲ | -۳/۰۶ | ۰/۰۰۲۳ | |
| نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری MTB | | ۰/۰۰۲ | ۰/۱۴ | ۰/۸۸۹۷ | |
| نوسان پذیری فروش SV | | -۰/۰۴ | -۰/۲۰ | ۰/۸۳۷۸ | |
| ضریب تعیین | ضریب تعیین تعدیل شده | مقدار جارک‌برا باقی مانده‌ها | احتمال جارک‌برا باقی مانده‌ها | احتمال آماره F | آماره دوربین- واتسون |
| ۰/۴۷۸ | ۰/۳۴۲ | ۳/۷۴۱ | ۰/۱۵۴ | ۰/۰۰۰۰ | ۱/۶۱ |

۸-۵. آزمون فرضیه سوم

رقابت بازار محصول (تعدیل شده بر مبنای صنعت) بر روی قابلیت پیش‌بینی سود تأثیر دارد.



مقدار احتمال آماره F لیمر در جدول ۹ نیز کم‌تر از سطح معنی‌داری ۵٪ بوده و لذا، برای آزمون فرضیه فوق هم، استفاده از روش داده‌های تلفیقی منتهی است.

جدول ۹. انتخاب داده‌های تلفیقی در برابر داده‌های ترکیبی

| مدل | $PRED_{it} = \beta_0 + \beta_1 COM_{it} + \beta_2 AT_{it} + \beta_3 LAG_{it} + \beta_4 ROA_{it} + \beta_5 SIZE_{it} + \beta_6 LEV_{it} + \beta_7 LOSS_{it} + \beta_8 MTB_{it} + \beta_9 SV_{it} + \sigma_{it}$ | | |
|-----------|--|-------------|--------------------|
| نوع آزمون | مقدار آماره آزمون | درجه آزادی | احتمال آماره آزمون |
| F لیمر | ۲۴/۹۶ | (۲۲۹ و ۹۱۱) | ۰/۰۰۰۰ |

مقدار احتمال آماره هاسمن در جدول ۱۰ هم کم‌تر از سطح معنی‌داری ۵٪ می‌باشد؛ لذا، دلیل کافی برای رد الگوی اثرات ثابت ترکیبی نداریم و برای آزمون فرضیه اصلی سوم نیز از الگوی اثرات ثابت ترکیبی استفاده می‌کنیم.

جدول ۱۰. انتخاب الگوی اثرات ثابت در برابر الگوی اثرات تصادفی

| مدل | $PRED_{it} = \beta_0 + \beta_1 COM_{it} + \beta_2 AT_{it} + \beta_3 LAG_{it} + \beta_4 ROA_{it} + \beta_5 SIZE_{it} + \beta_6 LEV_{it} + \beta_7 LOSS_{it} + \beta_8 MTB_{it} + \beta_9 SV_{it} + \sigma_{it}$ | | |
|-----------|--|------------------|--------------------|
| نوع آزمون | مقدار آماره خی دو | درجه آزادی خی دو | احتمال آماره آزمون |
| هاسمن | ۸۴/۳۴ | ۹ | ۰/۰۰۰۰ |

مدل رگرسیونی ترکیبی اثرات ثابت تأثیر رقابت بازار محصول بر روی قابلیت پیش‌بینی سود طی دوره پژوهش در جدول ۱۱ نشان می‌دهد که تأثیر رقابت بازار محصول بر روی معیار معکوس قابلیت پیش‌بینی سود، مثبت (۱/۱۸) ولی با توجه به احتمال آماره t (۰/۰۷۵۳) معنی‌دار نمی‌باشد. این موضوع نشان می‌دهد که رقابت بازار محصول بر روی قابلیت پیش‌بینی سود تأثیر ندارد. به عبارت دیگر، قابلیت پیش‌بینی سود، مستقل از رقابت در بازار محصول است.



دیگر نتایج حاکی از آن است که تأثیر نسبت اهرمی بر معیار معکوسِ قابلیت پیش‌بینی سود، مثبت و معنی‌دار ولی تأثیر اندازه شرکت بر معیار معکوسِ قابلیت پیش‌بینی سود، منفی و معنی‌دار بوده است. این امر نشان می‌دهد که شرکت‌های کوچک‌تر و اهرمی‌تر طی دوره پژوهش، از قابلیت پیش‌بینی سود پایین‌تری برخوردار بوده‌اند. نتایج مربوط به ضریب تعیین تعدیل شده نشان می‌دهد که طی دوره پژوهش، حدود ۹۰/۳٪ از تغییرات قابلیت پیش‌بینی سود تحت تأثیر رقابت بازار محصول و متغیرهای کنترلی به ویژه اندازه شرکت و نسبت اهرمی بوده است.

