

تمرکز صنعت و به موقع بودن سود: شواهدی از بورس اوراق بهادار تهران

ساناز حجی

گروه حسابداری، واحد سمنان، دانشگاه آزاد اسلامی، سمنان، ایران. (نویسنده مسئول).
Sanaz_hadji@yahoo.com

مسعود احمدوند

کارشناس ارشد حسابداری، واحد تهران شمال، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.
MA_476@yahoo.com

صابر جلیلی

استادیار گروه حسابداری، واحد میانه، دانشگاه آزاد اسلامی، میانه، ایران.
accounting.jalili@yahoo.com

چکیده

هدف این پژوهش بررسی تأثیر تمرکز صنعت بر به موقع بودن سود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. به موقع بودن سود به عنوان یکی از ابعاد مهم کیفیت سود، بیانگر سرعت انعکاس اخبار اقتصادی در سود حسابداری است. در مقابل، ساختار بازار محصول و میزان تمرکز صنعت می‌تواند از طریق تأثیر بر انگیزه‌های افشا و رفتار گزارشگری مدیران، بر کیفیت اطلاعات حسابداری اثرگذار باشد. در این پژوهش برای سنجش به موقع بودن سود از مدل باسو (۱۹۹۷)، استفاده شده و تمرکز صنعت با بهره‌گیری از شاخص هرفیندال - هیرشمن اندازه‌گیری شده است. جامعه آماری پژوهش شامل شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است و داده‌های مورد نیاز طی دوره زمانی ۱۳۹۳ تا ۱۴۰۳ از صورت‌های مالی و پایگاه‌های اطلاعاتی بازار سرمایه گردآوری شده است. برای آزمون فرضیه‌ها از الگوی رگرسیون داده‌های تابلویی استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که تمرکز صنعت رابطه معناداری با به موقع بودن سود دارد و ساختار رقابتی صنایع می‌تواند بر سرعت انعکاس اخبار اقتصادی در سود حسابداری اثرگذار باشد. این یافته‌ها بیانگر آن است که ویژگی‌های بازار محصول در کنار عوامل درون شرکتی، نقش مهمی در تبیین کیفیت گزارشگری مالی ایفا می‌کنند.

واژگان کلیدی: تمرکز صنعت، به موقع بودن سود، کیفیت سود، رقابت در بازار محصول، بورس اوراق بهادار تهران.

مقدمه

اطلاعات حسابداری یکی از مهم‌ترین منابع اطلاعاتی برای سرمایه‌گذاران و سایر استفاده‌کنندگان صورت‌های مالی در تصمیم‌گیری‌های اقتصادی به شمار می‌رود. یکی از ویژگی‌های کیفی مهم اطلاعات حسابداری، به موقع بودن شناسایی سود و زیان است. به موقع بودن سود بیانگر سرعت انعکاس اخبار اقتصادی در سود حسابداری است و نشان می‌دهد تا چه اندازه اطلاعات مالی می‌تواند تغییرات ارزش اقتصادی واحد تجاری را در زمان مناسب منعکس کند. در این چارچوب، پژوهش باسو (۱۹۹۷)، مفهوم محافظه‌کاری شرطی را مطرح کرد و نشان داد که سود حسابداری نسبت به اخبار بد سریع‌تر از اخبار خوب واکنش نشان می‌دهد؛ پدیده‌ای که از آن با عنوان عدم تقارن زمانی سود یاد می‌شود. در سال‌های اخیر، پژوهشگران عوامل متعددی را به عنوان تعیین‌کننده‌های به موقع بودن سود معرفی کرده‌اند. یکی از این عوامل، ساختار رقابتی صنعت و میزان تمرکز آن است. تمرکز صنعت می‌تواند از طریق تأثیرگذاری بر رفتار مدیران، شدت

رقابت، فشارهای بازار و سازوکارهای حاکمیت شرکتی، بر کیفیت و زمان بندی گزارشگری مالی اثرگذار باشد. از یک سو، در صنایع رقابتی تر، فشار بازار و نظارت بیرونی می تواند مدیران را به ارائه اطلاعات شفاف تر و به موقع تر ترغیب کند. از سوی دیگر، در صنایع متمرکزتر ممکن است قدرت بازار و کاهش فشار رقابتی، انگیزه مدیران برای افشای سریع اطلاعات را کاهش دهد. بنابراین، از نظر نظری رابطه میان تمرکز صنعت و به موقع بودن سود می تواند دوگانه و قابل بحث باشد.

