

تأثیر رقابت در بازار محصول بر کیفیت سود با بهره‌گیری از تکنیک تحلیل عاملی

دکتر سید علی واعظ*

محمد حسین قلمبر**

نسرین قنواتی***

چکیده

هدف این پژوهش بررسی تأثیر رقابت در بازار محصول بر کیفیت سود (اقدام تعهدی اختیاری، دستکاری فعالیت‌های واقعی، هموارسازی سود و قابلیت پیش‌بینی سود) برای ۱۳۱ شرکت پذیرفته شده در بورس تهران در قالب ۱۷ طبقه صنعت و در دوره زمانی ۱۳۹۱-۱۳۸۵ است. بدین منظور برای سنجش هرچه بهتر رقابت در بازار از ۸ شاخص رایج در این زمینه استفاده شده و سپس با بهره‌گیری از تکنیک تحلیل عاملی، این شاخص‌ها در ۳ عامل رقابت بالقوه، رقابت بالفعل و سودآوری صنعت (به عنوان متغیر کنترلی) خلاصه شدند. نتایج پژوهش بر اساس داده‌های تابلویی و تلفیقی بیانگر آن است که رقابت بالفعل در کل رابطه معناداری با کیفیت سود ندارد. اما، رقابت بالقوه رابطه مثبت و معناداری با کیفیت سود صنایع مورد بررسی دارد. به عبارتی، در شرایط رقابتی ناشی از تهدید ورود رقبای جدید به بازار، شرکت‌های حاضر در بازار مجبور به گزارش سود با کیفیت‌تر از طریق کاهش در مدیریت سود (اعم از دستکاری در اقدام تعهدی و

* استادیار گروه حسابداری، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران

** مربی و عضو هیأت علمی گروه حسابداری، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران.

*** دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه شهید چمران اهواز، اهواز، ایران.

نویسنده مسئول مقاله: نسرین قنواتی (Email: ghanavati.nasrin@gmail.com)

تاریخ پذیرش: ۹۴/۳/۲

تاریخ دریافت: ۹۳/۱/۱۰

فعالیت‌های واقعی)، می‌شوند که این موضوع باعث افزایش قابلیت پیش‌بینی سود خواهد شود. با این حال، این کاهش انگیزه در مدیریت سود به معنای عدم وجود دستکاری در سود نیست، بلکه شرکت‌های حاضر در چنین صنایعی همان حداقل دستکاری در سود را در جهت هموارسازی بیشتر سود انجام می‌دهند تا با از بین بردن نوسانات آن، محتوای اطلاعاتی سود را درباره جریان‌های نقدی آینده بهبود بخشند.

واژه‌های کلیدی: رقابت در بازار محصول، رقابت بالقوه، رقابت بالفعل، کیفیت سود، تحلیل عاملی.

مقدمه

سودمندی صورت‌های مالی یا سایر گزارش‌های مالی، تحت تأثیر کیفیت گزارشگری مالی است که در آن، ثبات رویه و صحت اطلاعات، از جنبه‌های کلیدی کیفیت به شمار می‌آیند. از آنجا که حسابداری و اقتصاد اثرات متقابلی بر یکدیگر دارند، سطح کیفیت گزارشگری مالی دارای اثرات اقتصادی بوده (کردستانی و رحیمی، ۱۳۹۰) و در تصمیمات مربوط به سطح کیفیت اطلاعات حسابداری باید عوامل اقتصادی نظیر رقابت‌پذیری بازار محصول نیز لحاظ گردد. امروزه رقابت‌پذیری معیاری کلیدی برای ارزیابی میزان موفقیت بنگاه‌ها در میدان‌های رقابتی سیاسی، اقتصادی و تجاری به حساب می‌آید. بدین معنی که هر بنگاهی که توان رقابتی بالاتری در بازارهای رقابتی داشته باشد، می‌توان گفت که از رقابت‌پذیری بالاتری نیز برخوردار است (آقازاده و همکاران، ۱۳۸۶). تعاریف متعددی از رقابت‌پذیری ارائه شده است، اما در یک تعریف جامع رقابت‌پذیری عبارت است از «توانایی سازمان در جهت ماندگاری در کسب و کار، حفاظت از سرمایه‌های سازمان، بازگشت سرمایه و تضمین شغل‌ها در آینده که نتیجه آن افزایش سهم بازار، سوددهی، رشد ارزش افزوده و ماندن در صحنه‌ی رقابت برای مدت طولانی می‌باشد» (آکیموا، ۲۰۰۰).

در همین راستا، نتایج تحقیقاتی همچون اشمیت^۱ (۱۹۹۷) و ریس^۳ (۲۰۰۳) اذعان دارند که رقابت در بازار محصول، نقش مهمی را در کاهش سوء اقدامات مدیریت در ارتباط با گزارشگری مالی ایفا می‌کند و قادر است که با کاهش دستکاری‌های فرصت‌طلبانه در سود

و رویه‌های حسابداری، به افزایش کیفیت سود و در نتیجه کیفیت اطلاعات حسابداری کمک شایانی نماید. با این حال باگنولی و واتس^۴ (۲۰۱۰) معتقدند که گزارشگری مالی شرکت های رقیب در بازارهای محصول با سودآوری بالا، همراه با سوگیری و انحراف از واقعیت اقتصادی موجود است. از این رو، با توجه به اهمیت نقش کیفیت سود در بهبود سلامت واحد تجاری و نظر به اینکه فضای رقابتی در بازار محصول به عنوان مکمل بازار سرمایه می تواند تأثیر بسزایی بر اطلاعات حسابداری بر جای گذارد. هدف این پژوهش بررسی تأثیر رقابت در بازار محصول بر کیفیت سود شرکت های بورس اوراق بهادار تهران است.

مبانی نظری پژوهش

شرکت های حاضر در هر صنعت معمولاً با دو بُعد رقابت در بازار محصول مواجه هستند؛ یکی تهدید ناشی از ورود رقبای بالقوه که تأثیر نامطلوبی بر سودآوری شرکت های حاضر در بازار دارد و دیگری رقابت موجود بین شرکت های حاضر در بازار که تصمیمات و واکنش های استراتژیک آنها می تواند موقعیت رقابتی یکدیگر را به خطر اندازد. در بُعد اول که از آن به عنوان «رقابت بالقوه» یاد می شود، تصمیم گیری در مورد ورود به بازار، به هزینه های ورود و منافع آتی مورد انتظار پس از ورود به بازار بستگی دارد، اما در بُعد دوم که به عنوان «رقابت بالفعل» شناخته شده، هزینه های ورود به بازار به نوعی هزینه ریخته شده محسوب می شود و تصمیم گیری در بازار عمدتاً در گرو منافع مورد انتظار آتی است (لی، ۲۰۱۰، ۵). از این رو انتظار می رود که ماهیت رقابت در بازار، تأثیرات متفاوتی بر کیفیت سود شرکت های حاضر در صنایع داشته باشد. لازم به ذکر است که کیفیت سود مفهومی چند بعدی داشته و از این رو نمی توان تعریف واحدی برای آن ارائه نمود. در این باره بال و شیواکومار^۶ (۲۰۰۵)، کیفیت سود بالا را برابر با مدیریت سود پایین و بازتاب به هنگام اخبار بد در مورد وضعیت قیمت سهام تعریف کرده اند (کردستانی و طایفه، ۱۳۹۲).

