

تأثیر کیفیت حسابداری بر عملکرد شرکت بر مبنای نرخ رشد پایدار با تأکید بر نقش رقابت در بازار محصول

دکتر حسین نورانی

استادیار گروه حسابداری، دانشگاه هرمزگان، بندرعباس، ایران.

Hnourani1355@gmail.com

رؤیا عادل

کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران. (نویسنده مسئول).

Adeli.roya@yahoo.com

چکیده

هدف اساسی پژوهش حاضر بررسی تأثیر کیفیت حسابداری بر عملکرد شرکت بر مبنای نرخ رشد پایدار با تأکید به نقش رقابت در بازار محصول است. پژوهش حاضر کاربردی و از بعد روش‌شناسی، همبستگی از نوع علی (پس رویدادی) می‌باشد. جامعه آماری پژوهش، کلیه شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران بوده و با استفاده از روش غربالگری، ۱۳۰ شرکت به‌عنوان نمونه پژوهش انتخاب شده و در دوره زمانی ۹ ساله بین سال‌های ۱۳۹۱ الی ۱۳۹۹ مورد بررسی قرار گرفتند. در بعد اقتصادی، حسابرسان به‌عنوان یک داور بی‌طرف و مستقل در روابط اقتصادی، قراردادهای کاهش خطرات احتمالی اطلاعات عمل می‌کند و اطمینان خاطر را برای تصمیم‌گیرندگان و عموم مردم فراهم می‌کند. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش نشان داد، بین کیفیت حسابداری (تخصص حسابرسان) و رقابت در بازار محصول با عملکرد شرکت (نرخ رشد پایدار) رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد همچنین نتایج نشان داد که رقابت در بازار محصول رابطه بین کیفیت حسابداری و عملکرد شرکت بر مبنای نرخ رشد پایدار را تقویت می‌کند.

واژگان کلیدی: کیفیت حسابداری، عملکرد شرکت بر مبنای نرخ رشد پایدار، رقابت در بازار محصول.

مقدمه

امروزه هدف حسابداری فراتر از اظهارنظر در مورد کیفیت گزارشگری مالی می‌باشد و به مکانیسمی اجتماعی برای کنترل رفتار مدیران تبدیل شده است و به‌عنوان ابزار مفید برای نظارت دولت‌ها تلقی می‌شود. حسابداری از منظر اقتصادی، فرآیند بی‌طرفانه و مستقل است که با بررسی روابط اقتصادی و قراردادهای در خصوص ریسک اقتصادی احتمالی به ذینفعان اطمینان می‌دهد. این امر موجب شده کیفیت انجام حسابداری برای ذینفعان از اهمیت ویژه‌ای برخوردار گردد (چاکری^۱، ۲۰۱۹). حسابداری بر عملکرد مدیران و به‌تبع آن بر عملکرد شرکت تأثیر بهینه دارد، هر چه گزارش حسابداری با کیفیت بیشتری ارائه شده باشد، مدیریت از ضعف‌های عملکردی خود در شرکت به‌موقع آگاه خواهد شد و با برنامه‌ریزی مناسب جایگاه خود را در بازار رقابتی حفظ و بهبود می‌بخشد (ماهسود^۲، ۲۰۱۲). به علت وجود رقابت و تغییرات مستمر محیطی، شرکت‌ها معمولاً از جنبه‌های مختلف در تولید و فروش کالا تحت فشار قرار می‌گیرند، در چنین شرایطی شرکت‌هایی که محصولات و عملکرد آن‌ها نسبت به رقبای برتری چندانی ندارد، از رقابت خارج خواهند شد. برای حل این مشکل توجه به کیفیت عملکرد جهت حفظ یا افزایش سهم شرکت در بازار رقابت اهمیت ویژه دارد (دالچر^۳، ۲۰۱۸).

¹ Chokri

² Mahsood

³ Dalcher

کیفیت گزارش‌های حسابرسی نقش مؤثری بر شناسایی کاستی‌های شرکت دارد و اگر مدیران از این گزارش‌ها به‌صورت مناسب استفاده نمایند، می‌توانند شکاف میان هدف و عملکرد را به حداقل برسانند و جایگاه شرکت را در بازار رقابتی تثبیت نمایند. در نتیجه کیفیت حسابرسی موجب پیشرفت شرکت و سبقت از رقبا می‌گردد (میشل و همکاران^۱، ۲۰۲۱). حفظ و رشد جایگاه شرکت در بازارهای رقابتی مستلزم پایداری در رشد عملکرد شرکت می‌باشد، مدیران برای بهبود عملکرد شرکت نیازمند ابزاری هستند تا از مشکلات شرکت آگاه شوند و پیشنهاد‌های مناسب جهت کسب آمادگی برای همپوشانی با تغییرات مستمر بهره‌مند گردند. حسابرسی یکی از روش‌هایی است که به‌صورت مستقل و بی‌طرفانه عملکرد شرکت را بررسی نموده و نتایج آن را به ذینفعان گزارش می‌کند. امروزه تأثیرگذاری کیفیت حسابرسی بر بهبود نرخ رشد پایدار عملکرد شرکت‌ها با هدف موفقیت در بازار رقابتی محصول به‌عنوان یک مسئله اساسی برای مدیران تبدیل شده است. همچنین پیش‌بینی می‌شود که محیط رقابتی موجب افزایش تمایل شرکت‌ها به بهبود کیفیت حسابرسی شود. با توجه به این‌که پایداری در عملکرد شرکت موضوع حیاتی برای سهامداران و مدیران است و کیفیت حسابرسی به‌عنوان راهبرد مهم برای تحقق آن می‌باشد. نتایج مطالعات بیانگر شکاف پژوهشی کشور در این حوزه است و تاکنون عملکرد پایدار شرکت‌ها با کیفیت حسابرسی موردبررسی قرار نگرفته است. فلذا نتایج پژوهش می‌تواند ضمن حل این مشکلات برای مدیران شرکت‌ها، نیاز پژوهشگران آتی را نیز مرتفع سازد.

بسط مبانی نظری و فرضیه‌های پژوهش

عملکرد سازمانی از چگونگی اجرای عملیات در سازمان حاصل می‌شود و متأثر از میزان کیفیت اثربخشی و کارایی اقدامات انجام شده می‌باشد. عملکرد مالی سازمان با چگونگی بهره‌برداری مدیران از دارایی‌ها که منجر به تحقق درآمد شده است، ارتباط دارد. هدف اصلی بسیاری از شرکت‌ها، کسب سود می‌باشد، فلذا عملکرد مالی و اندازه‌گیری آن از اهمیت ویژه برخوردار است (برت و همکاران^۲، ۲۰۱۹). امروزه به دلیل وجود رقابت نزدیک در محیط بازار توجه به عملکرد مالی برای حفظ یا افزایش سود در بازار ضروری بوده و استفاده از ابزارهای دقیق و مناسب برای ارزیابی عملکرد برای سازمان‌ها حیاتی است، در این راستا باید معیارهای عملکرد مالی شناسایی و بررسی شود (کالوانا و پلاب^۳، ۲۰۲۱). یکی از مهم‌ترین روش‌ها برای بهبود عملکرد سازمان، افزایش سود از طریق افزایش فروش و کاهش ریسک است. سازمان‌هایی در این مورد عملکرد مناسبی ندارند معمولاً با ریسک نقدینگی مواجه می‌گردند و در نهایت ورشکستگی می‌شوند. برای حل این مشکل مدیران باید میان رشد فروش و منابع سازمان تعادل برقرار نمایند (بیسچف و همکاران^۴، ۲۰۱۵). مدل رشد پایدار یکی از بهترین مدل‌ها در تعیین میزان بهینگی رشد فروش است که بالاترین میزان افزایش فروش سالانه را بر اساس منابع مالی موجود بدون نیاز به انتشار سهام جدید و تنها از طریق بدهی و سود انباشته را نشان می‌دهد (النا و همکاران^۵، ۲۰۱۸). این مدل بر متغیرهای مالی و عملیاتی تمرکز دارد و رشد عملکرد سازمان را بررسی می‌نماید. این فرآیند، اطلاعات مناسب به مدیران در خصوص تأثیر تغییرات متغیرها توانایی مالی شرکت برای رشد ارائه می‌نماید (پامبایان و همکاران^۶، ۲۰۱۹). با اینکه مدل رشد پایدار برای تعیین عملکرد شرکت مناسب است، ولی تجربیات نشان می‌دهد در برخی موارد اطلاعات متغیرها توسط مدیران دستکاری شده و تبع آن نتایج مفیدی در اختیار ذینفعان قرار داده نمی‌شود. این امر مشکلاتی نظیر عدم تقارن اطلاعاتی و هزینه‌های نمایندگی را به وجود آورده و جهت حل آن باید

¹ Michael et al

² Bert et al.