با وجود اهمیت این موضوع، شواهد تجربی در خصوص تأثیر تمرکز صنعت بر ویژگی های کیفی سود، به ویژه به موقع بودن سود، محدود و در برخی موارد متناقض است. افزون بر این، در بازارهای سرمایه نوظهور مانند ایران که ساختار مالکیت، سطح رقابت صنعتی و محیط نهادی تفاوت هایی با بازارهای توسعه یافته دارد، بررسی این رابطه می تواند به درک بهتر عوامل مؤثر بر کیفیت گزارشگری مالی کمک کند. از این رو، بررسی نقش ساختار بازار محصول و میزان تمرکز صنعت در شکل گیری ویژگی های کیفی سود، می تواند به غنای ادبیات گزارشگری مالی و اقتصاد صنعتی کمک کند. نوآوری پژوهش حاضر در این است که با تمرکز بر ساختار رقابتی صنایع، رابطه میان تمرکز صنعت و به موقع بودن سود را در بستر بازار سرمایه ایران مورد بررسی قرار می دهد. در این پژوهش، با بهره گیری از شاخص تمرکز صنعت و به کارگیری الگوی باسو برای سنجش به موقع بودن سود، تلاش می شود شواهد تجربی جدیدی درباره تأثیر ساختار بازار محصول بر کیفیت گزارشگری مالی ارائه شود. نتایج این پژوهش می تواند درک بهتری از تعامل میان محیط رقابتی صنعت و رفتار گزارشگری مالی شرکت ها فراهم آورد.

بر این اساس، هدف پژوهش حاضر بررسی تأثیر تمرکز صنعت بر به موقع بودن سود شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. نتایج این پژوهش می تواند شواهدی در خصوص نقش ساختار بازار محصول در شکل گیری ویژگی های کیفی سود فراهم آورد و برای سرمایه گذاران، تحلیلگران مالی و سیاست گذاران بازار سرمایه مفید باشد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

تمرکز صنعت و رقابت در بازار محصول

ساختار بازار محصول یکی از عوامل مهم محیطی است که می تواند بر رفتار اقتصادی و اطلاعاتی شرکت ها تأثیرگذار باشد. در ادبیات اقتصاد صنعتی، ساختار بازار معمولاً از طریق شاخص تمرکز صنعت مورد بررسی قرار می گیرد. تمرکز صنعت نشان دهنده میزان سلطه تعداد محدودی از شرکت ها بر بازار یک صنعت است و بیانگر درجه رقابت میان بنگاه های فعال در آن صنعت می باشد. هرچه تمرکز صنعت بیشتر باشد، سهم بازار در اختیار تعداد کمتری از شرکت ها قرار می گیرد و در نتیجه سطح رقابت میان شرکت ها کاهش می یابد.

مفهوم تمرکز صنعت ریشه در نظریه ساختار-رفتار-عملکرد دارد. بر اساس این نظریه، ساختار بازار می تواند بر رفتار شرکت ها و در نهایت عملکرد آن ها تأثیر بگذارد. در بازارهایی که تمرکز بالایی دارند، شرکت های بزرگ از قدرت بازار بیشتری برخوردارند و می توانند تصمیمات راهبردی و اطلاعاتی خود را با آزادی بیشتری اتخاذ کنند. در مقابل، در بازارهای رقابتی تر، فشار رقابتی می تواند شرکت ها را به بهبود کارایی، افزایش شفافیت اطلاعاتی و ارائه اطلاعات دقیق تر سوق دهد.

برای سنجش تمرکز صنعت معمولاً از شاخص های مختلفی استفاده می شود که یکی از رایج ترین آن ها شاخص هرفیندال-هیرشمن (HHI) است. این شاخص از مجموع مربعات سهم بازار شرکت های فعال در یک صنعت محاسبه می شود و هرچه مقدار آن بیشتر باشد نشان دهنده تمرکز بالاتر صنعت است. در بسیاری از پژوهش های مالی و حسابداری از این شاخص برای بررسی تأثیر ساختار رقابتی صنعت بر رفتار شرکت ها استفاده شده است.

به موقع بودن سود به عنوان یکی از شاخص های کیفیت سود

کیفیت سود از موضوعات محوری در ادبیات حسابداری و مالی است؛ زیرا سود حسابداری، مهم ترین مبنای ارزیابی عملکرد شرکت و تصمیم گیری سرمایه گذاران به شمار می آید. در این میان، «به موقع بودن سود» یکی از ابعاد اساسی کیفیت سود محسوب می شود که به سرعت انعکاس اطلاعات و تغییرات اقتصادی در سود گزارش شده اشاره دارد. هر چه اطلاعات اقتصادی با تأخیر کمتری در سود حسابداری منعکس شود، سود از به موقعی بالاتری برخوردار است و قابلیت اتکای بیشتری برای استفاده کنندگان خواهد داشت.

