

بررسی تأثیر رقابت بازار محصول بر رابطه بین حاکمیت شرکتی و مدیریت سود واقعی

معصومه پوررجبی چهارده^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳/۰۸/۱۵ تاریخ چاپ: ۱۴۰۳/۱۱/۳۰

چکیده

تحقیق حاضر به بررسی نقش تعدیلگر رقابت بازار محصول بر رابطه بین حاکمیت شرکتی و مدیریت سود واقعی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۲ می‌پردازد. در این تحقیق متغیر وابسته مدیریت سود واقعی می‌باشد. برای سنجش این متغیر از معیار کوهن و زاروین (۲۰۱۰) استفاده شده است. متغیر مستقل این تحقیق، حاکمیت شرکتی می‌باشد که برای سنجش آن از سه معیار حاکمیت شرکتی (مالکیت نهادی، مالکیت مدیریتی و اندازه هیئت مدیره) استفاده شده است. متغیر تعدیلگر نیز رقابت بازار محصول می‌باشد که بر اساس شاخص هرفیندال-هیرشمن اندازه گیری شده است. برای آزمون فرضیات از رگرسیون چند متغیره و داده‌های مقطعی با استفاده از نرم‌افزار استاتا بهره گرفته شده است. برای بررسی موضوع تحقیق دو فرضیه مطرح شده است. نتایج حاصل از تجزیه و تحلیل داده‌ها نشان می‌دهد که بین هر سه معیار حاکمیت شرکتی و مدیریت سود واقعی رابطه منفی و معناداری وجود دارد. تأثیر مثبت و معنادار رقابت بازار محصول بر رابطه بین مالکیت نهادی و مدیریتی با مدیریت سود واقعی و عدم تأثیر آن بر رابطه بین اندازه هیئت مدیره و مدیریت سود واقعی می‌باشد.

واژگان کلیدی

مدیریت سود واقعی، حاکمیت شرکتی، رقابت بازار محصول، مالکیت نهادی، مالکیت مدیریتی، اندازه هیئت مدیره.

۱. لیسانس حسابداری مالی.

مقدمه

مدیریت سود مجموعه اقدام‌هایی است که به‌وسیله مدیران به منظور آراستن اطلاعات منعکس در صورت‌های مالی و گزارشگری سود در سطح مورد نظر برای دستیابی به هدف‌هایی خاص انجام می‌شود. مدیریت سود، گزینش سیاست‌های حسابداری یا فعالیت‌های واقعی تأثیرگذار بر سود است تا شرکت از این طریق به هدف‌های ویژه گزارشگری سود دست یابد. برخی از محققان اذعان داشته‌اند که هیچ‌گونه خطا و اشتباهی در مدیریت سود وجود ندارد؛ چرا که در محدوده اصول و استانداردهای حسابداری قرار دارد. مدیریت سود به انتخاب سیاست‌های حسابداری توسط مدیر و یا انجام فعالیت‌های واقعی اشاره دارد که بر سود گزارش شده اثر می‌گذارد تا برخی اهداف ناشی از سود گزارش شده حاصل شود (عباس و ایوب، ۲۰۱۹). بدین ترتیب مدیریت سود به دو طریق امکان‌پذیر است؛ مدیریت سود از طریق انتخاب سیاست‌های حسابداری و مدیریت سود بوسیله انجام فعالیت‌های واقعی. از آنجایی که سود حسابداری یکی از مهمترین مبنای تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران می‌باشد، لذا مدیران عمدتاً سود و نرخ رشد سود شرکت تحت مدیریت خود را به گونه‌ای دستکاری می‌نمایند که یکنواخت به نظر بیاید. یکی از عوامل اصلی بهبود کارایی اقتصادی حاکمیت شرکتی (نظام راهبری) است که در برگیرنده مجموعه‌ای از روابط میان مدیریت شرکت، هیئت مدیره، سهامداران و سایر گروه‌های ذینفع است. حاکمیت شرکتی ساختاری را فراهم می‌کند که از طریق آن هدف‌های بنگاه تنظیم و وسایل دستیابی به هدف‌ها و نظارت بر عملکرد تعیین می‌شود. همچنین انگیزه لازم برای تحقق هدف‌های بنگاه را در مدیریت ایجاد کرده و زمینه نظارت مؤثر را فراهم می‌کند. به این ترتیب شرکت‌ها منابع را با اثربخشی بیشتری به کار می‌گیرند (بانسال و همکاران، ۲۰۲۱). امروزه با توجه به اهمیت و گسترش روز افزون بازارهای سرمایه در تجهیز و جمع‌آوری سرمایه‌های کوچک فردی به سمت فعالیت‌های تولیدی، شناسایی رفتار سرمایه‌گذاران و متغیرهای تأثیرگذار بر مدیریت سود در این بازارها اهمیت بسیاری یافته است. استدلال‌های اصلی علم اقتصاد بر این مبنا 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 (لی و همکاران، ۲۰۲۰). یرمک (۱۹۹۶) ادعا می‌کند که در شرکت‌های با هیئت‌مدیره کوچک، نظارت کمتری بر عملکرد مدیران وجود دارد. بنابراین مدیران جهت دستکاری فعالیت‌های مدیریت سود آزادی بیشتری دارند. وارفیلد و همکاران (۱۹۹۵) به این نتیجه رسیدند که افزایش مالکیت مدیریتی می‌تواند منافع مدیران را تضمین کند و دستکاری صورت‌های مالی را کاهش دهد. برخی از پژوهش‌های پیشین نشان دادند که سرمایه‌گذاران نهادی از قابلیت نظارت بر رفتار فرصت‌طلبانه مدیران برخوردار هستند و این امر نشان دهنده تأثیر مالکیت نهادی بر مدیریت سود می‌باشد (تانگ و چن، ۲۰۲۰). بنابراین افزایش سرمایه‌گذاران نهادی، مدیریت سود را کاهش می‌دهد. مطالعات دیگر خاطرنشان کردند که برخی از سرمایه‌گذاران نهادی کوتاه مدت هستند و به دنبال مزایای فوری و عملکرد کوتاه مدت هستند. این می‌تواند مدیران را وادار به دستکاری فعالیت‌های مدیریت سود کند