با توجه به معنی‌دار نبودن تأثیر رقابت بازار محصول بر روی قابلیت پیش‌بینی سود، فرضیه اصلی سوم پژوهش مورد تأیید واقع نمی‌شود.

جدول ۱۱. تأثیر رقابت بازار محصول بر روی قابلیت پیش‌بینی سود

| متغیرها | آماره‌ها | ضرایب رگرسیونی | مقدار آماره t | احتمال آماره t |
|-----------------------------------|---------------------------------|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| مقدار ثابت C | ۱۵/۷۸ | ۵/۴۹ | ۰/۰۰۰۰ | |
| رقابت بازار محصول COM | ۱/۱۸ | ۱/۷۸ | ۰/۰۷۵۳ | |
| نوع حسابرس AT | ۰/۴۲ | ۱/۸۷ | ۰/۰۶۱۲ | |
| به موقع بودن گزارشگری مالی LAG | -۴/۲۱ | -۰/۳۱ | ۰/۷۵۴۵ | |
| شاخص سودآوری ROA | ۱/۳۶ | ۱/۷۲ | ۰/۰۸۵۶ | |
| اندازه شرکت SIZE | -۰/۹۶ | -۴/۳۹ | ۰/۰۰۰۰ | |
| نسبت اهرمی LEV | ۴/۰۳ | ۴/۹۱ | ۰/۰۰۰۰ | |
| گزارش زیان توسط شرکت LOSS | -۰/۰۶ | -۰/۲۴ | ۰/۸۱۱۲ | |
| نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری MTB | -۰/۰۷ | -۱/۶۷ | ۰/۱۱۷۱ | |
| نوسان‌پذیری فروش SV | ۱/۱۷ | ۱/۸۲ | ۰/۰۶۸۶ | |
| ضریب تعیین تعدیل شده | مقدار جارک‌برا باقی مانده‌ها | احتمال جارک‌برا باقی مانده‌ها | احتمال آماره F | آماره دوربین- واتسون |
| ۰/۹۲۳ | ۲/۳۰۹ | ۰/۳۱۵ | ۰/۰۰۰۰ | ۱/۷۱ |



۹. بحث و نتیجه‌گیری و پیشنهادات

هدف این پژوهش بررسی تأثیر رقابت بازار محصول بر روی معیارهای مختلف کیفیت سود مبتنی بر اصول حسابداری در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بوده است. برای انجام این پژوهش تعداد ۲۳۰ شرکت در طی دوره زمانی ۱۳۹۱-۱۳۸۱ بررسی شده است. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش از مدل‌های رگرسیونی ترکیبی اثرات ثابت طی دوره پژوهش استفاده شده است.

نتایج نشان می‌دهد که رقابت بازار محصول بر روی کیفیت ارقام تعهدی و قابلیت پیش‌بینی سود، تأثیر نداشته است. این در حالی است که رقابت بازار محصول بر روی پایداری سود، تأثیر منفی و معکوس داشته است.

تأثیر نوع حسابرس، سودآوری و نسبت اهرمی بر معیار معکوس کیفیت ارقام تعهدی، مثبت و معنی‌دار و تأثیر اندازه شرکت بر معیار معکوس کیفیت ارقام تعهدی، منفی و معنی‌دار بوده است. تأثیر گزارش زیان بر معیار معکوس پایداری سود پایداری سود، منفی و معنی‌دار است. همچنین، تأثیر نسبت اهرمی بر معیار معکوس قابلیت پیش‌بینی سود، مثبت و معنی‌دار و تأثیر اندازه شرکت بر معیار معکوس قابلیت پیش‌بینی سود، منفی و معنی‌دار است.

