

بررسی تأثیر عدم مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت‌ها و اعتماد به نفس بیش از حد مدیر عامل بر ریسک سقوط قیمت سهام به واسطه نقش تعدیلگر بازده سهام شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

بهنام گیلانی نیا صومعه سرایی^{۱*}

ندا سرخی^۲

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۴/۰۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۰/۰۴/۲۳

چکیده

این پژوهش با هدف بررسی تأثیر مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی بر مدیریت سود واقعی با تأکید بر نقش تعدیلگر قدرت و تمرکز بازار شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران انجام گرفت. نمونه مورد مطالعه در این پژوهش شامل ۱۳۲ شرکت از بورس اوراق بهادار تهران در دوره زمانی بین سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۷ بودند. تجزیه و تحلیل اطلاعات در این تحقیق توسط نرم‌افزار آماری ایویوز و با استفاده از روش رگرسیون ترکیبی و پانل دیتا انجام گردیدند. بر اساس نتایج حاصل از آزمون‌های انجام شده در این فصل در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان عنوان کرد استقلال هیأت مدیره تأثیر منفی و معناداری بر مدیریت سود واقعی شرکت دارد. مالکیت نهادی تأثیر مثبت و معناداری بر مدیریت سود واقعی شرکت دارد. نوع حسابرس مستقل تأثیر معناداری بر مدیریت سود واقعی شرکت ندارد. قدرت بازار بر رابطه میان استقلال هیأت مدیره و مدیریت سود واقعی شرکت تأثیر معناداری ندارد. قدرت بازار بر رابطه میان مالکیت نهادی و مدیریت سود واقعی شرکت تأثیر منفی و معناداری دارد. قدرت بازار بر رابطه میان نوع حسابرس مستقل و مدیریت سود واقعی شرکت تأثیر معناداری ندارد. تمرکز بازار بر رابطه میان استقلال هیأت مدیره و مدیریت سود واقعی شرکت تأثیر معناداری ندارد. تمرکز بازار بر رابطه میان مالکیت نهادی و مدیریت سود واقعی شرکت تأثیر معناداری ندارد. تمرکز بازار بر رابطه میان نوع حسابرس مستقل و مدیریت سود واقعی شرکت تأثیر معناداری ندارد.

واژگان کلیدی

تمرکز بازار، حاکمیت شرکتی، قدرت بازار، مدیریت سود واقعی

۱. استادیار گروه حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودسر و املش، رودسر، ایران. (b_gilani@yahoo.com)^{*}

۲. دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد رودسر و املش، رودسر، ایران

مقدمه

امروزه علیرغم بالا بردن سطح آگاهی‌ها و دانش عمومی استفاده‌کنندگان از صورت‌های مالی مسئله‌ای اساسی که دیده می‌شود، اتکای شدید بر اعداد گزارشات حسابداری (به‌ویژه سود حسابداری) به‌عنوان یکی از معیارهای اصلی ارزیابی عملکرد جهت تصمیم‌گیری در خصوص سرمایه‌گذاری می‌باشد. این اتکای غیرمنطقی انگیزه‌های فراوانی برای مدیران ایجاد می‌کند تا اعداد را به نفع خودشان دست‌کاری (مدیریت) نمایند. یا به عبارت کامل‌تر دست به مدیریت سود بزنند. مدیریت سود را نوعی اقدام آگاهانه باهدف طبیعی نشان دادن سود شرکت به یک سطح مطلوب و موردنظر تعریف می‌شود. به عقیده پژوهشگران مدیریت سود زمانی اتفاق می‌افتد که مدیران با استفاده از قضاوت در گزارشگری مالی و ساختار مبادلات جهت گمراه نمودن بعضی از ذینفعان درباره عملکرد اقتصادی شرکت یا تحت تأثیر قرار دادن نتایج قراردادی که به ارقام حسابداری گزارش شده وابسته است، در گزارشگری مالی تغییر ایجاد می‌کند (صفائی و همکاران، ۱۳۹۶).

مدیران از طریق اقدام تعهدی، اقدام به مدیریت سود می‌کنند. اقدام تعهدی به تفاوت سود حسابداری بر اساس سیستم تعهدی و بر مبنای حسابداری نقدی گفته می‌شود. در فرآیند گزارشگری مالی شرکت، مدیران می‌توانند با دست‌کاری اقدام تعهدی اختیاری، مدیریت سود را اعمال نمایند. آن گروه از اقدام تعهدی، اختیاری محسوب می‌شوند که مدیران می‌توانند آنها را در کوتاه‌مدت کنترل کنند. مدیران تلاش می‌کنند با انتخاب روش می‌کنند با انتخاب روش‌های مجاز حسابداری، نتایجی قابل پیش‌بینی و ثابت خلق کنند؛ زیرا اغلب سرمایه‌گذاران و مدیران اعتقاد دارند شرکت‌هایی که روند سودآوری مناسبی دارند و سود آنها دچار تغییرات عمده نمی‌شود نسبت به شرکت‌های مشابه، ارزش بیشتر و قابلیت پیش‌بینی و مقایسه بیشتری دارند. توافق عمومی این است که اقدام تعهدی نشان‌دهنده تصمیم‌های مدیریت درباره عملکرد مالی شرکت است (مایانگساری^۱، ۲۰۰۷). به‌طور کلی، دست‌کاری حساب‌ها را می‌توان به‌صورت اختیار مدیران در انتخاب روش‌های حسابداری یا طراحی معاملات به‌منظور انتقال ثروت میان شرکت و ذینفعان تعریف نمود. شرکت‌ها با سه گروه استفاده‌کنندگان اطلاعات یعنی جامعه، تأمین‌کنندگان وجوه و مدیران رابطه دارند. در مورد جامعه و تأمین‌کنندگان وجوه، دست‌کاری سود با هدف به حداقل رساندن هزینه‌های سیاسی و هزینه سرمایه صورت می‌گیرد و شرکت از انتقال ثروت منتفع می‌گردد؛ اما مدیران برای منافع خود و حداکثر کردن پاداش، سود را دست‌کاری می‌نمایند. طبق نظریه نمایندگی، انگیزه مدیریت در دست‌کاری سود برای نیل به اهداف خویش صورت می‌گیرد که نه تنها با اهداف صاحبان سهام همسو نمی‌باشد، بلکه در اکثر موارد، با آن اهداف متضاد است. اگر قراردادهای شرکت با گروه‌های مختلف بر اساس ارقام حسابداری تنظیم شود، آنگاه به علت وجود تضاد منافع میان مدیران و آن گروه‌ها، مدیران شرکت‌ها سعی خواهند کرد با انجام رفتارهای جانب‌دارانه، آن ارقام را به نفع خود دست‌کاری نمایند (حسینی و عظیم‌زاده، ۱۳۹۶). از این رو

¹ - Mayangsari

وجود مکانیزمی منسجم برای جلوگیری از این پدیده و همسو کردن منافع طیف‌های ذینفعان و همچنین سمت و سو بخشیدن به اهداف سازمان توسط تمامی ذینفعان، مقوله‌ی حاکمیت شرکتی مطرح شده است (صفائی و همکاران، ۱۳۹۶). حاکمیت شرکتی به مجموعه روابط بین مدیریت، هیأت مدیره، سهامداران و سایر ذینفعان در یک شرکت گفته می‌شود و ساختاری را فراهم می‌کند که از طریق آن اهداف شرکت تدوین می‌شود و ابزار دستیابی به این اهداف و نحوه نظارت بر عملکرد مدیران، مشخص می‌گردد (معینادین^۲ و همکاران، ۲۰۱۳). مفاهیمی که از حاکمیت شرکتی موجود است، در یک طیف وسیع قرار می‌گیرند که دیدگاه‌های محدود آن در یک سو و دیدگاه‌های گسترده در سوی دیگر طیف قرار دارند. در دیدگاه‌های محدود، حاکمیت شرکتی به رابطه بین شرکت و سهامداران محدود شده که در قالب تئوری نمایندگی بیان می‌شود. در آن سوی طیف، حاکمیت شرکتی را می‌توان به صورت شبکه‌ای از روابط در نظر گرفت که نه تنها میان شرکت و سهامداران آنها، بلکه میان شرکت و تعداد زیادی از ذینفعان از جمله کارکنان، مشتریان، فروشندگان و دارندگان اوراق قرضه وجود دارد. چنین دیدگاهی در قالب نظریه ذینفعان مطرح می‌شود (یداله زاده طبری و امامقلی پور، ۱۳۹۳).

علم اقتصاد بر این استدلال‌ها استوار است که رقابت در بازار محصولات، یک مکانیزم عالی برای تخصیص بهینه منابع تشکیل داده و دارای اثرهای انضباطی بر رفتار مدیران و بی‌کفایتی‌های آنان است (مارکاریان و سنتلو^۳، ۲۰۱۰). سازگار با این دیدگاه ادبیات اخیر، نشان داده است که چطور مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی مناسب زمانی که بازارها در خطر از بین رفتن یا از هم پاشیدن هستند، مورد نیاز هستند (ایرود و مولر^۴، ۲۰۰۸؛ گیرود و مولر^۵، ۲۰۱۰). در غیر این صورت، در صورت نبود مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی مناسب، تنها یک رقابت خوب است که بدون نیاز به کنترل، مدیران را برای حداکثر کردن ثروت سهامداران هدایت می‌کند (خواجوی و همکاران، ۱۳۹۲). همچنین ریس^۶ (۲۰۰۱) معتقد است که رقابت در بازار محصول موجب کاهش اقدامات سوء مدیریت شده و همچنین با کاهش فرصت دست‌کاری سود، کیفیت سود و در نتیجه کیفیت اطلاعات حسابداری را افزایش می‌دهد (فخاری و حسن‌نجاج کردی، ۱۳۹۷). از سوی دیگر، مطالعات متعددی نشان داده‌اند که رقابت در بازار محصول می‌تواند در تصمیم‌گیری شرکت در مورد سرمایه‌گذاری، تصمیمات مالی، پیش‌بینی درآمد و تخصیص سرمایه تأثیر بگذارد. پژوهش‌های اخیر حاکی از آن رقابت در بازار محصول می‌تواند مدیران را وادار کند تا عملکرد مالی شرکت و بازده سهام را از طریق مدیریت سود، دست‌کاری کنند. فعالیت در یک صنعت بسیار رقابتی می‌تواند سودآوری یک شرکت را کاهش دهد و دستیابی به اهداف مالی را دشوارتر می‌کند. در نتیجه، احتمال بیشتری وجود دارد که مدیران اقدام به مدیریت سود کنند. در همین حال، شرکت‌هایی که قدرت قیمت‌گذاری ضعیفی در بازار محصول

^۲ - Moeinadin, et al.

