

بررسی رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول با تأکید بر نقش ریسک بازار سهام در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران

اکبر جاویدی دیزج

دانشجوی کارشناسی ارشد حسابداری، موسسه آموزش عالی غیرانتفاعی - غیر دولتی نوین، اردبیل، ایران (نویسنده مسئول).
Akbar.love.1391@gmail.com

مینا شیخی گرجان

دانشجوی دکتری حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی، واحد سنندج، سنندج، ایران.
Mina_sheikig@yahoo.com

وحدت آقاجانی

مری گروه حسابداری، واحد اردبیل، دانشگاه آزاد اسلامی، اردبیل، ایران.
v.aghajani@gmail.com

چکیده

یکی از موانع بنیادی در بحث‌های سرمایه‌گذاری، مفهوم ریسک و پذیرش آن در بازارهای مالی است. ریسک پدیده‌ای مربوط به آینده است که نمی‌توان آن را به‌طور دقیق پیش‌بینی کرد، زیرا با عدم اطمینان همراه است. از این رو هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر ریسک بازار بر رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران بین سال‌های ۱۳۹۰ تا ۱۳۹۵ و با نمونه مشتمل بر ۱۲۰ شرکت هست. جهت آزمون فرضیه‌های پژوهش مدل رگرسیونی چند متغیره ارائه و مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت که نتایج یافته‌های پژوهش نشان داد بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول رابطه معناداری دارد. از این رو فراهم آوردن زیرساخت‌های لازم جهت ایجاد فضایی رقابتی در بازار محصولات از سوی نهادهای تعیین‌کننده سیاست‌های اقتصادی که باعث افزایش رقابت در بازار محصول می‌گردد و از این رو این افزایش باعث کیفیت بالای اطلاعات می‌گردد. اما یافته‌های دیگر نشان داد که ریسک بازار رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول را تعدیل نمی‌کند.

واژه‌های کلیدی: رقابت در بازار محصول، کیفیت اطلاعات حسابداری، ریسک بازار

مقدمه

اقتصاددانان، متخصصان مالی و سیاست‌گذاران به‌واسطه منافع قابل ملاحظه‌ای که بازار سهام برای اقتصاد واقعی ایجاد می‌کند توجه خاصی به آن دارند و آن را تکیه‌گاه فعالیت‌های بازار سرمایه می‌دانند. این بازار به‌عنوان ابزار مهمی در تجهیز و تخصیص پس‌اندازها شناخته می‌شود که برای کارایی و رشد یک اقتصاد حیاتی است. به‌عبارت‌دیگر، بازار سهام انتقال وجوه را برای رشد اقتصادی آسان می‌سازد. بازار سهام، دولت‌ها و صنعت را قادر می‌سازد تا برای تأمین مالی در جهت توسعه و مدرنیزه نمودن واحدهای صنعتی موجود یا اجرای پروژه‌های جدید سرمایه بلندمدت خود را افزایش دهند، بنابراین بازار سهام از طریق خدمات

خاصی که انجام می‌دهد در رشد اقتصادی مشارکت دارد. تجهیز پس‌اندازها، کاهش ریسک نقدینگی، بهبود در کسب و توزیع اطلاعات، افزایش انگیزه برای کنترل شرکت سهامی و تنوع‌بخشی ریسک از جمله وظایف مهم بازار سهام هست (صادقی محمدی، ۱۳۹۶).

تصمیم‌گیری‌های مالی یکی از مهم‌ترین حوزه‌های رقابتی شرکت‌ها به‌منظور تأمین بهینه‌ی منابع مالی برای بقاء در محیط متلاطم تجاری است. باوجود تمام برنامه‌ریزی‌ها و دقت نظرهایی که توسط کارشناسان و متخصصان شرکت‌ها صورت می‌گیرد، اما هنوز برخی عوامل خارج از کنترل شرکت‌ها وجود دارد که با درجات مختلفی از احتمال، امکان دست نیافتن شرکت‌ها به هر یک از اهداف عملیاتی را می‌تواند افزایش دهد. به این جهت، احتمال عدم دسترسی به اهداف از پیش تعیین‌شده تحت عنوان ریسک مطرح است. شرایط مالی که سرمایه‌گذار صاحب‌سهام در یک شرکت خاص با آن روبرو است، ریسک شرکت گفته می‌شود. به دلیل وجود ریسک در بازار سهام و از آنجا که موفقیت هر اقتصاد بستگی به عملکرد بازار مالی دارد، مطالعه عوامل مؤثر بر ریسک این بازار از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است. عوامل مؤثر بر ریسک عبارت‌اند از توسعه مالی و عوامل اقتصادی، به این صورت که توسعه مالی از یک‌طرف سبب نقد شوندگی بازار مالی می‌شود و از طرف دیگر می‌تواند باعث شود که مؤسسات مالی ریسک بالاتری را پذیرفته، یک دوران سرخوشی و امید، یک رونق شدید اعتباری و شاید یک بحران مالی را تجربه کنند. در اصل تصور می‌شود توسعه بازارهای مالی منجر به رشد اقتصادی از طریق فراهم کردن دسترسی بهتر شرکت‌ها به تأمین سرمایه می‌شود که بدین‌وسیله سرمایه‌گذاری‌های داخلی را افزایش می‌دهد. توسعه بازارهای مالی نسبت جمع‌آوری سرمایه یک اقتصاد را بهبود بخشیده که این مسئله سبب کاهش ریسک بازارهای مالی می‌شود (ویتسونتی و تانگورای^۱، ۲۰۱۵). عوامل اقتصادی نیز ریسک را تحت تأثیر قرار می‌دهند به‌عنوان مثال تورم سبب افزایش نا اطمینانی می‌شود. نا اطمینانی شرایطی است که در آن پیشامدهای ممکن که در آینده اتفاق می‌افتند، مشخص و معلوم نیستند یا اینکه، اگر این پیشامدها مشخص و معلوم باشند، احتمالات مربوط به وقوع این پیشامدها در دسترس نمی‌باشند و زمانی که هر کدام یا هر دو پیش می‌آید، تصمیم‌گیری نسبت به آینده، پیچیده و مشکل می‌شود. لازم به ذکر است، بی‌ثباتی به‌عنوان آهنگ شدت تغییراتی که متغیر تعریف می‌شود. این شاخص از نقطه نظر اقتصاد کلان، بی‌ثباتی و از نظر عاملان اقتصادی نا اطمینانی تلقی می‌شود. نهایتاً افزایش نا اطمینانی، ریسک را افزایش می‌دهد. در سطح کلان، مشخص شده است که توسعه مالی اثر علی مثبت و معناداری بر رشد اقتصادی دارد. کانال‌های تأثیرگذاری توسعه مالی بر بخش واقعی تقریباً شناخته‌شده‌اند. در حال حاضر، مبانی ارتباط بنگاه‌های تولیدی با بازارهای مالی که تعیین‌کننده نوع نظام مالی و پویایی رشد است، محورهای اصلی پژوهش‌های جدید در این زمینه است (نادری، ۱۳۸۲).

در ادامه، بیان مسئله و پیشینه پژوهش، فرضیه‌های پژوهش، روش‌شناسی پژوهش (شامل نحوه انتخاب شرکت‌های مدنظر و نیز الگوها و متغیرهای پژوهش)، یافته‌های پژوهش و در پایان، نتایج و پیشنهادها ارائه شده است.

بیان مسئله

طی چند دهه گذشته، با ظهور برخی پدیده‌های غیرعادی و استثنا در بازارهای مالی باعث شد که انتقادهای زیادی به نظریه‌های مالی گرفته شود. این واقعیت، بحث‌های عمیق و احساس بی‌اعتمادی را نسبت به عملکرد نظریه‌های مالی سنتی به‌عنوان ابزارهای مهم در ارزش‌گذاری و پیش‌بینی قیمت دارایی‌ها ایجاد کرد (ژو و نیو^۲، ۲۰۱۶). که در این میان اطلاعات

¹ Vithessonthi, C, & Tongurai, J

² Zhu & Niu

نقش مهمی را در بازارهای مالی ایفا می‌کند. باشمن و اسمیت^۳ (۲۰۰۱) خاطرنشان کرده‌اند که یکی از هدف‌های اصلی پژوهش‌های حاکمیت شرکتی در حسابداری، فراهم کردن مدارک و شواهدی است که در زمینه اطلاعات آماده‌شده توسط سیستم‌های حسابداری مالی، مشکلات نمایندگی را ناشی از جدایی مالکیت از مدیریت را بکاهد و گزارشگری‌های مالی و افشای این اطلاعات یکی از مهم‌ترین ابزارهای مدیریت در زمینه ایجاد ارتباط بین عملکرد و نظارت شرکت توسط سرمایه‌گذاران برون‌سازمانی است. به دنبال وقوع بحران‌های شدید مالی در کشورهای در حال توسعه و ازهم‌پاشیدگی شرکت‌های بزرگ و قدرتمندی مانند انرون، ورلدکام و پارمالات^۴ به خاطر تقلب کردن در گزارشگری‌های صورت‌های مالی خود، پژوهش در مورد کیفیت اطلاعات مالی به یکی از موضوع‌های مهم و مورد توجه بحث‌های حرفه‌ای و علمی تبدیل شده. (نمازی، رضایی و ممتازیان، ۱۳۹۳). پژوهش‌های انجام‌شده در زمان گذشته در خصوص کیفیت اطلاعات حسابداری نشان می‌دهد که اطلاعات حسابداری با درجه کیفیت بالا، برای ذینفعان و سهامداران مفید هست (دیچو، جی و شرنده^۵، ۲۰۱۰). نتایج پژوهشگران حکایت از آن دارد که شرکت‌هایی که دارای سود مثبت و مفیدتر می‌باشند دارای کیفیت اطلاعات حسابداری بالایی می‌باشند و در نتیجه ذی‌نفعان (سرمایه‌گذاران و اعتباردهندگان) از گزارش‌های منتشرشده می‌توانند اطلاعات مفید و سودمندی در تصمیمات خود به دست آورند و از مفید بودن سود جهت ارزیابی کیفیت و مفید بودن اطلاعات حسابداری استفاده کردند (ایزدی نیا و طاهری، ۱۳۹۵). اطلاعات حسابداری که از کیفیت بالایی برخوردار هستند باعث می‌شوند تا اطلاعاتی که برای سرمایه‌گذاران جهت کمک به آن‌ها در ارزیابی و اندازه‌گیری صحیح دارایی‌ها و اتخاذ تصمیمات سرمایه‌گذاری ارائه می‌شود مفید واقع شود و کمک شایانی در تصمیماتشان به آن‌ها می‌کند و همچنین زبان‌های ناشی از ارزیابی و اندازه‌گیری نادرست در سرمایه‌گذاری را به‌طور محسوسی می‌کاهد. نقش اطلاعاتی حسابداری با کیفیت بالا باعث می‌شود تضاد منافع بالقوه بین مالکان و مدیریت کاهش یابد و بیشترین اثر آن ناشی از نقش کیفیت بالای اطلاعات حسابداری هست (یوانگ و جیانگ^۶، ۲۰۰۸؛ به نقل از نیکومرام و احمدزاده، ۱۳۹۲).