از نظر **هگرمن و میجسکی**^۷ (۱۹۷۹) با در نظر داشتن شرایط رقابتی ناشی از تهدید ورود رقبای جدید به بازار، شرکت‌هایی که در صنایع با رقابت کم فعالیت می‌کنند به احتمال زیاد، سیاست‌ها و رویه‌هایی را به کار می‌گیرند تا میزان سود گزارش شده را به حداقل برسانند؛ چراکه مدیران انگیزه‌های زیادی برای مقابله با جریان نامطلوب ثروت به شرکت دارند و از طرفی فضای رقابتی بازار نیز باعث کاهش ارزش شرکت شده و متعاقب آن حقوق و پاداش مدیران را تحت تأثیر قرار می‌دهد. از این رو، مدیریت شرکت خواستار آن است که با کنترل سودهای گزارش شده، از ایجاد رقابت بالقوه در بازار جلوگیری نماید. به عبارت دیگر، هنگامی که رقبای جدیدی به بازار یک صنعت ورود می‌کنند، سودهای غیرعادی شرکت‌های حاضر در آن صنعت، که متأثر از شرایط انحصاری بازار بوده است، و در نتیجه حقوق و پاداش مدیران کاهش می‌یابد. این موضوع در تأیید شواهد **منسفیلد**^۸ (۱۹۶۲) نیز مبنی بر این است که تعداد شرکت‌های وارد شده به یک صنعت رابطه مثبتی با میزان سود حسابداری در آن صنعت دارد و لذا شرکت‌های حاضر در صنعت مزبور به منظور عدم تشویق رقبای بالقوه، حاضر به افشای اطلاعاتی که گویای فرصت‌های سودآور است، نیستند. **چنگ و همکاران**^۹ (۲۰۱۳) نیز معتقدند که بالا بودن میزان پایداری و قابلیت پیش‌بینی سود، منجر به ورود رقبای جدید به بازار خواهد شد. بنابراین، انتظار می‌رود که مدیران شرکت‌های حاضر در چنین بازارهایی، سیاست‌ها و رویه‌هایی را اتخاذ نمایند تا به واسطه آن پایداری و قابلیت پیش‌بینی سود را تا حد امکان پنهان نموده و از این طریق ریسک ورود به بازار را به دلیل وجود شرایط غیر قابل پیش‌بینی و بی‌ثبات، افزایش دهند.

در مورد شرایط رقابتی موجود بین رقبای یک بازار و تأثیر آن بر کیفیت سود، **داتا و همکاران**^{۱۰} (۲۰۱۳) دلایلی را مبنی بر اینکه در صنایع رقابتی‌تر میزان بالاتری از تحریف و دستکاری سود وجود دارد، بر شمرده‌اند: اولاً، شرکت‌هایی که در صنایع رقابتی مشغول به فعالیت هستند، کمتر قادر به تحمیل شوک‌های هزینه‌ای به مصرف‌کنندگان محصولاتشان بوده و لذا سعی دارند که با دستکاری سود، این شوک‌ها را به نوعی پوشش دهند. ثانیاً، رقابت موجود در بازار، محصول نگرانی مدیریت را در مورد دوره تصدی وی به دنبال

دارد که این نگرانی در نهایت ممکن است به مدیریت سود و دستکاری در آن بیانجامد. ثالثاً، وجود هزینه‌های اختصاصی در صنایع رقابتی عاملی است که می‌تواند به ابهام هرچه بیشتر سود کمک نماید و برای شرکت‌ها این انگیزه را به وجود آورد تا شوک‌های اقتصادی متأثر از رقبا را از دید عموم پنهان نمایند. اما باید توجه داشت که اگرچه مدیریت سود می‌تواند در کوتاه‌مدت موفقیت یک شرکت را تضمین کند ولی در بلندمدت احتمالاً از بین رفتن اعتبار و کاهش توان رقابتی شرکت را در پی خواهد داشت (مارسیو کی تیت و پارک، ۲۰۰۹). چنگ و همکاران (۲۰۱۳) نیز معتقدند که در صنایع با رقابت کم، به منظور جلوگیری از جلب توجه رقبا، معمولاً محتوای اطلاعاتی سود کاهش می‌یابد و انتظار می‌رود که سود شرکت‌های حاضر در این صنایع کمتر هموار شود. به عبارت دیگر، با وجود رقابت کم انگیزه کافی برای پوشش نوسانات سود در طی زمان وجود ندارد. از طرفی با تشدید رقابت در بازار احتمال انحلال شرکت‌ها افزایش یافته و از این رو این شرکت‌ها تمایل بیشتری به هموارسازی سود خواهند داشت تا هم نوسانات سود را از بین برده و هم بتوانند وجوه مورد نیاز خود را در بازار سرمایه با هزینه کمتری به دست آورند.

پیشینه پژوهش

چنگ و همکاران (۲۰۱۳) در پژوهشی با بررسی تاثیر رقابت بازار محصول بر کیفیت سود، به شواهدی مبنی بر وجود یک رابطه مثبت بین سطح رقابت در بازار و کیفیت سود دست یافتند. نتایج آن‌ها نشان داد که سود شرکت‌های حاضر در صنایع همگن و با تمرکز بالا دارای سطح پایینی از کیفیت اقلام تعهدی، قابلیت پیش بینی، ارتباط ارزشی و به موقع بودن است و این شرکت‌ها به دلیل مزیت‌های انحصاری خواستار آنند که با ایجاد یک محیط اطلاعاتی غیرشفاف، توجه رقبا و سیاستمداران به بازار آن‌ها جلب نشود.

پورحیدری و غفارلو (۱۳۹۱) نیز به این نتیجه رسیدند که به طور کلی افزایش در ساختار رقابتی، اقدامات محافظه‌کارانه مشروط بیشتری را در پی خواهد داشت. شواهد حکایت از آن دارد که مطابق انتظار بین حجم تقاضا و تعداد شرکت‌های عضو صنایع با محافظه کاری مشروط و نسبت تمرکز و موانع ورود به بازار با محافظه کاری مشروط، به

ترتیب ارتباط مستقیم و معکوسی برقرار است، با این تفاوت که در مورد نسبت تمرکز در مقایسه با دیگر شاخص‌ها، شدت این رابطه ضعیف می‌باشد. در مورد رابطه بین قابلیت جانشینی کالاها و محافظه‌کاری مشروط نیز نتایج برخلاف انتظار بیانگر ارتباط معکوس و معناداری است.