(تثو، ۲۰۲۳). مطالعات مطالعات متعددی نشان داده‌اند که رقابت در بازار محصول بر تصمیم‌گیری یک شرکت جهت سرمایه‌گذاری و تخصیص سرمایه تأثیر می‌گذارد (هیلدا، ۲۰۱۹). مطالعات اخیر نشان می‌دهد که رقابت در بازار محصول می‌تواند مدیران را وادار کند تا عملکرد مالی یک شرکت و مدیریت سود را دستکاری کنند (ویانا و همکاران، ۲۰۲۲). شلیفر^۱ (۲۰۰۴) ادعا می‌کند که فشارهای رقابتی در بازار محصولات احتمال دستکاری سود در شرکت‌ها را افزایش می‌دهد. کائو^۲ و همکاران (۲۰۱۳) در پژوهش خود دریافتند که رقابت بازار محصول می‌تواند بر رابطه بین حاکمیت شرکتی و مدیریت سود تأثیرگذار باشد. هنگامی که محصولات یک شرکت فاقد توان لازم برای حفظ سود کافی در بازار هستند و یا هنگامی که مدیران برای دستیابی به اهداف مالی در یک محیط رقابتی کار دشواری دارند، انگیزه‌های مدیریت سود افزایش پیدا می‌کند که این عامل می‌تواند تأثیر حاکمیت شرکتی بر مدیریت سود را کاهش دهد.

بنابراین هدف این پژوهش بررسی تأثیر رقابت بازار محصول بر رابطه بین حاکمیت شرکتی و مدیریت سود واقعی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. به بیانی دیگر، پژوهش حاضر به دنبال پاسخ علمی به این سؤال است که آیا حاکمیت شرکتی بر مدیریت سود واقعی اثرگذار است یا خیر؟ همچنین آیا رقابت بازار محصول تأثیری بر رابطه بین حاکمیت شرکتی و مدیریت سود واقعی دارد؟ اگر جواب مثبت است، این تأثیر چگونه است؟

بازار سرمایه در اقتصاد کشورها نقش مهمی ایفا می‌کند و توجه به این بازار و مبانی تصمیم‌گیری در آن ضروری می‌باشد. از آنجایی که هدف سرمایه‌گذاران کسب حداکثر ثروت می‌باشد، اگر شرکت‌ها در ایجاد ارزش موفق باشند، نه تنها سرمایه‌گذاران بلکه کل جامعه از ایجاد ارزش بهره‌مند خواهد شد. با توجه به اهمیت نقش بازار سرمایه، ارزیابی سودآوری در فرآیند تصمیم‌گیری از اهمیت به‌سزایی برخوردار است. سودآوری از جمله اطلاعات با اهمیت در تصمیمات اقتصادی به‌شمار می‌رود و به عنوان راهنمای پرداخت سود تقسیمی، ابزار سنجش اثربخشی مدیریت و وسیله پیش‌بینی و ارزیابی تصمیم‌گیری‌ها مورد استفاده سرمایه‌گذاران، مدیران و تحلیل‌گران مالی بوده است (حساس یگانه، ۱۳۹۵).

رسوایی‌های حسابداری و سقوط شرکت‌هایی در آمریکا نظیر انرون و ولدکام، و در استرالیا مانند شرکت‌های تل وان، نگرانی‌های جدی را در مورد مدیریت سود، استفاده از سود گزارش شده و مسائل اخلاقی کسانی که این گزارش‌ها را تهیه و حسابرسی می‌کنند، بوجود آورد. سازمان‌های قانونگذار در آمریکا بر اساس قوانینی مثل قانون ساربینز اکسلی، مدیران شرکت‌ها را ملزم به تضمین گزارش‌های مالی، توانمند کردن حاکمیت شرکتی و بهبود استقلال حسابرس نمود تا از این طریق، مدیریت سود کاهش و کیفیت گزارشگری مالی بهبود یابد (حساس یگانه، ۱۳۸۵).