^۳ - Markarian, and Santaló

^۴ - iroud and Mueller

^۵ - Giroud and Mueller

^۶ - Raith

دارند، احتمالاً از طریق ارقام تعهدی اختیاری، درآمد خود را می‌پوشانند. اگر محصولات یک شرکت در بازار کالاهای رقابتی، بی‌تفاوت باشند، این باعث کاهش رقابت و حاشیه سود شرکت می‌شود و از این طریق مدیران را ترغیب می‌کند تا با استفاده از مدیریت سود، نتایج عملیاتی خود را دست‌کاری کند (تانگ و چن^۷، ۲۰۲۰).

از طرفی، به اعتقاد هاگرمن و زمیجسکی^۸ (۱۹۷۹) شرکت‌های صنایع متمرکز، روش‌هایی از حسابداری را به کار می‌بندند که سود را کاهش می‌دهد. بر اساس نتایج پژوهش آنان، شرکت‌ها در صنایع کمتر رقابتی، تمایل دارند با ایجاد فضای اطلاعاتی غیرشفاف، مزیت رقابتی را که از طریق انحصار ایجاد کرده‌اند، حفظ کنند (مشکی میاوقی و دلیریان، ۱۳۹۴). قدرت بازار یک شرکت را می‌توان به مفهوم توانایی آن شرکت در تغییر قیمت محصول از قیمت رقابتی در راستای افزایش سود تعبیر کرد. فرآیند اعمال قدرت در بازار محصول را عامل مهم در ارزیابی چشم‌اندازهای یک شرکت می‌دانند (خیرخواه و همکاران، ۱۳۹۸). داتا و همکاران^۹ (۲۰۱۳) ثابت کردند تمرکز بازار محصول، اثر منفی بر مدیریت سود دارد؛ یعنی هرچه شرکت در بازار محصول ضعیف‌تر باشد، احتمال درگیری مدیران در مدیریت ارقام تعهدی اختیاری بیشتر است و برعکس (رحمانی و حاجی مرادخانی، ۱۳۹۶).

اگر چه حاکمیت شرکتی نقش مهمی در اطمینان از حضور مکانیسم‌های نظارتی در غیاب رقابت در بازار دارد؛ اما نمی‌تواند از سو رفتارهای مالی در بازارهای متمرکز جلوگیری کند. در متمرکزترین صنایع در ایالات متحده به‌طور قابل توجهی استانداردها و سیاست‌های حاکمیتی در فعالیت‌های شرکت‌ها اجرا می‌شود؛ اما با این حال مدیران سعی می‌کنند سود خود را از طریق اندوخته‌های مالی هموارتر کنند تا با گذشت زمان ثبات بیشتری در سود خود داشته باشند. به‌عنوان مثال شرکت گوگل سوابق حسابداری خود را دست‌کاری کرد تا به‌وسیله مدیریت سود از پرداخت زیاد مالیات جلوگیری کند و درآمد خود را به حوزه‌های مالیاتی پایین در انتقال دهد. بر اساس مطالعات گذشته همیشه شک و تردیدهایی در مورد تأثیر مکانیسم‌های حاکمیت شرکتی در جلوگیری از دست‌کاری و مدیریت سود حسابداری در صنایع متمرکز وجود دارد (دیری و همکاران^{۱۰}، ۲۰۲۰). بر اساس مطالب ذکر شده مسئله تحقیق حاضر اینگونه بیان می‌گردد آیا مکانیسم‌های حاکمیت شرکتی بر مدیریت سود واقعی با تأکید بر نقش تعدیلگر قدرت و تمرکز بازار شرکت تأثیر معناداری دارد؟ لذا هدف اصلی این تحقیق بررسی تأثیر مکانیسم‌های حاکمیت شرکتی بر مدیریت سود واقعی با تأکید بر نقش تعدیلگر قدرت و تمرکز بازار شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است.

⁷ - Tang and Chen

⁸ - Hagerman and Zmijewski

⁹ - Datta, et al.

¹⁰ -Diri et al

ادبیات نظری و پیشینه تجربی پژوهش

یکی از اهداف مدیریت سود، هموارسازی سود می باشد. لذا هموارسازی سود را می توان بخشی از مدیریت سود دانست. به دلیل انعطاف در انتخاب روش های حسابداری، مدیریت می تواند به طور سیستماتیک روی گزارش از سالی به سال دیگر جهت هموارسازی سود تأثیر گذارد. لذا هموارسازی سود، نوسانات سال به سود را با انتقال سود از سال های اوج به سال های نزول تعدیل می کند؛ مانند هر عرصه یا صحنه پژوهشی حسابداری دیگر، اتفاق نظر و اجماع در خصوص یک نظریه یگانه برای تبیین و پیش بینی مدیریت سود وجود ندارد، با این حال، مرور ادبیات دانشگاهی مدیریت سود حاکی از سلطه یک نظریه، نظریه شرکت، در میان نظریه های رقیب است. مدیریت سود زمانی رخ می دهد که مدیران از قضاوت های شخصی خود در گزارشگری مالی استفاده کنند و ساختار معاملات را جهت تغییر گزارشگری مالی دستکاری نمایند. این هدف یا به قصد گمراه کردن برخی از صاحبان سهام در خصوص عملکرد اقتصادی شرکت یا تأثیر بر نتایج قراردادهایی است که انعقاد آنها منوط به دستیابی به سود شخصی است. از آنجا که دستکاری سود به طور مستقیم قابل اندازه گیری نیست، ادبیات مدیریت سود چند روش برآورد کننده مدیریت سود بالقوه را پیشنهاد می کنند. این روش ها شامل ارقام تعهدی اختیاری، روش ارقام تعهدی یگانه، روش جمع ارقام تعهدی و تغییرات حسابداری و روش توزیعی است (پاک مرام، ۱۳۹۶).

حاکمیت شرکتی شامل مکانیزم هایی است که باعث افزایش عدم تمرکز در کنترل شرکت ها شده، از قدرت مدیران اجرایی کاسته و عملکرد شرکت ها را بهبود می بخشد. نظام مطلوب حاکمیت شرکتی سبب می شود که شرکتها از سرمایه خود به نحو مؤثری استفاده کنند، منافع صاحبان سود و جامعه ای که در آن فعالیت دارند، در نظر بگیرند، در برابر شرکت ها و سهامداران پاسخ گو باشند و سبب جلب اعتماد سرمایه گذاران و جذب سرمایه های بلندمدت شوند. باید در نظر داشت که حاکمیت خوب به تنهایی باعث به وجود آمدن شرکت های خوب نمی شود؛ زیرا این مسأله به ماهیت رهبری و استراتژی های شرکت نیز بستگی دارد. ولی حاکمیت شرکتی بد حتماً باعث نابودی شرکت می گردد (حساس یگانه، ۱۳۸۵). در واقع، هدف نهایی نظام راهبری شرکتها این است که ضمن کاهش دادن مشکل نمایندگی و همسو کردن منافع کارگزار با منافع کارگزار، منافع تمام گروه های ذی نفع در شرکت ها و واحدها را نیز تأمین کند (معین الدین و همکاران، ۱۳۹۲).

رقابت در بازار محصول ثابت کرده است که یک مکانیزم مهم رقابت در بازار و یک مکانیم خارجی محدودکننده حاکمیت شرکتی است؛ و تأثیر آن بر تصمیمات استراتژیک و ارزش شرکت به طور فزاینده ای قابل توجه است. بر اساس ادبیات مرتبط، رقابت در بازار محصول می تواند تعدیلات ساختار سرمایه، انتخاب حالات سرمایه گذاری، ترکیب و ادغام، معاملات داخلی، استراتژی مدیریت ریسک و قیمت گذاری دارایی های شرکتها را تحت تأثیر قرار دهد. اکنون این سؤال مطرح می گردد که آیا رقابت در بازار محصول می تواند بر ساخت و ایجاد کنترل های داخلی شرکت تأثیر بگذارد. پاسخ به این سؤال هنوز شناخته شده نیست. با این حال، انتظار می رود که رقابت در بازار

محصول بر تصمیم‌ها و رفتار سهامداران و مدیران از طریق خطر انحلال و تأثیر بر هزینه‌های نمایندگی تأثیر بیشتری بر کیفیت کنترل داخلی داشته باشد (ژانگ و چن^{۱۱}، ۲۰۱۷). به اعتقاد اقتصاددانان مکتب اتریش، فرض غیرواقعی رقابت کانل باعث نتایج ناکارآمدی می‌شود، زیرا در عالم واقعیت، مصرف‌کنندگان ترکیب‌های متفاوتی از عوامل تولید را به کار گرفته و اطلاعات شان از بازار و سلائق مردم با یکدیگر متفاوت است. به نظر آنان رقابت در بازار تنها یک روش کشف ترجیحات است؛ به این معنا که از یک سود به تولیدکنندگان علامت می‌دهد ترکیبی از عوامل تولید را به کار بندند تا با کمترین هزینه کالای ارزشمندی (در نزد مصرف‌کنندگان) تولید کنند و از سوی دیگر تولیدکنندگان را وادار می‌دارد تا ترجیحات مردم را به‌طور مرتب زیر نظر داشته و به محض تغییر خواسته‌های آنها اقدام به نوآوری کرده و کالای جدیدی متناسب با آن خواسته روانه بازار کنند. ماهیت رقابت در بازارهای محصول تقریباً بر رفتار شرکت‌ها در کل این مراحل مؤثر است. همچنین سیاست‌های بازار محصول شرکت‌ها، بر سود، جریان نقدی آزاد و ارزشیابی سرمایه‌گذاران از این جریان‌های نقدی نیز تأثیر می‌گذارد. از این رو، ساختار بازارهای محصول بر ریسک جریان‌های نقدی شرکت نیز مؤثر است (مشکی میاوقی و دلیریان، ۱۳۹۴).

دیری و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان حاکمیت شرکتی و مدیریت سود در بازارهای متمرکز به مطالعه تفاوت بین بازارهای دارای تمرکز بالا و پایین در استفاده از مدیریت سود و نقش حاکمیت شرکتی در کاهش چنین فعالیت‌هایی پرداختند. نتایج نشان داد شرکت‌هایی که در بازارهای متمرکز فعالیت می‌کنند در مقایسه با بازارهای غیر متمرکز از مدیریت سود تعهدی و واقعی بیشتر استفاده می‌کنند. علاوه بر این، ما شواهد نشان داد که حاکمیت شرکتی، به صورت ویژگی‌های کیفی هیئت مدیره، در کاهش مدیریت سود در بازارهای غیر متمرکز موثرتر است. در مقابل، حاکمیت شرکتی در بازارهای متمرکز مدیران را وادار می‌کند که مدیریت سود واقعی را جایگزین ارقام تعهدی کنند.