در تحقیقی دیگر، نتایج **یو اکو آن**^۲ (۲۰۱۲) نشان داد، از آنجا که شرکت‌های دارای قدرت بالا در بازار از قابلیت زیادی برای قیمت‌گذاری و همچنین تحمیل شوک هزینه‌ای به مشتریان برخوردارند، لذا انگیزه به مراتب کمتری در جهت دستکاری در سود از طریق مدیریت اقلام تعهدی نسبت به شرکت‌های دارای قدرت کم بازار خواهند داشت. یافته‌های وی مطابق نتایج **تینیکار و ژو**^۳ (۲۰۰۹) و **مارکاریان و سانتالو**^۴ (۲۰۱۰) است که به این نتیجه رسیدند سودهای آینده شرکت‌ها با تشدید فضای رقابتی در بازار محصول کاهش یافته و مدیریت سود به عنوان راه حلی برای تحریف و دستکاری در عملکرد آینده آن‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرد.

داتا و همکاران (۲۰۱۱؛ ۲۰۱۳) به این نتیجه رسیدند که پیش‌بینی سود شرکت‌هایی که از قدرت قیمت‌گذاری بالاتری برخوردارند با توجه به توانایی آن‌ها در مقابله با شوک‌های هزینه و همچنین داشتن مزیت‌های اطلاعاتی، به مراتب مشکل‌تر است. علاوه بر این شواهد بیانگر آن است که این شرکت‌ها به دلیل داشتن مزیت‌های رقابتی تمایل زیادی به مدیریت سود کاهشی یا افزایشی نداشته و از این رو سود گزارش شده آن‌ها قابل اتکا و معتبرتر از دیگر شرکت‌های حاضر در بازار است و از طرفی در سطح صنعت نیز همین نتایج به دست آمد.

در نهایت، **مارسیو کیتیت و پارک** (۲۰۰۹) پی بردند که در صنایع با رقابت بالا، تمایل چندانی به مدیریت سود وجود ندارد اما به احتمال زیاد در این صنایع روش‌های هموارسازی سود در جهت بهبود محتوای اطلاعاتی جریان‌های نقدی آتی به کار گرفته می‌شود. علاوه بر این، در این صنایع اشتباهات پیش‌بینی سود توسط تحلیل‌گران و همچنین

پراکندگی این پیش‌بینی‌ها کمتر بوده که به کاهش نابرابری اطلاعاتی بین مدیران و بازار کمک شایانی می‌نماید.

فرضیه‌های پژوهش

در این پژوهش برای سنجش هرچه بهتر کیفیت سود از شاخص ارقام تعهدی اختیاری، دستکاری فعالیت‌های واقعی، هموارسازی سود و قابلیت پیش‌بینی آن استفاده شده است تا بتوان ارزیابی صحیح‌تری از کیفیت سود شرکت‌ها به عمل آورد. از طرفی، با توجه به اینکه رقابتی بودن بازار محصول نیز از دو بُعد جداگانه (رقابت بالفعل و رقابت بالقوه) قابل بررسی است، لذا فرضیه‌های پژوهش به صورت زیر تدوین شده‌اند:

- فرضیه اول: بین رقابت بالفعل و ارقام تعهدی اختیاری رابطه معناداری وجود دارد.
- فرضیه دوم: بین رقابت بالفعل و میزان دستکاری فعالیت‌های واقعی، رابطه معناداری وجود دارد.
- فرضیه سوم: بین رقابت بالفعل و هموارسازی سود، رابطه معناداری وجود دارد.
- فرضیه چهارم: بین رقابت بالفعل و قابلیت پیش‌بینی سود، رابطه معناداری وجود دارد.
- فرضیه پنجم: بین رقابت بالقوه و ارقام تعهدی اختیاری، رابطه معناداری وجود دارد.
- فرضیه ششم: بین رقابت بالقوه و میزان دستکاری فعالیت‌های واقعی، رابطه معناداری وجود دارد.
- فرضیه هفتم: بین رقابت بالقوه و هموارسازی سود، رابطه معناداری وجود دارد.
- فرضیه هشتم: بین رقابت بالقوه و قابلیت پیش‌بینی سود، رابطه معناداری وجود دارد.

روش پژوهش

از آنجاکه هدف اصلی این تحقیق بررسی تأثیر رقابت در بازار محصول، بر کیفیت سود، با استفاده از تجزیه و تحلیل اطلاعات گذشته می‌باشد، تحقیق حاضر از نوع شبه تجربی و از لحاظ هدف، پژوهشی کاربردی و از لحاظ روش آماری نیز از نوع تجزیه و تحلیل رگرسیونی است. گردآوری اطلاعات نیز در دو مرحله انجام شده است. در مرحله اول برای تدوین مبانی نظری تحقیق از روش کتابخانه‌ای و در مرحله دوم، برای گردآوری

داده‌های مورد نظر از سایت‌های بورس، نرم‌افزارهای اطلاعات مالی شرکت‌ها و صورت‌های مالی حسابرسی شده آن‌ها استفاده گردیده است.

جامعه و نمونه آماری پژوهش

جامعه مورد نظر این پژوهش کلیه شرکت‌هایی است که در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شده‌اند. نمونه‌گیری به صورت هدفمند است؛ به این صورت که شرکت‌هایی برای آزمون فرضیه‌ها انتخاب شدند که از ابتدای سال ۱۳۸۵ تا پایان سال ۱۳۹۱ عضو بورس بوده و تداوم فعالیت داشته‌اند. همچنین سال مالی آن‌ها ۱۲/۲۹ بوده و جزء واسطه‌گری مالی نیز نبوده و داده‌های آن‌ها در دسترس باشند. علاوه بر این، به دلیل همسان نبودن تولیدات و در نتیجه، بازار محصول بسیاری از شرکت‌های موجود در یک صنعت، به جای استفاده از تمامی صنایع، از طبقاتی از صنایع استفاده شده است که تولیدات شرکت‌های موجود در آن‌ها همگن‌تر بوده‌اند (ستایش و کارگرفرد جهرمی، ۱۳۹۰) و حداقل دارای ۳ شرکت نیز می‌باشند. با توجه به محدودیت‌های مذکور، ۱۳۱ شرکت در قالب ۱۷ طبقه صنعت برای دوره زمانی ۷ ساله (۱۳۸۵-۱۳۹۱) انتخاب شدند.