از سوی دیگر، پژوهشگران به این نتیجه رسیدند که رقابت کردن در بازار محصول، می‌تواند اثرات مختلفی در سیاست‌های تقسیم سود داشته باشد. دیدگاه اول بیانگر این مطلب است که اکثر شرکت‌ها به خاطر داشتن شرایط رقابتی و به خاطر راهکاری اجباری به جهت فشار آوردن به مدیران در جهت توزیع وجه نقد بین سهامداران استفاده می‌کنند و مدیران اقدام به پرداخت سود می‌کنند و از این طریق باعث می‌شوند ریسک و هزینه سرمایه‌گذاری افزایش پیدا کند؛ که این شرایط منجر می‌شود که مدیران دست به تقسیم سود به جای سرمایه‌گذاری در پروژه‌های غیرانتفاعی بزنند (رویگرد نتیجه‌گرا). دیدگاه دوم بیانگر این مطلب است که سیاست پرداخت سود جایگزینی است برای رقابت و اغلب مدیران از تقسیم کردن سود به‌عنوان جایگزین کردن برای عوامل بیرونی استفاده می‌کنند جهت کسب اعتبار در بازارهای سرمایه تا بتوانند سرمایه خود را به به‌صورت مطلوب‌تری افزایش دهند (رویگرد جایگزینی) (خدادادی، نیک‌کار و رشیدی‌باغی، ۱۳۹۳).

موضوع دیگری که در رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول وجود دارد می‌توان گفت ریسک بازار سهام است که می‌توان ریسک را این‌گونه مطرح کرد نداشتن عدم اطمینان به نتیجه‌های آتی. این بیان کوتاه بیانگر این مطلب هست که ریسک مقوله‌ای است که به آینده مربوط می‌شود که به‌صورت دقیق نمی‌شود آن را پیش‌بینی کرد، به خاطر این‌که همراه با عدم اطمینان هست و هرچه قدر این عدم اطمینان بالا باشد، ریسک بالاتر خواهد بود به بیانی دیگر در هر

³ Bushman and Smith

⁴ Enron, Worldcom & Parmalat

⁵ Dechow, P. M., & Ge, And C. Schrand

⁶ Yang & Jiang

فعالیتی که انجام می‌شود ریسک یا خطری وجود خواهد داشت که به خاطر همین احتمال درصد موفقیت کمتر از صد خواهد بود. ماهیت فعالیت‌های تجاری و سرمایه‌گذاری به‌طوری هست که جهت به دست آوردن و رسیدن به بازده مستلزم متحمل شدن ریسک هست (دیانتی، عالمی و بهزادپور، ۱۳۹۱). اطلاعات بااهمیت و مفید همیشه با ریسک کمتری مواجه هستند و افراد هزینه و پول بیشتری باید برای دستیابی به اطلاعات باکیفیت و داشتن ریسک پائین پرداخت کنند. واحدهای تجاری با افشای اطلاعات مهم و مفید باعث می‌شوند تا درجه عدم اطمینان سرمایه‌گذاران به سهام آن‌ها کم شود و تمایل آن‌ها برای معامله کردن سهام افزایش یابد که این امر باعث کاهش ریسک و هم‌زمان با آن باعث افزایش بازده سهام شود که در نتیجه آن هزینه‌های سرمایه‌گذاران واحد تجاری هم کاهش خواهد یافت. (لین و وو^۷، ۲۰۱۳). کیفیت اطلاعات در نرخ بازده مدنظر سرمایه‌گذاران مؤثر است و با تغییر کیفیت اطلاعات مالی این نرخ افزایش یا کاهش می‌یابد (موسوی شیری، روشندل و خلعتبری، ۱۳۹۷). کیفیت اطلاعات حسابداری به دو صورت با خواسته‌های سرمایه‌گذاران در ارتباط است؛ در حالت اول کیفیت بالای گزارشگری مالی می‌تواند هزینه‌های ارزیابی نامناسب را با کاهش عدم اطمینان اطلاعات بین شرکت و سرمایه‌گذاران بکاهد (ثقفی، بولو و محمدیان، ۱۳۹۰) و در حالت دوم، کیفیت بالای گزارشگری مالی با کاهش مسائل مربوط به بحث نمایندگی، می‌تواند ریسک اطلاعاتی را بکاهد، این کاهش ریسک اطلاعاتی، از هزینه‌های سرمایه‌می‌کاهد و بر تمایلات سرمایه‌گذاران در خرید و فروش و یا نگهداری سهام شرکت تأثیر بسزایی دارد (ژو و نیو، ۲۰۱۶). در این پژوهش تلاش شده است تا به‌نوعی بتوان سه متغیر این پژوهش که عبارت‌اند از کیفیت اطلاعات حسابداری، رقابت در بازار محصول و ریسک بازار سهام که در مطالعه موردی بورس اوراق بهادار هست با کنار هم گذاشتن رابطه آن‌ها تأثیرپذیری بر بورس اوراق بهادار و روند مثبت و منفی آن‌ها، ضرورت مطالعه را می‌رساند.

پیشینه پژوهش

بهارمقدم و جوکار (۱۳۹۷) در پژوهش خود با عنوان بررسی تأثیر کیفیت اطلاعات حسابداری و عدم اطمینان اطلاعاتی بر تمایلات سرمایه‌گذاران نشان دادند که افزایش کیفیت اطلاعات حسابداری و کاهش عدم اطمینان اطلاعاتی، شدت رفتارهای احساسی سرمایه‌گذاران در قیمت‌گذاری سهام را کاهش می‌دهند. علاوه بر این، نتایج تحلیل بیشتر نشان داد در دوره‌هایی که سرمایه‌گذاران خوش‌بین‌تر هستند، تمایل دارند پیش‌بینی‌های خوش‌بینانه‌تری برای قیمت سهام باکیفیت اطلاعات پایین‌تر و عدم اطمینان اطلاعات بیشتر داشته باشند.

دیدار، منصورفر و زارع (۱۳۹۶) در پژوهش خود با عنوان بررسی تأثیر کیفیت حاکمیت شرکتی بر کیفیت افشا با تأکید بر نقش تعدیل‌کننده رقابت بازار محصول در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران نشان دادند که کیفیت حاکمیت شرکتی بر کیفیت افشا تأثیر مثبت و معناداری دارد و سطح بالاتر کیفیت افشا در نتیجه افزایش کیفیت حاکمیت شرکتی به دست می‌آید؛ اما رقابت بازار محصول در حالت کلی بر این رابطه تأثیر معناداری ندارد.

ایزدی نیا و طاهری (۱۳۹۵) در پژوهش خود با عنوان بررسی رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و اعتبار تجاری نشان دادند که بین هموار بودن سود و محافظه‌کاری با اعتبار تجاری رابطه معناداری وجود ندارد، اما بین مدیریت سود و اعتبار تجاری رابطه منفی و معنادار مشاهده شد.

⁷ Lin & Wu

صادقی، باقرزاده آذر و موسوی (۱۳۹۵) در پژوهش خود با عنوان بررسی عوامل مؤثر بر ریسک بازار سهام با تأکید بر جهانی شدن مالی در قالب رفتار پویای بازار سهام نشان دادند که جهانی شدن مالی در شرایط فعلی در کشورهای مورد مطالعه، به کاهش نوسان های بازار اوراق بهادار منجر نمی شود که دلیل این امر را می توان در ساختار مالی ناکارا و شکننده کشورهای مذکور یافت که ضرورت توسعه کیفی و کمی هر چه بیشتر زیرساخت های بازارهای مالی کشورهای مذکور در تعامل با کشورهای دیگر را برجسته تر می سازد.

نمازی، رضایی و ممتازیان (۱۳۹۳) در پژوهش خود با عنوان رقابت در بازار محصول و کیفیت اطلاعات حسابداری نشان دادند که رقابت در بازار محصولات به عنوان یکی از عوامل مهم در تصمیم های افشای داوطلبانه مدیران، نقش بسزایی ایفا می کند. نتایج حاصل از آزمون تحلیل واریانس نیز نشان داد که بین میانگین شاخص های کیفیت اطلاعات مالی و رقابت در بازار محصولات در صنایع مختلف تفاوت معناداری وجود دارد.

برزگر، طالب تبارآهنگر و اصابت طبری (۱۳۹۳) در پژوهش خود با عنوان بررسی ارتباط بین رقابت در بازار محصول و مدیریت سود (مورد مطالعه: شرکت های پذیرفته شده در سازمان بورس اوراق بهادار تهران) نشان دادند که بین رقابت در بازار محصول و مدیریت سود مبتنی بر فعالیت های واقعی، رابطه مثبت معناداری وجود دارد که بیانگر افزایش مدیریت سود به واسطه افزایش رقابت در بازار محصول است که این امر به کاهش کیفیت سود می انجامد.

لی و همکاران (۲۰۱۹) در پژوهش خود با عنوان رقابت بازار محصول چگونه بر تصاحب شرکت ها در یک اقتصاد نوظهور تأثیر می گذارد؟ نشان دادند که شرکت هایی که در بازارهای محصول رقابتی بیشتر در بازارهای رقابتی می کنند، پس از کنترل سایر ویژگی های شرکت و صنعت، در مقایسه با بازارهای رقابتی کمتر، تغییر در کنترل را تجربه می کنند. بعلاوه، اثر مثبت تغییر در کنترل بر ثروت سهامداران در بازارهای محصولات رقابتی بیشتر دیده می شود، اما در بازارهای رقابتی کمتر از بین می رود. نتایج نشان می دهد که رقابت بازار محصول باعث بهبود کارایی بازار برای کنترل شرکتی در یک اقتصاد نوظهور با بازارهای سرمایه کمتر توسعه یافته و حمایت سرمایه گذاران ضعیف می شود که از فرضیه مکمل بین رقابت بازار محصول و تصاحب شرکت حمایت می کند.

تسفای، مینگا، متوکوزیزی و آیلو^۸ (۲۰۱۸) در پژوهش خود با عنوان «مالکیت نهادی، رقابت بازار محصول و مدیریت سود: شواهدی از داده های بین المللی نشان دادند که رقابت بازار محصول با استفاده از دو شاخص رقابت بازار محصول، به طور قابل توجهی با مدیریت سود واقعی مرتبط است. تنها زمانی که ما از معکوس تعداد شرکت ها در یک صنعت استفاده می کنیم، رابطه مثبتی بین رقابت بازار محصول و مدیریت سود واقعی پیدا می کنیم. به نظر می رسد که رقابت بازار محصول، اقلام تعهدی را برجسته کرده، اما مدیریت درآمدهای واقعی را تضعیف می کند.