تانگ و چن (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان چگونه قدرت بازار و رقابت صنعت اثر حاکمیت شرکتی بر مدیریت سود را تحت تأثیر قرار می‌دهد؟ به بررسی چگونگی تأثیر قدرت بازار و رقابت صنعت بر رابطه میان حاکمیت شرکتی و مدیریت سود پرداختند. آنان دریافتند که بنگاه‌های دارای قدرت بازار پایین و افرادی که با رقابت شدید بازار روبرو هستند بیشتر درگیر مدیریت سود می‌باشند؛ و رقابت در بازار محصول تأثیر قابل توجهی بر مدیریت سود دارد. علاوه بر این نتایج نشان داد زمانی که قدرت بازار ضعیف است یا رقابت صنعت شدید است حاکمیت شرکتی نمی‌تواند مدیریت سود را کاهش دهد.

گیو و همکاران (۲۰۱۹)، در تحقیقی با عنوان رابطه غیر خطی بین رقابت بازار محصول و کیفیت سود به بررسی ۴۳۵۲۵ سال شرکت بین سالهای ۱۹۸۸ تا ۲۰۱۰ در آمریکا پرداختند. به طور کلی نتایج نشان دادند که یک رابطه U

¹¹ - Zhang and Chen

شکل معکوس بین کیفیت سود و رقابت در بازار محصول وجود دارد و این رابطه در مورد معیارهای مختلف کیفیت سود و بیشتر معیارهای رقابت در بازار محصول، صادق است و نیز تحت تاثیر تحلیل شرکتی یا صنعتی نیست. الزویی (۲۰۱۷)، در تحقیقی با عنوان کیفیت حسابرسی، تامین مالی بدهی و مدیریت سود: شواهد از اردن رابطه بین کیفیت حسابرسی، تامین مالی بدهی و مدیریت سود در اردن را مورد بررسی قرار داد. برای این امر نمونه ۷۲ شرکت صنعتی در طول دوره ۲۰۰۶ تا ۲۰۱۲، مورد بررسی قرار گرفت. نتایج نشان داد که کیفیت حسابرسی (صلاحیت حسابرسی، اندازه، تخصص و استقلال) و تامین مالی بدهی (بدهی کم)، مدیریت سود را کاهش می‌دهد و به نوبه خود کیفیت گزارشگری مالی را افزایش می‌دهد.

خلیل و اوزکان (۲۰۱۶)، به بررسی استقلال هیئت‌مدیره، کیفیت حسابرسی و مدیریت سود در میان شرکت‌های مصری پرداختند. نتایج نشان داد که نسبت بالاتر مدیران غیرموظف از مدیریت سود می‌کاهد. اثر استقلال هیئت‌مدیره بر شیوه‌های مدیریت سود مشروط به سطح مالکیت ایجاد شده توسط مدیران اجرایی و سهامداران بزرگ و همچنین ترکیب کمیته حسابرسی است. علاوه بر این، نتایج نشان داد که حسابرسان با کیفیت بالا در کاهش مدیریت سود مؤثر هستند.

صالحی کردآبادی و زاد دوستی (۱۳۹۹) در تحقیقی با عنوان رابطه حاکمیت شرکتی، مدیریت سود و عملکرد مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۰ الی ۱۳۹۶ را مورد بررسی قرار دادند. در این پژوهش برای ارزیابی حاکمیت شرکتی از متغیرهای مدت زمان تصدی مدیر عامل، اتکا بر بدهی، تمرکز مالکیت، استقلال هیات مدیره، دوگانگی وظایف مدیر عامل و مالکیت نهادی استفاده شد. مدل آماری پژوهش با بهره‌مندی از روش رگرسیون برآورد شده و یافته‌های پژوهش بیانگر وجود رابطه منفی و معنادار بین حاکمیت شرکتی و مدیریت سود است. هم‌چنین بین مالکیت نهادی، اتکای بر بدهی و استقلال هیات مدیره با مدیریت سود رابطه معکوس و معنادار وجود دارد. تمرکز مالکیت و مدیریت سود دارای رابطه معنادار نبوده و بین مدت زمان تصدی مدیرعامل و دوگانگی وظیفه با مدیریت سود نیز رابطه مستقیم و معنادار وجود دارد. بین حاکمیت شرکتی و عملکرد مالی رابطه معنادار و مستقیم مشاهده شد. مالکیت نهادی، مدت زمان تصدی مدیرعامل و استقلال هیات مدیره نیز دارای رابطه مستقیم و معنادار با عملکرد مالی بوده ولی بین تمرکز مالکیت، اتکای بر بدهی با عملکرد مالی رابطه معنادار حاکم نیست. هم‌چنین، بین دوگانگی وظیفه مدیرعامل و عملکرد مالی رابطه معکوس و معنادار مشاهده گردید.

عباسیان (۱۳۹۸) در تحقیقی با عنوان بررسی تأثیر رقابت در بازار محصول بر مدیریت سود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به بررسی رابطه بین رقابت در بازار محصولات و انگیزه‌های مدیران برای تحریف سودهای گزارش شده در ادبیات وسیعی در اقتصاد و حسابداری رهنمودهای نظری را در این زمینه فراهم کرده‌اند که چگونه رقابت در بازار می‌تواند به کاهش مشکلات نمایندگی منجر شود یا گاهی اوقات به تشدید مشکلات

نمایندگی منجر گردد. برای آزمون فرضیه ها از روش رو گرسیون خطی استفاده شده است. نتایج نشان داد شاخص لرنر و مارک بیشتری داشته باشند میزان سطح مدیریت سود بیشتری دارند.

فخاری و حسن نتاج کردی (۱۳۹۷) به بررسی اثر تعدیل کنندگی راهبری شرکتی بر ارتباط بین رقابت در بازار محصول و کیفیت سود پیش بینی شده توسط مدیریت پرداختند. آنان داده های مربوط ۷۰ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران را جمع آوری نموده و اثر تعدیل کنندگی راهبری شرکتی بر ارتباط بین رقابت در بازار محصول و کیفیت سود پیش بینی شده توسط مدیریت را مورد بررسی قرار دادند. یافته ها نشان می دهد که رقابت در بازار محصول دارای اثر منفی بر کیفیت سود پیش بینی شده توسط مدیریت، بوده و این ارتباط در شرکت های دارای راهبری شرکتی قوی کاهش می یابد؛ به عبارت دیگر در شرکت هایی که از درجه راهبری شرکتی بالاتری برخوردارند، اثر رقابت در بازار محصول بر کیفیت سود پیش بینی شده، مثبت است.

محمدزاده سالطه و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی با عنوان تاثیر ساختارهای رقابتی بازار محصول بر مدیریت سود واقعی با تاکید بر ساختار مالکیت به بررسی نقش ساختار مالکیت بر ارتباط بین ساختارهای رقابتی بازار محصول و مدیریت سود واقعی در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. آنان تعداد ۱۲۸ شرکت را به عنوان نمونه آماری انتخاب نمودند. روش پژوهش آنان از لحاظ هدف کاربردی و روش آماری به کار گرفته شده، رگرسیون خطی چندگانه بوده است. نتایج پژوهش حاکی از آن است که ساختارهای رقابتی بازار محصول بر مدیریت سود واقعی تأثیر ندارد و همچنین ساختار مالکیت بر ارتباط ساختارهای رقابتی بازار محصول و مدیریت سود واقعی تأثیر ندارد. این موضوع بیانگر آن است که ساختارهای رقابتی بازار محصول در ارتباط با مدیریت واقعی سود با در نظر گرفتن اهمیت ساختار مالکیت در بورس اوراق بهادار ایران نقشی را ایفا نمی کند و به عنوان یک سازوکار کاملاً بی اثر تلقی می شود.

توسعه فرضیات پژوهش

مدیران می توانند برای بهتر نشان دادن عملکرد شرکت، سود را بیشتر گزارش کنند و از پرداخت های انگیزشی مانند پاداش مبتنی بر سود بهره مند گردند و یا سود را برای کسب مزایا از طرح های اختیار خرید سهام کارکنان کاهش دهند تا بدین وسیله قیمت جاری سهام کاهش یابد. با این وجود امکان دارد برخی افراد استدلال کنند که مدیران می توانند تکنیک های مدیریت سود را در جهت مخابره اطلاعات معینی استفاده کنند و یا سود را برای کاهش نوسان آن، هموار کنند؛ بنابراین مدیریت سود مبتنی بر چگونگی استفاده مدیران از آن می تواند برای ارزش شرکت مضر و یا سودمند باشد. چنانچه مدیریت سود فرصت طلبانه نبوده و در جهت منافع سهامداران باشد، منجر به افزایش ارزش شرکت خواهد شد. در این راستا شرکت هایی که سود خود را هموار می کنند ارزش بالاتری نسبت به شرکت هایی که سود خود را هموار نمی کنند خواهند داشت؛ اما اگر مدیریت سود ناشی از فرصت طلبی مدیران باشد منجر به کاهش ارزش شرکت خواهد شد. روش ساده ای برای تعیین اینکه کدام جزء از مدیریت سود مضر و کدام جزء سودمند است؛ وجود ندارد. با این حال، وجود مکانیزمی که فرصت طلبی مدیران را کاهش دهد، به کاهش مدیریت

سود کمک می‌کند. در این راستا، مکانیزم حاکمیت شرکتی به عنوان ابزاری سودمند برای محدود کردن رفتارهای فرصت‌طلبانه مدیران که ممکن است ارزش شرکت را به زوال ببرد پیشنهاد می‌شود. حاکمیت شرکتی به عنوان مکانیزمی برای کاهش فرصت‌طلبی مدیران عمل می‌کند. شرکت‌هایی که حاکمیت شرکتی ضعیفی دارند نسبت به فرصت‌طلبی مدیران آسیب‌پذیرتر هستند و مدیریت سود دارای اثر سوء بر ارزش شرکت‌شان خواهد بود. به علاوه شرکت‌های دارای حاکمیت شرکتی قوی می‌توانند این مسائل را کاهش دهند و به همین جهت مدیریت سود دارای اثر سوء کمتری بر ارزش شرکت‌شان خواهد بود و یا حتی برای آن مفید خواهد بود (مهرانی و نوروزی، ۱۳۹۴).

بعد از پیدایش مشکلات نمایندگی به جهت حفظ منافع عمومی باید اطلاعات مصون‌سازی شده و منافع مدیران و مالکان همسو شود. از ابزارهای مختلفی در این خصوص استفاده شد مثل کاربرد تئوری اخلاق در حسابداری، ایجاد استانداردهای حسابداری، کنترل‌های داخلی، حسابرسی داخلی و مستقل، وجود مدیران غیرموظف در هیئت مدیره و به کارگیری رویه‌های بلندمدت‌پاداش. با این همه باز هم مشکلات کمتر نشده، بلکه پیچیدگی‌های آن بیشتر شده است. معیارهای کنترلی که به منظور کاهش مشکلات نمایندگی در نظر گرفته شده بود، نه تنها کارا نبوده بلکه حداقل نظارت‌ها را نیز اجرا نمی‌کرد. در واقع تمامی معیارهای ذکر شده، به صورت ظاهری و فقط در جهت رعایت قوانین بودند بدون اینکه بتوانند از منافع سهامداران در مقابل مدیران حمایت کنند. علت آن شاید نبود مکانیزم‌هایی از حاکمیت شرکتی است که بتواند علاوه بر مطابقت با تمام معیارهای گفته شده، به هدف غایی شرکت یعنی افزایش منافع سهامداران و نیز بهبود عملکرد شرکت منجر شود (بال و شیواکومار^{۱۲}، ۲۰۱۵). اهمیت حاکمیت شرکتی در جهان به حدی است که موسسه رتبه‌بندی استاندارد پورز^{۱۳} معیارهای چهارگانه ساختار مالکیت، روابط ذینفعان مالی، ساختار و عملکرد هیئت مدیره و پاسخگویی، شفافیت و افشای اطلاعات را برای حاکمیت شرکتی معرفی کرده است (جلایی و همکاران، ۱۳۹۶).