متغیرهای پژوهش

متغیر مستقل این تحقیق، رقابت در بازار محصول است که به منظور سنجش هر چه بهتر آن از ۸ شاخص رایج در این زمینه استفاده شده است. اگر چه شاخص‌های مذکور به هم وابسته‌اند اما می‌توان آن‌ها را در قالب ابعاد مختلف رقابت به صورت زیر خلاصه نمود (لی، ۲۰۱۰):

الف) شاخص‌های اندازه‌گیری رقابت موجود بین رقبای حاضر در بازار (رقابت بالفعل):
تمرکز صنعت که بیانگر چگونگی و نحوه تقسیم بازار در بین بنگاه‌های حاضر در آن صنعت است و همچنین تعداد شرکت‌های حاضر در بازار (IND-NUM)، رقابت میان رقبای حاضر در صنعت را تبیین می‌کنند، زیرا صنایع با تمرکز بالا به طور معمول با رقابت کمتری مواجه خواهند شد. اندازه بازار محصول نیز رابطه مستقیمی با رقابت موجود در

صنعت دارد؛ زیرا، کل فروش یک صنعت با تعداد شرکت های حاضر در آن صنعت ارتباط مثبتی دارد. برای اندازه گیری تمرکز صنعت از دو شاخص هرfindال- هیرشمن (HHI) (مجموع مربعات نسبت فروش یک شرکت به کل فروش آن صنعت) و نسبت تمرکز ۴ بنگاه (IND-CON4) (نسبت فروش ۴ شرکت بزرگ یک صنعت) استفاده شده است. به طوری که مقادیر بالای این دو شاخص بیانگر سطح پایینی از رقابت در بازار می باشد. (ب) شاخص های اندازه گیری تهدید ورود رقبا جدید (رقابت بالقوه):

اندازه دارایی های ثابت صنعت (IND-PPE) (میانگین وزنی دارایی های ثابت کلیه شرکت های حاضر در یک صنعت) پرکاربردترین معیار مورد استفاده برای اندازه گیری هزینه های راه اندازی و ورود به یک بازار محصول است. متوسط مخارج سرمایه ای صنعت (IND-CPX) (میانگین وزنی مخارج سرمایه ای کلیه شرکت های حاضر در صنعت) نیز رابطه مستقیمی با موانع ورود به بازار صنعت دارد که منعکس کننده میزان سرمایه گذاری لازم برای رقابت بالقوه ای است که قصد ورود به بازار و رقابت با رقبا حاضر در آن بازار را دارند. اندازه بازار محصول (IND-MKTS) (لگاریتم طبیعی فروش صنعت) هم رابطه معکوسی با رقابت بالقوه دارد. زیرا در بازارهایی با اندازه بزرگ، موانع ورود نیز بیشتر خواهد بود که دلیل آن هم، نیاز به سرمایه گذاری های زیاد در دو بخش دارایی های ثابت (برای افزایش حجم فروش) و تکنولوژی (برای افزایش قیمت محصول) می باشد. (ج) شاخص های اندازه گیری سودآوری صنعت:

معیارهای مربوط به سودآوری صنعت عبارتند از: حاشیه قیمت- هزینه (IND-MGN) و بازده دارایی های صنعت (IND-ROA) (نسبت سود عملیاتی صنعت به کل دارایی های آن). در این پژوهش مطابق با [نمازی و ابراهیمی \(۱۳۹۱\)](#) برای عملیاتی کردن حاشیه-قیمت از شاخص لرنر (نسبت سود عملیاتی به فروش) استفاده شده است. لازم به ذکر است که شاخص های سودآوری صنعت، مکمل شاخص های رقابت بالفعل و بالقوه محسوب شده که بر هر دوی این ها تأثیرگذار است، از این رو به عنوان متغیرهای کنترلی در الگوی پژوهش وارد می شوند.

متغیرهای وابسته

اقلام تعهدی اختیاری: برای اندازه‌گیری اقلام تعهدی اختیاری از الگوی کوتاری و همکاران (۲۰۰۵) استفاده شده که بر این اساس سودی با کیفیت‌تر است که اقلام تعهدی اختیاری کمتری داشته باشد:

$$\frac{TAC_{it}}{A_{it-1}} = \alpha_0 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \alpha_1 \left[\frac{\Delta REN_{it} - \Delta AR_{it}}{A_{it-1}} \right] + \alpha_2 \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \alpha_3 ROA_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

که در این رابطه؛ TAC کل اقلام تعهدی؛ A_{it-1} ، کل دارایی‌های شرکت در ابتدای سال؛ ΔREN ، تغییر در درآمد فروش؛ ΔAR ، تغییر در حساب‌های دریافتی؛ PPE، دارایی‌های ثابت مشهود؛ ROA، بازده دارایی‌ها و قدرمطلق مقادیر باقیمانده (ε_{it}) نشان‌دهنده مقدار اقلام تعهدی اختیاری (DAC) شرکت‌ها است. برای سنجش مقادیر اقلام تعهدی اختیاری در سطح صنعت، از میانگین هندسی اقلام تعهدی اختیاری شرکت‌های حاضر در هر صنعت استفاده شده است که رایج‌ترین نوع میانگین در کارهای اقتصادی بوده و مقدار واقعی‌تری را نسبت به دیگر میانگین‌ها محاسبه می‌کند.

دستکاری فعالیت‌های واقعی: برای اندازه‌گیری میزان دستکاری واقعی در سود، از الگوی پیشنهادی ریچارد هاری (۲۰۰۶) استفاده شده که بر اساس آن سودی با کیفیت‌تر است که دستکاری آن از طریق فعالیت‌های واقعی، کمتر باشد:

$$\frac{CFO_{it}}{A_{it-1}} = \alpha_0 \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \alpha_1 \left(\frac{SALE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \alpha_2 \left(\frac{\Delta SALE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \alpha_3 ROA_{it} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

که در این رابطه؛ CFO، جریان‌های نقد عملیاتی؛ A_{it-1} ، کل دارایی‌های شرکت در ابتدای سال؛ SALE، درآمد فروش؛ $\Delta SALE$ ، تغییر در درآمد فروش؛ ROA، بازده دارایی‌ها و قدرمطلق مقادیر باقیمانده (ε_{it}) نشان‌دهنده میزان دستکاری فعالیت‌های (RAM) است که برای سنجش آن در سطح صنعت، از میانگین هندسی میزان دستکاری فعالیت‌های واقعی شرکت‌های حاضر در هر صنعت استفاده شده است.

هموارسازی سود: برای اندازه گیری هموارسازی سود مطابق با چنگ و همکاران (۲۰۱۳) و فرانسیس و همکاران^{۱۵} (۲۰۰۵) از نسبت انحراف معیار سود قبل از اقلام غیر مترقبه به انحراف معیار جریان نقد عملیاتی، برای یک دوره ۵ ساله استفاده شده است. بر این اساس مقادیر بیشتر این نسبت، بیانگر هموارسازی کمتر سود در بین شرکت‌ها است. در نهایت نیز میزان هموارسازی سود در هر صنعت از میانگین هندسی این شاخص برای کلیه شرکت‌های حاضر در صنعت مربوطه به دست می‌آید.

قابلیت پیش‌بینی سود: برای اندازه گیری قابلیت پیش‌بینی سود، همانند تحقیقات ثقفی و صفرزاده (۱۳۹۰) از الگوی شپیر و وینسنت (۲۰۰۳) استفاده شده است:

$$Earn_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 Earn_{it-1} + \epsilon_{it} \quad (3)$$

در این رابطه، ریشه واریانس مقادیر باقیمانده الگو، بیانگر اندازه قابلیت پیش‌بینی سود می‌باشد که بالطبع کمتر بودن آن نشان‌دهنده قابلیت پیش‌بینی بیشتر و در نتیجه کیفیت بیشتر سود است.

