

بررسی رابطه بین بهای تمام شده و عملکرد مالی با تاکید بر نقش تعدیل گری رقابت بازار محصول در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران

نگار سالکی^۱

ابراهیم قدیم خانی^{۲*}

مرتضی هادیلو^۳

تاریخ دریافت: ۱۴۰۱/۰۳/۲۱ تاریخ چاپ: ۱۴۰۱/۰۴/۲۳

چکیده

هدف پژوهش حاضر بررسی رابطه بین بهای تمام شده و عملکرد مالی با تاکید بر نقش تعدیل گری رقابت بازار محصول در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران بود. بر همین اساس، این پژوهش با تجزیه اطلاعات مربوط به ۱۱۵ شرکت نمونه در دوره زمانی ۸ ساله از سالهای ۱۳۹۲ الی ۱۳۹۹ انتخاب گردید برای تجزیه تحلیل داده های مربوطه از نرم افزار های STATA^{۱۲} و Eviews^{۱۰} استفاده گردید که نتایج پژوهش نشان می دهد که بهای تمام شده بر عملکرد مالی اثر معنا داری دارد و نیز رقابت بازار محصول بر عملکرد مالی اثر معنا داری دارد و در آخر رقابت بازار محصول بر رابطه بین بهای تمام شده و عملکرد مالی اثر تعدیل گری دارد.

واژگان کلیدی

تاثیر تعدیل گر، بهای تمام شده، عملکرد مالی شرکت ها، رقابت بازار محصول

۱. کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد ارومیه، ارومیه، ایران.

۲. کارشناسی ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی آفاق ارومیه، ارومیه، ایران. (Ebi.ghdm@gmail.com)

۳. کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه سراسری قم، قم، ایران.

۱-مقدمه

در دنیای پر تلاطم رقابتی امروز، کسب و حفظ و مزیت رقابتی شرط بقا و عملکرد بالای شرکت های مختلف تولیدی و خدماتی است. در این زمینه اطلاعات افشا شده به منزله بخشی از ساز و کارهای کنترلی، مدیران شرکت ها را ترغیب می کند تا در مسیر منافع سهامداران و بهبود عملکرد شرکت گام بردارند. آنچه در دنیای امروز شرکت ها را از چند دهه قبل متمایز می کند، محیط ناپایدار و رقابت روزافزون برای جذب منابع محدود است. بر اساس مطالعات اخیر، تصمیمات تامین مالی شرکت، هم از عوامل داخلی و هم از فعالیت های گروه های خارج از مرزهای شرکت تاثیر می گذارد؛ بنابراین، توجه به بازار رقابت در تعیین روش تامین مالی مناسب برای افزایش بازده و ادامه حیات شرکت ها اهمیت دارد و از عوامل اصلی رشد و پیشرفت آنها محسوب می شود. مدیران شرکت ها برای انتخاب بهترین ترکیب سرمایه، هنگام گرفتن تصمیمات مالی، به رقابت پذیری به منزله وسیله ای برای دست یابی به عملکرد مطلوب توجه کنند. حال با این تفاسیر رقابت در بازار محصول در پژوهش های مالی به منزله قدرت بازار شرکت ها تعریف می شود. در محیط رقابتی کنونی که یکی از مشخصه های بارز آن کمیابی منابع است، ارزیابی عملکرد و گزارشگری آن نقش حیاتی برای سازمان ایفا می کند (آمادو و همکاران، ۲۰۱۲). صاحب نظران و محققان معتقدند عملکرد موضوع اصلی در تمامی تجزیه و تحلیل های سازمانی است و مشکل است بتوان سازمانی را تصور کرد که مشمول اندازه گیری و گزارشگری عملکرد نباشد. سازمان ها جهت فراهم آوردن بازخورد به مدیران، در ارتباط با نیل به اهداف استراتژیک، به ارزیابی عملکرد متکی هستند (کراونس و همکاران، ۲۰۱۰). در این راستا یکی از دغدغه های سرمایه گذاران انتخاب شرکتی است که بتواند بهترین عملکرد را برای رسیدن به هدف حداکثر کردن ثروت سهامداران داشته باشد. پس ارزیابی عملکرد شرکت ها نیز از دغدغه های بزرگ سهامداران و مالکان شرکت ها است (اسعدی، ۱۳۹۵). ازجمله های عملکردی سازمان ها که به طور سنتی بسیار مورد توجه قرار داشته است، جنبه مالی آنهاست. از آنجا که کسب سود هدف اصلی بسیاری از شرکت ها قلمداد می شود، عملکرد مالی از اهمیت بسیار زیادی برخوردار است (تقی زاده و فضلی، ۱۳۹۰). در راستای مبانی بیان شده از جمله عوامل مهم و موثر بر عملکرد مالی شرکت بهای تمام شده با تاثیر بر نرخ بازده دارایی ها و نرخ بازده حقوق صاحبان سهام بر عملکرد مالی شرکت ها موثر است. همچنین بهای تمام شده می تواند با اثر گذاری بر عواملی چون سود شرکت، ارزش بازار سهام شرکت را نیز تحت تاثیر قرار داده و بدین ترتیب عملکرد شرکت را تعدیل نماید. اطلاعات سیستم حسابداری بهای تمام شده می تواند در اتخاذ تصمیم های راهبردی بسیار نقش آفرین باشند (نیلسن و همکاران، ۲۰۱۵). تغییرات زیاد در محیط کسب و کار جاری نیازمند پذیرش یک سیستم بهای تمام شده است و نیاز اطلاعاتی مدیریت را برآورده نماید. ارائه اطلاعات ضروری به وسیله سیستم های حسابداری به مدیران، جهت بهبود کیفیت تصمیمات آنها در نتیجه ارتقا عملکرد سازمانی حیاتی است (جانسون، ۱۹۹۰). همچنین مطالعات از اهمیت بهای تمام شده بر عملکرد مالی حاکی است (لاتینن، ۲۰۱۴). در این راستا پژوهش اعتمادی و همکاران (۱۳۹۷) نیز حاکی از اهمیت رابطه بین بهای تمام شده و عملکرد مالی است. سازمان های صنعتی بیان می کنند که تمرکز شرکت ها در بازار یک عنصر با اهمیت ساختار بازار و عامل تعیین کننده رقابت در بازار است. اخیرا مقالات نظری در زمینه ادبیات اقتصادی، رقابت در بازار محصول را به عنوان یکی از ساز و کارهای نظم دهنده در فرآیند گزارشگری مالی بیان می کنند (بالاکریشان و کوهن، ۲۰۱۱). همچنین کیم و همکاران (۲۰۱۱) معتقدند که رقابت بازار محصول دو دیدگاه وجود دارد: دیدگاه اول بیان می کند که رقابت در بازار محصول تاثیر مطلوبی بر کاهش هزینه های نمایندگی (هارت، ۱۹۹۳)، افزایش بهره وری محصول و تشویق کارکنان دارد. انتظار بر این است که بهای تمام شده تاثیر

معناداری بر عملکرد مالی شرکت ها داشته باشد. حال با این بین در پژوهش حاضر به دنبال آن هستیم که آیا رقابت بازار محصول بر رابطه بین بهای تمام شده و عملکرد مالی شرکت نقش تعدیل گری دارد؟