شیخ^۹ (۲۰۱۸) در پژوهش خود با عنوان قدرت مدیرعامل، رقابت بازار محصول و ارزش شرکت نشان می دهد که رقابت بازار محصول، مدیران عامل قدرتمند را تحریک می کند تا از قدرت خود برای تصمیم گیری در ارزش افزوده استفاده کنند.

وو هان و لی جی^{۱۰} (۲۰۱۸) در پژوهش خود با عنوان مسئولیت اجتماعی شرکت، رقابت بازار محصول و عملکرد بازار محصول نشان دادند که مدیریت بهتر شرکت ها می تواند به طور مؤثر تأثیر منفی CSR در عملکرد بازار محصولات شرکت ها را در صنایع غیررقابتی کاهش دهد.

⁸ Tesfaye T. L., Minga, N., c, Mthokozisi, M., Ayalew, L.

⁹ Sheikh, S

¹⁰ Wu Han, Yu & Li Jie, Z

متیو تی. بیولت^{۱۱} (۲۰۱۸) در پژوهش خود با عنوان کنترل اعتبارات و رقابت در بازار محصول نشان دادند که افزایش کنترل بدهکار در ارتباط با نقض میثاقها تأثیر قابل توجهی بر شرکت‌های رقیب و رقابت بازار کالا دارد.

فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اصلی اول: بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول رابطه معناداری وجود دارد.
فرضیه فرعی ۱-۱: بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول (شاخص هرفیندال هیرشمن) رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه فرعی ۱-۲: بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول (شاخص لرنر) رابطه معناداری وجود دارد.
فرضیه فرعی ۱-۳: بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول (شاخص لرنر تعدیل شده) رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه اصلی دوم: ریسک بازار سهام رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول را تعدیل می‌کند.
فرضیه فرعی ۲-۱: ریسک بازار سهام رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول (شاخص هرفیندال هیرشمن) را تعدیل می‌کند.

فرضیه فرعی ۲-۲: ریسک بازار سهام رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول (شاخص لرنر) را تعدیل می‌کند.

فرضیه فرعی ۲-۳: ریسک بازار سهام رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول (شاخص لرنر تعدیل شده) را تعدیل می‌کند.

روش پژوهش

پژوهش حاضر بر اساس هدف، از نوع توصیفی و بر اساس ماهیت و روش از نوع همبستگی است با توجه به اینکه این پژوهش می‌تواند در فرایند تصمیم‌گیری سرمایه‌گذاران مورد استفاده قرار گیرد از نوع پژوهش کاربردی محسوب می‌شود؛ و در اجرای طرح پژوهش توصیفی، محقق متغیرها را دست‌کاری نمی‌کند یا برای وقوع رویدادها شرایطی را به وجود نمی‌آورد. بر اساس این طبقه‌بندی به دلیل اینکه هیچ‌یک از متغیرهای پژوهش دست‌کاری نشده‌اند و به توصیف اطلاعات گردآوری شده بسنده می‌شود روش پژوهش توصیفی است. پژوهش‌های همبستگی شامل پژوهش‌هایی هست که در آن‌ها سعی می‌شود رابطه بین متغیرهای مختلف با استفاده از ضریب همبستگی، کشف یا تعیین شود. برای تدوین مبانی نظری پژوهش از روش کتابخانه‌ای و برای گردآوری داده‌های موردنظر از ماهنامه‌های بورس و سایت‌های بورس و بانک مرکزی و نرم‌افزارهای اطلاعات مالی شرکت‌ها از نرم‌افزار ره‌آورد نوین و تدبیر پرداز استفاده شده است. برای آماده‌سازی اطلاعات از نرم‌افزار اکسل استفاده شده است به این ترتیب که پس از استخراج اطلاعات مربوط به متغیرهای موردبررسی از منابع ذکر شده، این اطلاعات در کاربرگ‌های ایجاد شده در محیط این نرم‌افزار وارد شده و سپس، محاسبات لازم برای دستیابی به متغیرهای موردبررسی انجام شده است و در نهایت نیز به منظور آزمون فرضیه‌ها از نرم‌افزار ایویوز استفاده شده است.

¹¹ Matthew T. Billett

جامعه آماری

جامعه آماری پژوهش، کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران هست. در این پژوهش، برای تعیین نمونه آماری از روش نمونه‌گیری به صورت حذف سیستماتیک استفاده شد: بدین صورت که در هر مرحله از بین کلیه شرکت‌های موجود در پایان سال، شرکت‌هایی که دارای شرایط زیر نبوده‌اند، حذف شده و شرکت باقی‌مانده برای انجام آزمون انتخاب شدند: شرکت‌هایی که سال مالی آن‌ها به انتهای اسفندماه ختم می‌شود، جزء شرکت‌های بیمه، بانک‌ها و واسطه‌گری‌های مالی و مؤسسات تأمین مالی نباشند، شرکت‌هایی که در طی دوره مورد نظر تغییر سال مالی نداشته باشند و شرکت‌هایی که اطلاعات مالی مورد نیاز آن‌ها جهت سنجش متغیرها در دسترس باشند. بعد از اعمال این شرایط ۱۲۰ شرکت به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شد.

مدل پژوهش

آزمون فرضیه‌ها با استفاده از مدل‌های زیر تخمین زده خواهد شد:

برای آزمون فرضیه اصلی اول و فرضیه‌های فرعی اول تا سوم پژوهش از مدل رگرسیونی زیر استفاده می‌شود:

$$AQ_{i,t} = B_0 + B_1 Pmc Index_{i,t} + B_2 Size_{i,t} + B_3 Debt_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

که در آن: $AQ_{i,t}$: کیفیت اقلام تعهدی، $Pmc Index_{i,t}$: شاخص رقابت در بازار محصول (شاخص هرفیندال هیرشمن،

لرنر و لرنر تعدیل شده)، $Size_{i,t}$: اندازه شرکت، $Debt_{i,t}$: نسبت بدهی

برای آزمون فرضیه اصلی دوم و فرضیه‌های فرعی اول تا سوم پژوهش از مدل رگرسیونی زیر استفاده می‌شود:

$$AQ_{i,t} = B_0 + B_1 Pmc Index_{i,t} + B_2 R_{i,t} + B_3 Pmc Index_{i,t} \times R_{i,t} + B_4 Size_{i,t} + B_5 Debt_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

که در آن: $AQ_{i,t}$: کیفیت اقلام تعهدی، $Pmc Index_{i,t}$: شاخص رقابت در بازار محصول (شاخص هرفیندال هیرشمن،

لرنر و لرنر تعدیل شده)، $R_{i,t}$: ریسک بازار سهام، $Size_{i,t}$: اندازه شرکت، $Debt_{i,t}$: نسبت بدهی

متغیرهای عملیاتی پژوهش و نحوه اندازه‌گیری آن‌ها

متغیر وابسته: کیفیت اطلاعات حسابداری

اطلاعات حسابداری باکیفیت، یکی از منابع مهم اطلاعاتی برای سرمایه‌گذاران است که می‌تواند تأثیر مهمی بر تصمیمات بهینه سرمایه‌گذاران داشته باشد (یانگ و جیانگ، ۲۰۰۸). کیفیت اطلاعات حسابداری معمولاً حاکی از این است که اطلاعات بر اساس اصول کلی پذیرفته شده، مانند استانداردهای بین‌المللی در حسابداری یا حسابرسی تولید شده است (بهار مقدم و جوکار، ۱۳۹۷). برای اندازه‌گیری کیفیت اطلاعات حسابداری از مدل دیچاو و دیچو^{۱۲} (۲۰۰۲) در اندازه‌گیری کیفیت اقلام تعهدی استفاده شده است:

$$TCA_{it} = Q_0 + Q_1(CFO_{it-1}/Asset_{it}) + Q_2(CFO_{it}/Asset_{it}) + Q_3(CFO_{it+1}/Asset_{it}) + \varepsilon_{it}$$

که در آن:

TCA_{it} : میزان اقلام تعهدی است که از کسر نمودن جریان وجوه نقد عملیاتی از سود خالص حاصل می‌شود. که؛ کهپیانگین کل دارایی‌ها تقسیم شده است.

¹² Dechow, P., and I. Dichev

CFO_{it} : جریان نقدی خالص ناشی از فعالیت‌های عملیاتی

$Asset_{it}$: میانگین کل دارایی‌ها

ε_{it} : مقدار باقیمانده مدل

مقدار باقیمانده مدل ε_{it} در مدل رگرسیون بالا نشان‌دهنده کیفیت ارقام تعهدی است. بنابراین در این پژوهش از قدر مطلق مقدار باقیمانده رگرسیون بالا به‌عنوان معیار کیفیت ارقام تعهدی استفاده شده است. مقدار بالاتر باقیمانده، نشان‌دهنده کیفیت پایین‌تر ارقام تعهدی است. لازم به ذکر است که در مدل رگرسیون بالا کل ارقام تعهدی از فرمول زیر محاسبه می‌شود:

$$TCA_{i,t} = E_{it} - CFO_{it}$$

که در این رابطه: $E_{i,t}$: سود خالص شرکت i در سال t ، $CFO_{i,t}$: جریان وجوه نقد عملیاتی شرکت i در سال t

متغیر مستقل: رقابت در بازار محصول

شلیفر و ویشنی^{۱۳} (۱۹۹۷) ادعا می‌کنند که «رقابت در بازار محصول به احتمال بسیار زیاد قوی‌ترین نیروی هست که اقتصاد را در جهان به سمت کارایی هدایت می‌کند» برای اندازه‌گیری رقابت در بازار محصول ۳ شاخص وجود دارد:

۱. هرفیندال-هیرشمن^{۱۴}: این شاخص درجه تمرکز در یک صنعت مشخصی را اندازه‌گیری می‌کند (قاسمیه، غیوری مقدم و حاجب، ۱۳۹۳). شاخص هرفیندال-هیرشمن از حاصل جمع توان دوم سهم بازار تمامی بنگاه‌های فعال در صنعت به‌صورت فرمول زیر به دست می‌آید (چن، وانگ و لی^{۱۵}، ۲۰۱۲):

$$HHI = \sum_{i=1}^k S_i^2$$

که در آن HHI شاخص هرفیندال-هیرشمن، K تعداد بنگاه‌های فعال در بازار و S_i سهم بازار شرکت i ام است که از رابطه زیر به دست می‌آید:

$$S_i = X_j / \sum_{l=1}^n X_l$$

که در آن X_j نشان‌دهنده فروش شرکت j ام و I نشان‌دهنده نوع صنعت است. شاخص هرفیندال-هیرشمن، میزان تمرکز صنعت را اندازه‌گیری می‌کند. هر چه این شاخص بزرگ‌تر باشد، میزان تمرکز بیشتر بوده و رقابت کمتری در صنعت وجود دارد و بالعکس. لازم به ذکر است که این شاخص در پژوهش‌های چن، وانگ و لی (۲۰۱۲)، چنگ، من و یی (۲۰۱۳)، نمازی و ابراهیمی (۱۳۹۱)، خواجوی، محسنی فرد، رضایی و حسینی‌راد (۱۳۹۲) و نمازی، رضایی و ممتازیان (۱۳۹۳) نیز استفاده شده است.