متغیرهای کنترل

متغیرهای کنترلی این پژوهش تحقیق عبارتند از (فرانسیس و همکاران، ۲۰۰۵):

طول چرخه عملیاتی صنعت (Operating Cycle): عبارت است از میانگین لگاریتم مجموع دوره وصول مطالبات و دوره تبدیل موجودی‌های هر صنعت.

اهرم مالی (LEV): عبارت است از میانگین نسبت بدهی شرکت‌های حاضر در هر صنعت.

سودآوری صنعت (IND_PROFIT): با استفاده از تحلیل عاملی روی ۸ شاخص رقابت به دست می‌آید.

اندازه صنعت (SIZE): عبارت است از میانگین لگاریتم طبیعی کل دارایی‌های صنعت.

الگوی پژوهش

با توجه به مبانی نظری و پیشینه ذکر شده، الگوی پژوهش از نوع رگرسیون چند متغیره در سطح صنعت- سال است. بنابراین، الگوی شماره (۴) برای آزمون فرضیه‌های

پژوهش انتخاب شده است که به ترتیب با ۴ متغیر وابسته مربوط به کیفیت سود (DAC)، اقلام تعهدی اختیاری؛ (RAM)، دستکاری فعالیت‌های واقعی (Smooth)، هموارسازی سود (Predict)، قابلیت پیش‌بینی سود به طور جداگانه مورد بررسی قرار می‌گیرد.

$$\begin{aligned} \text{Ear_Quality}_{jt} = & \alpha_0 + \alpha_1 \text{EXIST_COMP}_{jt} + \alpha_2 \text{POTENT_COMP}_{jt} \\ & + \alpha_3 \text{IND_PROFIT}_{jt} + \alpha_4 \text{LEV}_{jt} + \alpha_5 \text{SIZE}_{jt} \\ & + \alpha_6 \text{OperatingCycle}_{jt} + \varepsilon_{jt} \end{aligned} \quad (۴)$$

در الگوهای فوق؛ Ear_Quality: کیفیت سود، EXIST_COMP: رقابت بالفعل، POTENT_COM: رقابت بالقوه، IND_PROFIT: سودآوری صنعت، LEV: اهرم، SIZE: اندازه صنعت، Operating Cycle: طول چرخه عملیاتی، ε : جمله خطا، j : صنعت و t : سال مورد نظر است.

یافته‌های پژوهش

نتایج تحلیل عاملی

نتایج تحلیل عاملی شاخص‌های مربوط به رقابت در جدول (۱) خلاصه شده است. همانطور که در جدول شماره ۱ مشاهده می‌شود، مقادیر ویژه عامل‌های (۱)، (۲) و (۳) بیشتر از یک بوده و بدین معنی است که تنها ۳ عامل فوق به عنوان عامل‌های معنادار در نظر گرفته و حدود ۷۸/۱۹ درصد از واریانس کل رقابت نیز توسط این ۳ عامل قابل تبیین است که در این میان سهم عامل (۱) (۳۷/۹۳) بیشتر از بقیه می‌باشد. بر اساس نتایج بخش دوم جدول فوق و با توجه به مطالب ارائه شده در بخش‌های قبل، ۸ شاخص رقابت در قالب ۳ گروه طبقه‌بندی می‌شوند. شاخص‌های IND_CON4، IND_NUM و IND_HHI به ترتیب با همبستگی ۰/۹۷۴، -۰/۹۴ و ۰/۸۴۶ با عامل (۱)، به عنوان عامل «رقابت بالفعل» نام‌گذاری می‌شود. به همین ترتیب شاخص‌های IND_PPE و IND_MKTS به ترتیب با همبستگی ۰/۸۰۱ و ۰/۸۹۶ و نیز شاخص IND_CPX با همبستگی نسبی -۰/۴۲۲ با عامل (۲)، تحت عنوان عامل «رقابت بالقوه» در نظر گرفته می‌شود. علاوه بر این، به دلیل

همبستگی بالای شاخص‌های IND_ROA و IND_MGN با عامل (۳)، این عامل به عنوان «سودآوری صنعت» نام‌گذاری می‌شود.

جدول شماره ۱. نتایج تحلیل عاملی شاخص‌های رقابت در بازار محصول*

ماتریس همبستگی مقادیر ویژه					
عامل اصلی	مقادیر ویژه	درصد واریانس قابل تبیین توسط هر عامل	درصد واریانس تجمعی قابل تبیین عامل‌ها		
(۱)	۳/۰۳	۳۷/۹۳	۳۷/۹۳		
(۲)	۱/۸۳	۲۲/۹۲	۶۰/۸۵		
(۳)	۱/۳۸	۱۷/۳۴	۷۸/۱۹		
(۴)	۰/۹۱	۱۱/۳۹	۸۹/۵۹		
(۵)	۰/۳۸	۴/۸۴	۹۴/۴۳		
(۶)	۰/۲۲	۲/۷۳	۹۷/۱۵		
(۷)	۰/۱۷	۲/۱۸	۹۹/۳۳		
(۸)	۰/۰۵	۰/۶۷	۱۰۰		

ماتریس عاملی دوران یافته به روش واریماکس						شاخص‌های رقابت
عامل (۱)	عامل (۲)	عامل (۳)	عامل (۱)	عامل (۲)	عامل (۳)	
۰/۱۹۹	۰/۸۰۱	۰/۱۱۸	۰/۱۲۷	۰/۴۳۱	۰/۰۵۴	IND_PPE
۰/۹۷۴	۰/۰۰۳	-۰/۰۱۵	۰/۳۷۷	۰/۰۴۸	۰/۱	IND_CON4
-۰/۲۱۱	۰/۸۹۶	۰/۰۰۲	-۰/۰۴۱	۰/۴۷	-۰/۰۷۶	IND_MKTS
۰/۰۴۳	-۰/۴۲۲	۰/۷۰۷	۰/۰۷۷	-۰/۲۶۶	۰/۵۰۵	IND_CPX
-۰/۹۴	۰/۲۰۸	۰/۰۴۲	-۰/۳۵۱	۰/۰۶۵	-۰/۰۹	IND_NUM
-۰/۱۲۳	۰/۲۵۳	۰/۸۳۳	۰/۰۵۸	۰/۰۸	۰/۵۳۱	IND_ROA
۰/۸۴۶	۰/۱۳۱	-۰/۲۴۴	۰/۳۰۷	۰/۱۲۴	-۰/۰۷۶	IND_HHI
-۰/۳۱۵	۰/۴۱۳	۰/۵۶۶	-۰/۰۴	۰/۱۷۳	۰/۳۲	IND_MGN

لازم به ذکر است که در تجزیه و تحلیل‌های بعدی از علامت منفی مقادیر مربوط به عامل‌های (۱) و (۲) به منظور اندازه‌گیری شدت رقابت بالفعل و بالقوه و از مقادیر مربوط به عامل (۳) برای اندازه‌گیری شدت سودآوری صنعت استفاده شده است. بنابراین بالابودن مقادیر هر کدام از این متغیرها بیانگر شدت رقابت و سودآوری بیشتری برای هر صنعت می‌باشد.