۲- مبانی نظری و ادبیات پژوهش

هدف اصلی سهامداران و پیرو آن شرکت ها کسب حداکثر مقدار سود و ثروت است. از این رو عملکرد مالی شرکت ها که در واقع میزان سود و ثروت کسب شده نسبت به منابع مورد استفاده می باشد از اهمیت فزاینده ای برخوردار بوده و مورد توجه پژوهش های متعددی قرار می گیرد؛ بنابراین بررسی عوامل مهم و موثر بر عملکرد مالی شرکت نیز برای سهامداران و سرمایه گذاران اهمیت بسیار داشته و مورد توجه قرار می گیرد. در این راستا بررسی تعدیل گری رقابت بازار محصول و بهای تمام شده بر عملکرد مالی از اهمیت و ضرورت فراوانی برخوردار می باشد و در پژوهش حاضر مورد بررسی قرار می گیرد. همچنین ساز و کارهای رقابت در بازار محصول بر رابطه بین بهای تمام شده و عملکرد مالی نیز از اهمیت برخوردار بوده و در پژوهش حاضر مورد ارزیابی قرار می گیرد. خواجهی و قدیریان آرانی (۱۳۹۷) در پژوهش خود با عنوان توانایی مدیران، عملکرد مالی و خطر ورشکستگی به این نکته توجه می کنند بین توانایی مدیران و خطر ورشکستگی شرکتها رابطه ای منفی وجود دارد و عملکرد مالی نقش متغیر میانجی کامل در رابطه با توانایی مدیران و خطر ورشکستگی بازی می کند. رضائی و محمدزاده (۱۳۹۶) در مطالعه ای با عنوان بررسی تاثیر حاکمیت شرکتی بر عملکرد مالی و بحران مالی در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران به این نتیجه رسیدند کیفیت حاکمیت شرکتی تاثیر معنی داری بر بازده کل دارایی ها، بازده حقوق صاحبان و ارزش شرکت دارد. همچنین کیفیت حاکمیت شرکتی تاثیر معنی داری بر بحران مالی ندارد. تقی زاده خانقاه و زینالی (۱۳۹۶) در مطالعه ای به بررسی تاثیر ویژگی های هیئت مدیره و جبهه گیری مدیریت بر استراتژی متنوع سازی شرکت پرداختند نتایج پژوهش آنها بیانگر این مطلب است که اندازه و استقلال هیئت مدیره به ترتیب یک تاثیر مثبت و منفی بر متنوع سازی شرکت دارند. نیک بخت و همکاران در سال (۱۳۸۹) به بررسی تاثیر ویژگی های هیات مدیره بر عملکرد شرکت پرداختند بدین منظور از ۷۱ شرکت پذیرفته شده بورس اوراق بهادار در دوره زمانی ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۷ استفاده نمودند و نتایج پژوهش نشان می دهد که هیات مدیره در بازار سرمایه ایران به صورت کارا به وظایف خود برای کاهش مشکلات نمایندگی عمل ننموده و تاثیر با اهمیتی بر عملکرد شرکت ندارد. دانوشا و راویوانتی^۱ (۲۰۱۹) تاثیر حاکمیت شرکتی بر عملکرد شرکت در موسسات مالی سریلانکا بررسی نمودند. هدف از پژوهش خود را ارائه یک شیوه مناسب حاکمیت شرکتی برای بهبود عملکرد موسسات مالی ذکر کردند. برای دست یابی به این اهداف از بازپرداخت سهام، بازده داراییها به عنوان متغیرهای اصلی تعیین کننده عملکرد شرکت استفاده می کنند. از سوی دیگر اندازه هیات مدیره، جلسات هیات مدیره و کمیته حسابرسی شرکت به عنوان متغیرهایی برای اندازه گیری حاکمیت شرکتی استفاده نمودند بدین منظور ۲۵ موسسه مالی به عنوان حجم نمونه انتخاب گردید همچنین داده ها با استفاده از منابع ثانویه جمع آوری می شوند نتایج بدست آمده حاکی از این است که متغیرهای حاکمیت شرکتی بطور معنی داری تاثیر بر عملکرد شرکت و اندازه هیات مدیره و اندازه کمیته حسابرسی تاثیر مثبت بر عملکرد شرکت می گذارد و در آخر جلسات هیات مدیره تاثیر منفی بر عملکرد شرکت دارد. داس^۲ در سال (۲۰۱۹) به تدوین کتاب حاکمیت شرکتی در هند پرداخت و بیان کرد که این کتاب به چگونگی ترویج شیوه های حاکمیت بهتر در سازمان های تجاریدر اقتصاد های در حال توسعه می پردازد همچنین این مجموعه ترکیبی از

¹ Danoshana & Ravivathani

² Das

دیدگاه‌های مفهومی و مشاهدات در مورد شیوه‌های حاکمیت شرکتی را به صورت مختصر توضیح می‌دهد و از طریق شواهد تجربی از محیط کشور هند این موارد را نشان می‌دهد و نیز تجزیه تحلیل داده‌های ثانویه حاکمیت شرکتی را فراهم می‌آورد و در آخر این کتاب مرجع مفیدی برای کسانی است که مایل به شناسایی شیوه‌های پیشرو در گستره‌ی حاکمیت شرکتی در شرکت‌های در حال توسعه است. اقبال^۱ و همکاران (۲۰۱۸) در پژوهشی با عنوان بررسی رابطه بین عملکرد مالی و حاکمیت شرکتی در تامین مالی خرد در کشورهای آسیایی بیان می‌کنند رابطه مثبتی بین حاکمیت شرکتی و عملکرد مالی وجود دارد و سودآوری شرکتها با حاکمیت شرکتی قوی بهبود می‌یابد. کولینز^۲ (۲۰۱۷) در پژوهش خود با عنوان ساختار حاکمیتی و افشای داوطلبانه مسوولیت اجتماعی بیان نمود که هرچقدر حاکمیت شرکت اصولی و منسجم تر باشد و مدیران شرکت پایبند به مسائل اجتماعی باشد سطح افشاء به طور قابل توجهی بالا خواهد رفت.