¹. Shleifer

². Kao

امروزه حفظ منافع عمومی، رعایت حقوق سهامداران، ارتقای شفافیت اطلاعات و الزام شرکت ها به ایفای مسئولیت های اجتماعی از مهم ترین آرمان هایی است که بیش از گذشته، توسط مراجع مختلف نظارتی و اجرایی مورد توجه قرار گرفته است. تحقق این آرمان ها مستلزم وجود ضوابط استوار و سازوکارهای اجرایی مناسب است که مهمترین آنان نظام راهبری بنگاه یا حاکمیت شرکتی است. حاکمیت شرکتی بیش از هر چیز حیات شرکت را در دراز مدت هدف قرار داده است و در این راستا سعی دارد تا از منافع سهامداران در مقابل مدیران شرکت ها پشتیبانی و از انتقال ناخواسته ثروت میان گروه های مختلف و تضییع حقوق عموم و سهامداران جز جلوگیری کند. امروزه در اهمیت و جایگاه حاکمیت شرکتی برای موفقیت شرکت ها تردیدی نیست چرا که این موضوع با توجه به رخدادهای سال های اخیر و بحران های مالی شرکت ها اهمیتی بیش از پیش یافته است (شورورزی و همکاران، ۱۳۹۳).

انجام این پژوهش از دو جنبه می تواند جدید و نوآور باشد. اول اینکه اگر چه ممکن است پژوهش های متعددی هر یک از مؤلفه های مربوط به موضوع این پژوهش را به صورت جداگانه مورد بررسی قرار داده باشند اما در داخل کشور پژوهشی که کاملاً مشابه با پژوهش حاضر باشد وجود ندارد و این پژوهش اولین مطالعه ای است که در ایران به بررسی تأثیر رقابت بازار محصول بر رابطه بین حاکمیت شرکتی و مدیریت سود واقعی می پردازد. دوم اینکه این پژوهش برخلاف پژوهش های پیشین علاوه بر در نظر گرفتن ارتباط مستقیم به بررسی ارتباط غیرمستقیم بین حاکمیت شرکتی و مدیریت سود واقعی نیز می پردازد و از این منظر نو و جدید می باشد.

فرضیه اول: بین حاکمیت شرکتی و مدیریت سود واقعی رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه دوم: رقابت بازار محصول تأثیر معناداری بر رابطه بین حاکمیت شرکتی و مدیریت سود واقعی دارد.

مدل اول برای بررسی فرضیه اول تحقیق:

$$REM_{i,t} = \alpha + \beta_1 CG_{i,t} + \beta_2 LAuditor_{it} + \beta_3 leverage_{it} + \beta_4 size_{it} + \beta_5 age_{it} + \beta_6 roa_{it} + \beta_7 cash_{it} + \varepsilon_{it}$$

مدل دوم برای بررسی فرضیه دوم تحقیق:

$$REM_{i,t} = \alpha + \beta_1 CG_{i,t} + \beta_2 HHI_{it} + \beta_3 CG * HHI_{it} + \beta_4 LAuditor_{it} + \beta_5 leverage_{it} + \beta_6 size_{it} + \beta_7 age_{it} + \beta_8 roa_{it} + \beta_9 cash_{it} + \varepsilon_{it}$$

در این پژوهش، مطابق با پژوهش (کوهن و زاروین، ۲۰۱۰) از مدل های (A)، (B) و (C) برای برآورد معیارهای مدیریت سود واقعی استفاده شده است؛ به نحوی که باقیمانده این مدل ها به عنوان معیارهای مدیریت سود واقعی در نظر گرفته شده است:

جریان های نقد عملیاتی غیرعادی

$$\frac{CFO_{i,t}}{TA_{i,t-1}} = \alpha_0 \frac{1}{TA_{i,t-1}} + \alpha_1 \frac{Sales_{i,t}}{TA_{i,t-1}} + \alpha_1 \frac{\Delta Sales_{i,t}}{TA_{i,t-1}} + \varepsilon_{i,t} (A)$$

رابطه (A) جریان های نقد عملیاتی شرکت i در پایان سال t.

$TA_{i,t-1}$ جمع کل دارایی‌های شرکت i در پایان سال $t-1$.

$Sales_{i,t}$ فروش شرکت i در سال t .

$\Delta Sales_{i,t}$ تغییرات فروش شرکت i در پایان سال t .

$\varepsilon_{i,t}$ باقیمانده مدل (جریان‌های نقد عملیاتی غیرعادی)

هزینه تولید غیرعادی

$$\frac{PROD_{i,t}}{TA_{i,t-1}} = \alpha_0 \frac{1}{TA_{i,t-1}} + \alpha_1 \frac{Sales_{i,t}}{TA_{i,t-1}} + \alpha_2 \frac{\Delta Sales_{i,t}}{TA_{i,t-1}} + \alpha_3 \frac{\Delta Sales_{i,t-1}}{TA_{i,t-1}} + \delta_{i,t} \quad (B)$$

$PROD_{i,t}$: هزینه تولید شرکت i در پایان سال t که برابر است با بهای تمام‌شده کالای فروش رفته + تغییرات در موجودی کالا.