نتایج آمار توصیفی

همانطور که مشاهده می‌شود، نتایج آمار توصیفی متغیرهای پژوهش در جدول شماره ۲ نشان داده شده است.

جدول شماره ۲. آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

متغیر	میانگین	میانه	بیشینه	کمینه	انحراف معیار
اقلام تعهدی اختیاری	۰/۰۹۷	۰/۰۹	۰/۳۷۹	۰/۰۱	۰/۰۵۵
دستکاری واقعی سود	۰/۰۵۳	۰/۰۴۵	۰/۱۳۴	۰/۰۰۲	۰/۰۲۸
هموارسازی سود	۰/۸۵۳	۰/۷۸۳	۲/۲۵۴	۰/۲۰۵	۰/۴۰۴
قابلیت پیش‌بینی سود	۰/۰۷۸	۰/۰۶۲	۰/۴۷۵	۰/۰۰۱	۰/۰۶۸
رقابت بالفعل	۰	-۰/۴۱۴	۲/۳۷۳	-۱/۲۰۴	۱
رقابت بالقوه	۰	۰/۲۲۱	۲/۰۱۴	-۳/۰۱۹	۱
سودآوری صنعت	۰	-۰/۲۰۱	۴/۱۷۶	-۱/۵۶۹	۱
اهرم مالی	۰/۶۹۲	۰/۶۶۱	۱/۶۰۴	۰/۴۲۲	۰/۱۷۱
اندازه صنعت	۱۳/۴۸۳	۱۳/۲۶۶	۱۶/۴۲۸	۱۱/۸۴۱	۱/۱۱۴
چرخه عملیاتی	۵/۴۵۴	۵/۴۰۹	۶/۴۷۱	۴/۲۱۶	۰/۴۸۶

با توجه به نتایج به دست آمده و اینکه میانگین و میانه در بیشتر متغیرهای پژوهش نزدیک به هم هستند، می‌توان بیان کرد که کلیه متغیرها از توزیع مناسبی برخوردارند. در مورد متغیرهای رقابت نیز این نکته قابل توجه است که دارا بودن علامت منفی در بین این متغیرها به دلیل استفاده از مقادیر استاندارد شده ۸ شاخص رقابت در تحلیل عاملی است که به

همین دلیل هم میانگین و انحراف معیار متغیرهای رقابت به ترتیب صفر و یک بوده و از توزیع نرمال پیروی می کنند.

جدول شماره ۳. نتایج آزمون‌های تشخیصی

متغیر وابسته	DAC	RAM	Smooth	Predict
نوع آزمون	آماره آزمون معناداری	آماره آزمون معناداری	آماره آزمون معناداری	آماره آزمون معناداری
آزمون چاو	۱/۹۸	۱/۸۲	۱۲/۹۲	۱/۱۴
آزمون هاسمن	۵/۳۳	۴/۷۶	۱۴/۳۴	-
روش پذیرفته شده	داده‌های تابلویی با اثرات تصادفی	داده‌های تابلویی با اثرات تصادفی	داده‌های تابلویی با اثرات ثابت	داده‌های تلفیقی

نتایج آمار استنباطی

به منظور عدم برآورد یک رگرسیون کاذب، ابتدا پایایی متغیرهای پژوهش با استفاده از آزمون‌های لوین، لین و چو و فیشر مورد بررسی قرار گرفت که براین اساس تمامی متغیرها در سطح خطای قابل پذیرش ۰/۰۵ پایا هستند. قبل از برآورد الگوها نیز لازم است آزمون‌های تشخیصی چاو و در صورت لزوم آزمون هاسمن برای تعیین نوع روش برآورد الگوها انجام شوند. لازم به ذکر است که با توجه به اینکه شرکت های مورد بررسی در این پژوهش، مربوط به صنایع مختلف اند، در نتیجه امکان وجود ناهمسانی واریانس وجود دارد که برای رفع این مشکل از روش رگرسیون حداقل مربعات تعمیم یافته برای برازش الگوها استفاده شده است. نتایج آزمون‌های تشخیصی برای الگوهای پژوهش در جدول شماره ۳ ارائه شده است.

با توجه روش‌های پذیرفته شده در جدول شماره ۳، نتایج برآورد الگوی پژوهش برای ۴ متغیر وابسته در جدول شماره ۴ ارائه شده است. با توجه به معناداری آماره F در سطح معناداری ۰/۰۱، فرض وجود روابط خطی بین متغیرها تأیید شده و در نتیجه کلیه الگوها دارای اعتبار بالایی هستند. همچنین، با توجه به ضریب تعیین تعدیل شده برای الگوها می توان گفت، به ترتیب بیش از ۰/۲۴، ۰/۰۹، ۰/۷۷ و ۰/۱۲ تغییرات متغیر وابسته هر

الگو توسط متغیرهای مستقل و کنترلی پژوهش قابل تبیین است. افزون بر این، مقدار آماره دورین واتسون برای هر ۴ الگو نیز بیانگر عدم وجود خودهمبستگی مرتبه اول میان باقیمانده‌های الگو می‌باشد.

جدول شماره ۴. نتایج برآورد الگوهای پژوهش

متغیر	DAC	RAM	Smooth	Predict
	ضریب	ضریب	ضریب	ضریب
	(سطح معناداری)	(سطح معناداری)	(سطح معناداری)	(سطح معناداری)
عرض از مبدا	۰/۲۰۵ (۰/۰۰۸)	۰/۰۳۵۹۶ (۰/۴۷)	۲/۰۴۰۳ (۰/۰۱۶)	۰/۴۵۳۳ (۰/۰۰۳)
رقابت بالفعل	-۰/۰۰۵۲۵ (۰/۰۶۱)	-۰/۰۰۶۵۸ (۰/۰۰۳)	۰/۱۷۶۴۵ (۰/۲۳۶)	۰/۰۰۳۱ (۰/۶۲۳)
رقابت بالقوه	-۰/۰۲۴۸۹ (۰/۰۰۰)	-۰/۰۰۹۹۵ (۰/۰۰۶)	-۰/۲۵۸۸۸ (۰/۰۰۷)	-۰/۰۲۶۰۵ (۰/۰۰۳)
سودآوری صنعت	-۰/۰۰۱۸۲ (۰/۵۴۶)	-۰/۰۰۱۶۴ (۰/۵۱۹)	-۰/۱۳۱۵ (۰/۰۰۰)	۰/۰۱۲۲۱ (۰/۰۵۷)
اهرم	-۰/۰۰۲۸۳ (۰/۹۰۹)	-۰/۰۱ (۰/۵۵۹)	-۰/۸۵۴۸۵ (۰/۰۰۰)	۰/۰۰۳۵۱ (۰/۹۳)
اندازه صنعت	-۰/۰۰۹۸ (۰/۰۱۶)	-۰/۰۰۱۹۸ (۰/۴۷۵)	-۰/۱۸۹۷۷ (۰/۰۰۱)	-۰/۰۱۴۷۲ (۰/۰۷۹)
چرخه عملیاتی	۰/۰۰۱۳۳ (۰/۸۶)	۰/۰۰۹۴۳ (۰/۰۷۶)	۰/۱۴۳۷۸ (۰/۱۱۱)	-۰/۰۳۲۰۳ (۰/۰۱۹)
آماره F	۷/۳۱۳ (۰/۰۰۰)	۳/۰۵۷ (۰/۰۰۸)	۱۹/۱۱۷ (۰/۰۰۰)	۳/۶۸۲ (۰/۰۰۲)
سطح معناداری				
ضریب تعیین	۰/۲۸۱	۰/۱۴	۰/۸۱۴	۰/۱۶۵
R ² تعدیل شده	۰/۲۴۳	۰/۰۹	۰/۷۷۱	۰/۱۲۸
دورین واتسون	۱/۸۱۳	۱/۶۴۷	۱/۷۰۵	۱/۸۲