³ Calvano & Polob

⁴ Bischof et al.

⁵ Elena et al.

⁶ Pambayun et al.

نظارت مؤثر توسط حسابرسان دارای صلاحیت انجام شود (سورین و آنتونیا^۱، ۲۰۲۱). برای حل مشکلات ناشی از تعارض میان سازمان و ذینفعان، در سال ۱۹۹۲ اطلاعیه کمیته کادبری^۲ با هدف رسیدگی به امور حسابرسی منتشر شد و طی آن به سازمان‌ها پیشنهاد شد کمیته حسابرسی با یک کارشناس مستقل ایجاد نمایند. همچنین به مسئولیت اجتماعی حسابرس برای کاهش خطرات مربوط به تحریف با اهمیت پس از مطابقت با قوانین و مقررات توجه ویژه شد. علاوه بر این، موسسه لیمبرگ^۳ هلند در سال ۱۹۸۵ نظریه‌ای را پیشنهاد نمود که بر اساس آن اگر حسابرس به‌عنوان مستخدم مدیر باشد، موجب کاهش اعتماد برون‌سازمانی می‌گردد، بنابراین لازم است حسابرس مستقل خارجی استفاده شود (پاور^۴، ۲۰۰۰). انجام حسابرسی اعم از داخلی و مستقل برای سازمان مزیت‌های زیادی از جمله بررسی فصلی، گزارش‌های مالی قبل از انتشار، تسهیل کار حسابرسان خارجی، ارزیابی‌های نظرات حسابرسان خارجی، بازرسی دقیق از سیستم کنترل‌های داخلی دارد که در نتیجه می‌تواند ارزش صورت‌های مالی شرکت‌ها را افزایش دهد، هیئت‌مدیره را به بهبود شفافیت اطلاعاتی تشویق نماید و نهایتاً کیفیت بالای حسابرسی می‌تواند عملکرد شرکت را بهبود بخشد (ستار و همکاران^۵، ۲۰۲۰). با توجه به مطالب ذکر شده فرضیه اول پژوهش حاضر به‌صورت زیر ارائه می‌گردد:

فرضیه اول: بین کیفیت حسابرسی و عملکرد شرکت رابطه معناداری وجود دارد.

رقابت‌پذیری بیانگر میزان توانایی سازمان برای حفظ سهم خود در بازار، حافظت از سرمایه‌ها، بازگشت سرمایه‌گذاری‌ها و تضمین انجام تجارت در آینده می‌باشد. رقابت، نقش مؤثری بر فعالیت‌ها و عملکرد سازمان دارد (دالیا و همکاران^۶، ۲۰۲۱). نوع عملکرد رقبا در بازار عامل اساسی در تعیین استراتژی‌های سازمان است، عملکرد مدیران در محیط رقابتی سازمان باید به‌گونه‌ای باشند که از رقابت بازار عقب نمانند. چگونگی توزیع محصولات در بازار یک صنعت یک عامل مهم در موفقیت شرکت در بازار رقابتی محسوب می‌شود. هرچه سازمان از میزان سهم بیشتری در صنعت برخوردار باشد، میزان محصولات بیشتری در بازار خواهد داشت و در نتیجه انتظار می‌رود شرکت از عملکرد مطلوب برخوردار شود (کانسیل^۷، ۲۰۲۰). از طرفی اگر سهم هر سازمان در بازار رقابتی محصولات متعادل باشد به‌نحوی که اختلاف زیادی میان سهم از بازار سازمان‌های رقیب وجود نداشته باشد، سوءاستفاده‌های مدیریتی را کاهش می‌دهد و دست‌کاری سود و حساب‌سازی کاهش می‌یابد و در مقابل تمایل سازمان برای افزایش کیفیت سود و در نتیجه کیفیت اطلاعات حسابداری افزایش می‌یابد. همچنین وجود تناسب در بازار رقابتی محصول موجب کنترل مشکلات نمایندگی و کاهش هزینه‌های آن می‌شود؛ بنابراین رقابت در بازار محصول، موجب افزایش همسویی منافع مدیران و سهامداران خود شد (فانی و اریلد^۸، ۲۰۲۰). نتایج پژوهش‌ها حاکی از آن است که اگر در بازار محصولات رقابت سالم و مناسب وجود داشته باشد، موجب ایجاد یک مکانیزم خودکنترلی در بازار محصولات می‌گردد و در چنین شرایطی مدیران سازمان‌ها برای بقای خود و سازمان ناچار به بهبود و اصلاح عملکرد شرکت خواهند بود، فلذا در راستای کسب رضایت ذینفعان و رعایت اصول اخلاق حرفه‌ای تلاش خواهند نمود و در نهایت رقابت در بازار محصول موجب بهبود عملکرد شرکت می‌گردد (ستار و همکاران^۹، ۲۰۲۰). با توجه به مطالب ذکر شده فرضیه اول پژوهش حاضر به‌صورت زیر ارائه می‌گردد:

فرضیه دوم: بین رقابت در بازار محصول و عملکرد شرکت رابطه معناداری وجود دارد.

¹ Sorin & Antonio
² cadbury
³ Limperg
⁴ Power
⁵ Sattar et al.
⁶ Dalia et al.
⁷ Council
⁸ Fanny & Arild
⁹ Sattar et al.

اگرچه وجود رقابت در بازار محصول نقش کنترلی در بهبود عملکرد سازمان و ارائه اطمینان به ذینفعان دارد ولی به تنهایی برای تحقق آن کافی نیست. برای حصول اطمینان از اطلاعات ارائه شده توسط مدیران در بازارهای رقابتی و کاهش عدم تقارن اطلاعات بین مدیریت و ذینفعان مستلزم وجود حسابرسی می باشد (یه^۱ و همکاران، ۲۰۲۱). کیفیت حسابرسی موجب بهبود عملکرد شرکت می شود، حسابرسی مشکلات شرکت را برای مدیران آشکار می سازد و پیشنهادهای و اصلاحها را جهت رفع آن اعلام می نماید و مدیران با الهام گیری از آن با اشکالها عملکردی آشنا شده و جهت رفع آن اقدام می کنند (هاسین^۲، ۲۰۱۹). از طرفی هرچه حسابرسی با کیفیت بیشتری انجام شود، اعتماد سرمایه گذاران برای سرمایه گذاری، اعتباردهندگان برای اعطاء تسهیلات، فروشندگان و مشتریان برای انجام معامله را ارتقاء می دهد و در نهایت با افزایش سودآوری موجب بهبود عملکرد سازمان می شود (تاشنگ و همکاران^۳، ۲۰۲۱). رقابت بازار تأثیر زیادی بر کیفیت حسابرسی دارد، این امر شرکتها را ملزم به اجرای قوانین و مقررات بین المللی حسابداری می کند، علاوه بر این، رقابت در بازار محصول موجب کاهش هزینه نمایندگی به عنوان اولویت اصلی شرکت را محقق می سازد (الاهدل و هاشیم^۴، ۲۰۲۲). رقابت در بازار محصول شرکتها را مجبور می کند تا با استفاده از خدمات حسابرسی با کیفیت گزارشهای شفاف مالی به استفاده کنندگان ارائه کنند. این امر اولاً موجب رضایت ذینفعان و بهبود روابط با مدیریت، ثانیاً کاهش هزینه های نمایندگی و ثالثاً افزایش سود شرکت می شود که در نهایت منجر به بهبود عملکرد شرکت می گردد (ستار و همکاران، ۲۰۲۰)؛ بنابراین با توجه به مطالب ارائه شده فرضیه سوم پژوهش به صورت زیر ارائه می شود:

فرضیه سوم: رقابت در بازار محصول بر رابطه بین کیفیت حسابرسی و عملکرد شرکت تأثیرگذار است.