۲. شاخص لرنر: شاخص لرنر برابر است باقیمت محصولات شرکت منهای هزینه‌های نهایی تولید. این شاخص به‌صورت مستقیم نشان‌دهنده ویژگی قدرت بازار، یعنی توانایی شرکت برای منظور کردن قیمتی بیشتر از هزینه نهایی است (نمازی و ابراهیمی، ۱۳۹۱).

¹³ Shleifer, A., & Vishny, R.W

¹⁴ Herfindahl-Hirschman

¹⁵ Chen et all

¹⁶ Cheng, P., Man, P., & Yi, C. H

شاخص لرنر برابر است باقیمت محصولات شرکت منهای هزینه‌های نهایی تولید. این شاخص به صورت مستقیم نشان‌دهنده ویژگی قدرت بازار، یعنی توانایی شرکت برای منظور کردن قیمتی بیشتر از هزینه نهایی است (نمازی و ابراهیمی، ۱۳۹۱: ۱۵). چالش پیش روی استفاده از شاخص لرنر در پژوهش‌های تجربی این است که هزینه‌های نهایی قابل مشاهده نیستند؛ بنابراین معمولاً پژوهشگران شاخص لرنر را به وسیله حاشیه قیمت-هزینه تخمین می‌زنند (بوث و ژو^{۱۷}، ۲۰۰۹). به پیروی از گاسپر و ماسا^{۱۸} (۲۰۰۶)، کال و لون^{۱۹} (۲۰۱۱) و بوث و ژو (۲۰۰۹)، شاخص لرنر برحسب سود عملیاتی تقسیم‌بر فروش تعریف می‌شود. این شاخص با استفاده از معادله زیر به صورت تقریبی نیز برآورد می‌شود (شارما^{۲۰}، ۲۰۱۰):

$$LI = (\text{Sale} - \text{Cogs} - \text{SG \& A}) / \text{Sale}$$

در معادله بالا LI نشان‌دهنده شاخص لرنر، sale نشان‌دهنده فروش، cogs نشان‌دهنده بهای تمام‌شده کالای فروش رفته و SG \& A نشان‌دهنده هزینه‌های عمومی، اداری و فروش است.

۳. شاخص لرنر تعدیل‌شده: اگرچه شاخص لرنر برای تعیین قدرت بازار محصول شرکت مورد استفاده قرار گرفته است، اما این معیار عوامل ویژه شرکت نظیر تأثیر قدرت قیمت‌گذاری بازار محصول را از عوامل سطح صنعت تفکیک نمی‌کند (نمازی، رضایی و ممتازیان، ۱۳۹۳).

اگرچه شاخص لرنر برای تعیین قدرت بازار محصول شرکت مورد استفاده قرار گرفته است، اما این معیار عوامل ویژه شرکت نظیر تأثیر قدرت قیمت‌گذاری بازار محصول را از عوامل سطح صنعت تفکیک نمی‌کند. از این رو، در این پژوهش مشابه پژوهش‌های شارما (۲۰۱۰)، پیرس^{۲۱} (۲۰۱۰)، گاسپر و ماسا (۲۰۰۶)، نمازی و ابراهیمی (۱۳۹۱)، خواجوی، محسنی فرد، رضایی و حسینی‌راد (۱۳۹۲) و نمازی و رضایی (۱۳۹۳) از نسخه تعدیل‌شده شاخص لرنر استفاده شده است. نحوه محاسبه شاخص لرنر تعدیل‌شده به شرح زیر است (شارما، ۲۰۱۰):

$$LI_{IA} = LI_i - \sum_{i=1}^N \omega_i LI_i$$

در معادله بالا LI_{IA} نشان‌دهنده شاخص لرنر تعدیل‌شده بر مبنای صنعت، LI_i نشان‌دهنده شاخص لرنر شرکت i و ω_i نشان‌دهنده نسبت فروش شرکت i به کل فروش صنعت است.

متغیر تعدیلی: ریسک بازار سهام

ریسک بازار در اثر نوسانات قیمت دارایی‌ها در بازار ایجاد می‌شود. اشخاص حقیقی و حقوقی دارایی‌های خود را به صورت‌های مختلف مانند پول نقد، سهام، اوراق قرضه، مسکن، طلا و سایر دارایی‌های باارزش نگهداری می‌کنند. تمام این دارایی‌ها در معرض تغییرات قیمت قرار دارند و این نوسانات قیمتی مداوم، عامل اصلی ایجاد ریسک بازار هستند. ریسک بازار که یکی از عوامل اصلی ایجادکننده ریسک هست، به همراه ریسک اعتباری نقش اصلی را در اکثر ورشکستگی‌ها ایفا می‌کنند. بحران‌های پیاپی و پیوسته مالی ناشی از ریسک مالی که در دو دهه اخیر در مقاطع مختلف در سطح جهان روی داده‌اند، لزوم مدیریت یکپارچه و کمی ریسک مالی با تمرکز بر ریسک بازار و ریسک اعتباری را بیش‌ازپیش مطرح ساخته‌اند (صادقی، باقرزاده آذر و موسوی، ۱۳۹۵).

¹⁷ Booth, L., & Zhou, J

¹⁸ Gaspar, J. M., & Massa, M

¹⁹ Kale, J. R., & Loon, Y. C

²⁰ Sharma, V

²¹ Peress, J

شاخص اندازه‌گیری برای ریسک بازار سهام به صورت زیر است:

نوسانات بازده سهام (مارکویتز): از انحراف معیار بازده ماهانه سهام به عنوان نوسانات بازده سهام استفاده خواهد شد (صادقی، باقرزاده آذر و موسوی، ۱۳۹۵).

$$R_{it} = \frac{P_{it}(1 + q) + D - [P_{it-1} + q(1000)]}{P_{it-1} + q(1000)}$$

که در آن:

R_{it} : نرخ بازده سهام i در دوره t

P_{it} : قیمت سهام i در دوره t

P_{it-1} : قیمت سهام i در دوره $t-1$

D : سود نقدی

q : درصد افزایش سرمایه (حق تقدم)

1000: مبلغ اسمی هر سهم

متغیر کنترلی

به منظور کنترل سایر متغیرهایی که به نحوی در تجزیه و تحلیل مسئله پژوهش مؤثرند، متغیرهای کنترلی لازم با توجه به مرور متون تعیین شدند؛ که متغیرهای کنترلی عبارت‌اند از: (نمازی و رضایی، ۱۳۹۵)

۱. اندازه شرکت: کوک^{۲۲} (۱۹۹۱) و فرث^{۲۳} (۱۹۹۷) نشان داده‌اند که شرکت‌های بزرگ‌تر دارایی کیفیت گزارش‌های

مالی بهتری نسبت به شرکت‌های کوچک‌تر هستند؛ بنابراین، در این پژوهش نیز مشابه پژوهش چنگ، من و یی^{۲۴} (۲۰۱۳) از متغیر اندازه شرکت (لگاریتم طبیعی ارزش بازار سهام) به عنوان متغیر کنترلی استفاده شده است.

۲. نسبت بدهی: فرانسیس، لوفوند، اولسون و شیپر^{۲۵} (۲۰۰۵) نیز نشان داده‌اند شرکت‌هایی که از کیفیت اطلاعات

پایین‌تری برخوردارند، نسبت بدهی پایین‌تری دارند؛ بنابراین، در این پژوهش مشابه چنگ، من و یی (۲۰۱۳) از نسبت بدهی که از تقسیم بدهی به کل دارایی‌ها حاصل می‌شود به عنوان متغیر کنترلی استفاده شده است.

یافته‌های پژوهش

توصیف آماری داده‌ها، گامی در جهت تشخیص الگوی حاکم بر آن‌ها و پایه‌ای برای تبیین روابط بین متغیرهایی است که در تحقیق به کار می‌رود. بر این اساس، قبل از اینکه به آزمون فرضیه‌های تحقیق پرداخته شود، متغیرهای تحقیق به صورت خلاصه در جدول شماره (۱) مورد بررسی قرار می‌گیرد. کل مشاهدات برابر با ۷۲۰ سال-شرکت است. معیارهای مرکزی و انحراف معیار، کمترین و بیشترین به عنوان معیارهای پراکندگی محاسبه و ارائه شده است. میانگین و میانه کلیه متغیرها نزدیک به هم است که بیانگر نرمال بودن توزیع داده‌هاست.

²² Cooke, T. E.

²³ Firth, M.

²⁴ Cheng, P., Man, P., & Yi, C. H.

²⁵ Francis, J., Lofond, R., Olsson, P., & Schipper, K.

جدول (۱): شاخص‌های توصیفی متغیرها

کیفیت اطلاعات حسابداری	شاخص هرفیندال هیرشمن	شاخص لرنر	شاخص لرنر تعدیل شده	ریسک بازار	اندازه	بدهی
میانگین	۰,۰۰۱	۰,۱۹	۰,۱۷	۳۱,۱۳	۱۳,۹۸	۰,۶۰
میانه	۰,۰۰۰۱	۰,۱۶	۰,۱۴	۶,۴۹	۱۳,۷۹	۰,۶۱
بیشترین	۰,۰۳	۱,۰۰	۰,۹۹	۲۶۵	۱۸,۵۳	۲,۴۲
کمترین	۰,۰۰	-۰,۶۷	-۰,۶۷	۰,۰۸	۱۰,۱۳	۰,۱۳
انحراف معیار	۰,۰۰۳	۰,۱۸	۰,۱۸	۶۶	۱,۵۷	۰,۲۱
چولگی	۵,۰۵۳	۰,۱۶	۰,۲۵	۲,۸۲	۰,۶۱	۱,۰۸
کشیدگی	۳۲,۵۲	۴,۷۰	۴,۶۴	۹,۷۱	۳,۳۸	۱۰,۵۸
مشاهدات	۷۲۰	۷۲۰	۷۲۰	۷۲۰	۷۲۰	۷۲۰

با نگاهی به جدول (۱) می‌توان دریافت که میانگین و میانه عمده متغیرها فاصله چندانی باهم ندارند و هر چه مقدار میانگین یک متغیر به میانه‌ی آن نزدیک باشد، توزیع آن متغیر به توزیع نرمال نزدیک‌تر است که در توزیع نرمال، میانگین و میانه بر یکدیگر منطبق هستند. در بین متغیرها، ریسک بازار با مقدار (۳۱/۱۳) دارای بیشترین میانگین و شاخص هرفیندال هیرشمن با مقدار (۰/۰۰۱) دارای کمترین میانگین است. با مقایسه انحراف معیار متغیرهای موردبررسی به این نتیجه می‌رسیم که متغیر ریسک بازار (۶۶) نسبت به سایر متغیرها دارای بیشترین پراکندگی است و این بدان معناست که این متغیر نوسانات شدیدتری دارد و متغیر شاخص هرفیندال هیرشمن (۰/۰۰۳) دارای کمترین پراکندگی است. کوچک‌ترین و بیشترین مقدار کیفیت اطلاعات حسابداری شرکت‌های نمونه در تحقیق که متغیر وابسته این تحقیق است برابر با (۰/۰۰) و (۰/۲۷) است که بیانگر متفاوت بودن مقدار کیفیت اطلاعات حسابداری در بین شرکت‌های موردبررسی است. ضریب چولگی معیاری از وجود تقارن یا عدم وجود تقارن در تابع توزیع است. برای یک توزیع کاملاً متقارن چولگی صفر است، برای یک توزیع نامتقارن به سمت راست مقدار چولگی مثبت و برای یک توزیع نامتقارن به سمت چپ مقدار چولگی منفی است. متغیرهای کیفیت اطلاعات حسابداری، شاخص هرفیندال هیرشمن، شاخص لرنر، شاخص لرنر تعدیل شده، ریسک بازار، اندازه شرکت و بدهی دارای چولگی به سمت راست می‌باشند. متغیر شاخص لرنر با چولگی (۰/۱۶) تقریباً متقارن است. همچنین بررسی کشیدگی متغیرهای تحقیق نشان می‌دهد که متغیرها بالاتر از محدوده توزیع نرمال قرار دارند.