نتایج آزمون فرضیه‌ها

با توجه به نتایج به دست آمده از جدول شماره ۴ می‌توان ادعا کرد، در سطح معناداری قابل پذیرش ۵ درصد، رقابت بالفعل تنها با دستکاری فعالیت‌های واقعی رابطه معنادار منفی (۰/۰۰۶۵۸-) دارد در حالی که بین رقابت بالفعل و ۳ بعد دیگر کیفیت سود، ارتباط معناداری یافت نشد. بدین ترتیب فرضیه دوم پژوهش تأیید شده اما، فرضیه‌های اول، سوم و چهارم تأیید نمی‌شوند که این عدم تأیید فرضیه‌ها با پژوهش‌های **چنگ و همکاران (۲۰۱۳)** و **مارسیوکیتیت و پارک (۲۰۰۹)** مطابقت ندارد. علاوه بر این، نتایج نشان می‌دهد که رقابت بالقوه با توجه به ضرایب (۰/۰۲۴۸۹، -۰/۰۰۹۹۵، -۰/۲۵۸۸۸ و -۰/۰۲۶۰۵-) و سطح معناداری آن (۰/۰۰۰، ۰/۰۰۶، ۰/۰۰۷ و ۰/۰۰۳)، به ترتیب تأثیر منفی و معناداری بر ارقام تعهدی اختیاری و دستکاری فعالیت‌های واقعی و تأثیر مثبت و معناداری بر میزان هموارسازی سود و قابلیت پیش‌بینی سود صنایع مورد بررسی دارند (کمتر بودن اندازه هموارسازی و قابلیت پیش‌بینی سود بیانگر مقادیر بالای این متغیرها می‌باشد). از این رو، فرضیه‌های پنجم تا هشتم پژوهش تأیید می‌شوند که این نتایج مطابق با پژوهش‌های **هگرمین و میجسکی (۱۹۷۹)** و **منسفیلد (۱۹۶۲)** نیز می‌باشد.

بحث و نتیجه‌گیری

با توجه به عدم تأیید فرضیه‌های اول، سوم و چهارم و همچنین ارتباط ضعیف رقابت بالفعل با دستکاری فعالیت‌های واقعی می‌توان ادعا نمود، رقابت بالفعل در مجموع، ارتباط معناداری با ابعاد کیفیت سود ندارد. به عبارت دیگر، انگیزه‌های مدیریت سود در بین صنایع مورد بررسی، ناشی از عوامل دیگری به جز محیط رقابتی موجود در بازار این صنایع است که در این راستا نتایج تحقیقات داخلی بر عواملی نظیر مالیات بر درآمد، انحراف از فعالیت‌های عملیاتی (تغییر در عملکرد شرکت)، پیش‌بینی رشد سودهای آینده، اندازه و رشد شرکت، درصد مالکان نهادی و همچنین پاداش هیئت‌مدیره تأکید داشته‌اند (**سجادی و همکاران، ۱۳۸۷؛ پورحیدری و افلاطونی، ۱۳۸۵؛ مرادزاده‌فرد و همکاران، ۱۳۹۱**).

علاوه بر این، دیگر یافته‌های پژوهش نشان داد که رقابت بالقوه، ارتباط معناداری با ابعاد کیفیت سود دارد؛ به این صورت که در صنایعی که تهدید ناشی از ورود رقبای جدید بالا است، احتمال کاهش ارزش شرکت‌های حاضر در این صنایع به دلیل ورود رقیب جدید باعث می‌شود که آن‌ها به منظور جلوگیری از این وضعیت (کاهش ارزش)، با استفاده کمتر از ارقام تعهدی اختیاری و همچنین دستکاری کمتر در فعالیت‌های واقعی، سود گزارش شده را کمتر مدیریت نمایند و با نشان دادن تصویری واقعی‌تر از عملکرد شرکت، قابلیت پیش‌بینی سود را افزایش دهند. اما باید توجه داشت که این کاهش انگیزه در مدیریت سود به معنای عدم وجود دستکاری در سود نیست، بلکه شرکت‌های حاضر در چنین صنایعی (با رقابت بالقوه بالا)، همان حداقل دستکاری در سود را در جهت هموارسازی بیشتر سود انجام می‌دهند تا با از بین بردن نوسانات آن، محتوای اطلاعاتی سود را درباره جریان‌های نقدی آینده بهبود بخشند. این موضوع کاملاً مطابق با یافته‌های تحقیق **هاشمی و صمدی (۱۳۸۸)** است، مبنی بر اینکه هموارسازی سود شرکت‌های ایرانی؛ توانایی سود در پیش‌بینی خود و جریان‌های نقدی عملیاتی را افزایش می‌دهد. به طور کلی می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که سیاست شرکت‌های حاضر در صنایع با رقابت بالقوه بالا این است که با ارائه چشم‌انداز واقعی‌تری از عملکردشان، وجوه مورد نیاز خود را با هزینه سرمایه کمتری به دست آورند.

پیشنهاد‌های پژوهش

در راستای نتایج پژوهش، پیشنهاد می‌شود که نهادهای نظارتی بر بازارها و فعالیت‌های اقتصادی با اتخاذ ساز و کارهایی، زمینه ورود به صنعت و فعالیت‌های اقتصادی را تسهیل کرده تا هم به رونق اقتصاد کشور کمک نموده و هم با کاهش سوء اقدامات مدیران شرکت‌های حاضر در صنایع، در جهت کاهش نابرابری اطلاعاتی میان مدیران و سرمایه‌گذاران و در نتیجه کاراتر شدن بازار سرمایه گام بردارند. به سرمایه‌گذاران در بورس اوراق بهادار و همچنین سرمایه‌گذاران جدیدی که قصد ورود به بازار سرمایه را دارند، توصیه می‌شود که هنگام خرید سهام شرکت‌ها به رقابت بالقوه‌ای که این شرکت‌ها با آن مواجه‌اند توجه

جدی شود؛ زیرا وجود رقابت بالقوه در هر صنعت که به نوعی نشان‌دهنده رونق اقتصادی بالا در آن صنعت بوده، یکی از عوامل مؤثر در مطلوبیت سود گزارش شده است. علاوه بر این، به حساب‌برسان نیز پیشنهاد می‌شود که با توجه به بالا بودن کیفیت سود در چنین شرکت‌هایی، با خطر پذیری بیشتر، حسابرسی آنان را با هزینه کمتری انجام دهند.