رقابت بین شرکت‌ها می‌تواند مکانیزمی برای کنترل رفتار مدیران باشد. رقابت موجب بهبود عملکرد مدیران و اتخاذ تصمیمات بهینه می‌شود، چون عدم موفقیت در این موارد، ورشکستگی و از دست دادن بازار را به دنبال دارد (دموری و ایزدی، ۱۳۹۸)؛ اما از سوی دیگر بیان شده است که رقابت در بازار محصول، تغییرپذیری سود را افزایش و پایداری میزان سود را کاهش می‌دهد. پراکندگی زیاد سود و میزان سود پایین، عامل بالقوه‌ای در سوء استفاده کردن هزینه در یک شرکت و سهامداران آن است و می‌تواند مدیریت را ترغیب کند که در مسیر انحراف از ثروت رفتار کند؛ زیرا مدیران درباره سودآوری شرکت شناخت بیشتری دارند. آنها می‌توانند در انحراف از عملکرد اقتصادی شرکت اقدام کنند و زیان حاصل از اجاره اقتصادی را کاهش دهند؛ بنابراین، مدیریت سود یک ابزار برای منحرف کردن عملکرد اقتصادی شرکت است (برزگر و همکاران، ۱۳۹۳).

¹² - Ball and Shivakumar

¹³ - Standard Poors

وجود پتانسیل‌های به‌کارگیری قدرت بازار، رقابت‌پذیری بازار که شالوه تکامل و رشد هر محیط اقتصادی است را کاهش می‌دهد. بعضی از اقتصاددانان قدرت بازار را توانایی تغییر قیمت‌ها از سطح رقابتی به قیمت‌های غیر رقابتی و سودآور تعریف می‌کنند. قدرت قیمت‌گذاری با سودآوری بالاتر این امکان را به شرکت می‌دهد تا اولاً در صورت بروز شوک‌های اقتصادی و بازار از حاشیه سود بالاتری بهره‌مند باشد و ثانیاً با درآمد فروش بیشتر نسبت به سایر شرکت‌های رقیب سود بیشتری برای تقسیم بین صاحبان سهام در اختیار داشته باشد. استدلال می‌شود که شرکت‌های بزرگ و پیشرو با افزایش قدرت بازار و تمرکز خود قادرند، سهم بازار بیشتری از فروش محصولات با قیمت‌های سودآورتر را به خود اختصاص دهند و با کسب سودهای بالاتری انتظار می‌رود مدیران این شرکت‌ها جهت افزایش منافع مطمئن صاحبان سهام و کسب منافع آتی برای خود بیشتر به سیاست تقسیم سود روی بیاورند. به این معنی که اولاً تصمیم به تقسیم سود و توزیع منابع داخلی بین سهامداران اتخاذ کنند و ثانیاً به نسبت‌های سود تقسیمی بالاتر تمایل نشان دهند (خیرخواه و همکاران، ۱۳۹۸). بر اساس مبانی بیان شده فرضیاً زیر طراحی شدند:

۱. استقلال هیأت مدیره تأثیر معناداری بر مدیریت سود واقعی شرکت دارد.
۲. مالکیت نهادی تأثیر معناداری بر مدیریت سود واقعی شرکت دارد.
۳. نوع حسابرس مستقل تأثیر معناداری بر مدیریت سود واقعی شرکت دارد.
۴. قدرت بازار بر رابطه میان استقلال هیأت مدیره و مدیریت سود واقعی شرکت تأثیر معناداری دارد.
۵. قدرت بازار بر رابطه میان مالکیت نهادی و مدیریت سود واقعی شرکت تأثیر معناداری دارد.
۶. قدرت بازار بر رابطه میان نوع حسابرس مستقل و مدیریت سود واقعی شرکت تأثیر معناداری دارد.
۷. تمرکز بازار بر رابطه میان استقلال هیأت مدیره و مدیریت سود واقعی شرکت تأثیر معناداری دارد.
۸. تمرکز بازار بر رابطه میان مالکیت نهادی و مدیریت سود واقعی شرکت تأثیر معناداری دارد.
۹. تمرکز بازار بر رابطه میان نوع حسابرس مستقل و مدیریت سود واقعی شرکت تأثیر معناداری دارد.

روش تحقیق

این پژوهش از حیث روش توصیفی - همبستگی است. توصیفی به این دلیل که آنچه را که هست توصیف و تفسیر می‌کند و به شرایط یا روابط موجود، فرآیندهای جاری، آثار مشهود یا روندهای در حال گسترش توجه دارد و همبستگی به این دلیل که رابطه بین متغیرها را بررسی می‌کند. این پژوهش از حیث هدف کاربردی می‌باشد. در پژوهش حاضر برای مطالعه ادبیات موضوع و بررسی پیشینه تحقیق از روش مطالعات کتابخانه‌ای استفاده می‌گردد؛ و در جهت غنای مبانی تئوریک پژوهش، از کتب و مجلات تخصصی فارسی و انگلیسی استفاده می‌شود. همچنین اطلاعات مربوط به متغیرهای تحقیق از طریق مراجعه به صورت‌های مالی، یادداشت‌های توضیحی و با استفاده از سایت کدال جمع‌آوری می‌گردد. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار است. کیفیت اطلاعات و سهولت دسترسی به اطلاعات صورت‌های مالی و سایر اطلاعات، از مهمترین

دلایل انتخاب این جامعه آماری است. با توجه به ماهیت پژوهش، در این پژوهش از روش نمونه‌گیری حذف سیستماتیک (هدفمند) استفاده شده است.

جامعه آماری این تحقیق شامل کلیه شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران میباشد. نمونه آماری عبارت است از تعداد محدودی از آحاد جامعه آماری که بیان‌کننده ویژگی‌های اصلی جامعه باشد. در این تحقیق برای این که نمونه آماری یک نماینده مناسب از جامعه آماری مورد نظر باشد، از روش حذف سیستماتیک استفاده شده است. برای این منظور ۵ معیار زیر در نظر گرفته شده و در صورتی که شرکتی کلیه معیارها را احراز کرده باشد به عنوان نمونه تحقیق انتخاب شده و مابقی حذف می‌شوند. روند انتخاب نمونه در جدول ۳-۱ ارائه شده است.

(۱) با توجه به این که برای محاسبه برخی از متغیرها نیاز به داده‌های سال‌های قبل‌تر نیز می‌باشد لذا شرکت لازم است قبل از سال ۱۳۹۱ در بورس پذیرفته شده و تا پایان سال ۱۳۹۷ در بورس فعال باشد.

(۲) به دلیل ماهیت خاص فعالیت شرکت‌های هلدینگ، بیمه، لیزینگ، بانک‌ها، موسسات مالی و سرمایه‌گذاری و تفاوت قابل ملاحظه آن‌ها با شرکت‌های تولیدی و بازرگانی، شرکت انتخابی جز شرکت‌های یاد شده نباشد.

(۳) سال مالی شرکت منتهی به ۲۹ اسفند باشد و طی بازه زمانی تحقیق تغییر سال مالی نداشته باشد.

(۴) در بازه زمانی سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۷ سهام شرکت در بورس اوراق بهادار مورد معامله قرار گرفته باشد (فاقد وقفه معاملاتی بیش از ۶ ماه)

(۵) اطلاعات مالی شرکت‌ها در دسترس باشد.

جدول (۱): روند انتخاب نمونه

۵۱۳	تعداد کل شرکت‌های پذیرفته شده در بورس در پایان سال ۹۷
	معیارها:
(۱۷۶)	تعداد شرکت‌هایی که در قلمرو زمانی ۹۱-۹۷ در بورس فعال نبوده‌اند.
(۷۰)	تعداد شرکت‌هایی بعد از سال ۹۱ در بورس پذیرفته شده‌اند.
(۴۵)	تعداد شرکت‌هایی که جز هلدینگ، سرمایه‌گذاری، واسطه‌گری‌های مالی، بانک‌ها و یا لیزینگ‌ها
(۵۳)	تعداد شرکت‌هایی که در قلمرو زمانی تحقیق تغییر سال مالی داده و یا سال مالی آن منتهی پایان اسفند
(۳۰)	تعداد شرکت‌هایی که در قلمرو زمانی تحقیق سهام آن‌ها معامله نشده است (وقفه معاملاتی بیش از ۶
(۷)	تعداد شرکت‌هایی که در قلمرو زمانی تحقیق اطلاعات مورد آن‌ها در دسترس نمی‌باشد
۱۳۲	تعداد شرکت‌های نمونه

بعد از مدنظر قرار دادن کلیه معیارهای بالا، تعداد ۱۳۲ شرکت به عنوان جامعه غربالگری شده باقیمانده است؛ که همه آن‌ها به عنوان نمونه انتخاب شده‌اند. از این رو مشاهدات ما طی بازه زمانی ۱۳۹۱ لغایت ۱۳۹۷ به ۹۲۴ سال - شرکت (۷ سال × ۱۳۲ شرکت) می‌رسد.