آزمون ناهمسانی واریانس

بررسی نتایج حاصل از آزمون ناهمسانی واریانس که با آزمون وایت انجام شد، نشان می‌دهد که سطح معنی‌داری مقدار آماره، برای مدل تحقیق در سطح خطای کمتر از ۵ درصد، کوچک‌تر از ۰/۰۵ و معنی‌دار است، به عبارت دیگر فرضیه H_0 مبنی بر همسانی واریانس جملات خطا رد می‌شود، یعنی جملات خطا از واریانس همسانی برخوردار نمی‌باشند (جدول ۲).

جدول (۲): آزمون همسانی واریانس

آزمون وایت	مقدار آماره	سطح معنی داری
مدل ۱-۱	۲۵/۹۳	۰/۰۰
مدل ۲-۱	۲۵/۴۲	۰/۰۰
مدل ۳-۱	۲۴/۷۱	۰/۰۰
مدل ۱-۲	۱۲/۴۵	۰/۰۰
مدل ۲-۲	۱۵/۰۳	۰/۰۰
مدل ۳-۲	۱۲/۸۱	۰/۰۰

برای تخمین الگوهای اقتصادی، روش‌های متفاوتی وجود دارد. با لحاظ کردن فروض کلاسیک، روش حداقل مربعات معمولی (OLS) بر اساس قضیه گاوس-مارکف بهترین تخمین زننده خطی بدون تورش است؛ اما در صورت وجود ناهمسانی واریانس دیگر روش حداقل مربعات معمولی (OLS) روش مناسبی برای تخمین نیست که از این رو با وزن دادن (Cross-section weights) به رفع آن پرداخته و مدل مناسب برای تخمین آزمون فرضیه‌ها روش حداقل مربعات تعمیم یافته (GLS) خواهد بود.

آزمون هم خطی

در ادامه برای آزمون عدم وجود هم خطی بین متغیرهای مستقل در مدل اصلی و مدل‌های فرعی مقدار عامل تورم واریانس محاسبه و بررسی می‌شود. که خروجی این آزمون در جدول ۳ و جدول ۴، به شرح زیر می‌باشد.

جدول (۳): بررسی هم خطی

متغیر	مدل ۱-۱	مدل ۲-۱	مدل ۳-۱
	عامل تورم واریانس (VIF)	عامل تورم واریانس (VIF)	عامل تورم واریانس (VIF)
شاخص هرفیندال هیرشمن	۱/۱۴	-	-
شاخص لرنر	-	۱/۴۹	-
شاخص لرنر تعدیل شده	-	-	۱/۴۰
اندازه شرکت	۱/۱۸	۱/۱۶	۱/۱۰
بدهی	۱/۰۳	۱/۳۲	۱/۳۲

جدول (۴): بررسی هم خطی

متغیر	مدل ۱-۲	مدل ۲-۲	مدل ۳-۲
	عامل تورم واریانس (VIF)	عامل تورم واریانس (VIF)	عامل تورم واریانس (VIF)
شاخص هرفیندال هیرشمن	۱/۷۸	-	-
شاخص لرنر	-	۱/۷۲	-
شاخص لرنر تعدیل شده	-	-	۱/۶۷
ریسک بازار	۲/۸۵	۵/۸۴	۴/۱۶
شاخص هرفیندال هیرشمن * ریسک بازار	۲/۷۲	-	-
شاخص لرنر * ریسک بازار	-	۶/۱۳	-
شاخص لرنر تعدیل شده * ریسک بازار	-	-	۴/۲۶
اندازه شرکت	۱/۹۸	۲/۰۱	۱/۹۵
بدهی	۱/۰۴	۱/۳۴	۱/۳۴

با توجه به آزمون معیار تورم واریانس، نتایج نشان می‌دهد که مقادیر عامل تورم واریانس برای هریک از متغیرهای توضیحی مدل‌های پژوهش ارائه شده کمتر از ۱۰ می‌باشند؛ بنابراین، مشکل هم خطی در مدل وجود ندارد.

انتخاب الگوی مناسب برای مدل رگرسیون

در استفاده از داده‌های ترکیبی از مدل‌های مختلفی برای آزمون فرضیه‌ها استفاده می‌شود. این مدل‌ها شامل روش‌هایی مانند مدل اثر ثابت، مدل اثر تصادفی، مدل رگرسیون به‌ظاهر نامرتب و مدل داده‌های تلفیقی است. همچنین، آزمون‌هایی برای تعیین نوع مدل متناسب با داده‌های تحقیق، مانند آزمون چاو (F)، هاسمن و بروش پاگان وجود دارد. برای انتخاب روش مناسب برای تخمین مدل‌های مزبور در مقاطع و دوره‌های زمانی مختلف داده‌های ترکیبی، از آزمون F مقید (چاو) استفاده شده است؛ که خروجی آزمون در جدول (۵) نشان داده شده است.

جدول (۵): نتایج آزمون چاو (F مقید) در بررسی مدل فرضیات پژوهش

آزمون چاو	آماره F	p-value	نتیجه آزمون چاو	نوع آزمون
مدل ۱-۱	۱۰/۱۱	۰/۰۰	H_0 رد می‌شود	داده‌های ترکیبی (Panel date)
مدل ۲-۱	۱۱/۰۹	۰/۰۰	H_0 رد می‌شود	داده‌های ترکیبی (Panel date)
مدل ۳-۱	۱۱/۶۶	۰/۰۰	H_0 رد می‌شود	داده‌های ترکیبی (Panel date)
مدل ۱-۲	۶/۲۶	۰/۰۰	H_0 رد می‌شود	داده‌های ترکیبی (Panel date)
مدل ۲-۲	۶/۷۴	۰/۰۰	H_0 رد می‌شود	داده‌های ترکیبی (Panel date)
مدل ۳-۲	۷/۰۵	۰/۰۰	H_0 رد می‌شود	داده‌های ترکیبی (Panel date)

برای انتخاب از میان طرح پنل یا رگرسیون تجمیع شده (تلفیقی) از آزمون F (چاو) استفاده شد به طوری که سطح معناداری آزمون F اگر کمتر از ۵ درصد باشد پنل انتخاب می‌شود. همان‌طور که در خروجی آزمون F مشاهده می‌نمائید فرضیه صفر هر

۶ مدل رد شده و پنل انتخاب می‌شود. برای انتخاب از میان روش‌های پنل از آزمون هاسمن استفاده می‌کنیم. در صورتی سطح معناداری آزمون هاسمن بیشتر از ۵ درصد باشد مدل اثرات تصادفی و در صورتی که سطح معناداری آزمون هاسمن کمتر از ۵ درصد باشد مدل اثرات ثابت انتخاب می‌شود. خروجی آزمون هاسمن به شرح جدول (۶) می‌باشد.

جدول (۶): نتایج آزمون هاسمن در بررسی مدل فرضیات تحقیق

آزمون هاسمن	آماره	p-value	نتیجه آزمون هاسمن	نوع آزمون
مدل ۱-۱	۱۰۲/۹۸	۰/۰۰	H_0 رد می‌شود	اثرات ثابت
مدل ۲-۱	۱۱۰/۵۴	۰/۰۰	H_0 رد می‌شود	اثرات ثابت
مدل ۳-۱	۱۱۰/۰۸	۰/۰۰	H_0 رد می‌شود	اثرات ثابت
مدل ۱-۲	۷۶/۰۱	۰/۰۰	H_0 رد می‌شود	اثرات ثابت
مدل ۲-۲	۹۰/۲۰	۰/۰۰	H_0 رد می‌شود	اثرات ثابت
مدل ۳-۲	۹۰/۴۰	۰/۰۰	H_0 رد می‌شود	اثرات ثابت

فرضیه اصلی اول: بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول رابطه معناداری وجود دارد. فرضیه فرعی ۱-۱: بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول (شاخص هرفیندال هیرشمن) رابطه معناداری وجود دارد.

فرضیه فرعی ۱-۲: بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول (شاخص لرنر) رابطه معناداری وجود دارد. فرضیه فرعی ۱-۳: بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول (شاخص لرنر تعدیل شده) رابطه معناداری وجود دارد. در جدول (۷)، (۸) و (۹) خلاصه آماره‌های مربوط به فرضیه فرعی اول، دوم و سوم را با توجه به تأثیر رقابت بازار محصول را نشان می‌دهد.