$\Delta Sales_{i,t-1}$: تغییرات فروش شرکت i در پایان سال $t-1$.

$\delta_{i,t}$: باقیمانده مدل (هزینه تولید غیرعادی)

هزینه اختیاری غیرعادی

$$\frac{DISEXP_{i,t}}{TA_{i,t-1}} = \alpha_0 \frac{1}{TA_{i,t-1}} + \alpha_1 \frac{Sales_{i,t}}{TA_{i,t-1}} + \lambda_{i,t} \quad (C)$$

$DISEXP_{i,t}$: هزینه اختیاری شرکت که برابر است با هزینه‌های اداری و فروش.

$\lambda_{i,t}$: باقیمانده مدل (هزینه اختیاری غیرعادی).

معیارهای مدیریت سود واقعی که بر اساس باقیمانده‌های مدل (A)، (B) و (C) محاسبه شده است، در مدل‌های اصلی پژوهش جایگزین EM می‌شود؛ به عبارت دیگر مدل‌های رگرسیونی جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش هرکدام سه مرتبه برآزش می‌شود. به منظور سنجش مدیریت سود واقعی از رابطه (D) استفاده خواهد شد که در آن AbREM معرف مدیریت سود واقعی و نشان‌دهنده معیار اصلی مدیریت سود واقعی است.

$$AbREM = (-1)AbCFO + AbPROD + (-1)AbDISEXP$$

روش تحقیق

تحقیق حاضر، یک تحقیق از نوع تحقیقات توصیفی پیمایشی می‌باشد. هم‌چنین از آنجایی که نتایج این تحقیق می‌تواند به‌طور عملی، مورد استفاده قرار گیرد، یک تحقیق مورد پژوهی کاربردی می‌باشد. هم‌چنین برای تجزیه تحلیل داده‌ها از ابزار آمار استنباطی استفاده شده است. جامعه آماری شامل شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار در دوره زمانی ۵ ساله ۱۳۹۷ تا ۱۴۰۲ می‌باشد و حجم نمونه با روش سیستماتیک ۱۴۰ شرکت برآورد گردید. پس از تدوین مدل نهایی و انجام آزمون‌های مربوط به فروض رگرسیون کلاسیک و آزمون‌های انتخاب مدل، برآورد ضرایب متغیرها با استفاده داده‌های تلفیقی و روش حداقل مربعات تعمیم یافته برآوردی (EGLS) و نرم افزار 9 EViews انجام گرفت.

یافته های تحقیق

برای بررسی مشخصات عمومی و پایه‌ای متغیرها جهت برآورد مدل، تجزیه و تحلیل دقیق آن‌ها و شناخت جامعه آماری مورد تحقیق، آشنایی با آماره‌های توصیفی مربوط به متغیرها لازم است. خلاصه ویژگی‌های آمار توصیفی مربوط به متغیرهای مورد استفاده در این تحقیق در جدول زیر خلاصه شده است. آماره‌های گزارش شده دربرگیرنده شاخص‌ها و معیارهای مرکزی شامل میانگین، میانه و شاخص‌های پراکندگی شامل ماکزیمم، مینیمم و انحراف معیار متغیرهای مورد استفاده در این تحقیق می‌باشد.

جدول ۱- نتایج آماره‌های توصیفی مورد استفاده در این تحقیق

متغیر	مشاهدات	میانگین	انحراف معیار	مینیمم	ماکزیمم
مدیریت سود واقعی	۱۱۱۰	۰,۰۰۱	۰,۲۲۱	-۱,۷۲۷	۰,۸۷۰
مالکیت نهادی (CG1)	۱۱۱۰	۰,۶۱۰	۰,۲۸۷	۰	۰,۹۹۴
مالکیت مدیریتی (CG2)	۱۱۱۰	۰,۵۷۰	۰,۲۸۸	۰	۰,۹۹۳
اندازه هیئت مدیره (CG3)	۱۱۱۰	۵,۰۴۳	۰,۲۹۱	۵	۷
رقابت بازار محصول	۱۱۱۰	۰,۱۶۰	۰,۱۰۲	۰,۰۳۲	۰,۳۸۰
اندازه شرکت	۱۱۱۰	۶,۲۱۷	۰,۶۶۸	۴,۴۱۵	۸,۸۱۹
اهرم مالی	۱۱۱۰	۰,۵۸۹	۰,۲۳۹	۰,۰۳۱	۱,۹۴۱
اندازه حسابرس	۱۱۱۰	۰,۲۱۲	۰,۴۰۹	۰	۱
بازده دارایی‌ها	۱۱۱۰	۰,۱۱۳	۰,۱۵۳	-۰,۶۰۷	۰,۶۵۴
نقدینگی شرکت	۱۱۱۰	۰,۰۴۵	۰,۰۵۷	۰,۰۰۰	۰,۵۹۹
سن شرکت	۱۱۱۰	۱,۵۷۴	۰,۱۶۷	۱,۰۴۱	۱,۸۳۸

جدول ۲- نتایج آزمون خودهمبستگی مدل اول

شرح	مقدار آماره	احتمال
آزمون ولدریج	۶,۴۲۸	۰,۰۱۲۶

با توجه به یافته‌های مندرج در جدول فوق احتمال آماره آزمون ولدریج کمتر از ۵٪ می‌باشد و این موضوع نشان‌دهنده این امر می‌باشد که مدل دارای ناهمسانی واریانس می‌باشد، لذا در تخمین نهایی با اضافه نمودن دستور (clusterfirims) vce مشکل را برطرف می‌کنیم.