پیشینه تجربی پژوهش

پیشینه داخلی

غلامی و دشتبانی (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان «رابطه بین کیفیت حسابرسی و ریسک حسابرسی» به این نتیجه رسیدند که کیفیت حسابرسی رابطه منفی و معناداری با ریسک حسابرسی دارد؛ به عبارت دیگر، با افزایش در کیفیت حسابرسی، ریسک حسابرسی نیز کاهش می یابد. یافته های این پژوهش، ادبیات مربوط به کیفیت گزارشگری مالی و به تبع آن فرآیند و ریسک حسابرسی و در نهایت کیفیت حسابرسی را توسعه می دهد.

هاشمی تپله نوئی و نیک کار (۱۴۰۰) در پژوهشی با عنوان «تأثیر شاخص های کیفیت حسابرسی، محیط رقابتی و راهبری شرکتی بر رفتارهای غیراخلاقی مدیران: با تأکید بر دو بعد افق تصمیم گیری و نوع پیش بینی در رفتار مدیران» به این نتیجه رسیدند که مکانیزم های نظارتی سبب محدودیت در رفتارهای فرصت طلبانه مدیریت می شود. چراکه این مکانیزمها شفافیت را ارتقا بخشیده و مدیران را ملزم به رعایت اخلاق در پیش بینی ها و تصمیمات استراتژیک شرکت می کند. از سوی دیگر، یافته ها نشان دهنده آن است که مکانیزم رقابت در ایران اثری بر کنترل رفتارهای فرصت طلبانه مدیریت ندارد.

محمدی و عنبری (۱۳۹۹) در پژوهشی با عنوان «اثر تعدیل کنندگی کیفیت حسابرسی و تحلیل گران مالی بر خوانایی گزارشگری مالی و هزینه های نمایندگی» به این نتیجه رسیدند که شرکتها باتجربه خوانایی گزارش مالی بهتر، هزینه های نمایندگی را کاهش می دهند و ارتباط منفی بین خوانایی و هزینه های نمایندگی در شرکت هایی با کیفیت

¹ Ye et al.

² Husain

³ Tusheng et al.

⁴ Alahdal & Hashim

حسابرسی بالاتر، کیفیت کنترل داخلی یا پوشش تحلیلگران، بیشتر بیان می‌شود. گزارش‌های مالی خوانا می‌توانند در نظارت بر رفتار فرصت‌طلبانه کارمندان داخلی شرکت کمک کنند و بنابراین هزینه‌های نمایندگی را کاهش دهند. طهرانچیان و همکاران (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «بررسی نقش کیفیت حسابرسی بر تصمیم‌گیری استفاده‌کنندگان اطلاعات» به این نتیجه رسیده‌اند که اگر استفاده‌کنندگان از اطلاعات مالی اطمینان خاطر لازم از حضور یک حسابرس متخصص در صنعت مربوطه را در شرکت داشته باشند، آن واحد را به‌عنوان یک مجموعه ارائه‌دهنده اطلاعات صادقانه و بی‌طرفانه و خواهان شفافیت خواهند شناخت و احتمال وجود اطلاعات نامتقارن در ذهنشان به حداقل رسیده و در نتیجه میزان سرمایه‌گذاری خود را کاملاً منطبق با اطلاعات افشاشده پیش خواهند برد. درویشی (۱۳۹۶) در پژوهشی با عنوان «تأثیر کیفیت گزارش حسابرسی بر عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران» به این نتیجه رسیدند که نوع گزارش حسابرس بر عملکرد مالی شرکت تأثیر دارد. واعظ و همکاران (۱۳۹۴) در پژوهشی به بررسی «تأثیر رقابت در بازار محصول بر کیفیت سود با بهره‌گیری از تکنیک تحلیل عاملی» پرداختند. 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 اقلام تعهدی و 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.

پیشینه خارجی

هیدو و توری^۱ (۲۰۲۲) در پژوهشی با عنوان «شاخص‌های حسابرسی و عملکرد مالی شرکت‌ها» به این نتیجه رسیدند که کمیته حسابرسی و تخصص مالی کمیته حسابرسی تأثیر قابل توجهی بر سود هر سهم دارند. همچنین، کمیته حسابرسی، استقلال حسابرس و تخصص مالی کمیته حسابرسی تأثیر قابل توجهی بر سود هر سهم دارند. باباتوند و همکاران^۲ (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان «کیفیت حسابرسی و عملکرد بانک‌ها در نیجریه» به این نتیجه رسیدند که کیفیت حسابرسی از زمان القای آن از عملکرد کارآمد بازارهای سرمایه حمایت می‌کند. اعتماد ذینفعان به اعتبار و یکپارچگی گزارش‌های مالی شرکت از فواید این امر می‌باشد. حق‌الزحمه حسابرسی و هم‌اندازه حسابرس با معیار عملکرد مالی بانک رابطه مثبت و معناداری نشان می‌دهد. در مقابل، حق‌الزحمه حسابرسی و اندازه اثر مثبت اما معنی‌داری بر ارزش بازار شرکت دارد. کوئیری و همکاران^۳ (۲۰۲۱) در پژوهشی با عنوان «تأثیر حاکمیت شرکتی، ساختار مالکیت بر عملکرد مالی شرکت‌ها» به این نتیجه رسیدند که مالکیت شرکت‌ها بر عملکرد مالی شرکت تأثیرگذار است، ضمن اینکه مالکیت نهادی تأثیر منفی بر عملکرد مالی و اندازه هیئت‌مدیره تأثیر مثبتی بر عملکرد مالی شرکت دارد و اظهار داشتند که گفتگو و پژوهش راجع به ساختار مالکیتی و حاکمیت شرکتی و تأثیر آن بر عملکرد مالی می‌تواند تأثیر مهمی بر عملکرد مالی شرکت‌ها و پایدار بودن فعالیت آن‌ها داشته باشد.

¹ Ehiedu, Toria.

² Babatunde et al.

³ Queiri

ستار و همکاران^۱ (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان «چگونه کیفیت حسابرسی بر عملکرد شرکت تأثیر می‌گذارد با نقش تعدیل‌کننده بازار محصول» به این نتیجه رسیدند که کیفیت حسابرسی ابزاری حیاتی برای تضمین شفافیت و پاسخگویی در هر دو بخش دولتی و خصوصی است. نتایج تحقیق نشان داد که عملکرد مالی شرکت‌ها با کیفیت حسابرسی افزایش می‌یابد. شرکت‌های با رقابت بالا در صنایع نشان دادند شانس کسب حداکثر سود و داشتن رابطه مثبت با عملکرد مالی دارد، در حالی که شرکت‌های کمتر رقابتی با عملکرد مالی ارتباط نداشتند. علاوه بر این، رقابت در بازار محصول به طور مثبت این رابطه را تعدیل می‌کند.