۳- روش شناسی تحقیق

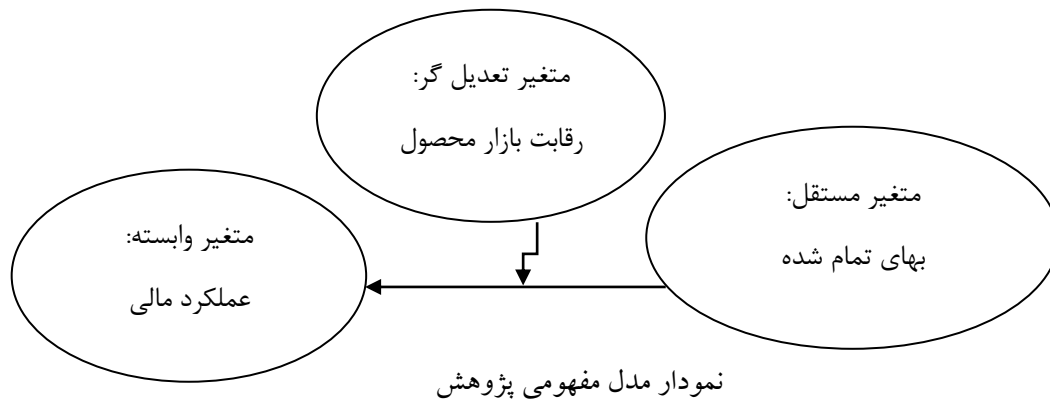
این پژوهش از نوع پژوهش‌های کمی است که از روش علمی ساخت و اثبات تجربی استفاده می‌کند و بر اساس فرضیه‌ها و طرح‌های پژوهش از قبل تعیین شده انجام می‌شود. از این دسته پژوهش‌ها زمانی استفاده می‌شود که معیار اندازه‌گیری داده‌ها کمی است و برای استخراج نتیجه‌ها از فن‌های آماری استفاده می‌شود پس از آنکه پژوهشگر داده‌ها را گردآوری و طبقه‌بندی کرد، باید مرحله بعدی فرایند پژوهش که به مرحله تجزیه و تحلیل داده‌ها معروف است را آغاز کند. در این مرحله، پژوهش‌گر اطلاعات و داده‌ها را در جهت آزمون فرضیه و ارزیابی آن مورد بررسی قرار می‌دهد. در مرحله تجزیه و تحلیل، آنچه مهم است این است که پژوهشگر باید اطلاعات و داده‌ها را در مسیر هدف پژوهش، پاسخ‌گویی به سؤالات پژوهش و نیز ارزیابی فرضیه‌های پژوهش خود، مورد تجزیه و تحلیل قرار دهد (حافظ نیا، ۱۳۸۶). در انجام این پژوهش، از روش‌های آماری و الگوهای اقتصادسنجی متعددی استفاده شده است که در ادامه به تفصیل تشریح شده است. پس از جمع‌آوری اطلاعات، نخستین گام محاسبه آماره‌های توصیفی از متغیرهای مورد استفاده است. این آماره‌ها شامل میانگین، میانه، انحراف استاندارد و سایر اطلاعات مورد استفاده است. پس از بررسی آماره‌های توصیفی، فرضیه‌های پژوهش با استفاده از روش‌های آمار استنباطی مورد آزمون قرار گرفته است. لازم به ذکر است که در این پژوهش در خصوص تجزیه و تحلیل داده‌ها، ابتدا با استفاده از نرم‌افزار Excel متغیرهای پژوهش از روی داده‌های خام آماده و سپس با استفاده از نرم‌افزارهای EViews 10 و STATA12 تجزیه و تحلیل نهایی انجام داده شده است. جامعه آماری تحقیق شامل شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. با توجه به تشکیل جامعه حسابداران رسمی در سال ۱۳۸۱ و طی دوره اجرای استانداردهای حسابداری تا این سال و تکمیل فرآیند تا سال ۱۳۸۲، دوره زمانی بعد از آن مدنظر نبوده است. در این تحقیق داده‌های سال‌های ۱۳۹۲ تا ۱۳۹۹ جمع‌آوری شده است.

۳-۱- فرضیات تحقیق؛ مدل مفهومی پژوهش و تعریف عملیاتی متغیرها

فرضیه اول: بهای تمام شده بر عملکرد مالی شرکت‌های تولیدی تاثیر معناداری دارد.
فرضیه دوم: رقابت در بازار محصول بر عملکرد مالی شرکت‌های تولیدی تاثیر معناداری دارد.
فرضیه سوم: رقابت بازار محصول بر رابطه بین بهای تمام شده و عملکرد مالی شرکت‌های تولیدی اثر تعدیل‌گری دارد.

¹ Iqbal et al

² Collins



متغیر مستقل

متغیرهای مستقل استفاده شده در این پژوهش بهای تمام شده است؛ که عبارت است از منابع مصرف شده در جهت کسب منبع یا منابع دیگر، منافع حاصل از منابع بدست آمده در آینده از طریق فروش و یا استفاده از عملیات که صاحب آن انتقال می یابد (اسکندری، ۱۳۹۰) به بیانی دیگر میزان بهایی که برای بدست آوردن چیزی پرداخته ایم و یا در یک موسسه تولیدی، بهایی که برای ساخت محصول متحمل شده ایم. برای محاسبه بهای تمام شده از رشد فروش استفاده شد که به صورت به عنوان تعریف شده ((فروش امسال - فروش سال گذشته) / فروش سال گذشته) است. همچنین می توان برای بهای تمام شده از لگاریتم رشد فروش استفاده کرد (قائمی و نعمت الهی، ۱۳۸۵).

متغیر وابسته:

متغیر وابسته در این پژوهش عملکرد مالی می باشد. برای اندازه گیری عملکرد شرکتها از معیار Q توبین استفاده می شود. Q توبین حاصل تقسیم ارزش بازار دارایی های شرکت به ارزش دفتری دارایی ها می باشد.

$$Q = \frac{M.V.S + B.V.S}{B.V.A}$$

در رابطه فوق $M.V.S$ نشانگر ارزش بازار سهام عادی و $B.V.S$ ارزش دفتری بدهیهای بلندمدت و کوتاه مدت و $B.V.A$ نیز نشانگر ارزش دفتری کل داراییهای شرکت است (رضائی و محمدزاده، ۱۳۹۶).

متغیر تعدیل گر:

در این پژوهش رقابت بازار محصول به عنوان متغیر تعدیل گر در نظر گرفته شده است؛ و رایج ترین شاخص برای اندازه گیری آن، شاخص هرفیندال هریشمن است؛ و این شاخص از جمع توان دوم سهم بازار تمامی بنگاههای فعال در صنعت به دست می آید.

متغیرهای کنترلی

اندازه شرکت (SIZE): اندازه هر شرکت به میزان داراییهای آن بستگی دارد و به منظور هم مقیاس شدن رقم کل داراییها از لگاریتم آن به عنوان متغیر کنترلی استفاده شده است.

نسبت بدهی: اهرم مالی شرکت است که از تقسیم جمع بدهی های کوتاه مدت و بلندمدت به جمع داراییهای شرکت به دست می آید.

$$LEV = \text{Total Debts} / \text{Total Assets}$$

رشد شرکت: از نسبت ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام به ارزش بازار حقوق صاحبان سهام به عنوان نماینده ای برای رشد شرکت استفاده خواهد شد (رزمی و پورفرهاد، ۱۳۹۸).

دارایی های ثابت: دارایی ثابت به دارایی مشهودی که در واحد تجاری مورد استفاده قرار میگیرد و دارای ماهیتی دائمی یا نسبتاً ثابت است، گفته میشود. داراییهای مذکور، به استثنای زمین به مرور فرسوده یا در اثر گذشت زمان غیرقابل استفاده میشوند. در این صورت اصطلاحاً گفته میشود که داراییها مستهلک شده اند (حسینی و همکاران، ۱۳۹۲).