نتایج در رابطه با عدم تأثیر رقابت بازار محصول بر روی کیفیت ارقام تعهدی و قابلیت پیش‌بینی سود به عنوان یکی از جنبه‌های کیفیت سود، به طور کلی مغایر با دیدگاه نگرانی‌های شغلی (رابطه منفی بین دو مقوله رقابت و کیفیت سود) طبق نتایج پژوهش‌های قبلی ورکچیا (۱۹۸۳)، روتمبرگ و شارف استین (۱۹۹۰)، رایس (۲۰۰۳)، شلیفر (۲۰۰۴) و داتتا و همکاران (۲۰۱۳) و همچنین مغایر با دیدگاه رقابت به عنوان یک مکانیزم انضباطی (رابطه مثبت بین دو مقوله رقابت و کیفیت سود) طبق نتایج پژوهش‌های قبلی دروگ و استاگتون (۱۹۹۰)، هریس (۱۹۹۸)، کوهن (۲۰۰۴)، پرس (۲۰۱۰)، گیروود و مولر (۲۰۱۱)، کیل و لون (۲۰۱۱) و چنگ و همکاران (۲۰۱۳) است. نتایج مذکور حاکی از آن است که مدیران شرکت‌های بورسی در بازارهای رقابتی امروزی، از طریق تغییر در کیفیت ارقام تعهدی و قابلیت پیش‌بینی سود در راستای افزایش امنیت شغلی خود و یا در جهت افزایش شفافیت در بازار سرمایه، گام برنمی‌دارند. به عبارت دیگر، کیفیت ارقام تعهدی و قابلیت پیش‌بینی سود مستقل از میزان رقابت در بازار محصول است.

نتایج در رابطه با تأثیر معکوس رقابت بازار محصول بر روی پایداری سود به عنوان یکی دیگر از جنبه‌های کیفیت سود، موافق با دیدگاه نگرانی‌های شغلی (رابطه منفی بین دو مقوله رقابت و کیفیت سود) طبق نتایج پژوهش‌های قبلی ورکچیا (۱۹۸۳)، روتمبرگ و شارف استین (۱۹۹۰)، رایس (۲۰۰۳)، شلیفر (۲۰۰۴) و داتتا و همکاران (۲۰۱۳) و مغایر با دیدگاه رقابت به عنوان یک مکانیزم انضباطی (رابطه مثبت بین دو مقوله رقابت و کیفیت سود) طبق



نتایج پژوهش‌های قبلی دروگ و استاگتون (۱۹۹۰)، هریس (۱۹۹۸)، کوهن (۲۰۰۴)، پرس (۲۰۱۰)، گیروود و مولر (۲۰۱۱)، کیل و لون (۲۰۱۱) و چنگ و همکاران (۲۰۱۳) است. نتایج مذکور حاکی از آن است که مدیران شرکت‌های بورسی در بازارهای رقابتی امروزی، از طریق مدیریت و دستکاری سود و در نتیجه کاهش پایداری سود در راستای افزایش امنیت شغلی خود در بازار سرمایه، گام برمی‌دارند. به عبارت دیگر، پایداری سود به طور معکوس تحت تأثیر میزان رقابت در بازار محصول است.

با توجه به نتایج این پژوهش می‌توان پیشنهادات زیر را ارائه داد:

۱- با توجه به تأثیر معکوس و معنی‌دار رقابت بازار محصول بر روی پایداری سود به عنوان یکی از جنبه‌های کیفیت سود، به نظر می‌رسد مدیران شرکت‌های بورسی در بازارهای رقابتی امروزی، از طریق مدیریت و دستکاری سود و در نتیجه کاهش پایداری سود در راستای افزایش امنیت شغلی خود در بازار سرمایه، گام برمی‌دارند. لذا، به سازمان بورس و اوراق بهادار تهران پیشنهاد می‌شود که در راستای کاراتر شدن هر چه بیشتر بازار سرمایه از طریق افشای اطلاعات مربوط به کیفیت اطلاعات حسابداری (به ویژه اطلاعات مربوط به پایداری سود) توسط شرکت‌های بورسی، توجه ویژه‌ای داشته و اقدامات عملی و بستر لازم برای انجام این کار را فراهم نماید.

۲- با توجه به تأثیر معکوس و معنی‌دار سودآوری بر روی جنبه‌های مختلف کیفیت سود، به نظر می‌رسد مدیران شرکت‌های سودآور بورسی، از طریق مدیریت و دستکاری سود در راستای افزایش امنیت شغلی خود در بازار سرمایه، گام برمی‌دارند. از این رو، به مالکان بالفعل و بالقوه و همچنین اعتباردهندگان شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پیشنهاد می‌شود که در راستای ارزیابی اطلاعات مالی شرکت‌های سودآور بورسی و تعیین میزان سود واقعی آن‌ها، بررسی‌های دقیق‌تر و عمیق‌تری انجام دهند.