بیرجندی و همکاران^۲ (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان «بررسی رابطه بین کیفیت حسابرسی و ریسک‌پذیری بر خلق ارزش در شرکت» به این نتیجه رسیدند که تمام مؤلفه‌های مورد استفاده در رابطه با کیفیت حسابرسی و عامل خطر تأثیر قابل توجهی بر ارزش شرکت دارند. همچنین، کلیه مؤلفه‌ها تأثیر ریسک‌پذیری بر ارزش آفرینی شرکت را تعدیل می‌کنند. فان^۳ و همکاران (۲۰۲۰) در پژوهشی با عنوان «تأثیر کیفیت حسابرسی بر عملکرد شرکت‌های عضو بازار سهام هانوی» به این نتیجه رسیدند که کیفیت حسابرسی بر عملکرد مالی شرکت‌های ذکر شده در طبقه معاملات اوراق بهادار هانوی تأثیر مثبت دارد. همچنین نتایج نشان می‌دهد که کیفیت حسابرسی نیز بر وفاداری مشتری و رضایت کارکنان تأثیر مثبت دارد. این مطالعه همچنین برخی توصیه‌ها را برای بهبود کیفیت ممیزی در ویتنام ارائه می‌دهد.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر کاربردی و از بعد روش‌شناسی، همبستگی از نوع علی (پس رویدادی) می‌باشد. جامعه آماری مورد بررسی در این پژوهش، کلیه شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران و دوره مورد بررسی نیز سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۹ می‌باشد. شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران که دارای شرایط زیر هستند به عنوان نمونه انتخاب می‌شود:

- به منظور قابل مقایسه بودن اطلاعات، پایان سال مالی شرکت‌ها پایان اسفند باشد.
- در دوره (۹ ساله) مورد بررسی تغییر دوره مالی نداده باشند.
- اطلاعات مربوط به متغیرهای انتخاب شده در این پژوهش در دسترس باشد.
- جزو بانک‌ها، بیمه‌ها و شرکت‌های سرمایه‌گذاری نباشند.

در این پژوهش از روش حذف سیستماتیک برای رسیدن به نمونه استفاده شده که تعداد ۱۳۰ شرکت به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شده‌اند. تحلیل داده‌ها با استفاده از روش داده‌های ترکیبی و با رویکرد پنل دیتا و با استفاده از نرم‌افزار ایویوز ۱۰ صورت پذیرفته است.

مدل جامع رگرسیونی پژوهش

به تبعیت از پژوهش ستار^۴ و همکاران (۲۰۲۰) مدل زیر جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش طراحی شده است.

$$SGR_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 AQ_{i,t} + \beta_2 PMC_{i,t} + \beta_3 AQ_{i,t} \times PMC_{i,t} + \beta_4 LEV_{i,t} + \beta_5 SIZE_{i,t} + \beta_6 BOARD_SIZE_{i,t} + \beta_7 AC_SIZE_{i,t} + \beta_8 MTB_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

¹ Sattar et al.

² Birjandi et al.

³ Phan

⁴ Sattar

تعاریف عملیاتی متغیرهای پژوهش

متغیر وابسته: عملکرد شرکت (SGR)

در پژوهش حاضر برای سنجش عملکرد شرکت به تبعیت از پژوهش ستار و همکاران (۲۰۲۰) از نرخ رشد پایدار به شرح زیر استفاده شده است:

$$SGR = \{PM \times (1 - D) \times (1 + L)\} / \{T - (PM \times (1 - D) \times (1 + L))\}$$

که در رابطه فوق:

PM: حاشیه سود (سود خالص تقسیم بر کل فروش)

D: نسبت سود تقسیمی به کل دارایی‌ها.

L: نسبت کل بدهی به حقوق صاحبان سهام

T: نسبت کل دارایی به کل فروش (ستار و همکاران، ۲۰۲۰).

متغیر مستقل: کیفیت حسابداری (AQ)

برای محاسبه کیفیت حسابداری از عامل تخصص حسابداری در صنعت استفاده می‌شود و منظور مؤسسات حسابداری می‌باشد که در یک صنعت خاص خود را از رقبا جدا و جلو انداخته و با مشاهده سهم بازار مؤسسات حسابداری در یک صنعت خاص که در حال خدمت‌رسانی می‌باشند به تخصص موسسه در آن صنعت پی می‌بریم؛ مثلاً خود سازمان حسابداری در خودروسازی سهم نسبتاً بالا و متخصص شناخته می‌شود. تخصص حسابداری در صنعت منغیری دو ارزشی می‌باشد که اگر شرکت حسابداری در صنعت خود تخصص لازم را داشته باشد عدد ۱ و گرنه ۰ تعلق می‌گیرد و بدین گونه متغیر را محاسبه می‌کنیم که طبق روش پالمراس^۱ (۱۹۸۸) از رویکرد سهم بازار که رویکردی است که موسسه حسابداری را متخصص می‌داند که خود را از سایر رقبا جلو انداخته و متمایز کرده است استفاده خواهیم کرد که به طریق زیر محاسبه خواهد شد:

تخصص حسابداری در صنعت از طریق تقسیم جمع دارایی‌های تمام صاحب‌کاران یک موسسه حسابداری خاص در یک صنعت خاص تقسیم بر مجموع دارایی‌های صاحب‌کاران در این صنعت محاسبه می‌شود؛ که بایستی سهم بازار آن‌ها طبق رابطه مزبور بیش از $\{۱,۲\} * \{۱\}$ (شرکت‌های موجود در یک صنعت ۱) باشد و بنابراین شرکت‌هایی که نمره تخصص لازم را کسب کرده کد ۱ و در غیر این صورت کد ۰ تعلق خواهد گرفت (صالحی و محمودآباد، ۱۳۹۶).

متغیر تعدیل‌گر پژوهش: رقابت در بازار محصول (PMC)

برای اندازه‌گیری رقابت در بازار محصول همانند پژوهش چن و همکاران (۲۰۱۲) و چنگ و همکاران (۲۰۱۳) از شاخص هرفندال-هیرشمن استفاده می‌شود. این شاخص به‌وسیله مجذور نسبت فروش شرکت به کل فروش صنعتی که شرکت مربوط به آن است، به دست می‌آید. هرچه نسبت به‌دست‌آمده برای یک شرکت بزرگ‌تر باشد بیانگر این است که آن شرکت دارای قدرت رقابت بزرگ‌تری است. باید توجه داشت که بین درجه رقابت بازار و قدرت رقابت شرکت یک رابطه معکوس وجود دارد؛ بنابراین هرچه شاخص هرفیندال-هیرشمن بیشتر باشد، نشان‌دهنده قدرت رقابت بیشتر شرکت و از سوی دیگر کمتر بودن درجه رقابت بازار است.

¹ Palmrose

$$HHI = \sum_{i=1}^n (S_i/S)^2$$

که در آن:

HHI: شاخص هرfindال - هیرشمن

S_i : درآمد فروش شرکت

S: مجموع درآمد فروش شرکت‌های موجود در صنعت شرکت

n: تعداد شرکت‌های موجود در صنعت

متغیرهای کنترلی پژوهش

متغیرهای کنترلی پژوهش برگرفته از پژوهش ستار و همکاران (۲۰۲۰) می‌باشد.

اهرم مالی (LEV): نسبت کل بدهی به کل دارایی.

اندازه شرکت (SIZE): لگاریتم طبیعی کل دارایی‌ها.

اندازه هیئت‌مدیره (BOARD_SIZE): تعداد اعضای هیئت‌مدیره شرکت‌ها.

اندازه کمیته حسابرسی (AC_SIZE): تعداد اعضای کمیته حسابرسی شرکت‌ها.

ارزش بازار به دفتری صاحبان سهام (MTB): نسبت ارزش بازار به دفتری حقوق صاحبان سهام شرکت‌ها.