بازده دارایی ها: بازده دارایی ها نشان دهنده توانایی مدیریت در استفاده کارا از دارایی ها می باشد و بیشتر بر بازدهی بخش عملیات متمرکز است (Alghifari et al, 2013).

$$ROA = \text{Net Income} / \text{Total Assets}$$

۴- یافته های پژوهش

۴-۱- آمار توصیفی متغیرها

جدول (۱): شاخص های مرکزی و پراکندگی متغیرهای تحقیق

نام متغیر	تعداد	میانگین	میانه	حداکثر	حداقل	انحراف معیار	چولگی
بهای تمام شده	۹۲۰	۰/۱۴	۰/۱۵	۰/۵۹	-۰/۳۰	۰/۲۶	-۰/۰۰۹
رقابت بازار محصول	۹۲۰	۰/۵۰	۰/۵۰	۰/۹۲	۰/۰۴	۰/۲۴	-۰/۱۷
عملکرد مالی	۹۲۰	۲/۵۱	۲/۰۹	۵/۶۶	۱/۲۳	۱/۱۹	۰/۹۷
رشد شرکت	۹۲۰	۳/۰۳	۲/۲۴	۸/۹۷	-۰/۱۱	۲/۴۷	۱/۰۶
اهرم مالی	۹۲۰	۰/۶۰	۰/۶۱	۱/۰۴	۰/۰۹	۰/۱۸	-۰/۱۶
بازده دارایی ها	۹۲۰	۰/۱۰	۰/۰۸۸	۰/۴۳	-۰/۲۳	۰/۱۳	۰/۱۷
اندازه شرکت	۹۲۰	۱۲/۱۱	۱۲/۰۴	۱۳/۴۷	۱۱/۰۶	۰/۶۱	۰/۵۲

از بین شاخص های مرکزی بیان شده میانگین مهم ترین آن ها محسوب می شود که نشان دهنده نقطه تعادل و مرکز ثقل توزیع است. میانگین شاخص مناسبی برای نشان دادن مرکزیت داده ها است. برای مثال میانگین بهای تمام شده برابر با ۰/۱۴ می باشد که نشان می دهد بیشتر داده های مربوط به این متغیر حول این نقطه تمرکز یافته اند. میانه یکی دیگر از شاخص های مرکزی است که وضعیت جامعه را نشان می دهد. میانه متغیر رقابت بازار محصول برابر با ۰/۵۰ است که نشان می دهد نیمی از داده های این متغیر کمتر از این مقدار و نیمی دیگر بیشتر از این مقدار می باشد. در طی قلمرو زمانی پژوهش بیشترین مقدار متغیر اندازه شرکت برابر با ۱۳/۴۷ و کمترین مقدار این متغیر برابر با ۱۱/۰۶ است. شاخص های پراکندگی به طور کلی معیاری برای تعیین میزان پراکندگی داده ها از یکدیگر یا میزان پراکندگی آن ها نسبت به میانگین است. از جمله مهم ترین شاخص های پراکندگی که شرط مطلوب برای وارد کردن متغیر به مدل رگرسیونی می باشد، انحراف معیار است. انحراف معیار متغیرها صفر نبوده و حائز این شرط می باشند.

به منظور بررسی مانایی متغیرهای تحقیق از آزمون های ریشه واحد لین، لیون و چاو (LLC)؛ ایم، پسران و شین (IPS) و آزمون دیکی فولر تعمیم یافته (ADF) استفاده شده است. آماره های به دست آمده از مقایسه خروجی هر سه آزمون نشان می دهد که کمتر از سطح خطای ۵ درصد بوده، لذا نتایج اچ صفر آزمون های فرضیات این متغیرها رد می شوند. لذا می توان نتیجه گرفت که در فاصله اطمینان ۹۵٪ پایا بوده، در نهایت ایستایی این متغیرها مورد پذیرش قرار می گیرد.

جدول (۲): نتایج آزمون مانایی متغیرها

نتیجه	آزمون دیکی. فولر تعمیم یافته		آزمون ایم، پسران و شین		آزمون لین، لیو و چاو		متغیر
	احتمال	آماره F	احتمال	آماره F	احتمال	آماره F	
ماناست	۰/۰۰۰۰	۳۶۸/۲۷۰	۰/۰۰۰۰	-۵/۹۹	۰/۰۰۰۰	-۲۹/۰۸	بهای تمام شده
ماناست	۰/۰۰۹۸	۲۴۰/۷۱	۰/۰۰۰۰	-۲۳/۸۲	۰/۰۰۰۰	-۲۶۷/۰۲۲	رقابت بازار محصول
ماناست	۰/۰۰۰۰	۳۳۱/۴۷	۰/۰۰۰۱	-۳/۸۷	۰/۰۰۰۰	-۳۰/۷۲	عملکرد مالی
ماناست	۰/۰۰۰۰	۳۸۱/۸۱	۰/۰۰۰۰	-۱۴/۷۱	۰/۰۰۰۰	-۱۰۷/۳۲	رشد شرکت
ماناست	۰/۰۰۰۸	۳۰۳/۷۱	۰/۰۱۰	-۲/۲۹	۰/۰۰۰۰	-۱۸/۶۵	اهرم مالی
ماناست	۰/۰۰۰۳	۳۱۱/۵۳	۰/۰۰۰۰	-۴/۰۲	۰/۰۰۰۰	-۳۴/۵۵	بازده دارایی ها
ماناست	۰/۰۰۰۰	۳۱۰/۰۸	۰/۰۰۶۵	-۲/۴۸	۰/۰۰۰۰	-۲۸/۹۷	اندازه شرکت

۴-۲- تجزیه و تحلیل اولیه مدل ها جهت تعیین روش آزمون

برای این که بتوانیم مدل خود را که از فرضیه های تحقیق نشأت گرفته به درستی محاسبه و تجزیه و تحلیل کنیم، لازم است تا در مرحله اول بعد از توصیف اولیه داده ها و قبل از نوع آزمون، نوع روش محاسبه ای مدل را در آزمون ها تعیین کنیم. بدین منظور ابتدا باید برای تعیین این که داده های ترکیبی از نوع پنل یا تلفیقی است از آزمون اف لیمر استفاده شود. فرض صفر این آزمون مبنی بر استفاده از داده های تلفیقی می باشد. چنان چه فرض صفر آزمون اف لیمر رد شود و نوع داده ها از نوع داده های پنل باشد بایستی از آزمون هاسمن استفاده گردد تا این که مشخص شود که نوع داده های پنل از نوع اثرات ثابت است یا از نوع اثرات تصادفی.

جدول (۳): تعیین نوع داده های ترکیبی مدل ها در آزمون نهایی

نتیجه آزمون	آزمون هاسمن		نتیجه آزمون	آزمون اف لیمر		مدل
	احتمال	آماره آزمون		احتمال	آماره آزمون	
مدل اثرات تصادفی	۰/۷۲۷۰	۲/۸۲	پنل	۰/۰۰۰۰	۵/۰۱	مدل ۱
مدل اثرات تصادفی	۰/۷۰۸۵	۲/۹۴	پنل	۰/۰۰۰۰	۴/۹۷	مدل ۲
مدل اثرات تصادفی	۰/۷۲۱۵	۲/۸۶	پنل	۰/۰۰۰۰	۵/۰۱	مدل ۳

۳-۴-آزمون ناهمسانی واریانس ها و خود همبستگی مدل فرضیه ها

یکی دیگر از مراحل فرآیند پدل دیتا قبل از آزمون نهایی فرضیه های تحقیق، بررسی ناهمسانی واریانس ها و خود همبستگی مدل طراحی با استفاده از آزمون LR تست و آزمون استقلال جملات خطاها ولدريج تست با اچ صفرهای به ترتیب " همسانی واریانس متغیرها " و " عدم وجود خود همبستگی بین جملات خطا " می باشد.