به پژوهشگران نیز موضوعات زیر برای تحقیقات آینده پیشنهاد می‌شود:

۱. انجام پژوهش حاضر به تفکیک شرکت‌های پیشگام (دارای سهم زیاد در بازار) و پیرو (دارای سهم کم در بازار) و مقایسه آن با نتایج صنعت، زیرا این شرکت‌ها به دلیل داشتن موقعیت و سهم بازار متفاوت الزاماً متحمل شدت رقابت یکسانی نیستند.
۲. بررسی رابطه متقابل عملکرد شرکت و رقابت در بازار با کیفیت سود، زیرا رقابت بازار و عملکرد ضعیف شرکت اثرات متفاوتی بر انگیزه‌های مدیریت سود دارند.
۳. استفاده از سایر ابعاد کیفیت سود و مقایسه آن با نتایج پژوهش حاضر نیز می‌تواند موضوع تحقیق دیگری در این زمینه باشد.

یادداشت‌ها

- | | |
|----------------------------|------------------------|
| 1. Akimova | 2. Schmidt |
| 3. Raith | 4. Bagnoli and Watts |
| 5. Li | 6. Ball and Shivakumar |
| 7. Hegerman and Zmijewski | 8. Mansfield |
| 9. Cheng | 10. Datta |
| 11. Marciukaityte and Park | 12. Yuequan |
| 13. Tinaikar and Xue | 14. Markarian&Santalo |
| 15. Francies | |

References

- Aghazadeh, H., Estiri, M., and Osanlou, B., (2007). Competitiveness of Iranian Enterprises. *The Economic Research*, 7(3). 38-58 [in Persian].
- Akimova, I., (2000). Development of market orientation and competitiveness of Ukrainian firms. *European Journal of Marketing*, 34(9/10), 1128-1148.
- Bagnoli, M., and Watts, S.G. (2010). Oligopoly, disclosure, and earnings management. *The Accounting Review*, 85(4), 1191-1214.

- Ball, R., and Shivakumar, L. (2005). Earnings quality in UK private firms: comparative loss recognition timeliness. *Journal of accounting and economics*, 39(1), 83-128.
- Cheng, P., Man, P., and Cheong, H.Y., (2013). The impact of product market competition on earnings quality. *Accounting and Finance*, 53(1), 137° 162.
- Datta, S., Iskandar-Datta, M., and Sharma, V. (2011). Product market pricing power, industry concentration and analysts earnings forecasts. *Journal of Banking & Finance*, 35(6), 1352° 1366.
- Datta, S., Iskandar-Datta, M., and Singh, V. (2013). Product market power, industry structure, and corporate earnings management. *Journal of Banking & Finance*, 37(8), 3273° 3285.
- Francis, J., LaFond, R., Olsson, P., and Schipper, K. (2005). The market pricing of accruals quality. *Journal of Accounting & Economics*, 39(2), 295-327.
- Hagerman, R. L., and Zmijewski, M. E., (1979). Some economic determinants of accounting policy choice. *Journal of Accounting and Economics*, 1(2), 141° 161.
- Hashemi, S.A., and Samadi, V. (2009). The effects of income smoothing on information content of earnings in companies listed in Tehran Stock Exchange. *Accounting and Auditing Research*, 1(1), 148-167 [in Persian].
- Kordestani, G., and Rahimi, M., (2011). Determinants of the choice of the quality of financial reporting and their economic effects in the capital market. *Journal of Empirical Research of Financial Accounting*, 1(1), 67-91 [in Persian].
- Kordestani, G., and Tayefeh, S., (2013). Earnings attributes and cost of equity. *Journal of Financial Research*, 15(1), 75-94 [in Persian].
- Kothari, S.P., Andrew, L.J., and Wasley, C.E. (2005). Performance matched discretionary accrual measures. *Journal of Accounting and Economics*, 39, 163° 197.
- Li, X., (2010). The impacts of product market competition on the quantity and quality of voluntary disclosures, *Review of Accounting Studies*, 15(3), 663° 711.
- Mansfield, E. (1962). Entry, Gibrat's law, innovation, and the growth of firms. *American Economic Review*, 52(5), 479 492.
- Marciukaityte, D., and Park, J.C. (2009). Market competition and earnings management, http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1361905
- Markarian, G. and Santaló, J. (2010). Product market competition, information and earnings management. Working Paper, www.cunef.edu/enlace.php?id=521.
- Moradzadefard, M., Zarezadeh Mehrizy, M.S., & Taker, R., (2012). The impact of board of directors remuneration and institutional ownership on earnings management in Tehran Stock Exchange listed companies. *Quarterly Journal of Securities Exchange*, 5(18), 137-152 [in Persian].

- Namazi, M., & Ebrahimi, Sh., (2012). The investigation of relationship between product market competition and stock returns. *Journal of Empirical Research of Financial Accounting*, 2(1), 9-27 [in Persian].
- Pourheidari, O., and Aflatooni, A., (2006). The investigation of incentives of income smoothing in the Tehran Stock Exchange. *Iranian Accounting & Auditing Review*, 13(44), 55-70 [in Persian].
- Pourheidari, O., and Ghaffarloo, A., (2012). Investigation of relationship between competitive structures of products and conditional accounting conservatism. *Financial Accounting Researches*, 4(2), 41-62 [in Persian].
- Raith, M. (2003). Competition, risk and managerial incentives. *American Economic Review*, 93(4), 1425° 1436.
- Roychowdhury, S. (2006). Earnings management through real activities manipulation, *Journal of Accounting and Economics*, 42(3), 335-370.
- Saghafi, A., & Safarzadeh, M.H. (2011). Earnings quality and corporate board features: an empirical analysis. *Journal of Audit Science*, 11(44), 73-94 [in Persian].
- Sajadi, S.H., Dastgir, M., Farazmand, H., and Habibi, H., (2007). Determinants of earnings management in companies listed in Tehran Stock Exchange. *Journal of Economic Research*, 8(2), 129-159 [in Persian].
- Schmidt, K.M., (1997). Managerial incentives and product market competition. *The Review of Economic Studies*, 64(2), 191° 213.
- Setayesh, M.H., and Kargarfard, M., (2011). The investigation of effect of product market competition on capital structure. *Journal of Empirical Research of Financial Accounting*, 1(1), 9-30 [in Persian].
- Tinaikar, S., and Xue, S. (2009). Product market competition and earnings management: some international evidence. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1466319.
- Yuequan, W. (2012). Essays on financial reporting quality: evidences from seasoned Equity offering and product market competition. *Doctoral Dissertation*. Polytechnic University, Hong Kong.