یافته‌های توصیفی

به منظور شناخت بهتر ماهیت جامعه‌ای که در پژوهش حاضر، مورد مطالعه قرار گرفته است و آشنایی بیشتر با متغیرهای پژوهش، قبل از تجزیه و تحلیل داده‌های آماری، لازم است تا این داده‌ها توصیف شوند. همچنین توصیف آماری داده‌ها، گامی در جهت تشخیص الگوی حاکم بر آن‌ها و پایه‌ای برای تبیین روابط بین متغیرهایی است که در پژوهش به کار می‌رود. در روش‌های توصیفی تلاش بر آن است تا با ارائه جدول و استفاده از ابزارهای آمار توصیفی نظیر شاخص‌های مرکزی و پراکندگی، به توصیف داده‌های پژوهش پرداخته شود تا این امر به شفافیت موضوع کمک کند. در این پژوهش، مقدار متغیرها با استفاده از داده‌های مربوط به سال‌های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۹ مربوط به ۱۳۰ شرکت (۱۱۷۰ شرکت - سال) محاسبه شده است. جدول زیر شامل آمار توصیفی برای همه متغیرهای پژوهش است.

جدول (۱): آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

نام متغیر	نماد	میانگین	میان	بیشترین	کمترین	انحراف معیار
عملکرد شرکت	SGR	۰/۴۷۷	۰/۳۳۹	۲/۷۸۵	-۰/۶۵۵	۰/۵۲۹
کیفیت حسابرسی	AQ	۰/۴۴۰	۰	۱	۰	۰/۴۹۶
رقابت در بازار محصول	PMC	۰/۰۶۷	۰/۰۰۲	۱	۰/۰۰۰۳	۰/۲۰۰
کیفیت حسابرسی رقابت در بازار محصول	AQ × PMC	۰/۰۴۳	۰	۱	۰	۰/۱۵۹
اهرم مالی	LEV	۰/۵۳۵	۰/۵۴۷	-۰/۹۳۹	۰/۰۳۱	۰/۱۹۹
اندازه شرکت	SIZE	۱۴/۵۷۲	۱۴/۳۶۰	۲۰/۷۶۸	۱۱/۳۰۳	۱/۴۴۴
اندازه هیئت‌مدیره	BOARD_SIZE	۵/۰۳۹	۵	۷	۵	۰/۲۷۹
اندازه کمیته حسابرسی	AC_SIZE	۳/۵۴۶	۳	۵	۰	۱/۲۶۷
ارزش بازار به ارزش دفتری	MTB	۴/۴۲۴	۳/۴۴۷	۱۳/۳۸۷	۰/۰۰۸	۳/۱۶۷

در جدول (۱)، میانگین عملکرد شرکت تقریباً ۰/۴۷۷ و میانهای در حدود ۰/۳۳۹ دارد. مقدار انحراف معیار آن ۰/۵۲۹ بوده، حداقل و حداکثر مقدار آن به ترتیب ۰/۶۵۵- و ۲/۷۸۵ است. شاخص اهرم مالی نیز بیانگر آن است که به طور میانگین کل بدهی‌های شرکت‌ها ۰/۵۳۵ درصد از کل دارایی‌ها را تشکیل می‌دهند. یا به عبارتی دارایی‌های شرکت‌ها تقریباً ۵۳/۵ درصدشان از طریق بدهی‌های شرکت‌ها به دست آمده‌اند. کمترین این میزان به ۳/۱ درصد و بیشترین حد آن نیز به ۹۳/۹ درصد می‌رسد که نشان از برابر بودن تقریبی بدهی‌ها با دارایی‌های شرکت می‌باشد. میانگین اندازه کمیته حسابرسی شرکت‌های نمونه برابر با ۳/۵۴۶ بوده و میان آن ۳ است از این رو می‌توان گفت شرکت‌های نمونه‌ای که دارای کمیته حسابرسی می‌باشند در ساختار کمیته خود ۳ عضو دارند. میانگین ارزش بازار برابر با مقدار ۴/۴۲۴ می‌باشد و چون مقدار میانگین از عدد ۱ بیشتر می‌باشد نتیجه می‌شود که ارزش بازار حقوق صاحبان سهام به مراتب بالاتر از ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام می‌باشد و کمینه کمتر از یک این متغیر نشان‌دهنده این است که حداقل یک شرکت وجود دارد که ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام آن به مراتب بالاتر از ارزش بازار حقوق صاحبان سهام است.

آزمون ناهمسانی واریانس و خودهمبستگی سریالی

به منظور بررسی ناهمسانی واریانس در این تحقیق از آزمون کوک ویسبرگ^۱ / بروش پاگان استفاده شده است. آزمون ناهمسانی واریانس برای مدل پژوهش در جدول (۲) نشان داده شده است. بررسی نتایج حاصل از جدول، نشان می‌دهد که تمامی مدل‌های پژوهش در سطح معناداری کمتر از ۵٪ می‌باشند و مدل‌های پژوهش ناهمسانی واریانس دارند. به منظور بررسی خودهمبستگی در این پژوهش از آزمون وولدریج^۲ (۲۰۰۴) استفاده شده است. نتایج حاصل جدول (۴-۸)، نشان می‌دهد که سطح معناداری آزمون خودهمبستگی برای هر سه مدل‌های پژوهش، کمتر از ۵٪ می‌باشد که نشان می‌دهد خودهمبستگی سریالی نیز دارند. به منظور رفع مشکل ناهمسانی واریانس از ضریب تصحیح وایت استفاده شده است.

جدول (۲): نتایج آزمون ناهمسانی واریانس و خودهمبستگی سریالی

مدل آزمون	آماره آزمون	سطح معنی داری	نتیجه آزمون
مدل جامع پژوهش	۴۹۶/۹۰۳	۰/۰۰۰	وجود ناهمسانی واریانس
مدل جامع پژوهش	۰/۳۳۹	۰/۸۴۵	عدم وجود خودهمبستگی سریالی

آزمون پایایی متغیرهای پژوهش

پایایی متغیرهای پژوهش، به این معنی است که میانگین و واریانس متغیرها در طول زمان و کوواریانس متغیرها بین سال‌های مختلف ثابت بوده است. در نتیجه، استفاده از این متغیرها در مدل باعث به وجود آمدن رگرسیون کاذب نمی‌شود. بدین منظور از آزمون لوین، لین و چو^۳ (۲۰۰۲)، از نرم‌افزار استاتا ۱۵، برای مطالعه سری‌های زمانی در این تحقیق استفاده شده است. همان‌طور که در جدول (۴-۲) نشان می‌دهد، مقدار P-Value برای تمامی متغیرها از ۵٪ کمتر است، بنابراین تمامی متغیرهای پژوهش در دوره مورد بررسی در سطح پایا هستند.

جدول (۳): نتایج آزمون پایایی متغیرهای تحقیق

نام متغیر	نماد	آماره آزمون	سطح معناداری	نتیجه
عملکرد شرکت	SGR	-۵۸/۰۳۲	۰/۰۰۰	پایا است

¹ Cook-Weisberg

² Wooldridge

³ Common Root-Levin, Lin, Chu (2002)

کیفیت حسابرسی	AQ	-۸/۵۱۹	۰/۰۰۰	پایا است
رقابت در بازار محصول	PMC	-۴/۸۲۴	۰/۰۰۰	پایا است
کیفیت حسابرسی × رقابت در بازار محصول	AQ × PMC	-۷/۳۳۹	۰/۰۰۰	پایا است
اهرم مالی	LEV	-۲۷/۹۸۶	۰/۰۰۰	پایا است
اندازه شرکت	SIZE	-۲۲/۷۹۴	۰/۰۰۰	پایا است
اندازه هیئت‌مدیره	BOARD_SIZE	-۲۳/۶۰۳	۰/۰۰۰	پایا است
اندازه کمیته حسابرسی	AC_SIZE	-۳۵/۷۹	۰/۰۰۰	پایا است
ارزش بازار به ارزش دفتری	MTB	-۳۴/۹۱	۰/۰۰۰	پایا است

آزمون اف لیمر (چاو) و هاسمن

در تخمین مدل به روش داده‌های ترکیبی، پس از بررسی مانایی متغیرها و پیش از برازش نهایی مدل باید از نوع روش تخمین (روش داده‌های تلفیقی یا پانل) و نوع الگوی تخمین (اثرات ثابت یا تصادفی) اطمینان حاصل شود؛ از این رو برای انتخاب نوع روش تخمین از آزمون F لیمر و برای تعیین نوع الگو از آزمون هاسمن استفاده می‌کنیم. در آزمون F لیمر، فرضیه صفر یکسان بودن عرض از مبدأها (روش داده‌های تلفیقی) و فرضیه مقابل، ناهمسانی عرض از مبدأها (روش داده‌های پانل) می‌باشد؛ لذا چنانچه بعد از انجام آزمون F لیمر سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ باشد، فرضیه مقابل مبتنی بر مدل به روش داده‌های پانل انتخاب می‌شود و باید آزمون هاسمن انجام شود. در آزمون هاسمن فرضیه صفر، مبنی بر انتخاب مدل با اثرات تصادفی و فرضیه مقابل، مبنی بر انتخاب مدل با اثرات ثابت می‌باشد؛ لذا در صورتی که در این آزمون سطح معناداری کمتر از ۰/۰۵ باشد، فرضیه مقابل مبنی بر مدل پانل با اثرات ثابت انتخاب می‌شود.