جدول (۴): نتایج آزمون خود همبستگی و ناهمسانی واریانس ها

ناهمسانی واریانس	آزمون ناهمسانی واریانس ها LR		همبستگی	آزمون خود همبستگی ولدريج		مدل
	Prob > chi2	LR Chi2(92)		Prob > F	F آماره	
دارد	۰/۰۰۰۰	۲۱۷۸/۱۲	ندارد	۰/۱۵۷۴	۲/۰۲۶	مدل ۱
دارد	۰/۰۰۰۰	۲۱۸۰/۲۷	ندارد	۰/۱۴۵۸	۲/۱۴۵	مدل ۲
دارد	۰/۰۰۰۰	۲۱۷۸/۵۴	ندارد	۰/۱۵۴۶	۲/۰۵۳	مدل ۳

۴-۴-آزمون هم خطی

به منظور بررسی رابطه هم خطی متغیرهای پژوهش آزمون هم خطی VIF صورت گرفته که این آزمون بیان می دارد اگر آماره آزمون VIF به یک نزدیک باشد نشان دهنده عدم هم خطی است و به عنوان یک قاعده تجربی یعنی مقدار VIF بزرگتر از ۵ باشد همخطی چندگانه بالا می باشد

جدول (۵): نتایج جدول هم خطی متغیرها

رابطه هم خطی	نتایج آزمون هم خطی		مدل ها	
	1/VIF	VIF		
ندارند	۰/۹۷	۱/۰۳	بهای تمام شده	مدل ۱
	۰/۹۴	۱/۰۶	رشد شرکت	
	۰/۹۵	۱/۰۴	بازده دارایی ها	
	۰/۹۸	۱/۰۱	اهرم مالی	
	۰/۹۹	۱/۰۲	اندازه شرکت	
ندارند	۰/۹۹	۱/۰۱	رقابت بازار محصول	مدل ۲
	۰/۹۶	۱/۰۴	رشد شرکت	
	۰/۹۶	۱/۰۴	بازده دارایی ها	
	۰/۹۹	۱/۰۱	اهرم مالی	
	۰/۹۸	۱/۰۲	اندازه شرکت	
ندارد	۰/۹۷	۱/۰۲	بهای تمام شده دارایی*رقابت بازار	مدل ۳

رابطه هم خطی	نتایج آزمون هم خطی		مدل ها	
	1/VIF	VIF		
			محصول	
	۰/۹۴	۱/۰۶	رشد شرکت	
	۰/۹۵	۱/۰۴	بازده دارایی ها	
	۰/۹۹	۱/۰۱	اهرم مالی	
	۰/۹۸	۱/۰۲	اندازه شرکت	

۴-۵- نتایج آزمون فرضیات اول، دوم، سوم تحقیق

با استناد به نتایج آزمون های اف لیمر، هاسمن، خود همبستگی و آزمون ناهمسانی واریانس آزمون مدل و هم خطی با استفاده از روش اثرات تصادفی EGLS برآورد شده که نتایج آن ها در جداول (۴-۷، ۴-۸، ۴-۹) نشان داده می شود. فرضیه اول: بهای تمام شده بر عملکرد مالی شرکت های تولیدی تاثیر معناداری دارد.

جدول (۶): نتایج آزمون فرضیه ها

متغیر وابسته مدل: عملکرد مالی				
متغیرهای توضیحی	ضرایب	خطای استاندارد	آماره t	p-value
بهای تمام شده	۰/۳۷	۰/۱۴	۲/۶۷	۰/۰۰۸
رشد شرکت	-۰/۰۰۷	۰/۰۰۷	-۱/۰۳	۰/۳۰۳
بازده دارایی ها	-۰/۰۶	۰/۰۰۹	-۶/۱۴	۰/۰۰۰
اهرم مالی	۰/۰۵۵	۰/۰۳۰	۱/۸۳	۰/۰۶۷
اندازه شرکت	۰/۱۴۴	۰/۰۲۰	۷/۱۲	۰/۰۰۰
مقدار ثابت	۰/۵۸	۰/۰۸۹	۶/۵۲	۰/۰۰۰
آماره والد مدل		۵۵/۷۶		
معناداری آماره والد مدل		۰/۰۰۰۰		

نتایج مندرج در این جدول نشان می دهد که آماره والد مدل برابر با ۵۵/۷۶ و معناداری آماره والد مدل محاسبه شده (۰/۰۰۰۰۰۰) برای آن کوچکتر از سطح خطای ۵ درصد می باشد؛ بنابراین کلیت مدل از اعتبار بالایی برخوردار است. با توجه به ضرایب متغیر ها و سطح معنا داری آنها می توان بیان داشت بین بهای تمام شده و عملکرد مالی شرکت ها رابطه معنا داری وجود دارد و همچنین بین رشد شرکت و اهرم مالی با عملکرد مالی رابطه ای وجود ندارد اما با بازده دارایی ها و اندازه شرکت رابطه معنا داری وجود دارد بنابر این می توان گفت بهای تمام شده بر عملکرد شرکت ها تاثیر معنا داری دارد و در نتیجه فرضیه مورد نظر تایید می گردد.

فرضیه دوم: رقابت در بازار محصول بر عملکرد مالی شرکت های تولیدی تاثیر معناداری دارد.

جدول (۷): نتایج آزمون فرضیه ها

متغیر وابسته مدل: عملکرد مالی				
متغیرهای توضیحی	ضرایب	خطای استاندارد	آماره t	p-value
رقابت بازار محصول	-۰/۰۰۱	۰/۰۰۰۶	-۲/۵۶	۰/۰۱۰
رشد شرکت	-۰/۰۰۸	۰/۰۰۰۷	-۱/۱۵	-۰/۲۴۹
بازده دارایی ها	-۰/۰۰۶	۰/۰۰۰۹	-۶/۳۵	۰/۰۰۰
اهرم مالی	۰/۰۰۵	۰/۰۰۲۹	۱/۹۹	۰/۰۴۷
اندازه شرکت	۰/۰۱۴	۰/۰۰۱	۷/۳۵	۰/۰۰۰
مقدار ثابت	۰/۰۰۵	۰/۰۰۱	۳/۹۸	۰/۰۰۰۱
آماره والد مدل			۶۶/۶۷	
معناداری آماره والد مدل			۰/۰۰۰۰	

نتایج مندرج در این جدول نشان می دهد که آماره والد مدل برابر با ۶۶/۶۷ و معناداری آماره والد مدل محاسبه شده (۰/۰۰۰۰۰۰) برای آن کوچکتر از سطح خطای ۵ درصد می باشد؛ بنابراین کلیت مدل از اعتبار بالایی برخوردار است. با توجه به ضرایب متغیر ها و سطح معناداری آنها می توان بیان داشت بین رقابت بازار محصول و عملکرد مالی شرکت رابطه معناداری وجود دارد و همچنین بین متغیر های کنترلی بجز رشد شرکت با اندازه شرکت بازده دارایی ها و اهرم مالی با عملکرد مالی رابطه معناداری وجود دارد پس می توان گفت رقابت بازار محصول بر عملکرد مالی شرکت تاثیر معناداری دارد و در نتیجه فرضیه مورد نظر تایید می گردد.