مدل آزمون فرضیه های پژوهش

در پژوهش حاضر، به منظور بررسی فرضیات به اقتباس از پژوهش دیری و همکاران (۲۰۲۰) از مدل زیر

استفاده می شود:

$$\begin{aligned} \text{REM}_{it} = & \beta_0 + \beta_1 \text{BIND}_{it} + \beta_2 \text{INS}_{it} + \beta_3 \text{TYPAUD}_{it} + \beta_4 \text{MP}_{it} + \beta_5 \text{MCON}_{it} + \\ & \beta_6 \text{BIND}_{it} \times \text{MP}_{it} + \beta_7 \text{INS}_{it} \times \text{MP}_{it} + \beta_8 \text{TYPAUD}_{it} \times \text{MP}_{it} + \beta_9 \text{BIND}_{it} \times \\ & \text{MCON}_{it} + \beta_{10} \text{INS}_{it} \times \text{MCON}_{it} + \beta_{11} \text{TYPAUD}_{it} \times \text{MCON}_{it} + \beta_{12} \text{SIZE}_{it} + \beta_{13} \\ & \text{CF}_{it} + \beta_{14} \text{LOSS}_{it} + \beta_{15} \text{ROA}_{it} + \beta_{16} \text{SG}_{it} + \varepsilon_{it} \end{aligned}$$

که در روابط فوق داریم:

REM_{it} : مدیریت سود واقعی شرکت i در سال t

BIND_{it} : استقلال هیأت مدیره شرکت i در سال t

INS_{it} : مالکیت نهادی شرکت i در سال t

TYPAUD_{it} : نوع حسابرس مستقل شرکت i در سال t

MP_{it} : قدرت بازار شرکت i در سال t

MCON_{it} : تمرکز بازار شرکت i در سال t

SIZE_{it} : اندازه شرکت i در سال t

CF_{it} : جریان وجوه نقد عملیاتی شرکت i در سال t

LOSS_{it} : زیان شرکت i در سال t

ROA_{it} : بازده دارایی شرکت i در سال t

SG_{it} : رشد فروش شرکت i در سال t

نحوه محاسبه متغیرها

متغیر وابسته

مدیریت سود واقعی: برای محاسبه مدیریت سود واقعی، از مدل زیر استفاده می گردد.

$$\frac{\text{CFO}}{A_{t-1}} = \alpha_1 \left(\frac{1}{A_{t-1}} \right) + \alpha_2 \left(\frac{\text{sale}}{A_{t-1}} \right) + \alpha_3 \left(\frac{\Delta \text{sale}}{A_{t-1}} \right) + \varepsilon$$

که در این رابطه:

$\text{CFO}_{i,t}$: جریان نقدی عملیاتی

A_{t-1} = کل دارایی ها در ابتدای سال

$\text{sale}_{i,t}$ = مبلغ فروش در سال t

$\Delta \text{sale}_{i,t}$: تغییر در مبلغ فروش (فروش سال t منهای فروش سال $t-1$)

$\varepsilon_{i,t}$: خطای پسماند جمله است که بیانگر مدیریت سود واقعی برای هر سال شرکت می‌باشد. در آزمون فرضیه‌ها، از باقیمانده مدل به منظور محاسبه متغیر مدیریت جریان نقدی استفاده می‌شود (مشایخی و حسین پور، ۱۳۹۵).

متغیرهای مستقل

استقلال هیأت مدیره: استقلال هیأت مدیره به صورت تعداد اعضای غیرموظف (مستقل) در ترکیب هیأت مدیره تقسیم بر تعداد کل اعضای هیأت مدیره تعریف عملیاتی می‌شود (مرادی و محقق، ۱۳۹۶).

مالکیت نهادی: منظور از مالکیت نهادی درصدی از سهام یک شرکت سهامی است که متعلق به بانک‌ها، بیمه‌ها، صندوق‌های بازنشستگی، شرکت‌های سرمایه‌گذاری، سازمان‌ها و... می‌باشد (مرادی و محقق، ۱۳۹۶).

نوع حسابرس مستقل: صورت‌های مالی اساسی شرکت توسط کدام گروه از حساب‌رسان مورد حسابرسی و بررسی قرار گرفته شده است. در صورتی که مرجع حسابرسی شرکت، سازمان حسابرسی باشد به آن ارزش یک و اگر توسط موسسات حسابرسی مورد رسیدگی قرار گرفته باشد ارزش صفر تعلق می‌گیرد (توکل نیا و مکرانی^{۱۴}، ۲۰۱۵).

متغیرهای تعدیلگر

قدرت بازار محصول: این متغیر توانایی شرکت را برای تغییر قیمت رقابتی محصولات خود به قیمت‌های سودآور نشان می‌دهد. بر این اساس هرچه این نسبت بزرگتر باشد توانایی شرکت برای قیمت‌گذاری محصولات خود بالاتر است. برای سنجش این متغیر از شاخص لرنر تعدیل شده برای صنعت استفاده می‌شود (تانگ و چن، ۲۰۲۰):

$$LI_i = \frac{(Sales - COGS - SG\&A)}{Sales}$$

که در آن:

LI_i : شاخص لرنر شرکت i

Sales: فروش

COGS: بهای تمام شده کالای فروش رفته

SG&A: هزینه‌های عمومی، اداری و فروش

$$MP_i = LI_i - \sum_{i=1}^N W_i \cdot LI_i$$

MP_i : قدرت بازار شرکت i

W_i : نسبت فروش شرکت i به کل فروش صنعت

¹⁴ - Tavakolnia and Makrani

تمرکز بازار: در این پژوهش مطابق با پژوهش دیری و همکاران (۲۰۲۰) از شاخص هرفیندال-هریسمن برای سنجش تمرکز بازار استفاده می‌شود. شاخص هرفیندال-هریسمن را به عنوان بهترین شاخص سنجش تمرکز بازار بیان کردند این شاخص حاصل جمع مجذورات سهم از بازار فروش شرکت‌ها حاضر در یک صنعت می‌باشد در صورتی که نسبت تمرکز در صنعتی بیشتر باشد (تعداد شرکت‌ها فعال در صنعت کمتر و یا حجم عمده‌ی فروش دست صنعت دست یک یا چند شرکت خاص باشد) در این صورت عدد به دست آمده برای شاخص هرفیندال-هریسمن، بزرگ‌تر خواهد بود و برعکس. در حالت کلی بر این دست است که صنایعی با نسبت تمرکز کمتر، رقابتی‌تر از سایر صنایع باشند. شاخص هرفیندال از رابطه زیر محاسبه می‌گردد:

$$HHI = \sum_i^N S_i^2$$

S سهم بازار شرکت i می‌باشد که از رابطه زیر محاسبه می‌گردد:

$$S = X_j / \sum_i^N X_j$$

که در آن X نشان دهنده فروش شرکت j ام و i نشان دهنده صنعت می‌باشد. هرچه شاخص هرفیندال بزرگ‌تر باشد تمرکز بیشتر است و رقابت در آن صنعت کمتر می‌باشد.

متغیرهای کنترلی

اندازه شرکت: بر حسب لگاریتم طبیعی ارزش بازار سهام در پایان سال مالی محاسبه می‌شود (دیری و همکاران، ۲۰۲۰).

جریان وجوه نقد عملیاتی: استفاده از نسبت جریان وجوه نقد عملیاتی به جمع دارایی‌ها محاسبه می‌شود (دیری و همکاران، ۲۰۲۰).

زیان شرکت: یک متغیر مجازی است که اگر شرکت در پایان سال زیان داشته باشد ۱ در غیر اینصورت صفر است (دیری و همکاران، ۲۰۲۰).

بازده دارایی: از نسبت سود خالص به کل دارایی‌های شرکت محاسبه می‌گردد (دیری و همکاران، ۲۰۲۰).

رشد فروش: با استفاده از نسبت تفاوت فروش آنها و ابتدای دوره تقسیم بر فروش ابتدای دوره شرکت محاسبه می‌شود (دیری و همکاران، ۲۰۲۰).

یافته‌های پژوهش

در این قسمت از تحقیق با استفاده از ابزارهای مناسب، اطلاعات و داده‌های لازم جهت آزمون فرضیه‌ها به شیوه تجربی بیان می‌گردد، سپس با بهره‌گیری از تکنیک‌های آماری مناسبی که با روش تحقیق، نوع متغیرها و ... سازگاری دارد، داده‌ها جمع‌آوری، دسته‌بندی و تجزیه و تحلیل شده و در نهایت فرضیه‌ها آزمون می‌گردد. جدول (۲) نشان‌دهنده آمار توصیفی متغیرهای تحقیق می‌باشد که شامل ۹۲۴ مشاهده است. در این جدول شاخص‌های میانگین، میانه، بیشینه، کمینه، انحراف معیار، چولگی و کشیدگی بیان می‌گردد.

جدول (۲): نتایج آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	میانه	بیشینه	کمینه	انحراف معیار	چولگی	کشیدگی
مدیریت سود	REM	-۰,۰۱۰	۰,۰۰۸	۰,۸۲۷	-۰,۹۷۰	۰,۱۶۷	۷,۱۹۸
استقلال هیأت	BIND	۰,۶۷۱	۰,۶۰۰	۱,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۱۸۰	۲,۸۳۳
مالکیت نهادی	INS	۰,۶۰۲	۰,۷۰۴	۰,۹۸۲	۰,۰۰۰	۰,۳۰۶	۲,۳۳۴
نوع حسابرس	TYPAUD	۰,۲۲۵	۰,۰۰۰	۱,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۴۱۷	۲,۷۳۲
قدرت بازار	MP	۰,۱۸۱	۰,۱۶۷	۰,۹۷۸	-۲,۴۷۷	۰,۲۱۴	۲,۹۵۴
تمرکز بازار	MCON	۰,۱۱۸	۰,۰۵۴	۰,۹۵۹	۰,۰۰۰۲	۰,۱۶۸	۸,۷۶۳
اندازه شرکت	SIZE	۱۴,۱۹۷	۱۳,۹۹۱	۱۹,۷۴۰	۱۰,۱۳۲	۱,۵۷۸	۳,۹۳۵
جریان وجوه نقد	CF	۰,۱۲۵	۰,۱۰۶	۰,۶۴۲	-۰,۴۶۰	۰,۱۳۲	۴,۳۷۸
زیان شرکت	LOSS	۰,۱۱۱	۰,۰۰۰	۱,۰۰۰	۰,۰۰۰	۰,۳۱۴	۷,۰۹۶
بازده دارایی	ROA	۰,۱۱۶	۰,۰۹۷	۰,۶۲۶	-۰,۴۰۴	۰,۱۴۰	۴,۴۱۱
رشد فروش	SG	۰,۲۳۷	۰,۱۷۵	۶,۵۵۵	-۰,۸۴۷	۰,۴۸۴	۴,۵۹۳
مشاهدات		۹۲۴	۹۲۴	۹۲۴	۹۲۴	۹۲۴	۹۲۴

جدول (۲) حاوی آمار توصیفی متغیرهای تحقیق است. در این جدول، کمترین میانگین مربوط به متغیر مدیریت سود واقعی شرکت و بیشترین میانگین مربوط به متغیر اندازه شرکت می‌باشد. همچنین در بین متغیرهای تحقیق کمترین انحراف معیار مربوط به متغیر جریان وجوه نقد عملیاتی شرکت و بیشترین انحراف معیار مربوط به متغیر اندازه شرکت است. مثبت بودن ضرایب کشیدگی حکایت از این مطلب دارد که توزیع متغیرها از توزیع نرمال بلندتر بوده و داده‌ها حول میانگین متمرکزتر شده‌اند.

به‌منظور اطمینان از نتایج تحقیق و ساختگی نبودن روابط موجود در رگرسیون و معنادار بودن متغیرها، اقدام به انجام آزمون مانایی و محاسبه ریشه واحد متغیرهای تحقیق در مدل‌ها گردید. آزمون مزبور با استفاده از نرم‌افزار EViews10 و روش‌های آزمون لوین، لین و چو، آزمون ایم، پسران و شین، آزمون ریشه واحد فیشر-دیکی فولر تعمیم‌یافته و آزمون ریشه واحد فیشر-فیلیپس انجام گردید. در آزمون ریشه واحد فرضیه صفر بیانگر وجود ریشه

واحد بوده و در صورتی که احتمال آزمونها کوچکتر از ۰,۰۵ باشد، به احتمال ۹۵ درصد فرضیه صفر پذیرفته نمی‌شود. نتایج حاصل از آزمون ریشه واحد برای متغیرهای مدل‌ها به شرح جدول ۳ است.