جدول ۳- نتایج آزمون ناهمسانی واریانس مدل اول

شرح	مقدار آماره	احتمال
آزمون براش-پاگان	۱۶۶,۰۸	۰,۰۰۰

با توجه به یافته‌های مندرج در جدول فوق احتمال آماره آزمون براش پاگان کمتر از ۵٪ می‌باشد و این موضوع نشان‌دهنده این امر می‌باشد که مدل دارای ناهمسانی واریانس می‌باشد، لذا در تخمین نهایی با اضافه نمودن دستور (clusterfirims) vce مشکل را برطرف می‌کنیم.

آزمون رگرسیون مدل اول تحقیق

با توجه به نتایج حاصل از آزمون مدل فرضیه اول به شرح جدول زیر مشاهده می‌شود که مقدار P-Value مربوط به آماره کای دو که بیانگر معنی‌دار بودن کل رگرسیون می‌باشد، برابر ۰,۰۰۰۰۰ بوده و حاکی از آن است که مدل در سطح اطمینان ۹۹٪ درصد معنادار می‌باشد. ضریب تعیین برابر ۰,۱۸۵۵ بوده و بیانگر این مطلب است که تقریباً ۱۸٪ از تغییرات متغیر وابسته با متغیرهای مستقل مدل قابل تبیین است.

جدول شماره ۴- نتایج آزمون رگرسیون چندمتغیره مدل اول تحقیق

متغیر	ضریب	انحراف معیار	آماره t	Prob	نوع رابطه	سطح معناداری
مالکیت نهادی (CG1)	-۰,۰۰۰۱	۰,۰۰۰۰۶	-۱,۸۹	۰,۰۵۹	منفی و معنادار	٪۹۵
مالکیت مدیریتی (CG2)	-۰,۰۰۰۲	۰,۰۰۰۰۵	-۳,۶۳	۰,۰۰۰	منفی و معنادار	٪۹۵
اندازه هیئت مدیره (CG3)	-۰,۰۳۰	۰,۰۱۸	-۱,۶۶	۰,۰۹۷	منفی و معنادار	٪۹۰
اندازه شرکت	۰,۰۱۹	۰,۰۲۰	۰,۹۶	۰,۳۳۷	بی معنا	-
اهرم مالی	۰,۰۱۱	۰,۰۳۶	۰,۳۱	۰,۷۶۰	بی معنا	-
اندازه حسابرسان	۰,۰۱۶	۰,۰۱۹	۰,۸۵	۰,۳۹۶	بی معنا	-
بازده دارایی‌ها	-۰,۳۳۷	۰,۰۹۷	-۳,۴۵	۰,۰۰۱	منفی و معنادار	٪۹۵
نقدینگی شرکت	-۰,۸۵۳	۰,۲۰۹	-۴,۰۷	۰,۰۰۰	منفی و معنادار	٪۹۵
سن شرکت	-۰,۱۰۷	۰,۰۷۰	-۱,۵۴	۰,۱۲۵	بی معنا	-

متغیر	ضریب	انحراف معیار	آماره t	Prob	نوع رابطه	سطح معناداری
ضریب ثابت	۰,۲۱۶	۰,۱۷۱	۱,۲۶	۰,۲۰۶	بی معنا	-
اثرات سال و صنعت			کنترل شد.			
آماره کای دو	سطح معناداری آماره کای دو		ضریب تعیین			
۱۱۵,۶۵	۰,۰۰۰۰		۰,۱۸۵۵			

همان‌طور که از جدول فوق برمی‌آید ضریب متغیر مالکیت نهادی برابر با $-۰,۰۰۰۱$ می‌باشد. با توجه به آماره t که برابر با $-۱,۸۹$ می‌باشد و $p\text{-Value}$ که برابر با $۰,۰۵۹$ می‌باشد، نتایج نشانگر معنادار بودن این ضریب در سطح خطای ۵ درصد می‌باشد. این یافته‌ها نشان می‌دهد که بین مالکیت نهادی و مدیریت سود واقعی رابطه منفی و معناداری وجود دارد. همچنین ضریب متغیر مالکیت مدیریتی برابر با $-۰,۰۰۰۲$ می‌باشد. با توجه به آماره t که برابر با $-۳,۶۳$ می‌باشد و $p\text{-Value}$ که برابر با $۰,۰۰۰$ می‌باشد، نتایج نشانگر معنادار بودن این ضریب در سطح خطای ۵ درصد می‌باشد. این یافته‌ها نشان می‌دهد که بین مالکیت مدیریتی و مدیریت سود واقعی رابطه منفی و معناداری وجود دارد و به همین صورت نتایج نشان می‌دهد که ضریب متغیر اندازه هیئت مدیره برابر با $-۰,۰۳۰$ می‌باشد. با توجه به آماره t که برابر با $-۱,۶۶$ می‌باشد و $p\text{-Value}$ که برابر با $۰,۰۹۷$ می‌باشد، نتایج نشانگر معنادار بودن این ضریب در سطح خطای ۱۰ درصد می‌باشد. این یافته‌ها نشان می‌دهد که بین اندازه هیئت مدیره و مدیریت سود واقعی رابطه منفی و معناداری وجود دارد. همچنین از بین متغیرهای کنترلی بازده دارایی و نقدینگی شرکت رابطه منفی و معنادار با مدیریت سود واقعی دارند.