فرضیه سوم: رقابت بازار محصول بر رابطه بین بهای تمام شده و عملکرد مالی شرکت های تولیدی اثر تعدیل گری دارد.

جدول (۸): نتایج آزمون فرضیه ها

متغیر وابسته مدل: عملکرد مالی				
متغیرهای توضیحی	ضرایب	خطای استاندارد	آماره t	p-value
رقابت بازار محصول*بهای تمام شده	۱/۸۱	۰/۰۰۰۸	۲۰۵/۰۱	۰/۰۰۰
رشد شرکت	۰/۰۰۳	۰/۰۰۰۴	۰/۹۳	۰/۳۵۰
بازده دارایی ها	۰/۰۰۶	۰/۰۰۹	۰/۶۸	۰/۴۹۹
اهرم مالی	-۴/۲۸	۰/۰۰۸	۴۸/۹۵	۰/۰۰۰
اندازه شرکت	-۰/۰۰۴	۰/۰۰۲	-۲/۳۷	۰/۰۱۸
مقدار ثابت	۲/۹۷	۰/۰۲۵	۱۱/۶۱	۰/۰۰۰
آماره والد مدل			۴۲۶۲۵/۸۶	
معناداری آماره والد مدل			۰/۰۰۰۰	

نتایج مندرج در این جدول نشان می دهد که آماره والد مدل برابر با $۴۲۶۲۵/۸۶$ و معناداری آماره والد مدل محاسبه شده $(۰/۰۰۰۰۰۰)$ برای آن کوچکتر از سطح خطای ۵ درصد می باشد؛ بنابراین کلیت مدل از اعتبار بالایی برخوردار است. با توجه به ضرایب متغیر ها و سطح معنا داری آنها می توان بیان داشت رقابت بازار محصول بر رابطه بین بهای تمام شده و عملکرد مالی شرکت اثر تعدیل گری دارد همچنین در این مدل از متغیر های کنترلی رشد و بازده دارایی ها رابطه ای معنا داری بر عملکرد مالی نداشته و از آن سو اندازه شرکت و اهرم مالی رابطه معنا داری با عملکرد مالی دارد با این تفاسیر می توان گفت رقابت بازار محصول بر رابطه بین بهای تمام شده و عملکرد مالی شرکت ها اثر تعدیل گری دارد و در نتیجه فرضیه مورد نظر تایید می گردد.

۵- بحث و نتیجه گیری

حسابداری بهای تمام شده، همواره یکی از مهمترین سیستم های حسابداری مدیریت بوده است، در شرایط امروز اقتصاد جهانی، بنگاه ها و موسسات تولیدی به منظور کنترل و کاهش هزینه ها و بهای تمام شده نیازمند یک سیستم بهای تمام شده قوی می باشند. به طور کلی هدف از حسابداری بهکاربرد آن به عنوان سیستم تسهیل کننده فرآیند تصمیم گیری برای مدیریت به منظور بهبود عملکرد است، بنابراین انتظار می رود که تغییر حسابداری بهای تمام شده منجر به استفاده موثر تر و سودمند تر از منابع شده و اطلاعات بهتری را برای تصمیم گیری در اختیار مدیران قرار دهد و همچنین باعث شود که رقابت پذیری و عملکرد جامع شرکت ها بهبود یافته و بهای تمام شده آنها کاهش پیدا کند. تغییرات حسابداری بهای تمام شده می تواند از طریق کاهش هزینه، استفاده بهینه از منابع و نظایر آن باعث بهبود عملکرد مالی شرکت گردد. در اکثر موارد به دلیل اینکه تغییرات حسابداری بهای تمام شده باعث تغییراتی در بهای محصول می گردد، به دلیل اینکه، تغییرات حسابداری بهای تمام شده باعث تغییراتی در بهای محصول می گردد، یک نقش کلیدی را در تعیین قیمت های فروش محصولات ایفا می کند. معمولاً، اگر شرکت ها از رویه ها و تکنیک های بهایابی برای قیمت گذاری محصولات خود استفاده میکنند. به ویژه در شرکت های بزرگ سیستم حسابداری بهای تمام شده می تواند رابطه نزدیکی با سیستم قیمت گذاری داشته باشد و همچنین در ادبیات رقابتی عنوان می شود که رقابت فشرده بازار محصول سبب ایجاد انگیزه در مدیران برای عملکرد کارا می شود. رقابت، مدیران را به سمت ارتباط بیشتر با سهامداران و افزایش کارایی سوق می دهد. به طور کلی رقابت در بازار محصول به منزله ساز و کاری برای حاکمیت برون سازمانی و عاملی مهم و حیاتی در گرفتن تصمیمات افشای اطلاعات توسط شرکت ها مطرح شده است و به منزله مولفه ای اثر گذار بر ارزش سهام شرکت ها نیز نقش آفرینی می کند. بدین منظور در این پژوهش به بررسی رابطه تاثیر تعدیل گر رقابت در بازار محصول بر رابطه بین بهای تمام شده و عملکرد مالی پرداخته شد. با توجه به اینکه این تحقیق مبتنی بر اطلاعات واقعی بازار سهام می باشد و اطلاعات آن از طریق نرم افزارهای اطلاعاتی انتشار یافته از سوی بورس اوراق بهادار تهران و همچنین صورت های مالی اساسی، سایر گزارشات مالی، گزارشات هیات مدیره و یادداشت های ضمیمه صورت های مالی انتشار یافته از سوی بنگاه های اقتصادی، گردآوری شده است همچنین این پژوهش در مورد جامعه ی آماری شرکت های پذیرفته شده در بازار اوراق بهادار تهران در یک قلمرو زمانی ۸ ساله صورت پذیرفته و یک نمونه ی آماری تصادفی شامل ۱۱۵ شرکت با ویژگی های مندرج در فصل سوم، انتخاب شده است که در ذیل به نتایج بدست آمده می پردازیم. با توجه به نتایج بدست آمده درخصوص فرضیه اول میتوان چنین بیان کرد که بین بهای تمام شده بر عملکرد مالی شرکت های تولیدی تاثیر معناداری دارد در خصوص بهای تماشده و عملکرد مالی، تحقیقات مختلفی انجام شده است، اما در حالت کلی، تحقیق درباره رابطه بین عملکرد مالی و حسابداری بهای تمام شده هنوز هم یکی از موضوعات