جدول (۳): نتایج آزمون مانایی متغیرهای تحقیق

PP - Fisher Chi-square		ADF - Fisher Chi-square		Im, Pesaran and Shin W-stat		Levin, Lin & Chu		متغیرها
معناداری	آماره	معناداری	آماره	معناداری	آماره	معناداری	آماره	
۰,۰۰۰	۶۳۱,۰۸۸	۰,۰۰۰	۵۲۸,۵۴۹	۰,۰۰۰	-۸,۳۳۸	۰,۰۰۰	-۲۸,۸۲۵	REM
۰,۰۰۰	۵۳۲,۶۰۲	۰,۰۰۰	۴۴۳,۳۳۶	۰,۰۰۰	-۱۶,۷۵۲	۰,۰۰۰	-۹۴,۰۴۲	INS
۰,۰۰۰	۳۷۶,۸۴۶	۰,۰۱۴	۳۱۷,۰۱۶	۰,۰۱۸	-۲,۰۹۲	۰,۰۰۰	-۱۶,۱۲۹	MP
۰,۰۰۰	۴۰۴,۹۰۸	۰,۰۰۴	۳۲۸,۲۷۱	۰,۰۲۳	-۱,۹۸۵	۰,۰۰۰	-۱۱,۳۳۲	MCON
۰,۰۰۰	۷۷۲,۰۴۰	۰,۰۰۰	۵۹۷,۶۹۷	۰,۰۰۰	-۱۲,۷۱۴	۰,۰۰۰	-۴۶,۹۴۹	SIZE
۰,۰۰۰	۶۵۱,۲۴۱	۰,۰۰۰	۵۱۹,۶۱۲	۰,۰۰۰	-۸,۰۲۶	۰,۰۰۰	-۲۵,۸۷۱	CF
۰,۰۰۰	۴۱۳,۶۳۵	۰,۰۰۰	۳۸۹,۴۹۰	۰,۰۰۰	-۶,۰۸۶	۰,۰۰۰	-۱۲,۱۵۹	ROA
۰,۰۰۰	۵۰۲,۰۲۷	۰,۰۰۰	۴۱۰,۵۹۳	۰,۰۰۰	-۴,۹۷۴	۰,۰۰۰	-۱۷,۷۱۲	SG

نتایج بیان شده در جدول (۳) بیانگر این است که معناداری (Prob) به دست آمده برای کلیه آزمونهای مانایی متغیرها کوچکتر از ۰,۰۵ است لذا کلیه متغیرهای تحقیق مانا هستند. جدول (۴) ضرایب همبستگی پیرسون میان متغیرها را نشان می‌دهد.

جدول (۴): نتایج آزمون عدم هم خطی متغیرها

SG	ROA	LOSS	CF	SIZE	MCON	MP	TYPAUD	INS	BIND	REM	Correlation
										۱,۰۰	REM
									۱,۰۰	۰,۱۳	BIND
								۱,۰۰	۰,۱۳	۰,۰۹	INS
							۱,۰۰۰	۰,۱۴	۰,۱۶	۰,۰۰	TYPAUD
						۱,۰۰	۰,۰۳۱	۰,۰۷	۰,۱۲	۰,۴۳	MP
					۱,۰۰۰	۰,۰۲	۰,۲۱۸	۰,۱۳	۰,۰۰	۰,۰۲	MCON
				۱,۰۰	۰,۳۸۵	۰,۳۴	۰,۲۱۴	۰,۱۹	۰,۰۱	۰,۲۳	SIZE

			۱,۰۰	۰,۲۳	۰,۰۳۴	۰,۴۳	۰,۰۰۷	۰,۱۱	۰,۱۲	۰,۹۴	CF
		۱,۰۰	۰,۱۷	۰,۱۵	۰,۰۳۸	۰,۴۶	۰,۰۲۳	۰,۰۶	۰,۱۷	۰,۱۵	LOSS
	۱,۰۰	۰,۵۳	۰,۵۲	۰,۳۶	۰,۰۸۱	۰,۶۷	۰,۰۲۰	۰,۰۵	۰,۱۶	۰,۵۲	ROA
۱,۰	۰,۲۷	۰,۱۶	۰,۰۸	۰,۰۸	۰,۰۸۱	۰,۱۹	-۰,۰۰۵	۰,۰۴	۰,۰۴	۰,۰۵	SG

باتوجه به نتایج جدول (۴) و آزمون هم خطی متغیرها مشخص می‌شود که مقادیر ضریب همبستگی خیلی زیاد یا خیلی کم (نزدیک به +۱ و -۱) که نتایج تحلیل رگرسیونی را تحت تأثیر قرار دهد، وجود ندارد، در نتیجه هم خطی میان متغیرهای پژوهش وجود ندارد. نتایج حاصل از تخمین مدل آزمون فرضیات تحقیق با استفاده از روش EGLS در جدول (۵) به نمایش درآمده است.

جدول (۵): نتایج تخمین مدل آزمون فرضیه‌ها

$REM_{it} = \beta_0 + \beta_1 BIND_{it} + \beta_2 INS_{it} + \beta_3 TYPAUD_{it} + \beta_4 MP_{it} + \beta_5 MCON_{it} + \beta_6 BIND_{it} \times MP_{it} + \beta_7 INS_{it} \times MP_{it} + \beta_8 TYPAUD_{it} \times MP_{it} + \beta_9 BIND_{it} \times MCON_{it} + \beta_{10} INS_{it} \times MCON_{it} + \beta_{11} TYPAUD_{it} \times MCON_{it} + \beta_{12} SIZE_{it} + \beta_{13} CF_{it} + \beta_{14} LOSS_{it} + \beta_{15} ROA_{it} + \beta_{16} SG_{it} + \epsilon_{it}$				
P-value	آماره t	خطای استاندارد	ضریب برآورد شده	متغیر
۰,۰۰۹	-۲,۵۸۸	۰,۰۰۹	-۰,۰۲۴	BIND
۰,۰۰۰	۴,۹۳۷	۰,۰۰۵	۰,۰۲۶	INS
۰,۹۲۹	۰,۰۸۸	۰,۰۰۳	۰,۰۰۰۳	TYPAUD
۰,۰۰۰	-۳,۶۹۷	۰,۰۰۳	-۰,۰۱۱	MP
۰,۰۰۰	-۵,۲۸۹	۰,۰۰۳	-۰,۰۱۸	MCON
۰,۹۶۸	-۰,۰۳۹	۰,۰۳۱	-۰,۰۰۱	BIND×MP
۰,۰۰۳	-۲,۹۲۲	۰,۰۱۸	-۰,۰۵۴	INS×MP
۰,۹۲۹	۰,۰۸۷	۰,۰۱۰	۰,۰۰۰۹	TYPAUD×MP
۰,۱۲۲	۱,۰۰۶	۰,۰۸۹	۰,۰۸۹	BIND×MCON
۰,۱۰۵	-۱,۰۳۵	۰,۰۷۹	-۰,۰۸۲	INS×MCON
۰,۰۸۵	۱,۷۱۹	۰,۰۱۳	۰,۰۲۳	TYPAUD×MC
۰,۲۲۴	-۱,۲۱۴	۰,۰۰۰	-۰,۰۰۰۹	SIZE
۰,۰۰۰	-۱۲۶,۱۳۰	۰,۰۰۸	-۱,۱۱۷	CF

۰,۰۰۰	-۴,۵۹۷	۰,۰۰۴	-۰,۰۱۸	LOSS
۰,۰۰۰	-۳,۷۱۵	۰,۰۱۳	-۰,۰۴۸	ROA
۰,۰۰۰	۱۲,۶۳۳	۰,۰۰۲	۰,۰۳۳	SG
۰,۰۰۰	۱۱,۹۵۴	۰,۰۱۲	۰,۱۴۶	عرض از مبدا (C)
ضریب تعیین تعدیل شده = ۰,۶۶۰			ضریب تعیین = ۰,۶۶۱	
احتمال آزمون F = ۰,۰۰۰۰		آماره آزمون F = ۱۴۱۳,۷۵۶	آماره دوربین واتسون = ۱,۶۴۵	

نتایج بیان شده در جدول (۵) بیانگر این است که معناداری آزمون F برابر با ۰,۰۰۰ می‌باشد که کوچک‌تر از ۰,۰۵ است و از آنجائی که آماره F اعتبار کلی مدل را نشان می‌دهد در نتیجه می‌توان گفت مدل آزمون فرضیه با احتمال ۹۵٪ معنادار بوده و از اعتبار بالایی برخوردار است. ضریب تعیین تعدیل شده مدل معادل ۰,۶۶۰ است. این عدد نشان می‌دهد که حدود ۶۶ درصد تغییرات متغیر وابسته، توسط متغیرهای توضیحی مدل قابل تبیین است و از آنجائی که آماره دوربین- واتسون مدل برابر با ۱,۶۴۵ است و این مقدار بین ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد، می‌توان گفت که در مدل خودهمبستگی وجود ندارد.

فرضیه اول: نتایج مندرج در جدول (۵) بیانگر این است که معناداری (Prob) محاسبه شده برای متغیر مستقل استقلال هیأت مدیره (۰,۰۰۹)، کوچک‌تر از ۰,۰۵ و ضریب برآورد شده آن متغیر (-۰,۰۲۴) منفی است. در نتیجه می‌توان بیان کرد که استقلال هیأت مدیره تاثیر منفی و معناداری بر مدیریت سود واقعی شرکت دارد بر این اساس، فرضیه اول پژوهش در سطح اطمینان ۹۵٪ مبنی بر اینکه استقلال هیأت مدیره تاثیر معناداری بر مدیریت سود واقعی شرکت دارد، پذیرفته می‌گردد.

فرضیه دوم: نتایج مندرج در جدول (۵) بیانگر این است که معناداری (Prob) محاسبه شده برای متغیر مستقل مالکیت نهادی (۰,۰۰۰)، کوچک‌تر از ۰,۰۵ و ضریب برآورد شده آن متغیر (۰,۰۲۶) مثبت است. در نتیجه می‌توان بیان کرد که مالکیت نهادی تاثیر مثبت و معناداری بر مدیریت سود واقعی شرکت دارد بر این اساس، فرضیه دوم پژوهش در سطح اطمینان ۹۵٪ مبنی بر اینکه مالکیت نهادی تاثیر معناداری بر مدیریت سود واقعی شرکت دارد، پذیرفته می‌گردد.