جدول ۵- نتایج آزمون خودهمبستگی مدل دوم

شرح	مقدار آماره	احتمال
آزمون ولدریج	۶,۳۱۷	۰,۰۱۳۴

با توجه به یافته‌های مندرج در جدول فوق احتمال آماره آزمون ولدریج کمتر از ۵٪ می‌باشد و این موضوع نشان‌دهنده این امر می‌باشد که مدل دارای ناهمسانی واریانس می‌باشد، لذا در تخمین نهایی با اضافه نمودن دستور (clusterfirims) vce مشکل را برطرف می‌کنیم.

جدول ۶- نتایج آزمون ناهمسانی واریانس مدل دوم

شرح	مقدار آماره	احتمال
آزمون براش-پاگان	۱۷۰,۰۸	۰,۰۰۰۰

با توجه به یافته‌های مندرج در جدول فوق احتمال آماره آزمون براش پاگان کمتر از ۵٪ می‌باشد و این موضوع نشان‌دهنده این امر می‌باشد که مدل دارای ناهمسانی واریانس می‌باشد، لذا در تخمین نهایی با اضافه نمودن دستور (clusterfirims) vce مشکل را برطرف می‌کنیم.

آزمون رگرسیون مدل دوم تحقیق

با توجه به نتایج حاصل از آزمون مدل فرضیه دوم به شرح جدول زیر مشاهده می‌شود که مقدار **P-Value** مربوط به آماره کای دو که بیانگر معنی‌دار بودن کل رگرسیون می‌باشد، برابر ۰۰۰۰۰۰ بوده و حاکی از آن است که مدل در سطح اطمینان ۹۹٪ درصد معنادار می‌باشد. ضریب تعیین برابر ۰۱۸۵۲ بوده و بیانگر این مطلب است که تقریباً ۱۸٪ از تغییرات متغیر وابسته با متغیرهای مستقل مدل قابل تبیین است.

جدول شماره ۷- نتایج آزمون رگرسیون چندمتغیره مدل دوم تحقیق

متغیر	ضریب	انحراف معیار	آماره t	Prob	نوع رابطه	سطح معناداری
مالکیت نهادی (CG1)	-۰,۰۰۰۸	۰,۰۰۰۱	-۸,۲۰	۰,۰۰۰	منفی و معنادار	٪۹۵
مالکیت مدیریتی (CG2)	-۰,۰۰۱	۰,۰۰۰۱	-۸,۷۶	۰,۰۰۰	منفی و معنادار	٪۹۵
اندازه هیئت مدیره (CG3)	-۰,۰۴۳	۰,۰۲۴	-۱,۷۷	۰,۰۷۷	بی معنا	-
رقابت بازار محصول	۰,۳۴۵	۰,۸۲۵	۰,۴۲	۰,۶۷۶	بی معنا	-
رقابت بازار محصول*مالکیت نهادی	۰,۰۱۴	۰,۰۰۱	۱۰,۱۷	۰,۰۰۰	مثبت و معنادار	٪۹۵
رقابت بازار محصول*مالکیت مدیریتی	۰,۰۱۶	۰,۰۰۱	۱۰,۹۶	۰,۰۰۰	مثبت و معنادار	٪۹۵
رقابت بازار محصول*اندازه هیئت مدیره	۰,۰۵۶	۰,۰۴۷	۱,۱۹	۰,۲۳۵	بی معنا	-
اندازه شرکت	۰,۰۲۱	۰,۰۲۰	۱,۰۷	۰,۲۸۴	بی معنا	-
اهرم مالی	۰,۰۱۳	۰,۰۳۶	۰,۳۷	۰,۷۰۹	بی معنا	-
اندازه حساسبرس	۰,۰۱۶	۰,۰۱۹	۰,۸۴	۰,۴۰۴	بی معنا	-