۱۰. پیشنهادهایی برای پژوهش‌های آتی

به نظر پژوهشگر، هنوز موضوعات مختلفی در این زمینه وجود دارد که برای انجام پژوهش‌های آینده می‌تواند حائز اهمیت باشد. بنابراین پیشنهاد می‌شود به منظور استفاده هر چه بیشتر از نتایج پژوهش و نیز کمک به روشن شدن رابطه بین معیارهای مختلف کیفیت سود و رقابت بازار محصول در آینده، به موضوعات زیر توجه بیشتری شود:

۱- بررسی تأثیر شرایط اقتصادی از قبیل وجود تورم، رکود و نوسانات نرخ ارز بر روی روابط بین رقابت بازار محصول و کیفیت سود شرکت‌ها.



۲- بررسی و آزمون روابط بین رقابت بازار محصول و کیفیت سود برای شرکت‌های زیان ده در مقایسه با شرکت‌های سود ده.

۳- تکرار این پژوهش با استفاده از وقفه‌های زمانی و بررسی اثر افزایش وقفه بر بهبود پیش‌بینی مدل.

۴- استفاده از سایر معیارهای رقابت بازار محصول شامل تمرکز در صنعت (شاخص هرفیندال-هیریشمن)، تعداد شرکت‌های صنعت و ... در بررسی روابط بین رقابت بازار محصول و کیفیت سود شرکت‌ها.

۱۱. منابع و مأخذ

۱-۱۱. منابع فارسی

۱. پورحیدری، امید و عباس غفارلو (۱۳۹۱). «بررسی ارتباط بین ساختارهای رقابتی محصولات و محافظه‌کاری مشروط حسابداری»، مجله پژوهش‌های حسابداری مالی، سال چهارم، شماره ۲، شماره پیاپی ۱۲، ۴۱-۶۲.
۲. ثقفی، علی و ابراهیم ابراهیمی (۱۳۸۸). «رابطه تدوین استانداردهای حسابداری با کیفیت اطلاعات حسابداری»، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، شماره ۵۷، ۳۳-۵۰.
۳. خدای پور، احمد و بزرای، یونس (۱۳۹۲). «بررسی رابطه رقابت بازار محصول با ساختار هیئت مدیره و کیفیت افشا»، مجله دانش حسابداری، سال چهارم، شماره ۱۴، ۵۱-۶۶.
۴. خواجوی، شکرالله و ابراهیمی، مهرداد (۱۳۹۱). «بررسی تأثیر قدرت بازار محصول بر نقدشوندگی سهام شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران»، چشم‌انداز مدیریت مالی، شماره ۵، ۴۱-۵۵.
۵. دهقان دهنوی، محمدعلی، یاوری، کاظم، حسینی‌نسب، سید ابراهیم و بهرام سبحانی (۱۳۹۰). ارتباط ساختار بازار و کارایی با سودآوری در صنعت بانکداری ایران، مجله علمی-پژوهشی سیاست‌گذاری اقتصادی، سال سوم، شماره ششم، ۶۱-۸۷.
۶. رحیمیان، نظام‌الدین و مهدی ابراهیمی میمند (۱۳۹۲). «رابطه بین کیفیت افشا و محافظه‌کاری در بورس اوراق بهادار تهران»، پژوهش‌های تجربی حسابداری، سال دوم، شماره ۸، ۱-۱۹.
۷. رشاد، عبدالخلیق (۱۳۷۹). پژوهش‌های تجربی در حسابداری: دیدگاه روش‌شناختی. محمد نمازی، چاپ اول، شیراز، انتشارات دانشگاه شیراز.
۸. نمازی، محمد و ابراهیمی، شهلا (۱۳۹۱). «بررسی ارتباط بین ساختار رقابتی بازار محصول و بازده سهام»، پژوهش‌های تجربی حسابداری مالی (علمی-تخصصی)، سال دوم، شماره ۱، شماره پیاپی ۳، ۹-۲۷.