در جدول (۴)، مدل پژوهش بیانگر آن است که سطح معناداری برای آزمون F لیمر کمتر از ۰/۰۵ است در نتیجه داده‌ها از نوع تابلویی هستند و برای انتخاب نوع الگو زدن آزمون هاسمن ضروری است و با توجه به مقدار احتمال آزمون هاسمن که زیر سطح خطای ۰/۰۵ است برای مدل پژوهش به این نتیجه می‌رسیم که الگوی فرضیه از نوع اثرات ثابت است.

جدول (۴): نتایج آزمون اف لیمر (چاو) و هاسمن

شماره مدل	آزمون F لیمر		آزمون هاسمن	
	آماره F	مقدار احتمال	مدل	آماره
مدل (۱)	۵/۲۳۴	۰/۰۰۰	تابلویی (پنل)	۵۸/۲۹۷
			مقدار احتمال	۰/۰۰۰
			نوع الگو	اثرات ثابت

نتیجه آزمون فرضیه‌های پژوهش

در بررسی معناداری مدل پژوهش با توجه نتایج ارائه‌شده در جدول (۵) احتمال آماره F در سطح معناداری از ۰/۰۵ کوچک‌تر می‌باشد که با اطمینان ۹۵٪ معنادار بودن مدل تایید می‌شود. مقدار آماره دوربین واتسون برابر با ۲/۳۴۵ است که این مقدار بین مقادیر بحرانی ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد؛ بنابراین بین باقیمانده‌های مدل خودهمبستگی سریالی وجود ندارد. همچنین مقدار ضریب تعیین تعدیل شده برابر ۰/۶۲۷ است که نشان می‌دهد، متغیرهای مستقل و کنترلی مدل حدود ۶۲ درصد از تغییرات متغیر وابسته (عملکرد شرکت) را تبیین می‌کنند. همچنین نتایج حاصل از آزمون هم‌خطی VIF در جدول (۵) بیانگر آن است که مقدار آماره VIF برای متغیرهای مستقل تمام مدل‌های پژوهش کمتر از ۵ است؛ لذا بین متغیرهای مستقل مدل‌های پژوهش مشکل هم‌خطی حاد وجود ندارد.

جدول (۵): نتیجه آزمون مدل رگرسیونی پژوهش

$$SGR_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 AQ_{i,t} + \beta_2 PMC_{i,t} + \beta_3 AQ_{i,t} \times PMC_{i,t} + \beta_4 LEV_{i,t} + \beta_5 SIZE_{i,t} + \beta_6 BOARD_SIZE_{i,t} + \beta_7 AC_SIZE_{i,t} + \beta_8 MTB_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

متغیرها	نماد	ضرایب	خطای استاندارد	آماره t	معناداری	VIF
کیفیت حسابداری	AQ	۰/۰۷۹	۰/۰۲۹	۲/۷۳۶	۰/۰۰۶	۱/۳۴۱
رقابت در بازار محصول	PMC	۰/۱۸۹	۰/۰۶۳	۲/۹۸۶	۰/۰۰۳	۲/۵۰۳
کیفیت حسابداری × رقابت در بازار محصول	AQ × PMC	۰/۰۱۱	۰/۰۰۵	۲/۳۲۴	۰/۰۲۰	۲/۷۴۲
اهرم مالی	LEV	-۰/۷۹۲	۰/۰۷۵	-۱/۵۱۳	۰/۰۰۰	۱/۰۴۰
اندازه شرکت	SIZE	۰/۰۷۶	۰/۰۳۷	۲/۰۶۴	۰/۰۳۹	۱/۳۸۹
اندازه هیئت مدیره	BOARD_SIZE	-۰/۰۰۹	۰/۰۸۴	-۰/۱۱۲	۰/۹۱۰	۱/۰۲۸
اندازه کمیته حسابداری	AC_SIZE	۰/۲۱۱	۰/۰۵۱	۴/۱۳۰	۰/۰۰۰	۱/۱۵۷
ارزش بازار به ارزش دفتری	MTB	۰/۰۱۸	۰/۰۰۷	۲/۵۹۷	۰/۰۰۹	۱/۰۲۹
عرض از مبدأ		-۲/۹۰۳	۰/۶۹۰	-۴/۲۰۸	۰/۰۰۰	---
ضریب تعیین				۰/۶۸۳		
ضریب تعیین تعدیل شده				۰/۶۲۷		
دوربین واتسون				۲/۳۴۵		
آماره F				۱۲/۲۰۲		
سطح معناداری آماره F				۰/۰۰۰		

نتایج جدول (۵)، نشان می‌دهد که متغیر کیفیت حسابداری (تخصص حسابداری در صنعت) با ضریب مثبت (۰/۰۷۹) و سطح معناداری زیر ۵ درصد (۰/۰۰۶) رابطه مستقیم و معناداری با عملکرد شرکت (نرخ رشد پایدار) دارد. در واقع هر چه کیفیت حسابداری افزایش یابد معادل آن عملکرد شرکت نیز افزایش یافته است و شرکت رشد پایدارتری را تجربه می‌کند؛ بنابراین بین کیفیت حسابداری و عملکرد شرکت رابطه معناداری وجود دارد و فرضیه اول پژوهش در سطح خطای ۵ درصد پذیرفته می‌شود. همچنین ضریب متغیر رقابت در بازار محصول ۰/۱۸۹ می‌باشد که سطح معنی‌داری به دست آمده برای این ضریب ۰/۰۰۳ است که کمتر از سطح خطای ۰/۰۵ (سطح اطمینان ۹۵٪) می‌باشد، یعنی با افزایش رقابت در بازار محصول، عملکرد شرکت افزایش می‌یابد. پس در نتیجه بین رقابت در بازار محصول و عملکرد شرکت رابطه معناداری وجود دارد.

نتایج حاصل از برآورد فرضیه سوم پژوهش، یعنی نقش تعدیل‌کننده رقابت در بازار محصول بر رابطه بین کیفیت حسابداری و عملکرد شرکت در جدول (۵) ارائه شده است. مشاهده می‌شود ضریب متغیر اثر تعاملی کیفیت حسابداری × رقابت در بازار محصول (۰/۰۱۱) و دارای سطح معناداری ۰/۰۲۰ است. بنابراین، رقابت در بازار محصول بر رابطه بین کیفیت حسابداری و عملکرد شرکت تأثیرگذار معناداری دارد. نکته شایان ذکر در راستای تفسیر نقش تعدیلگری این است که علامت تعاملی در مدل تعاملی هم‌راستا با متغیر مستقل در مدل رگرسیون فرضیه اصلی پژوهش می‌باشد، پس متغیر تعدیلگری رابطه بین متغیر مستقل و وابسته را تقویت می‌کند.