متغیر	ضریب	انحراف معیار	آماره t	Prob	نوع رابطه	سطح معناداری
بازده دارایی ها	-۰,۳۳۳	۰,۰۹۶	-۳,۴۴	۰,۰۰۱	منفی و معنادار	%۹۵
نقدینگی شرکت	-۰,۸۵۸	۰,۲۰۹	-۴,۱۰	۰,۰۰۰	منفی و معنادار	%۹۵
سن شرکت	-۰,۱۱۵	۰,۰۶۹	-۱,۶۵	۰,۱۰۰	بی معنا	-
ضریب ثابت	۰,۱۹۶	۰,۱۷۶	۱,۱۱	۰,۲۶۶	بی معنا	-
اثرات سال و صنعت		کنترل شد.				
آماره کای دو		سطح معناداری آماره کای دو		ضریب تعیین		
۶۱۶۱,۶۵		۰,۰۰۰۰		۰,۱۸۵۲		

همان‌طور که از جدول فوق برمی‌آید ضریب متغیر رقابت بازار محصول*مالکیت نهادی برابر با ۰,۰۱۴ می‌باشد. با توجه به آماره **t** که برابر با ۱۰,۱۷ می‌باشد و **p-Value** که برابر با ۰,۰۰۰ می‌باشد، نتایج نشانگر معنادار بودن این ضریب در سطح خطای ۵ درصد می‌باشد. این یافته‌ها نشان می‌دهد که رقابت بازار محصول بر رابطه بین مالکیت نهادی و مدیریت سود واقعی تاثیر مثبت و معناداری دارد. همچنین ضریب متغیر رقابت بازار محمول*مالکیت مدیریتی برابر با ۰,۰۱۶ می‌باشد. با توجه به آماره **t** که برابر با ۱۰,۹۶ می‌باشد و **p-Value** که برابر با ۰,۰۰۰ می‌باشد، نتایج نشانگر معنادار بودن این ضریب در سطح خطای ۵ درصد می‌باشد. این یافته‌ها نشان می‌دهد که رقابت بازار محصول بر رابطه بین مالکیت مدیریتی و مدیریت سود واقعی تاثیر مثبت و معناداری دارد و به همین صورت نتایج نشان می‌دهد که ضریب متغیر رقابت بازار محصول*اندازه هیئت مدیره برابر با ۰,۰۵۶ می‌باشد. با توجه به آماره **t** که برابر با ۱,۱۹ می‌باشد و **p-Value** که برابر با ۰,۲۳۵ می‌باشد، نتایج نشانگر بی‌معنا بودن این ضریب در سطح خطای ۵ درصد می‌باشد. این یافته‌ها نشان می‌دهد که بینرقابت بازار محصول بر رابطه بین اندازه هیئت مدیره و مدیریت سود واقعی تاثیری ندارد. همچنین از بین متغیرهای کنترلی بازده دارایی و نقدینگی شرکت رابطه منفی و معنادار با مدیریت سود واقعی دارند.

بحث و نتیجه گیری

مدیریت سود شکلی از دستکاری سود است که احتمال دارد قابلیت های اتکای سود را کاهش دهد. هرچه سودها قابلیت اتکای کمتری داشته باشند، حاوی اطلاعات مفید کمتری نیز هستند، از سوی دیگر، زمانی که مدیریت سود فرصت طلبانه با استفاده از سیستم های نظارتی کنترل شود، سودهای حسابداری قابل اتکاتر بوده و حاوی اطلاعات مفیدتری هستند (عیوضلو و همکاران، ۱۳۸۷). حاکمیت شرکتی ظرفیت مدیران برای مدیریت سود را کاهش می‌دهد و توانایی بهبود قابلیت اتکای

سودهای حسابداری را دارد، بنابراین قابلیت اطلاع رسانی و مفید سودهای حسابداری را بهبود می بخشد. باور بر این است که مدیران اغلب با اتخاذ روش هایی که کاهش نوسانهای سود خالص را در بردارد، دست به مدیریت سود می زنند. از دلایل این امر آن است که مدیران تصور می کنند سرمایه گذاران برای سرمایه گذاری در شرکتی که دارای جریان هموار سود است، مبلغ بیشتری می پردازند. نتایج تحقیق بیانگر آن است که با افزایش درصد مالکیت نهادی و مدیریتی سهام و تعداد اعضای هیئت مدیره، انعطاف پذیری شرکت جهت مدیریت سود کاهش می یابد. سرمایه گذاران نهادی و مدیریتی و تعداد اعضای هیئت مدیره کیفیت حاکمیت شرکتی را در شرکت های سرمایه پذیر بهبود می بخشد.

رقابت در بازار محصولات می تواند منجر به افزایش یا کاهش مشکلات نمایندگی و تحریف گزارشگری مالی شود؛ همچنین می تواند اثراتی بر انگیزه مدیریت در خصوص دست کاری سود یا مدیریت سودهای گزارش شده بگذارد. فشار رقابت به احتمال زیاد مدیریت سود را افزایش می دهد؛ زیرا با افزایش رقابت، مدیران به دست کاری سود روی می آورند تا به واسطه خوب جلوه دادن سود، سرمایه گذاران را به سرمایه گذاری در شرکت تشویق کنند.

با توجه به نتایج فرضیه دوم تحقیق، مشاهده شد که رقابت در بازار محصول تأثیر مثبت و معناداری بر ارتباط بین مالکیت نهادی و مدیریتی با مدیریت سود واقعی دارد.