۱. Ali, A., and P. Zarowin (۱۹۹۲). "The role of earnings levels in annual earnings-returns studies", *Journal of Accounting Research*, ۳۰, ۲۸۶-۲۹۶.
۲. Alope, G.; Zhaoyang, G. and Prem, C. J. (۲۰۰۹). "Sustained earnings and revenue growth, earning quality, and earning response coefficient", *SSRN Website*.
۳. Baltagi, B. H. (۲۰۰۵). *Econometric Analysis of Panel Data*. ۳rd Edition, United Kingdom: Wiley Publishers.
۴. Cheng, P., Man, P., and C. H, Yi (۲۰۱۳). "The impact of product market competition on earnings quality", *Accounting and Finance*, ۵۳, ۱۳۷-۱۶۲.
۵. Cohen, A. D., (۲۰۰۴). "Financial Reporting Quality Choice: Determinants and Consequences", *A Dissertation*, Northwestern University.
۶. Datta, S., Iskandar-Datta, M. V., Singh (۲۰۱۳). "Product market power, industry structure, and corporate earnings management", *Journal of Banking & Finance*, ۳۷, ۲۳۷۳-۲۳۸۵.
۷. Dechow, P., and I. Dichev (۲۰۰۲). "The quality of accruals and earnings: the role of accrual estimation errors", *The Accounting Review*, ۷۷ (Supplement), ۲۵-۵۹.
۸. Gaio, C. and C. Raposo (۲۰۱۱). "Earnings quality and firm valuation: international evidence", *Accounting and Finance*, ۵۱, ۴۶۷-۴۹۹.
۹. Giroud, X., and Mueller, H. (۲۰۱۱). "Corporate governance, product market competition, and equity prices", *Journal of Finance*, ۶۶, ۵۶۳-۶۰۰.
۱۰. Harris, R. I. D. (۱۹۹۵). *Using Co integration Analysis in Econometric Modeling*. Prentice Hall/Harvester Wheat sheet, London.
۱۱. Healy, P., and Palepu, K. (۲۰۰۱). "Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital Markets: a review of the empirical disclosure literature", *Journal of Accounting and Economics*, ۳: ۴۰۵-۴۴۰.
۱۲. Kale, J. R., and Y. C. Loon (۲۰۱۱). "Product Market Power and Stock Market Liquidity", *Journal of Financial Markets*, ۱۴, ۳۷۶-۴۱۰.
۱۳. Lev, B. (۱۹۸۳). "Some economic determinants of time-series properties of earnings", *Journal of Accounting and Economics*, ۵, ۳۱-۳۸.
۱۴. Lipe, R. (۱۹۹۰). "The relation between stock returns and accounting earnings given alternative information", *The Accounting Review*, ۶۵, ۴۹-۷۱.
۱۵. Liu, G. and J. Sun (۲۰۱۰). "Ultimate Ownership Structure and Corporate Disclosure Quality: Evidence from China", *Managerial Finance*, Vol. ۳۶, No. ۵, ۴۵۲-۴۶۷.
۱۶. Peress, J. (۲۰۱۰). "Product market competition, insider trading and stock market efficiency", *Journal of Finance*, ۶۵, ۱-۴۳.
۱۷. Raith, M. (۲۰۰۳). "Competition, risk, and managerial incentives", *The American Economic Review*, ۹۳ (۴): ۱۴۳۵-۱۴۳۶.
۱۸. Rotemberg, J., and D., Scharfstein (۱۹۹۰). "Shareholder-value maximization and product market competition", *Review of Financial Studies*, ۳, ۳۶۷-۳۹۱.
۱۹. Shleifer, A. (۲۰۰۴). "Does competition destroy ethical behavior?", *American Economic Review*, ۹۴, ۴۱۴-۴۱۸.
۲۰. Thornton, D., B. (۲۰۰۲). "Financial Reporting Quality: Implications of Accounting Research", *Submitted to the senate standing committee on banking, trade and commerce ۲۰۰۲*, May ۲۹.
۲۱. Verrecchia, R. E (۱۹۸۳). "The Use of Mathematical Models in Financial Accounting", *Journal of Accounting Research*, Vol. ۲۰, pp. ۱-۴۲.
۲۲. Xie, B., Davidson, W., and DaDalt, P. (۲۰۰۳). "Earnings management and corporate governance: The role of the board and the audit committee", *Journal of Corporate Finance*, ۹ (۳): ۲۹۵-۳۱۶.