فرضیه سوم: نتایج مندرج در جدول (۵) بیانگر این است که معناداری (Prob) محاسبه شده برای متغیر مستقل مالکیت نهادی (۰,۹۲۹)، بزرگ‌تر از ۰,۰۵ و ضریب برآورد شده آن متغیر (۰,۰۰۳) مثبت است. در نتیجه می‌توان بیان کرد که مالکیت نهادی تاثیر معناداری بر مدیریت سود واقعی شرکت ندارد بر این اساس، فرضیه سوم پژوهش در سطح اطمینان ۹۵٪ مبنی بر اینکه نوع حسابرس مستقل تاثیر معناداری بر مدیریت سود واقعی شرکت دارد، رد می‌گردد.

فرضیه چهارم: نتایج مندرج در جدول (۵) بیانگر این است که معناداری (Prob) محاسبه‌شده برای متغیر $BIND \times MP$ (۰,۹۶۸)، بزرگ‌تر از ۰,۰۵ و ضریب برآورد شده آن متغیر (۰,۰۰۱-) منفی است. در نتیجه می‌توان بیان کرد که قدرت بازار بر رابطه میان استقلال هیأت مدیره و مدیریت سود واقعی شرکت تأثیر معناداری ندارد بر این اساس، فرضیه چهارم پژوهش در سطح اطمینان ۹۵٪ مبنی بر اینکه قدرت بازار بر رابطه میان استقلال هیأت مدیره و مدیریت سود واقعی شرکت تأثیر معناداری دارد، رد می‌گردد.

فرضیه پنجم: نتایج مندرج در جدول (۵) بیانگر این است که معناداری (Prob) محاسبه‌شده برای متغیر $INS \times MP$ (۰,۰۰۳)، کوچک‌تر از ۰,۰۵ و ضریب برآورد شده آن متغیر (۰,۰۵۴-) منفی است. در نتیجه می‌توان بیان کرد که قدرت بازار بر رابطه میان مالکیت نهادی و مدیریت سود واقعی شرکت تأثیر منفی و معناداری دارد بر این اساس، فرضیه پنجم پژوهش در سطح اطمینان ۹۵٪ مبنی بر اینکه قدرت بازار بر رابطه میان مالکیت نهادی و مدیریت سود واقعی شرکت تأثیر معناداری دارد، پذیرفته می‌گردد.

فرضیه ششم: نتایج مندرج در جدول (۵) بیانگر این است که معناداری (Prob) محاسبه‌شده برای متغیر $TYPAUD \times MP$ (۰,۹۲۹)، بزرگ‌تر از ۰,۰۵ و ضریب برآورد شده آن متغیر (۰,۰۰۰۹) مثبت است. در نتیجه می‌توان بیان کرد قدرت بازار بر رابطه میان نوع حسابرس مستقل و مدیریت سود واقعی شرکت تأثیر معناداری ندارد بر این اساس، فرضیه ششم پژوهش در سطح اطمینان ۹۵٪ مبنی بر اینکه قدرت بازار بر رابطه میان نوع حسابرس مستقل و مدیریت سود واقعی شرکت تأثیر معناداری دارد، رد می‌گردد.

فرضیه هفتم: نتایج مندرج در جدول (۵) بیانگر این است که معناداری (Prob) محاسبه‌شده برای متغیر $BIND \times MCON$ (۰,۱۲۲)، بزرگ‌تر از ۰,۰۵ و ضریب برآورد شده آن متغیر (۰,۰۸۹) مثبت است. در نتیجه می‌توان بیان کرد تمرکز بازار بر رابطه میان استقلال هیأت مدیره و مدیریت سود واقعی شرکت تأثیر معناداری ندارد بر این اساس، فرضیه هفتم پژوهش در سطح اطمینان ۹۵٪ مبنی بر اینکه تمرکز بازار بر رابطه میان استقلال هیأت مدیره و مدیریت سود واقعی شرکت تأثیر معناداری دارد، رد می‌گردد.

فرضیه هشتم: نتایج مندرج در جدول (۵) بیانگر این است که معناداری (Prob) محاسبه‌شده برای متغیر $INS \times MCON$ (۰,۱۰۵)، بزرگ‌تر از ۰,۰۵ و ضریب برآورد شده آن متغیر (۰,۰۸۲-) منفی است. در نتیجه می‌توان بیان کرد تمرکز بازار بر رابطه میان مالکیت نهادی و مدیریت سود واقعی شرکت تأثیر معناداری ندارد بر این اساس، فرضیه هشتم پژوهش در سطح اطمینان ۹۵٪ مبنی بر اینکه تمرکز بازار بر رابطه میان مالکیت نهادی و مدیریت سود واقعی شرکت تأثیر معناداری دارد، رد می‌گردد.

فرضیه نهم: نتایج مندرج در جدول (۵) بیانگر این است که معناداری (Prob) محاسبه‌شده برای متغیر $TYPAUD \times MCON$ (۰,۰۸۵)، بزرگ‌تر از ۰,۰۵ و ضریب برآورد شده آن متغیر (۰,۰۲۳) مثبت است. در نتیجه می‌توان بیان کرد تمرکز بازار بر رابطه میان نوع حسابرس مستقل و مدیریت سود واقعی شرکت تأثیر معناداری ندارد

بر این اساس، فرضیه نهم پژوهش در سطح اطمینان ۹۵٪ مبنی بر اینکه تمرکز بازار بر رابطه میان نوع حسابرس مستقل و مدیریت سود واقعی شرکت تاثیر معناداری دارد، رد می‌گردد.

بحث و نتایج

بر اساس نتایج حاصل از آزمون‌های انجام شده در این تحقیق در سطح اطمینان ۹۵ درصد می‌توان عنوان کرد استقلال هیأت مدیره تاثیر منفی و معناداری بر مدیریت سود واقعی شرکت دارد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه اول پژوهش، مطابق با یافته‌های تانگ و چن (۲۰۲۰) است. مالکیت نهادی تاثیر مثبت و معناداری بر مدیریت سود واقعی شرکت دارد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه دوم پژوهش، مطابق با یافته‌های تانگ و چن (۲۰۲۰) است. نوع حسابرس مستقل تاثیر معناداری بر مدیریت سود واقعی شرکت ندارد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه سوم پژوهش، بر خلاف یافته‌های تانگ و چن (۲۰۲۰) است. قدرت بازار بر رابطه میان استقلال هیأت مدیره و مدیریت سود واقعی شرکت تاثیر معناداری ندارد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه چهارم پژوهش، بر خلاف یافته‌های تانگ و چن (۲۰۲۰) است. قدرت بازار بر رابطه میان مالکیت نهادی و مدیریت سود واقعی شرکت تاثیر منفی و معناداری دارد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه دوم پژوهش، مطابق با یافته‌های تانگ و چن (۲۰۲۰) است. قدرت بازار بر رابطه میان نوع حسابرس مستقل و مدیریت سود واقعی شرکت تاثیر معناداری ندارد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه ششم پژوهش، بر خلاف یافته‌های تانگ و چن (۲۰۲۰) است. تمرکز بازار بر رابطه میان استقلال هیأت مدیره و مدیریت سود واقعی شرکت تاثیر معناداری ندارد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه هفتم پژوهش، بر خلاف یافته‌های تانگ و چن (۲۰۲۰) است. تمرکز بازار بر رابطه میان مالکیت نهادی و مدیریت سود واقعی شرکت تاثیر معناداری ندارد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه هفتم پژوهش، بر خلاف یافته‌های تانگ و چن (۲۰۲۰) است. تمرکز بازار بر رابطه میان نوع حسابرس مستقل و مدیریت سود واقعی شرکت تاثیر معناداری ندارد. نتایج حاصل از آزمون فرضیه هفتم پژوهش، بر خلاف یافته‌های تانگ و چن (۲۰۲۰) است.

به هیأت مدیره شرکتها پیشنهاد می‌گردد با استفاده از مکانیزم‌های نظارتی حاکمیت شرکتی مانند اعضای غیرموظف در شرکت از مدیریت سود و سوء استفاده‌های مالی جلوگیری بعمل آورند. به اداره‌کنندگان شرکتها پیشنهاد می‌گردد با وجود درصد بالای مالکیت نهادی از مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی در مقابله با مدیریت سود واقعی استفاده کنند. به حسابرسان مستقل پیشنهاد می‌گردد در بررسی‌های خود نقش قدرت بازار را در رابطه میان مالکیت نهادی و مدیریت سود واقعی جهت کشف سواستفاده مدیرعامل شرکت بررسی کنند. این تحقیق در میان شرکت‌های حاضر در بورس اوراق بهادار تهران انجام گردید به سایر پژوهشگران پیشنهاد می‌گردد این تحقیق را در میان موسسات مالی و بانک‌ها بررسی اجرا کنند. به پژوهشگران پیشنهاد می‌گردد در پژوهش‌های آتی از معیارهای کیفیت حاکمیت شرکتی استفاده نمایند. به پژوهشگران پیشنهاد می‌گردد در تحقیقات آتی به بررسی دیگر شاخص‌های رقابت در بازار شرکت در رابطه میان شاخص‌های حاکمیت شرکتی و مدیریت سود بپردازند.

منابع

- ۱- احمد پور، احمد و منتظری، هادی. (۱۳۹۰). تنوع مدیریت سود و تأثیر اندازه شرکت، ساختار مالکیت و حاکمیت شرکتی بر آن. *مجله پیشرفت های حسابداری دانشگاه شیراز*، ۳(۲)، ۱-۳۵.
- ۲- برزگر، قدرت‌الله؛ طالب تبار آهنگر، میثم و اصابت طبری، عصمت. (۱۳۹۳). بررسی ارتباط بین رقابت در بازار محصول و مدیریت سود (مورد مطالعه: شرکت های پذیرفته شده در سازمان بورس اوراق بهادار تهران). *مجله پژوهش های حسابداری مالی*، ۶(۲۲)، ۷۳-۸۸.
- ۳- پاک مرام، عسگر. (۱۳۹۶). تأثیر کیفیت حسابداری بر مدیریت سود در زمان عرضه اولیه سهام. *دانش حسابداری*، ۱۷(۶۸)، ۲۱۹-۲۳۷.
- ۴- جلایی، سید عبدالمجید؛ رحیمی پور، اکبر؛ میر، هدیه و جمال زاده، محمود. (۱۳۹۶). تأثیر شاخص کیفیت حاکمیت شرکتی بر محدود کردن مدیریت سود با استفاده از معاملات غیرمعمول با اشخاص وابسته در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *راهبرد مدیریت مالی*، ۵(۱۶)، ۱-۲۷.
- ۵- حساس یگانه، یحیی. (۱۳۸۵). حاکمیت شرکتی در ایران. *فصلنامه حسابداری*، ۳۲.
- ۶- حسینی، محمد و عظیم زاده، نفیسه. (۱۳۹۶). رابطه بین کیفیت حسابداری و مدیریت سود ناشی از اقلام تعهدی: شواهدی از ضعف سودآوری و ضعف نقدینگی. *پژوهش های نوین در حسابداری و حسابداری*، ۱(۱)، ۱۳۹-۱۶۸.
- ۷- خسروی، رامین؛ صفتی، فرید و غیاثوند، علیرضا. (۱۳۹۵). بررسی ارتباط بین ساختار رقابتی بازار محصول و کیفیت گزارشگری مالی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. کنفرانس بین المللی ایده های نوین در مدیریت، اقتصاد و حسابداری، ۱۶۸-۱۸۷.
- ۸- خواجهی، شکراله؛ محسنی فرد، غلامعلی؛ رضایی، غلامرضا و حسینی راد، داوود. (۱۳۹۲). بررسی اثرهای رقابت در بازار محصول بر مدیریت سود شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت دارایی و تأمین مالی*، ۱(۳)، ۱۱۹-۱۳۴.
- ۹- خیرخواه، روزیتا؛ اسعدی، عبدالرضا و زنده‌دل، احمد. (۱۳۹۸). ارتباط تمرکز و قدرت بازار محصول با سیاست تقسیم سود شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی*، ۹۲، ۱۱۳-۱۳۹.
- ۱۰- دموری، داریوش و ایزدی، مینو. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر رقابت بازار محصول بر رابطه بین تمرکز مالکیت و سیاست تقسیم سود در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *پژوهش های حسابداری مالی و حسابداری*، ۱۱(۴۲)، ۲۲۹-۲۴۹.