جدول (۷): نتایج تخمین فرضیه فرعی ۱-۱

متغیر وابسته کیفیت اطلاعات حسابداری					
متغیر	نماد	ضریب	میزان خطا	آماره t	سطح معناداری
مقدار ثابت	C	۰,۰۲	۰,۰۰۳	۶,۵۸	۰,۰۰
شاخص هرفیندال هیرشمن	HHI	۰,۷۱	۰,۳۳	۲,۰۹	۰,۰۳
اندازه شرکت	Size	۷,۵۸E-۰۵	۰,۰۰۰۲	۰,۳۳	۰,۷۴
بدهی	Debt	۰,۰۰۱	۰,۰۰۱	۱,۰۹	۰,۲۷
ضریب تعیین		۰/۷۵	آماره F		۱۴/۷۹
ضریب تعیین تعدیل شده		۰/۷۰	سطح معنی داری کل مدل		۰/۰۰
دوربین واتسون			۲/۲۳		

در بررسی معنی دار بودن کل مدل با توجه به این که سطح معناداری آماره F از ۵ درصد کوچک تر است (۰/۰۰) لذا مدل معنی دار بوده و فرضیه H_1 آزمون F در سطح اطمینان ۹۵ درصد پذیرفته می‌شود. ضریب تعیین مدل نیز گویای آن است که

۰/۷۵ درصد متغیر کیفیت اطلاعات حسابداری، توسط متغیر شاخص هرفیندال هیرشمن تبیین می‌گردد. ضریب تعیین تعدیل شده هم نیز برابر ۰/۷۰ درصد است. علاوه بر این به منظور بررسی همبستگی جملات خطا باید به میزان آماره دوربین واتسون توجه نمود که در اینجا مقدار آن به میزان (۲/۲۳) است و چون در بازه قابل قبول قرار دارد فرض همبستگی جملات خطا رد می‌شود. در بررسی معنی داری ضرایب با توجه به نتایج ارائه شده در جدول (۷) از آنجایی که سطح معناداری متغیر شاخص هرفیندال هیرشمن کوچکتر از ۵ درصد است در نتیجه وجود رابطه معنی داری میان شاخص هرفیندال هیرشمن و کیفیت اطلاعات حسابداری در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید می‌گیرد که با توجه به ضریب به دست آمده رابطه مستقیمی بین این دو متغیر وجود دارد و متغیرهای اندازه شرکت و نسبت بدهی رابطه معناداری با کیفیت اطلاعات حسابداری ندارند؛ بنابراین فرضیه H_0 پژوهش رد شده و فرضیه H_1 مبنی بر بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول (شاخص هرفیندال هیرشمن) رابطه معناداری وجود دارد، پذیرفته می‌شود.

جدول (۸): نتایج تخمین فرضیه فرعی ۱-۲

متغیر وابسته کیفیت اطلاعات حسابداری					
متغیر	نماد	ضریب	میزان خطا	آماره t	سطح معناداری
مقدار ثابت	C	۰,۰۲	۰,۰۰۳	۸,۴۳	۰,۰۰
شاخص لرنر	LI	۰,۰۰۰۱	۰,۰۰۲	۰,۰۷	۰,۹۳
اندازه شرکت	Size	۰,۰۰۰۱	۰,۰۰۰۲	۰,۸۲	۰,۴۰
بدهی	Debt	۰,۰۰۲	۰,۰۰۲	۰,۹۲	۰,۳۵
ضریب تعیین	۰/۷۶	آماره F		۱۵/۵۰	
ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۷۱	سطح معنی داری کل مدل		۰/۰۰	
دوربین واتسون			۲/۲۳		

در بررسی معنی دار بودن کل مدل با توجه به این که سطح معناداری آماره F از ۵ درصد کوچکتر است (۰/۰۰) لذا مدل معنی دار بوده و فرضیه H_1 آزمون F در سطح اطمینان ۹۵ درصد پذیرفته می‌شود. ضریب تعیین مدل نیز گویای آن است که ۰/۷۶ درصد متغیر کیفیت اطلاعات حسابداری، توسط متغیر شاخص لرنر تبیین می‌گردد. ضریب تعیین تعدیل شده هم نیز برابر ۰/۷۱ درصد است. علاوه بر این به منظور بررسی همبستگی جملات خطا باید به میزان آماره دوربین واتسون توجه نمود که در اینجا مقدار آن به میزان (۲/۲۳) است و چون در بازه قابل قبول قرار دارد فرض همبستگی جملات خطا رد می‌شود. در بررسی معنی داری ضرایب با توجه به نتایج ارائه شده در جدول (۸) از آنجایی که سطح معناداری متغیر شاخص لرنر بزرگتر از ۵ درصد است در نتیجه وجود رابطه معنی داری میان شاخص لرنر و کیفیت اطلاعات حسابداری در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید قرار نمی‌گیرد و متغیرهای اندازه شرکت و نسبت بدهی رابطه معناداری با کیفیت اطلاعات حسابداری ندارند؛ بنابراین فرضیه H_1 پژوهش رد شده و فرضیه H_0 مبنی بر بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول (شاخص لرنر) رابطه معناداری وجود ندارد، پذیرفته می‌شود.

جدول (۹): نتایج تخمین فرضیه فرعی ۱-۳

متغیر وابسته کیفیت اطلاعات حسابداری					
متغیر	نماد	ضریب	میزان خطا	آماره t	سطح معناداری
مقدار ثابت	C	۰,۰۲	۰,۰۰۲	۹,۷۳	۰,۰۰
شاخص لرنر تعدیل شده	LIAI	-۰,۰۰۰۲	۰,۰۰۱	-۰,۱۶	۰,۸۶
اندازه شرکت	Size	۰,۰۰۰۱	۰,۰۰۰۱	۰,۷۵	۰,۴۵
بدهی	Debt	۰,۰۰۱	۰,۰۰۲	۰,۸۹	۰,۳۷
ضریب تعیین		۰/۷۶	آماره F		۱۵/۶۷
ضریب تعیین تعدیل شده		۰/۷۱	سطح معنی داری کل مدل		۰/۰۰
دوربین واتسون			۲/۲۳		

در بررسی معنی دار بودن کل مدل با توجه به این که سطح معناداری آماره F از ۵ درصد کوچک تر است (۰/۰۰) لذا مدل معنی دار بوده و فرضیه H_1 آزمون F در سطح اطمینان ۹۵ درصد پذیرفته می شود. ضریب تعیین مدل نیز گویای آن است که ۰/۷۶ درصد متغیر کیفیت اطلاعات حسابداری، توسط متغیر شاخص لرنر تعدیل شده تبیین می گردد. ضریب تعیین تعدیل شده هم نیز برابر ۰/۷۱ درصد است. علاوه بر این به منظور بررسی همبستگی جملات خطا باید به میزان آماره دوربین واتسون توجه نمود که در اینجا مقدار آن به میزان (۲/۲۳) است و چون در بازه قابل قبول قرار دارد فرض همبستگی جملات خطا رد می شود. در بررسی معنی داری ضرایب با توجه به نتایج ارائه شده در جدول (۹) از آنجایی که سطح معناداری متغیر شاخص لرنر تعدیل شده بزرگ تر از ۵ درصد است در نتیجه وجود رابطه معنی داری میان شاخص لرنر تعدیل شده و کیفیت اطلاعات حسابداری در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید قرار نمی گیرد و متغیرهای اندازه شرکت و نسبت بدهی رابطه معناداری با کیفیت اطلاعات حسابداری ندارند؛ بنابراین فرضیه H_1 پژوهش رد شده و فرضیه H_0 مبنی بر بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول (شاخص لرنر تعدیل شده) رابطه معناداری وجود ندارد، پذیرفته می شود.

فرضیه اصلی دوم: ریسک بازار سهام رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول را تعدیل می کند. فرضیه فرعی ۱-۲: ریسک بازار سهام رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول (شاخص هرفیندال هیرشمن) را تعدیل می کند.

فرضیه فرعی ۲-۲: ریسک بازار سهام رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول (شاخص لرنر) را تعدیل می کند.

فرضیه فرعی ۲-۳: ریسک بازار سهام رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول (شاخص لرنر تعدیل شده) را تعدیل می کند. در جدول (۱۰)، (۱۱) و (۱۳) خلاصه آماره های مربوط به فرضیه فرعی اول، دوم و سوم را با توجه به تأثیر ریسک بازار بر رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت بازار محصول را نشان می دهد.

جدول ۱۰- نتایج تخمین فرضیه فرعی ۱-۲

متغیر وابسته کیفیت اطلاعات حسابداری					
متغیر	نماد	ضریب	میزان خطا	آماره t	سطح معناداری
مقدار ثابت	C	۰,۰۲	۰,۰۰۴	۵,۶۶	۰,۰۰
شاخص هرفیندال هیرشمن	HHI	۰,۷۰	۰,۳۴	۲,۰۱	۰,۰۴
ریسک بازار	R	$۷,۲۸E-۰۵$	$۳,۷۰E-۰۵$	۱,۹۶	۰,۰۴
شاخص هرفیندال هیرشمن * ریسک بازار	HHI*R	$-۷,۹۱E-۰۵$	۰,۰۰۵	-۰,۰۱	۰,۹۸
اندازه شرکت	Size	$۳,۱۵E-۰۵$	۰,۰۰۰۲	۰,۱۲	۰,۸۹
بدهی	Debt	۰,۰۰۲	۰,۰۰۲	۱,۱۷	۰,۲۳
ضریب تعیین		۰/۷۴	آماره F		۱۳/۴۷
ضریب تعیین تعدیل شده		۰/۶۸	سطح معنی داری کل مدل		۰/۰۰
			دوربین واتسون		۲/۲۵

در بررسی معنی دار بودن کل مدل با توجه به این که سطح معناداری آماره F از ۵ درصد کوچک تر است (۰/۰۰) لذا مدل معنی دار بوده و فرضیه H_1 آزمون F در سطح اطمینان ۹۵ درصد پذیرفته می شود. ضریب تعیین مدل نیز گویای آن است که ۰/۷۴ درصد متغیر کیفیت اطلاعات حسابداری، توسط متغیر شاخص هرفیندال هیرشمن تبیین می گردد. ضریب تعیین تعدیل شده هم نیز برابر ۰/۶۸ درصد است. علاوه بر این به منظور بررسی همبستگی جملات خطا باید به میزان آماره دوربین واتسون توجه نمود که در اینجا مقدار آن به میزان (۲/۲۵) است و چون در بازه قابل قبول قرار دارد فرض همبستگی جملات خطا رد می شود. در بررسی معنی داری ضرایب با توجه به نتایج ارائه شده در جدول (۱۰) از آنجایی که سطح معناداری متغیر شاخص هرفیندال هیرشمن * ریسک بازار بزرگ تر از ۵ درصد است در نتیجه وجود رابطه معنی داری میان شاخص هرفیندال هیرشمن و کیفیت اطلاعات حسابداری با تعدیل گری ریسک بازار در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید قرار نمی گیرد و متغیرهای اندازه شرکت و نسبت بدهی رابطه معناداری با کیفیت اطلاعات حسابداری ندارند؛ اما ریسک بازار و شاخص هرفیندال هیرشمن با کیفیت اطلاعات حسابداری رابطه معنادار و مستقیمی دارند؛ بنابراین فرضیه H_1 پژوهش رد شده و فرضیه H_0 مبنی بر ریسک بازار سهام رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول (شاخص هرفیندال هیرشمن) را تعدیل نمی کند، پذیرفته می شود.