بحث، نتیجه‌گیری و پیشنهادهای پژوهش

نرخ رشد پایدار در عملکرد شرکت یک عامل مهم در حفظ سهم شرکت در بازار محصول است، ارائه خدمات حسابداری با کیفیت اطمینان کافی را در خصوص صحت اطلاعات ارائه در خصوص عملکرد شرکت (نرخ رشد پایدار) به ذینفعان ارائه می‌نماید. هدف این پژوهش بررسی تأثیر کیفیت حسابداری بر عملکرد شرکت (نرخ رشد پایدار) می‌باشد تا سهم شرکت را

در بازار رقابتی محصول حفظ و بهبود بخشد. نتایج آن می‌تواند به‌عنوان مبنایی برای تأمین نیازهای مطالعاتی پژوهشگران آتی است و جلب‌توجه مدیران و سهامداران به استفاده از کیفیت حسابرسی جهت بقا در بازار رقابتی باشد. پژوهش حاضر از نوع کاربردی و از منظر روش‌شناسی، همبستگی از نوع علی (پس‌رویدادی) می‌باشد. جامعه پژوهش شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۹۱ الی ۱۳۹۹ است و سپس با اعمال شرایط و محدودیت‌هایی، ۱۳۰ شرکت حائز شرایط که داده‌های آن‌ها در دسترس بوده‌اند به‌عنوان حجم نمونه انتخاب شده است. نتایج فرضیه اول نشان می‌دهد بین کیفیت حسابرسی و عملکرد شرکت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. در محیط رقابتی بازار که نشأت گرفته از محدودیت منابع است، پ ارزیابی عملکرد مدیران اهمیت ویژه‌ای برای حیات شرکت دارد و مدیران باید با چگونگی استفاده شرکت از دارایی‌ها با افزایش درآمد عملکرد شرکت را به‌صورت پایدار بهبود بخشند. با توجه به نقش مؤثری که کسب سود در موفقیت شرکت دارد باید معیارهای عملکرد مالی شرکت به‌صورت جامع بررسی و شناسایی شود تا بتواند توان رقابتی شرکت‌ها منعکس نماید. کیفیت حسابرسی یک عامل اساسی در حاکمیت شرکتی محسوب می‌شود و موجب کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و حفاظت از منافع سهامداران از طریق ارائه تضمین در خصوص اینکه اطلاعات مالی عاری از هر نوع اشتباه و تقلب می‌باشد. حسابرسی شرکت‌ها اعضای هیئت‌مدیره را به ارتقای شفافیت مالی تشویق می‌نماید، کیفیت بالای حسابرسی می‌تواند عملکرد شرکت را افزایش دهد، در این راستا عملکرد شرکت بر مبنای نرخ رشد پایدار افزایش خواهد یافت و رشد شرکت پایدار می‌شود. نتایج فرضیه اول پژوهش با پژوهش ستار و همکاران (۲۰۲۰) و هیدو توریا (۲۰۲۲) همسو می‌باشد که نتیجه گرفتند افزایش کیفیت حسابرسی موجب بهبود عملکرد شرکت و نرخ رشد پایدار می‌گردد. همچنین با نتایج پژوهش درویشی (۱۳۹۶) همسو می‌باشد که نتیجه گرفت نوع کیفیت حسابرسی با عملکرد مالی شرکت رابطه مستقیم دارد. تفاوت این پژوهش‌ها با پژوهش حاضر در نحوه اندازه‌گیری و سنجش متغیرها و عوامل می‌باشد.

فرضیه دوم نشان می‌دهد بین رقابت در بازار محصول و عملکرد شرکت رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد. رقابت در بازار محصول نقش یک محرک را برای عملکرد شرکت‌ها ایفا می‌کند، برای اینکه شرکت بتواند در بازار رقابتی صنعت خود باقی‌مانده و سهم بازار خود را از کل فروش بازار افزایش دهند باید مزیت‌های رقابتی را بهبود بخشد در این راستا شرکت باید مشتریان قبلی را حفظ و مشتریان جدید را جذب نماید. اگر شرکت‌ها در بهبود عملکرد و تداوم این امر برنامه داشته باشند، منجر به ارتقای عملکرد کلی می‌گردد تا در نهایت نرخ رشد پایدار تحقق یابد. مبنای نرخ رشد پایدار یکی از مهم‌ترین جنبه‌های عملکردی شرکت است که بر این اساس شرکت باید به رشد با ثبات دست یابد و از نوسانات بازار در امان باشد. نتایج فرضیه دوم با پژوهش ستار و همکاران (۲۰۲۰) همسو می‌باشد اما نتایج را دقیقاً تایید نمی‌کند زیرا به عقیده پژوهش مذکور فقط شرکت‌ها در صنایع با رقابت بالا عملکرد آن‌ها افزایش خواهد یافت ولی در این پژوهش همه شرکت‌های جامعه آماری را شامل می‌گردد.

فرضیه سوم نشان می‌دهد رقابت در بازار محصول بر رابطه بین کیفیت حسابرسی و عملکرد شرکت تأثیر مستقیم و معناداری دارد. رقابت در بازار محصول تأثیر تعدیل‌گری بر رابطه بین کیفیت حسابرسی و عملکرد شرکت دارد. رقابت‌پذیری توان اقتصادی شرکت را برای حفظ یا افزایش سهم خود در بازارهای بین‌المللی نشان می‌دهد، میزان فروش شرکت بیانگر نفوذ شرکت در بازار است. قدرت بازار محصول عامل مهم در ارزیابی چشم‌اندازهای شرکت می‌باشد. رقابت‌پذیری معیاری کلیدی برای ارزیابی میزان موفقیت بنگاه‌ها در میدان‌های رقابتی سیاسی و اقتصادی است. رقابت در بازار محصول به‌عنوان یک سازوکار نظارتی منضبط برای کنترل مشکلات نمایندگی می‌باشد، بنابراین رقابت در بازار محصول، در مدیران انگیزه‌ای را فراهم می‌کند که درصدد همسویی بیشتر منافعشان با منافع سهامداران باشند. نتایج فرضیه سوم با توجه به نتایج فرضیه دوم تایید می‌شود و در واقع رقابت در بازار محصول نمی‌تواند موجب بهبود رابطه بین

کیفیت حسابرسی و عملکرد شرکت بر مبنای نرخ رشد پایدار می‌گردد. نتایج فرضیه سوم با نتایج پژوهش ستار و همکاران (۲۰۲۰) هم‌سو است. نتایج پژوهش ایشان نشان می‌دهد که رقابت در بازار محصول نقش تعدیل‌کنندگی بر این رابطه دارد. سرمایه‌گذاران و ذینفعان با بررسی عملکرد شرکت و نرخ رشد آن می‌توانند سرمایه‌گذاری بهتر و مطمئن‌تری را داشته باشند. مدیران و مالکان شرکت‌ها سعی در استفاده از حسابرسان متخصص در صنایع گوناگون داشته باشند تا به‌طور دقیق کلیه جوانب موردبررسی و بر عملکرد شرکت افزوده گردد. حسابرسان و شرکت‌های حسابرسی در کنار انجام امورات حسابرسی در شرکت‌ها و صنایع گوناگون سعی در ایجاد تیم تخصصی در صنایع گوناگون داشته تا بتوانند خدماتی با کیفیت بالاتر را در این صنایع عرضه نمایند.

به پژوهشگران آتی پیشنهاد می‌شود که در خصوص تأثیر ویژگی‌های مدیران و روابط سیاسی بر عملکرد شرکت‌ها بر مبنای نرخ رشد پایدار را پژوهش نمایند و با نتایج پژوهش حاضر مقایسه کنند.