- ۱۱- رحمانی، علی و حاجی مرادخانی، حدیثه. (۱۳۹۶). قدرت بازار محصول و نقدشوندگی بازار سهام. **فصلنامه علمی- پژوهشی مدیریت دارایی و تأمین مالی**، ۵(۱۷)، ۲۱-۳۶.
- ۱۲- صالحی کردآبادی، سجاد و زاد دوستی، فرزانه. (۱۳۹۹). رابطه حاکمیت شرکتی، مدیریت سود و عملکرد مالی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. **چشم انداز حسابداری و مدیریت**، ۳(۲۶)، ۹۲-۱۰۹.
- ۱۳- عباسیان، یکتا. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر رقابت در بازار محصول بر مدیریت سود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. **پژوهش در حسابداری و علوم اقتصادی**، ۳(۸)، ۱-۲۳.
- ۱۴- صفائی، محمد؛ محمودی درویشانی، بابک و عباسی، ابراهیم. (۱۳۹۶). بررسی تأثیر حاکمیت شرکتی بر مدیریت سود و مدیریت مالیات در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. **فصلنامه علمی پژوهشی دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت**، ۶(۲۳)، ۱۳۱-۱۴۳.
- ۱۵- فخاری، حسین و حسن نتاج کردی، محسن. (۱۳۹۷). اثر تعدیل‌کنندگی راهبری شرکتی بر ارتباط بین رقابت در بازار محصول و کیفیت سود پیش‌بینی شده توسط مدیریت. **پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی**، ۱۰(۳۸)، ۲۰۹-۲۳۷.
- ۱۶- محمدآزادی، زهرا و محمدی، اسفندیار. (۱۳۹۴). مالکیت نهادی، تمرکز مالکیت و حق الزحمه حسابرسی. **دانش حسابرسی**، ۱۵(۶۰)، ۱۶۵-۱۷۶.
- ۱۷- محمدزاده سالطه، حیدر؛ داداش زاده، قادر و موید اصل، معصومه. (۱۳۹۷). تأثیر ساختارهای رقابتی بازار محصول بر مدیریت واقعی سود با تأکید بر ساختار مالکیت. **پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی**، ۱۰(۴۰)، ۱۴۷-۱۷۰.
- ۱۸- مرادی، محمد و محقق، فاطمه. (۱۳۹۶). رقابت بازار محصول و حق الزحمه حسابرسی: با تأکید بر نقش حاکمیت شرکتی. **پژوهش‌های تجربی حسابداری**، ۷(۲۶)، ۳۳-۵۲.
- ۱۹- مشایخی، بیتا و محمدآبادی، مهدی. (۱۳۹۰). رابطه مکانیزم‌های حاکمیت شرکتی با کیفیت سود. **پژوهش‌های حسابداری مالی**، ۳(۲)، ۱۷-۳۲.
- ۲۰- مشکی میاوقی، مهدی و دلیریان، اکبر. (۱۳۹۴). بررسی پایداری سود، ساختار صنعت و قدرت بازار در بورس اوراق بهادار تهران. **فصلنامه پژوهشنامه بازرگانی**، ۷۶، ۱-۲۷.
- ۲۱- معین الدین، محمود؛ سعیدا اردکانی، سعید؛ فاضل یزدی، علی و زین الدینی میمند، لیلی. (۱۳۹۲). بررسی تأثیر نظام حاکمیت شرکتی بر رابطه بین ساختار سرمایه و ارزش شرکت با رویکرد مدل‌سازی معادلات ساختاری در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. **فصلنامه علمی پژوهشی دانش سرمایه‌گذاری**، ۳(۹)، ۱۰۱-۱۳۰.

- ۲۲- مهرانی، ساسان و نوروزی، سونا. (۱۳۹۴). بررسی اثر حاکمیت شرکتی بر ارتباط بین ارزش شرکت و مدیریت سود. *مجله علمی پژوهشی دانش حسابداری مالی*، ۲(۶)، ۱۰۵-۱۲۲.
- ۲۳- نیکومرام، هاشم و هادیان، سید امین. (۱۳۹۲). تبیین جایگاه بدهی و تنوع سازی شرکتی در مدیریت سود. *فصلنامه علمی - پژوهشی پژوهش های حسابداری مالی و حسابرسی*، ۵(۲۰)، ۱-۲۸.
- ۲۴- یداله زاده طبری، ناصرعلی و امامقلی پور، میلاد. (۱۳۹۳). بررسی تاثیر حاکمیت شرکتی و کیفیت حسابرسی بر میانگین موزون هزینه سرمایه شرکت ها: مقایسه تحلیلی، براساس اندازه حسابرس، اندازه شرکت ها و شرکت های هموارساز و غیرهموارساز سود. *فصلنامه علمی - پژوهشی مدیریت دارایی و تأمین مالی*، ۲(۶)، ۲۹-۴۸.
- 25- Alzoubi, E.S.S. (2017). Audit quality, debt financing, and earnings management: Evidence from Jordan. *Journal of International Accounting, Auditing and Taxation*, 15, 1-47.
- 26- Ball, R., and ShivaKumar, L. (2015). Earnings quality in U.K private firms: Comparative loss recognition timeliness. *Journal of Accounting and Economics*, Vol 39, No 1, pp 83-128.
- 27- Datta, Sudip, Mai Iskandar-Datta, Vivek Singh (2013). Product Market Power, Industry Structure, and Corporate Earnings Management. *Journal of Banking & Finance*, no. 23, pp.121-142.
- 28- Diri, M.E., Lambrinoudakis, C. and Alhadab, M. (2020). Corporate governance and earnings management in concentrated markets. *Journal of Business Research*, 108, 291-306.
- 29- Giroud, X., and H. Mueller. (2010). Does Corporate Governance Matter in Competitive Industries? *The Journal of Financial Economics*, Vol. 95, No. 3, pp. 312-331.
- 30- Guo, Y., Jung, B., and Yang, S.Y. (2019). On the nonlinear relation between product market competition and earnings quality. *Accounting and Business Research*, 1-29.
- 31- Iroud, X., and H. Mueller. (2008). Corporate Governance, Product Market Competition, and Equity Prices. ECGI Finance Working Paper No. 219/2008.
- 32- Khalil, M. and Ozkan, A. (2016). Board Independence, Audit Quality and Earnings Management: Evidence from Egypt. *Journal of Emerging Market Finance*, 15(1), 84-118.
- 33- Lewis, M.K. (2005). Islamic Corporate Governance. *Review of Islamic Economics*, 9(1), 5-29.
- 34- Markarian, G., and J. Santaló. (2010). Product Market Competition, Information and Earnings Management. IE Business School Working Paper.
- 35- Mayangsari, S. (2007). The auditor tenure and the quality of earnings: Is mandatory auditor rotation useful? *Unhas Makassar*, 26(28), 1-25.
- 36- Moeinadin, M., Dehghan Dehnavi, H., and Mirbafghi, M.H. (2013). Impact of Corporate Governance Mechanisms on the Financial Decisions and Cost of Equity of the Firms Listed on the Tehran Stock Exchange. *Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business*, 5(7), pp. 449-464.
- 37- Raith, M. (2001). Competition, Risk and Managerial Incentives. Available at SSRN 262648.

- 38- Tang, H.W and Chen, A. (2020). How do market power and industry competition influence the effect of corporate governance on earnings management? *Quarterly Review of Economics and Finance*, doi:<https://doi.org/10.1016/j.qref.2020.02.001>
- 39- Tavakolnia, E. and Makrani, S.V. (2015). Auditor industry specialization and market valuation of earnings and earnings components: empirical evidence from companies listed in Tehran Stock Exchange. *Accounting and Finance Research*, 4 (4), 187-195.
- 40- Zhang, C. and Chen, H. (2017). Product market competition, state ownership and internal control quality. *China Journal of Accounting Studies*, 4(4), pp.406-432.



Investigating the effect of corporate social irresponsibility and CEO's overconfidence on the risk of stock price falls due to the moderating role of stock returns of companies listed on the Tehran Stock Exchange

Behnam Gilani Nia Somehsarayi *1

Neda Sorkhi 2

Date of Receipt: 2021/06/22 Date of Issue: 2021/07/14

Abstract

The aim of this study was to investigate the effect of corporate governance mechanisms on real profit management with emphasis on the moderating role of power and market concentration of companies listed on the Tehran Stock Exchange. The sample studied in this study included 132 companies from Tehran Stock Exchange in the period between 2012 and 1397. Data analysis in this study was performed by Ivory statistical software using combined regression and data panel. Based on the results of the tests performed in this chapter at a 95% confidence level, it can be said that the independence of the board of directors has a negative and significant effect on the management of the company's real profit. Institutional ownership has a positive and significant effect on the company's real profit management. The type of independent auditor does not have a significant effect on the company's actual profit management. Market power has no significant effect on the relationship between board independence and the company's actual profit management. Market power has a negative and significant effect on the relationship between institutional ownership and management of the company's real profit. Market power has no significant effect on the relationship between the type of independent auditor and the company's actual profit management. Market focus does not have a significant effect on the relationship between board independence and the company's actual profit management. Market focus does not have a significant effect on the relationship between institutional ownership and management of the company's actual profits. Market focus does not have a significant effect on the relationship between the type of independent auditor and the company's actual profit management.

Keywords

Market focus, corporate governance, market power, real profit management

1. Assistant Professor of Accounting, Islamic Azad University, Rudsar and Amlash Branch, Rudsar, Iran. (*b_gilani@yahoo.com)
2. Master student of accounting, Islamic Azad University, Rudsar and Amlash Branch, Rudsar, Iran