جدول ۱۱- نتایج تخمین فرضیه فرعی ۲-۲

متغیر وابسته کیفیت اطلاعات حسابداری					
متغیر	نماد	ضریب	میزان خطا	آماره t	سطح معناداری
مقدار ثابت	C	۰,۰۲	۰,۰۰۳	۷,۲۰	۰,۰۰
شاخص لرنر	LI	-۰,۰۰۰۱	۰,۰۰۱	-۰,۷۴	۰,۴۵
ریسک بازار	R	۸,۲۲E-۰۵	۵,۲۱E-۰۵	۱,۵۷	۰,۱۱
شاخص لرنر * ریسک بازار	LI*R	-۹,۶۶E-۰۵	۰,۰۰۰۲	-۰,۰۵	۰,۹۵
اندازه شرکت	Size	۷,۶۱E-۰۵	۰,۰۰۰۱	۰,۴۰	۰,۶۸
بدهی	Debt	۰,۰۰۲	۰,۰۰۱	۱,۱۷	۰,۲۴
ضریب تعیین		۰/۷۴	آماره F		۱۳/۹۱
ضریب تعیین تعدیل شده		۰/۶۹	سطح معنی داری کل مدل		۰/۰۰
دوربین واتسون			۲/۲۴		

در بررسی معنی دار بودن کل مدل با توجه به این که سطح معناداری آماره F از ۵ درصد کوچک تر است (۰/۰۰) لذا مدل معنی دار بوده و فرضیه H_1 آزمون F در سطح اطمینان ۹۵ درصد پذیرفته می شود. ضریب تعیین مدل نیز گویای آن است که ۰/۷۴ درصد متغیر کیفیت اطلاعات حسابداری، توسط متغیر شاخص لرنر تبیین می گردد. ضریب تعیین تعدیل شده هم نیز برابر ۰/۶۹ درصد است. علاوه بر این به منظور بررسی همبستگی جملات خطا باید به میزان آماره دوربین واتسون توجه نمود که در اینجا مقدار آن به میزان (۲/۲۴) است و چون در بازه قابل قبول قرار دارد فرض همبستگی جملات خطا رد می شود. در بررسی معنی داری ضرایب با توجه به نتایج ارائه شده در جدول (۱۱) از آنجایی که سطح معناداری متغیر شاخص لرنر*ریسک بازار بزرگ تر از ۵ درصد است در نتیجه وجود رابطه معنی داری میان شاخص لرنر و کیفیت اطلاعات حسابداری با تعدیل گری ریسک بازار در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید قرار نمی گیرد و متغیرهای اندازه شرکت و نسبت بدهی رابطه معناداری با کیفیت اطلاعات حسابداری ندارند. همچنین ریسک بازار و شاخص لرنر با کیفیت اطلاعات حسابداری رابطه معنادار ندارند؛ بنابراین فرضیه H_1 پژوهش رد شده و فرضیه H_0 مبنی بر ریسک بازار سهام رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول (شاخص لرنر) را تعدیل نمی کند، پذیرفته می شود.

جدول ۱۲- نتایج تخمین فرضیه فرعی ۲-۳

متغیر وابسته کیفیت اطلاعات حسابداری					
متغیر	نماد	ضریب	میزان خطا	آماره t	سطح معناداری
مقدار ثابت	C	۰,۰۲	۰,۰۰۳	۸,۵۸	۰,۰۰
شاخص لرنر تعدیل شده	LIAI	-۰,۰۰۱	۰,۰۰۱	-۰,۵۸	۰,۵۵
ریسک بازار	R	۸,۲۷E-۰۵	۴,۵۵E-۰۵	۱,۸۱	۰,۰۶
شاخص لرنر تعدیل شده * ریسک بازار	LIAI*R	-۸,۰۹E-۰۵	۰,۰۰۰۲	-۰,۴۸	۰,۶۲
اندازه شرکت	Size	۶,۱۳E-۰۵	۰,۰۰۰۱	۰,۳۹	۰,۶۸
بدهی	Debt	۰,۰۰۲	۰,۰۰۱	۰,۹۱	۰,۳۶
ضریب تعیین	۰/۷۵	آماره F		۱۴/۴۰	
ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۷۰	سطح معنی داری کل مدل		۰/۰۰	
دوربین واتسون		۲/۲۴			

در بررسی معنی دار بودن کل مدل با توجه به این که سطح معناداری آماره F از ۵ درصد کوچکتر است (۰/۰۰) لذا مدل معنی دار بوده و فرضیه H_1 آزمون F در سطح اطمینان ۹۵ درصد پذیرفته می شود. ضریب تعیین مدل نیز گویای آن است که ۰/۷۵ درصد متغیر کیفیت اطلاعات حسابداری، توسط متغیر شاخص لرنر تعدیل شده تبیین می گردد. ضریب تعیین تعدیل شده هم نیز برابر ۰/۷۰ درصد است. علاوه بر این به منظور بررسی همبستگی جملات خطا باید به میزان آماره دوربین واتسون توجه نمود که در اینجا مقدار آن به میزان (۲/۲۴) است و چون در بازه قابل قبول قرار دارد فرض همبستگی جملات خطا رد می شود. در بررسی معنی داری ضرایب با توجه به نتایج ارائه شده در جدول (۱۲) از آنجایی که سطح معناداری متغیر شاخص لرنر تعدیل شده * ریسک بازار بزرگتر از ۵ درصد است در نتیجه وجود رابطه معنی داری میان شاخص لرنر تعدیل شده و کیفیت اطلاعات حسابداری با تعدیل گری ریسک بازار در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد تأیید قرار نمی گیرد و متغیرهای اندازه شرکت و نسبت بدهی رابطه معناداری با کیفیت اطلاعات حسابداری ندارند. همچنین ریسک بازار و شاخص لرنر تعدیل شده با کیفیت اطلاعات حسابداری رابطه معنادار ندارند؛ بنابراین فرضیه H_1 پژوهش رد شده و فرضیه H_0 مبنی بر ریسک بازار سهام رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول (شاخص لرنر تعدیل شده) را تعدیل نمی کند، پذیرفته می شود.

بحث و نتیجه گیری و پیشنهادهای پژوهش

طی چند دهه گذشته، ظهور برخی پدیده های غیرعادی و استثنا در بازارهای مالی باعث شد که انتقادهای زیادی به نظریه های مالی وارد شود. این واقعیت، بحث های عمیق و احساس بی اعتمادی را نسبت به عملکرد نظریه های مالی سنتی به عنوان ابزارهای مهم در ارزش گذاری و پیش بینی قیمت دارایی ها ایجاد کرد؛ که در این میان اطلاعات، نقش حیاتی را در اداره و بهره برداری از بازارهای مالی ایفا می کند. پژوهشگران خاطرنشان کرده اند که یکی از اهداف اساسی پژوهش های حاکمیت شرکتی در حسابداری، فراهم کردن شواهدی است در این خصوص که، اطلاعات تهیه شده به وسیله سیستم های حسابداری مالی، مشکلات نمایندگی ناشی از جدایی مالکیت از مدیریت را کاهش می دهد و گزارشگری مالی و افشای اطلاعات، یکی از

ابزارهای مهم بالقوه برای مدیریت در خصوص برقراری ارتباط بین عملکرد شرکت و نظارت به وسیله سرمایه‌گذاران بیرونی است.

هدف از فرضیه اصلی اول بررسی رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول بود؛ که برای رقابت در بازار محصول از سه شاخص هرفیندال هیرشمن، شاخص لرنر و شاخص لرنر تعدیل‌شده استفاده شد. با توجه به نتایج پژوهش رقابت در بازار محصول (شاخص هرفیندال هیرشمن) بر کیفیت اطلاعات حسابداری تأثیر مستقیم و معناداری دارد؛ بنابراین فرضیه فرعی اول پژوهش مبنی بر بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول (شاخص هرفیندال هیرشمن) رابطه معناداری وجود دارد، پذیرفته می‌شود؛ اما نتایج آزمون فرضیه فرعی دوم (بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول (شاخص لرنر) رابطه معناداری وجود دارد) و فرعی سوم (بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول (شاخص لرنر تعدیل‌شده) رابطه معناداری وجود دارد) نشان داد که شاخص لرنر و لرنر تعدیل‌شده رابطه معناداری با کیفیت اطلاعات حسابداری ندارند به این ترتیب فرضیه فرعی دوم و فرعی سوم رد شد. این نتایج پژوهش مطابق با نتایج پژوهش نمازی، رضایی و ممتازیان (۱۳۹۳)، مارکاریان و سنتالو^{۲۶} (۲۰۰۹)، بالاکریشنان و کوهن^{۲۷} (۲۰۰۱) و چنگ، من و یی (۲۰۱۳) همسو است. هدف از فرضیه اصلی دوم بررسی این موضوع بود که آیا ریسک بازار سهام رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول را تعدیل می‌کند. که در سه فرضیه فرعی به بررسی آن با استفاده از سه شاخص رقابت در بازار محصول (شاخص هرفیندال هیرشمن، شاخص لرنر و شاخص لرنر تعدیل‌شده) استفاده شد. نتایج آزمون فرضیه فرعی اول، دوم و سوم (ریسک بازار سهام رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول (شاخص هرفیندال هیرشمن، لرنر و لرنر تعدیل‌شده) را تعدیل می‌کند) نشان که ریسک بازار رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول را تعدیل نمی‌کند. پژوهشی با این فرضیه برای بررسی همسو بودن یا نبودن نتایج فرضیه‌ها در ایران کار نشده است.

با توجه به نتایج آزمون فرضیه‌های پژوهش پیشنهادی مبتنی بر فرضیه اصلی اول و فرعی آن ارائه می‌شود؛ فراهم آوردن زیرساخت‌های لازم جهت ایجاد فضای رقابتی در بازار محصولات از سوی نهادهای تعیین‌کننده سیاست‌های اقتصادی و نهادهای قانون‌گذاری به‌عنوان ایده‌ای در خصوص ایجاد انگیزه و محرکی در مدیران برای افزایش داوطلبانه و باکیفیت بالای اطلاعات، برای رشد و رونق اقتصادی و در نهایت کمک به بهبود وضعیت اقتصادی کشور استفاده شود. همچنین با توجه به رابطه معنادار کیفیت اطلاعات و رقابت در بازار محصول، سازمان بورس اوراق بهادار و همچنین نهادهای مربوط با افزایش رقابت در بازار محصول منجر به افزایش کیفیت اطلاعات حسابداری گردند. همچنین به سرمایه‌گذاران، اعتباردهندگان، سهامداران و تحلیل‌گران بازار سرمایه باید به میزان رقابت در بازار محصول توجه ویژه‌ای داشته باشند چراکه محیط بیشتر رقابتی موجب افزایش کیفیت اطلاعات حسابداری می‌گردد. پیشنهادی مبتنی بر فرضیه اصلی دوم و فرعی آن؛ با توجه به رابطه معنادار بین کیفیت اطلاعات و رقابت در بازار محصول وجود دارد در فرضیه دوم به بررسی تعدیل رابطه بین آن‌ها با ریسک بازار سهام پرداخته شد که نتایج نشان داد ریسک بازار سهام رابطه بین کیفیت اطلاعات و رقابت در بازار محصول را تعدیل نمی‌کند و هیچ‌گونه رابطه معناداری بین آن‌ها وجود ندارد بنابراین به دلیل اینکه برای تصمیم‌گیری اقتصادی استفاده‌کنندگان صورت‌های مالی، آگاهی از جنبه‌های تأثیرگذاری ریسک بازار بر رابطه بین کیفیت اطلاعات و رقابت در بازار محصول، به استفاده‌کنندگان از صورت‌های مالی پیشنهاد می‌گردد که برای ارزیابی ریسک بازار و چگونگی تعدیل رابطه آن

²⁶ Markarian, G., & Santaló, J

²⁷ Balakrishnan, K., & Cohen, D. A

بر رابطه کیفیت اطلاعات و رقابت در بازار محصول به مؤلفه‌های دیگر که می‌تواند رابطه بین آن‌ها را تعدیل نماید توجه ویژه‌ای مبذول نمایند. پیشنهاد می‌گردد برای محاسبه ریسک بازار از مدل GJR-GARCH استفاده شود و بعدازآن تأثیر آن بر رابطه کیفیت اطلاعات و رقابت در بازار محصول دوباره آزمون شود.