بحث برانگیز است و سوالات بسیاری در این رابطه مطرح است. در بعضی تحقیقات تاثیر تغییرات حسابداری بهای تمام شده بر عملکرد مالی شرکت مثبت در بعضی تحقیقات دیگر تاثیر منفی و برخی نتایج نیز نشان می دهد که هیچ رابطه ای بین آنها وجود ندارد بنابراین با توجه به نتایج بدست آمده و تایید فرضیه مورد نظر، این فرضیه با مطالعات و اعتمادی و همکاران (۱۳۹۷) همسو و نیز با مطالعات لایتینن (۲۰۱۴) مغایر می باشد. همچنین در خصوص فرضیه دوم که بیانگر این موضوع است که بین رقابت بازار محصول و عملکرد مالی رابطه معکوس و معنی داری وجود دارد آن هم به این دلیل است که رقابت بازار محصول بیشتر بر بازده سرمایه گذاری ها و نیز قیمت سهام تاثیر گذار می باشد اما با این حال از این رو بر عملکرد مالی نیز تاثیر گذار است این هم از این رو قابل اثبات است که هرچه رقابت بیشتر باشد یعنی شاخص رقابت بازار کمتر باشد عملکرد مالی شرکت بهتر خواهد شد در نتیجه این فرضیه با مطالعات باقری (۲۰۱۳)، قاسمیه و مقدم (۱۳۹۳) و نیز اکبری و همکاران (۱۳۹۸) همسو می باشد؛ و فرضیه سوم بیانگر این موضوع است که رقابت بازار محصول بر بهای تمام شده و عملکرد مالی اثر تعدیل گری دارد این نیز می تواند بر این مساله استوار باشد که شرکت ها به دلیل داشتن مسئولیت محدود برای کسب مزیت راهبردی به رفتار تهاجمی در بازار محصول دست بزنند با توجه به تایید رابطه اهرم مالی در این مدل در خصوص تعدیل گری رقابت بازار محصول باز می توان گفت با افزایش رقابت بازار، یک شرکت با بدهی بالا در معرض تهدید و براندازی توسط یک شرکت با بدهی پایین قرار می گیرد، از این رو شرکت ها با سطح اهرم بالاتر در بازار رقابتی عملکرد بهتری نسبت به بازار متمرکز خواهند داشت با این تفاسیر و با توجه به نتایج بدست آمده می توان گفت رقابت بازار محصول رابطه میان بهای تمام شده و عملکرد مالی را تعدیل می نماید.

۱-۴-۵-پیشنهادهایی در راستای یافته های پژوهش

۱. در راستای فرضیه اول با توجه به این که بین بهای تمام شده و عملکرد مالی رابطه معنی داری وجود دارد پیشنهاد می شود مدیریت به تغییر بهای تمام شده دقت کافی نمایند زیرا اگر به بهای تمام شده دقت نشود و عدم اطمینان محیطی وارد بهای تمام شده شود به طور مثال رفتار عرضه کننده مواد بالا برود در آن صورت می تواند بر عملکرد مالی تاثیر منفی بگذارد پس پیشنهاد می گردد مدیران بهای تمام شده را به طور جدی در نظر بگیرند.
۲. از آنجایی که رقابت بازار محصول بر عملکرد مالی تاثیر می گذارد پیشنهاد می شود در بهای تمام شده نقش قیمت گذاری را در محوریت خود قرار دهند زیرا در صورت کاهش یا افزایش قیمت رقابت در بازار محصول کاهش یا افزایش نیابد زیرا در این صورت با توجه به عدم توجه به نیاز مشتری و قیمت گذاری رقبا فروش و عملکرد شرکت تحت تاثیر قرار می گیرد که این تابعی از رقابت در بازار محصول است و اگر به قیمت گذاری محصول دقت نشود باعث کاهش عملکرد و یا افزایش آن می شود که خود رقابت در بازار محصول را تحت تاثیر قرار می دهد پس پیشنهاد می شود به قیمت گذاری محصول دقت خاص شود تا از این رو هم رقابت بازار محصول کنترل گردد هم عملکرد مالی شرکت رو به بالا باشد.

۳. از آنجایی که هدف سرمایه گذاران از سرمایه گذاری در هر شرکت کسب بازدهی است و گر شرکت در ایجاد ارزش موفق باشد، هم سرمایه گذاران و افراد داخلی شرکت و هم در سطح وسیع تر، جامعه از ایجاد ارزش بهره مند خواهند شد؛ که این در راستای سنجش عملکرد مالی شرکت است و همچنین رقابت بازار محصول ترکیبی از سازو کار برتر برای تخصیص کارای منابع و اثر کنترلی بر ایجاد منافع بیشتر و کارآمدی مدیریت است، در واقع به منزله یک سازو کار کنترلی در محدود کردن توانایی مدیریت در اسراف کردن منابع شرکت است پس با توجه به این

که رقابت بازار محصول بر رابطه بین بهای تمام شده و عملکرد مالی شرکت ها اثر تعدیل گری دارد پیشنهاد می شود هیأت مدیره با نظارت هرچه بیشتر به جمع آوری اطلاعات در خصوص بهای تمام شده و همچنین درباره رقبا و هماهنگی بین وظیفه ای پرداخته و نقاط ضعف و قوت رقبا را در بازار محصول بسنجد تا از این رو باعث افزایش عملکرد مالی شوند. همچنین به سیاستمداران و قانون گذاران در سازمان بورس اوراق بهادار در تدوین قوانین و مقررات و انجام امور نظارتی از آنجایی که رقابت بازار محصول بر رابطه بهای تمام شده و عملکرد مالی اثر گذار است، پیشنهاد می گردد بر طریقه قیمت گذاری محصول و تغییرات بهای تمام شده نظارت داشته باشند همچنین به شرکت هایی که در صنایع کمتر رقابتی فعالیت می کنند نظارت بیشتری گردد تا بدین صورت از هزینه های نمایندگی کاسته شده و از حقوق سهامداران و سرمایه گذاران حمایت شود.

۲-۴-۵-پیشنهادهایی برای پژوهش های آتی

۱. در طرحی جامع با شناسایی عوامل تأثیر گذار بر بازدهی سهام شرکت ها (اعم از عوامل درون سازمانی، برون سازمانی، عوامل کلان اقتصادی، عوامل سیاسی و...) تأثیر گذاری متغیرهای مختلف بر میزان بازدهی فوق العاده آتی سهام شرکت ها بررسی شود.