نتایج تحقیق حاضر با نتایج تحقیقات تانگ و همکاران (۲۰۲۰)، نخیلی و همکاران (۲۰۱۵)، محمدی خاتناه و همکاران (۱۳۹۸)، حساس یگانه (۱۳۹۵) و خواجوی و همکاران (۱۳۹۲) مطابقت داشته و با نتایج تحقیقات ابومسک و همکاران (۲۰۱۸) و رهنمای رودپشتی و همکاران (۱۳۹۱) در تضاد می باشد.

با توجه به نتایج حاصل از این تحقیق پیشنهاد می شود که شرکتها در صنایع کمتر رقابتی تمایل دارند با ایجاد یک فضای اطلاعاتی غیرشفاف، مزیت رقابتی را که از طریق انحصار ایجاد کرده اند حفظ نموده و به دستکاری سود (مدیریت سود) پردازند. بنابراین افزایش در رقابت بازار محصول می تواند نقش مؤثرتری در انگیزه مدیران به منظور افشای اختیاری همراه با کیفیت بالای اطلاعات داشته باشد.

پیشنهاد می شود که نهادهای قانونگذار، در تدوین قوانین و مقررات مربوط به انجام امور نظارتی در صناعی که رقابت کمتری در آنها وجود دارد توجه بیشتری نمایند، و قوانین سختگیرانه تری را برای جلوگیری از فعالیت هایی که موجب فرار مالیاتی یا فعالیت های اجتناب از پرداخت مالیات غیر قانونی در شرکت های مزبور می شود، در نظر گیرند

منابع و مآخذ

حساس یگانه، یحیی. (۱۳۹۵). تأثیر سازو کارهای حاکمیت شرکتی بر کیفیت حسابرسی و مدیریت سود واقعی. پژوهش های تجربی حسابداری. سال پنجم. شماره ۲۰. صص ۲۳-۴۵.

حساس یگانه، یحیی. (۱۳۸۵). "حاکمیت شرکتی در ایران"، مجله حسابرسان، شماره ۳۹، صص ۳۲-۳۹

شورورزی، محمدرضا؛ خلیلی، محسن؛ سلیمانی، حمید؛ فروتن، امید (۱۳۹۴). ارتباط بین حاکمیت شرکتی و عملکرد شرکت بر مبنای رگرسیون فازی. پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، دوره ۷، شماره ۲۵، صص ۱۲۷-۱۴۵.

Abbas, A. Ayub, U. (2019) . Role of Earnings Management In Determining Firm Value: An Emerging Economy Perspective. International Journal of Advanced and Applied Sciences, 6(6), 103-116

Asis, G., Chari, A. and Haas, A. (2021), "In search of distress risk in emerging markets", Journal of International Economics, Vol. 131, p. 103463.

Bansal, M., Ali, A., & Choudhary, B. (2021). Real earnings management and stock returns: Moderating role of cross-sectional effects. Asian Journal of Accounting Research, 6, 266–280

Hilda Rossieta (2019), " ceo overconfidence, business strategy and earnings management", Jurnal Akuntansi dan Keuangan Indonesia, Juni 2019, Vol. 16, No. 1, hal 18-35.

Li , Yuanhui, Li , Xiao , Xiang ,Erwei , Djajadikerta, Hadrian Geri, (2020). Financial distress, internal control, and earnings management: Evidence from China, Journal of Contemporary Accounting & Economics, Volume 16, Issue 3, 100210.

Tang, H. W., & Chen, A. (2020). How do market power and industry competition influence the effect of corporate governance on earnings management?. The Quarterly Review of Economics and Finance.

Thu, Quang Luu,(2023), Impact of earning management and business strategy on financial distress risk of Vietnamese companies, Cogent Economics & Finance , Volume 11, Issue 1, 1-23.

Viana Jr , Dante Baiardo C. ,Lourenço,Isabel, (2022). Financial distress, earnings management and Big 4 auditors in emerging markets, Accounting Research Journal, Vol. 35 No. 5, 665- 675.

Investigating the effect of product market competition on the relationship between corporate governance and real earnings management

Masoumeh Pour Rajabi Chahardah ¹

Abstract

The present study examines the moderating role of product market competition on the relationship between corporate governance and real earnings management in companies listed on the Tehran Stock Exchange during the period 2018 to 2023. In this study, the dependent variable is real earnings management. The Cohen and Zarvin (2010) criterion was used to measure this variable. The independent variable of this study is corporate governance, which was measured using three corporate governance criteria (institutional ownership, managerial ownership, and board size). The moderating variable is product market competition, which is measured based on the Herfindahl-Hirschman index. To test the hypotheses, multivariate regression and cross-sectional data using Stata software were used. Two hypotheses were proposed to investigate the research topic. The results of data analysis show that there is a negative and significant relationship between all three corporate governance measures and real earnings management. The positive and significant effect of product market competition on the relationship between institutional and managerial ownership with real earnings management and its lack of effect on the relationship between board size and real earnings management.

Keywords

Real earnings management, corporate governance, product market competition, institutional ownership, managerial ownership, board size.

¹ Bachelor of Financial Accounting