برخی از موضوعات مهمی که در پژوهش‌های آتی می‌توانند بررسی شوند به شرح زیر است:
به‌منظور دستیابی به نتایج جامع‌تر، پیشنهاد می‌شود تا پژوهش حاضر در سال‌های آتی با در نظر گرفتن محدوده زمانی گسترده‌تری صورت پذیرد چراکه این امر موجب افزایش تعداد مشاهدات و اعتبار بیشتر نتایج به‌دست‌آمده خواهد شد. ارزیابی شدت رقابت در سطح صنعت و انجام پژوهش حاضر باهدف بررسی تأثیر سطوح دیگری از رقابت در بازار محصول. بررسی تأثیر توانایی مدیریتی بر تعدیل رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و رقابت در بازار محصول. بررسی تأثیر تجربه مدیرعامل بر روی کیفیت اطلاعات حسابداری.

منابع

- ✓ ایزدی نیا، ناصر، طاهری، مسعود، (۱۳۹۵)، بررسی رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و اعتبار تجاری، مجله پژوهش‌های تجربی حسابداری، دوره ۵، شماره ۳، صص ۸۱-۱۰۲.
- ✓ برزگر، قدرت اله، طالب تبارآهنگر، میثم، اصابت طبری، عصمت، (۱۳۹۳)، بررسی ارتباط بین رقابت در بازار محصول و مدیریت سود (مورد مطالعه: شرکت‌های پذیرفته‌شده در سازمان بورس اوراق بهادار تهران)، پژوهش‌های حسابداری مالی، دوره ۶، شماره ۴، صص ۷۳-۸۸.
- ✓ بهار مقدم، مهدی، جوکار، حسین، (۱۳۹۷)، بررسی تأثیر کیفیت اطلاعات حسابداری و عدم اطمینان اطلاعاتی بر تمایلات سرمایه‌گذاران، فصلنامه بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، دوره ۲۵، شماره ۱، صص ۲۱-۵۰.
- ✓ خدادادی، ولی، نیک کار، جواد، رشیدی باغی، محسن، (۱۳۹۳)، تأثیر رقابت بازار محصول بر سیاست تقسیم سود، پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، دوره ۶، شماره ۲۴، صص ۲۱-۳۲.
- ✓ خواجوی، شکرالله، محسنی فرد، غلامعلی، رضایی، حسینی راد، غلامرضا، (۱۳۹۲)، بررسی اثرهای رقابت در بازار محصول بر مدیریت سود شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، فصلنامه مدیریت دارایی و تأمین مالی، دوره ۱، شماره ۳، صص ۱۱۹-۱۳۴.
- ✓ دیانتي، زهرا، عالمی، محمدرضا، بهزادپور، سمیرا، (۱۳۹۱)، بررسی ارتباط کیفیت اطلاعات مالی و معیارهای ریسک در بورس اوراق بهادار تهران، بورس اوراق بهادار، دوره ۵، شماره ۱۷، صص ۲۳-۴۱.
- ✓ دیدار، حمزه، منصورفر، غلامرضا، زارع، الهام، (۱۳۹۶)، بررسی تأثیر کیفیت حاکمیت شرکتی بر کیفیت افشا با تأکید بر نقش تعدیل‌کننده رقابت بازار محصول در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، مجله پژوهش حسابداری مالی، دوره ۹، شماره ۱، صص ۹۷-۱۱۸.
- ✓ صادقی محمدی، نگین، (۱۳۹۶)، تأثیر توسعه بازارهای مالی بر ریسک بازار سهام منتخبی از کشورهای AD، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید اشرفی اصفهانی، دانشکده علوم اداری و اقتصاد.
- ✓ صادقی، سید کمال، باقر زاده، آذر، فاطمه، موسوی، (۱۳۹۵)، بررسی عوامل مؤثر بر ریسک بازار سهام با تأکید بر جهانی‌شدن مالی در قالب رفتار پویای بازار سهام، مجله مدیریت دارایی و تأمین مالی، دوره ۴، شماره ۱، صص ۸۷-۱۰۰.

- ✓ قاسمیه، رحیم، غیوری مقدم، علی، حاجب، حمیدرضا، (۱۳۹۳)، بررسی تأثیر رقابت بازار محصول بر رابطه بین ساختار سرمایه و عملکرد واحد تجاری، پیشرفت‌های حسابداری، دوره ۶، شماره ۲، صص ۱۰۷-۱۲۹.
- ✓ موسوی شیرینی، سید محمود، روشندل، معصومه، خلعت‌بری، حسن، (۱۳۹۷)، بررسی اثر کیفیت اطلاعات بر ریسک نقدشوندگی سهام و ریسک بازار، فصلنامه علمی پژوهشی مدیریت دارایی و تأمین مالی، دوره ۶، شماره ۲، صص ۱۵-۳۴.
- ✓ نادری، مرتضی، (۱۳۸۲)، توسعه مالی، بحران‌های مالی و رشد اقتصادی، فصلنامه پژوهش‌های اقتصادی ایران، دوره ۵، شماره ۱۵، صص ۳۷-۶۲.
- ✓ نمازی، محمد، ابراهیمی، شهلا، (۱۳۹۱)، بررسی ارتباط بین ساختار رقابتی بازار محصول و بازده سهام، فصلنامه پژوهش‌های تجربی حسابداری مالی، دوره ۲، شماره ۳، صص ۹-۲۷.
- ✓ نمازی، محمد، رضایی، غلامرضا، ممتازیان، علیرضا، (۱۳۹۳)، رقابت در بازار محصول و کیفیت اطلاعات حسابداری، مجله پیشرفت‌های حسابداری، دوره ۶، شماره ۲، صص ۱۳۱-۱۶۶.
- ✓ نیکومرام، هاشم، احمدزاده، حمید، (۱۳۹۲)، بررسی رابطه بین کیفیت اطلاعات حسابداری و انتخاب نوع حسابرس در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار. مطالعات کمی در مدیریت، دوره ۴، شماره ۴، صص ۱۳۵-۱۵۴.
- ✓ Balakrishnan, K., & Cohen, D. A. (2011). Product market competition and financial accounting misreporting. Retrieved from <http://ssrn.com/abstract=1927427>
- ✓ Booth, L., & Zhou, J. (2009). Market power and dividend policy: A riskbased perspective. Retrieved from SSRN http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=129694
- ✓ Bushman, R., & Smith, A. (2001). Financial accounting information and corporate governance. *Journal of Accounting and Economics*, 32, 237-333.
- ✓ 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.
- ✓ Cooke, T. E. (1991). An assessment of voluntary disclosure in the annual reports of Japanese corporations. *The International Journal of Accounting*, 26, 174-189
- ✓ Dechow, P. M., & Ge, And C. Schrand, (2010). Understanding Earnings Quality: a Review of the Proxies Their Determinants and Their Consequences, *Journal of Accounting and Economics*, 50, 344-401
- ✓ Dechow, P., & I. Dichev. (2002). the quality of accruals and earnings. *The Accounting Review*, 77(1):35-59.
- ✓ Firth, M. (1997). The impact of size, stock market and auditor's onvoluntary disclosure in corporate annual reports. *Accounting and Business Research*, 9, 273-280
- ✓ Francis, J., Lofond, R., Olsson, P., & Schipper, K. (2005). The market pricing of accruals quality. *Journal of Accounting and Economics*, 39, 295-327
- ✓ Gaspar, J. M., & Massa, M. (2006). Idiosyncratic volatility and product market competition. *Journal of Business*, 79, 3125-3152.
- ✓ Kale, J. R., & Loon, Y. C. (2011). Product market power and stock market liquidity. *Journal of Financial Markets*, 14, 376-410.
- ✓ Lin, J. C. & Wu. Y. (2013). Seo timing and liquidity risk. *Journal of Corporate Finance*. 19, 95-118.
- ✓ Markarian, G., & Santaló, J. (2009). Product market competition, information and earnings management. Retrieved from SSRN: <http://ssrn.com/abstract=1634800>.

- ✓ Matthew T. Billett, Burcu Esmer, Miaomiao Yu, (2018), Creditor control and product-market competition, *Journal of Banking & Finance*, 86, 87-100.
- ✓ Peress, J. (2010). Product market competition, insider trading, and stockmarket efficiency. *The Journal of Finance*, 65, 1-43.
- ✓ Sharma, V. (2010). Stock returns and product market competition: Beyond industry concentration. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 37, 283-299.
- ✓ Sheikh, S. (2018), CEO power, product market competition and firm value, *Research in International Business and Finance*, 46, 373-386.
- ✓ Shleifer, A., & Vishny, R.W. (1997). A survey of corporate governance. *Journal of Finance*, 52, 737-783.
- ✓ Tesfaye T. L., Minga, N., c, Mthokozisi, M., Ayalew, L. (2018), Institutional ownership, product market competition, and earnings management: Some evidence from international data, *Journal of Business Research*, 90, 151-163.
- ✓ Vithessonthi, Chaiporn, & Tongurai, Jittima. (2015). Financial markets development, business cycles, and bank risk in South America, *Research in International Business and Finance*, 36, 472-484
- ✓ Wu Han, Yu & Li Jie, Z. (2018). Corporate social responsibility, product market competition, and product market performance, *International Review of Economics & Finance*, 56, 75-91.
- ✓ Yang, J., & Jiang, Y. (2008). Accounting information quality, free cash flow and overinvestment: A Chinese study. *The Business Review*, 11 (1), 159-166.
- ✓ Zhu, B. & Niu, F. (2016). Investor sentiment, accounting information and stock price: Evidence from China. *Pacific-Basin Finance Journal*, 38(3) 125-134.