۲. بررسی نقش سرمایه فکری و ریسک بازار سهام بر رابطه بین عملکرد مالی و رقابت بازار محصول

۳. بررسی نقش رقابت بازار محصول بر رابطه میان عملکرد مالی، ساختار سرمایه و عدم تقارن اطلاعاتی

۶-منابع و ماخذ

۱. اسعدی، عبدالرضا. (۱۳۹۵). حاکمیت شرکتی و عملکرد شرکت های هلدینگ و تابعه در بورس اوراق بهادار تهران. *راهبرد مدیریت مالی*، 4(4), 129-151. doi: 10.22051/jfm.2017.9108.1069
۲. اسکندری، جمشید (۱۳۹۰). محاسبه بهای تمام شده شرکت های تولیدی. انتشارات دانشگاه تهران.
۳. اعتمادی، دکتر حسین، سپاسی، دکتر سحر، خلیفه، رسول. (۱۳۹۷). تأثیر تغییرات حسابداری بهای تمام شده بر عملکرد مالی شرکت های تولیدی از طریق متغیر سیستم قیمت گذاری با ملاحظه اثر تعدیلی عدم اطمینان محیطی درک شده. *مجله دانش حسابداری*، 9(2), 67-102. doi: 10.22103/jak.2018.10390.2414
۴. اکبری، محسن، فرخنده، مهسا، ایاغ، زهرا. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر رقابت در بازار محصول بر عملکرد مالی با تعدیل کنندگی کیفیت افشای اطلاعات: شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *مدیریت دارایی و تامین مالی*، 7(1), 29-44. doi: 10.22108/amf.2018.108951.1236
۵. تقی زاده خانقاه، وحید، زینالی، مهدی. (۱۳۹۶). تأثیر ویژگی های هیأت مدیره و جبهه گیری مدیریت بر استراتژی متنوع سازی شرکت. *راهبرد مدیریت مالی*، 5(1), 135-157. doi: 10.22051/jfm.2017.11516.1139
۶. تقی زاده، رسول، فضلی، صفر. (۱۳۹۰). روش اندازه گیری عملکرد شرکت ها با استفاده از رویکرد ترکیبی آنالیز روابط خاکستری و تاپسیس فازی. *چشم انداز مدیریت صنعتی*، 1(2), 125-150
۷. حافظ نیا، محمد رضا، (۱۳۸۶). «مقدمه ای بر روش تحقیق در علوم انسانی»، تهران، انتشارات سمت.

۸. حسینی، سید علی، کرمی غلامرضا، عمرانی، حامد، (۱۳۹۲)، مقایسه اطلاعات مالی بر جریانهای وجوه نقد و اطلاعات مبتنی بر حسابداری تعهدی در پیش بینی بازده سهام با توجه به چرخه عمر، پژوهشنامه اقتصادی، ویژه نامه بانک، شماره ششم، ص ص ۲۰ - ۴۰.
۹. خواجهی، دکتر شکرالله، قدیریان آرانی، محمدحسین. (۱۳۹۷). توانایی مدیران، عملکرد مالی و خطر ورشکستگی. *مجله دانش حسابداری*، 9(1), 35-61. doi: 10.22103/jak.2018.10371.2412
۱۰. رزمی، حمید و پورفرهاد، محمدرضا (۱۳۹۸). ارتباط بین رسیک جریان نقدی و تصمیمات ساختار سرمایه. چشم انداز حسابداری و مدیریت، دوره دوم، شماره ۱۵، صص ۱۳۵-۱۱۹.
۱۱. رضائی، شاهده، محمدزاده، امیر. (۱۳۹۷). بررسی تأثیر حاکمیت شرکتی بر عملکرد مالی و بحران مالی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *فصلنامه مدیریت توسعه و تحول*، 81-88, 1397(32).
۱۲. قائمی، محمدحسین، نعمت الهی، معصومه. (۱۳۸۵). بررسی رفتار هزینه توزیع و فروش و عمومی و اداری بهای تمام شده کالای فروش رفته در شرکتهای تولیدی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *مطالعات تجربی حسابداری مالی*، 4(16), 71-89.
۱۳. نیک بخت، محمدرضا؛ سیدی، سیدعزیز؛ هاشم الحسنی، روزبه؛ (۱۳۸۹). "بررسی تاثیر ویژگی های هیات مدیره بر عملکرد شرکت" *مجله پیشرفت های حسابداری دانشگاه شیراز*، شماره اول، دوره دوم، صص ۲۷۰-۲۵۱.
14. Amado, C.A., F., Santos, S., P., Marques, P., M., (2012). Integrating the data envelopment Analysis and Balanced Scorecard approach for enhanced performance assessment. *Omega*, 40, 390-403.
15. Alghifari, E. S., Triharjono, S., & Juhaeni, Y. S. (2013). Effect of return on assets (roa) against Tobin's q: Studies in food and beverage company in Indonesia stock exchange years 2007-2011. *International Journal of Science and Research (IJSR)*, 2(1), 722-725.
16. Bagheri, A. (2013). *Analysis Effect of Brand Value and Product Market Competition on Firms Financial Performance* (Doctoral dissertation, Master Thesis), Faculty of Economics and Administrative Sciences, Esfahan University. (In Persian).
17. Balakrishnan, K., & Cohen, D. A. (2011). Product market competition and financial accounting misreporting. In *University of Pennsylvania Working paper*.
18. Collins G. Ntim, (2017)., "Governance structures, voluntary disclosures and public accountability: The case of UK higher education institutions", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 30 No. 1, 2017, pp. 65-118.
19. Cravens, K., S., Oliver, E., G., Stewart, J., S., (2010) Can a positive approach to performance evaluation your goals?. *kelley school of business*, 53, 269-279.
20. Das, A. (2019). *Corporate governance in India*. Routledge.
21. Danoshana, S., & Ravivathani, T. (2019). The impact of the corporate governance on firm performance: A study on financial institutions in Sri Lanka. *SAARJ Journal on Banking & Insurance Research*, 8(1), 62-67.

22. Hart, O. (1993). An economist's view of fiduciary duty. *The University of Toronto Law Journal*, 43(3), 299-313
23. Iqbal, S. Ahmad, N. Sadaf. E. (2018), "Financial Performance and Corporate Governance in Microfinance: Evidence from Asia", *Journal of Asian Economics*, <https://doi.org/10.1016/j.asieco.2018.10.002>.
24. 7-Johnson,H. (1990).Performance measurement for competitive excellence, in Kaplan, R. (Ed),measured for manufacturing excellence,Harvard school press,Boston,MA.
25. Kim, J. B., Li, Y., & Zhang, L. (2011). CFOs versus CEOs: Equity incentives and crashes. *Journal of financial economics*, 101(3), 713-730.
26. 8-Laitinen, E. (2014).Influence of cost accounting change on performance of manufacturing firms.*Advances in Accounting*,30(1),230-240.
27. Nielsena,L.B., Mitchell F., and Norreklit, H. (2015).Management accounting and decision making:two case studies of outsourcing accounting forum, Vol39,No1,pp.64-82.

Examining the relationship between cost price and financial performance with emphasis on the moderating role of product market competition in companies admitted to the Tehran Stock Exchange

Negar Saleki¹

Ebrahim Ghadimkhani *²

Morteza Hadilou³

Date of Receipt: 2022/06/11 Date of Issue: 2022/07/14

Abstract

The aim of the current research was to investigate the relationship between the cost price and financial performance, emphasizing the moderating role of product market competition in the companies listed on the Tehran Stock Exchange. 8 years from 1392 to 1399 were selected to analyze the relevant data, 12STATTA and 10Eviews software were used. The results of the research show that the cost price has a significant effect on financial performance, and product market competition has an effect on financial performance. It has a meaning and in the end, product market competition has a moderating effect on the relationship between cost and financial performance.

Keywords

Moderator effect, cost price, financial performance of companies, product market competition

1. Master of Accounting, Islamic Azad University, Urmia branch, Urmia, Iran.

2. Masters in Accounting, Afaq Urmia Institute of Higher Education, Urmia, Iran.
(Ebi.ghdm@gmail.com)

3. Masters in Accounting, Qom National University, Qom, Iran.