منابع

- ✓ درویشی، محمد، (۱۳۹۶)، تأثیر کیفیت گزارش حسابرسی بر عملکرد مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، هشتمین کنفرانس بین‌المللی حسابداری و مدیریت با رویکرد علوم پژوهشی نوین، تهران.
- ✓ صالحی، مهدی، عبدلی محمودآباد، ناصر، (۱۳۹۷)، تأثیر تخصص حسابرس در صنعت بر ریسک‌پذیری شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، مجله دانش حسابرسی، سال ۱۸، شماره ۷۰، صص ۲۴-۵.
- ✓ طهرانچیان، مهدی، دانشور، هادی، رفاع، ساناز، (۱۳۹۶)، نقش کیفیت حسابرسی بر تصمیم‌گیری استفاده‌کنندگان اطلاعات. اولین همایش بین‌المللی مدیریت، حسابداری، اقتصاد و علوم اجتماعی، همدان.
- ✓ غلامی، حسین، دشتابی، قاسم، (۱۴۰۰)، بررسی رابطه بین کیفیت حسابرسی و ریسک حسابرسی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. چشم‌انداز حسابداری و مدیریت، دوره (۴)، شماره (۴۹)، صص ۱۲۲-۱۳۵.
- ✓ محمدی، محمد، عنبری، حسین، (۱۳۹۹)، اثر تعدیل‌کنندگی کیفیت حسابرسی و تحلیل گران مالی بر خوانایی گزارشگری مالی و هزینه‌های نمایندگی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، مطالعات کاربردی در علوم مدیریت و توسعه، دوره ۵، شماره ۳، صص ۳۳-۴۶.
- ✓ هاشمی تیله نوئی، مصطفی، نیک کار، جواد، (۱۴۰۰)، تأثیر شاخص‌های کیفیت حسابرسی، محیط رقابتی و راهبری شرکتی بر رفتارهای غیراخلاقی مدیران، با تأکید بر دو بعد افق تصمیم‌گیری و نوع پیش‌بینی در رفتار مدیران، دانش حسابداری، دوره ۱۲، شماره ۳، صص ۱۴۷-۱۶۸.
- ✓ واعظ، سیدعلی، قلمبر، محمدحسین، قنواتی، نسرين، (۱۳۹۴)، تأثیر رقابت در بازار محصول بر کیفیت سود با بهره‌گیری از تکنیک تحلیل عاملی، دانش حسابداری، دوره ۶، شماره ۲۱، صص ۱۳۳-۱۵۴.
- ✓ Abdelbaset Queiri, Araby Madbouly, Sameh Reyad, Nizar Dwaikat(2021) Corporate governance, ownership structure and firms' financial performance: insights from Muscatsecurities market (MSM30). The current issue and full text archive of this journal is available on Emerald Insight at:<https://www.emerald.com/insight/1985-2517>.
- ✓ Al-ahdal, W.M. & Hashim, H.A. (2022). Impact of audit committee characteristics and external audit quality on firm performance: evidence from India, Corporate Governance, 22(2), 424-445.
- ✓ Babatunde, M. A. Adedeji, L. O.. & Adegbite, I. O. (2021). Audit Quality And Performance Of Banks In Nigeria: 2012 - 2019. Journal of Accounting Informationan dInnovation,7(7). Retrieved from<https://www.cirdjournal.com/index.php/jaii/article/view/27>.

- ✓ Bert, George, Richard, M. Walker & Joost, Monster. (2019). Does Strategic Planning Improve Organizational Performance? A Meta-Analysis, *Highly Cited PAR Articles*, 79(6), 810-819.
- ✓ Bischof, Jannis, Holger, Daske, Ferdinand, Elfers & Luzi Hail. (2015). A Tale of Two Regulators: Risk Disclosures, Liquidity and Enforcement in the Banking Sector, 12(2). 1-58.
- ✓ Calvanoa, Emilio & Polob, Michele. (2021). Market power, competition and innovation in digital markets: A survey, *Information Economics and Policy*, 54(3), 32-51.
- ✓ Chen, S. Wang, K. & Li, X. (2012). Product market competition, ultimate controlling structure and related party transactions. *China Journal of Accounting Research*, 5, 293-306.
- ✓ Cheng, P. Man, P. & Yi, C. H. (2013). The impact of product market competition on earnings quality. *Accounting and Finance*, 53, 137- 162.
- ✓ ChokriKooli, panel. (2019). Governing and managing higher education institutions: The quality audit contributions, *Evaluation and Program Planning*, 77(10), 21-33.
- ✓ Council, Hydrogen. (2020). Path to Hydrogen Competitiveness: A Cost Perspective, *Active Publication*, 20(3), 132-153.
- ✓ Dalcher, Darren. (2018). Commercial Management and Projects: A Long Overdue Match? 12(2), 34-40.
- ✓ Dalia, Streimikiene, Biruta, Svagzdiene, Edmundas, Jasinskas & Arturas, Simanavicius. (2021). Sustainable tourism development and competitiveness: The systematic literature review, *Sustainable*, 29(1), 259-271.
- ✓ Ehiedu, V. C. & Toria, G. (2021). Audit indicators and financial performance of manufacturing firms in Nigeria. *Linguistics and Culture Review*, 6(S1), 14-41. <https://doi.org/10.21744/lingcure.v6nS1.1887>.
- ✓ Elena, G. Popkova, Elena, V. Popova, & Bruno, S. Sergi. (2018). Clusters and Innovational Networks Toward Sustainable Growth, *Emerald Publishing Limited, Bingley*, 13(4), 107-124.
- ✓ Fanny, Hermundsdottir & Arild, Aspelund. (2021). Sustainability innovations and firm competitiveness: A review, *Journal of Cleaner Production*, 280(1), 42-63.
- ✓ Husain, T. (2019). An Analysis of Modeling Audit Quality Measurement Based on Decision Support Systems (DSS), *EUROPEAN JOURNAL OF SCIENTIFIC EXPLORATION*, 2(6), 1-9.
- ✓ Kaveh Birjandi, R. Hoseinaie, N. & Ghadrnan, E. (2020). Investigating relationship the between audit quality and risk-taking in order to create company value. *Journal of Accounting and Management Vision*, 3(31), 45-62.
- ✓ Michael, Kimbrough, Lee, Hanna & Zheng, Yue. (2021). Can Managers Be Wrong and Still Be Right? An Examination of the Future Realization of Current Management Forecast Errors, *Accounting Review*, 96(1): 349–376.
- ✓ Pambayun, K. Yekti, N. Apriani, D. Rambu, A. & Supramono, S. (2019). Working Capital Management and its Influence on Profitability and Sustainable Growth, *Verslas: teorija ir praktika*, 20(1), 61-68.
- ✓ Phan, T. Lai, L. Le, T. & Tran, D. (2020). The impact of audit quality on performance of enterprises listed on Hanoi Stock Exchange. *Management Science Letters*, 10(1), 217-224.
- ✓ Power, Michael. (2000). The Audit Society Second Thoughts, *Auditing*, 4(1), 111-119.
- ✓ Sattar, Usman, Sohail Ahmad Javeed, Rashid Latief(2020) How Audit Quality Affects the Firm Performance with the Moderating Role of the Product Market Competition: Empirical Evidence from Pakistani Manufacturing Firms. *Sustainability* 2020, 12, 4153; doi:10.3390/su12104153.

- ✓ Shah, Mahsood. (2012). Ten years of external quality audit in Australia: evaluating its effectiveness and success, *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 37(6), 121-129.
- ✓ Sorin, G. Gavrilă & Antonio, D. Ancillo. (2021). Entrepreneurship, innovation, digitization and digital transformation toward a sustainable growth within the pandemic environment, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28(1), 45-66.
- ✓ Tusheng, Xiao, Chunxiao, Geng & Chun, Yuan (2021). How audit effort affects audit quality: An audit process and audit output perspective, *China Journal of Accounting Research*, 13(1), 109-127.
- ✓ Ye, Hu; Mingzhe, Chen & Walid, Saad. (2021). Joint Access and Backhaul Resource Management in Satellite-Drone Networks: A Competitive Market Approach, *Transactions on Communications Published*, 19(6), 3908 – 3923.