به موقع بودن سود در واقع بیانگر توانایی نظام گزارشگری مالی در انعکاس تغییرات ارزش اقتصادی واحد تجاری در زمان مناسب است. چنانچه سود بتواند اخبار و رویدادهای اقتصادی را سریع تر جذب و در خود منعکس کند، استفاده کنندگان صورت های مالی، به اطلاعاتی دسترسی خواهند داشت که هم به روزتر است و هم ارتباط بیشتری با تصمیم های اقتصادی آنها دارد. در مقابل، تأخیر در انعکاس اطلاعات اقتصادی در سود منجر به کاهش شفافیت اطلاعاتی و افزایش عدم تقارن اطلاعاتی در بازار سرمایه می شود و می تواند کارایی تصمیم گیری سرمایه گذاران را تضعیف کند.

مطالعات متعدد در حوزه حسابداری، به موقع بودن سود را یکی از شاخص های اصلی کیفیت گزارشگری مالی تلقی کرده اند. یافته های این پژوهش ها نشان می دهد که سطح به موقع بودن سود تحت تأثیر مجموعه ای از عوامل قرار دارد؛ از جمله سازوکارهای حاکمیت شرکتی، نوع و تمرکز ساختار مالکیت، ویژگی های محیط نهادی و به ویژه شرایط رقابتی حاکم بر بازار محصول. بنابراین، تحلیل به موقع بودن سود بدون توجه به بستر نهادی و ساختار رقابتی صنعت، تصویری ناقص از کیفیت سود ارائه خواهد کرد.

نقش تمرکز صنعت در کیفیت گزارشگری مالی و به موقع بودن سود

مطالعات اخیر نشان می دهد که ساختار بازار محصول می تواند بر ویژگی های مختلف سود حسابداری و کیفیت گزارشگری مالی تأثیر بگذارد. رقابت در بازار محصول به عنوان یک سازوکار کنترلی خارجی عمل کرده و رفتار مدیران را تحت تأثیر قرار می دهد. در محیط های رقابتی تر، شرکت ها برای حفظ جایگاه خود در بازار و جلب اعتماد سرمایه گذاران، انگیزه بیشتری برای ارائه اطلاعات مالی شفاف و به موقع دارند.

در مقابل، در صنایعی که از تمرکز بالاتری برخوردارند و رقابت میان شرکت ها محدودتر است، ممکن است مدیران انگیزه کمتری برای افشای سریع اطلاعات داشته باشند. در چنین شرایطی، شرکت ها به دلیل برخورداری از قدرت بازار و مزیت اطلاعاتی، ممکن است اطلاعات اقتصادی را با تأخیر بیشتری در سود حسابداری منعکس کنند.

پژوهش های تجربی نیز شواهد متفاوتی در این زمینه ارائه کرده اند. برای مثال، علی و همکاران (۲۰۱۷)، نشان دادند که رقابت در بازار محصول می تواند موجب افزایش شفافیت اطلاعاتی و بهبود کیفیت گزارشگری مالی شود. در مقابل، کانگ و همکاران (۲۰۱۹)، بیان کردند که شرکت های فعال در صنایع با تمرکز بالا ممکن است تمایل کمتری به افشای سریع اطلاعات داشته باشند. همچنین پان و همکاران (۲۰۲۲)، نشان دادند که تمرکز صنعت می تواند با ویژگی های سود از جمله محافظه کاری حسابداری مرتبط باشد. از سوی دیگر، ژانگ و همکاران (۲۰۲۴)، در مطالعه ای بر شرکت های آسیایی دریافتند که تمرکز بالای صنعت می تواند موجب کاهش سرعت انعکاس اخبار اقتصادی در سود حسابداری شود.

پیشینه پژوهش در ایران

مطالعات صورت گرفته در ایران درباره ی رابطه ی میان تمرکز صنعت و ویژگی های کیفیت سود - به ویژه شاخص هایی نظیر به موقع بودن سود - را می توان در چند مسیر اصلی دسته بندی کرد. بخش عمده ای از پژوهش های داخلی نشان

داده‌اند که ساختار بازار محصول و میزان رقابت یا تمرکز صنعتی، می‌تواند بر رفتار گزارشگری مالی و کیفیت اطلاعات حسابداری شرکت‌ها اثرگذار باشد (حسن‌زاده و همکاران، ۱۳۹۹؛ رحمانی و محمدی، ۱۴۰۰). از یک سو، برخی مطالعات با تکیه بر دیدگاه رقابتی، معتقدند که افزایش رقابت در بازار محصول می‌تواند شرکت‌ها را به افشای دقیق‌تر، شفاف‌تر و به‌موقع‌تر اطلاعات مالی ترغیب نماید. فشار ناشی از رقابت باعث می‌شود مدیران برای حفظ اعتماد سرمایه‌گذاران و کاهش عدم‌تقارن اطلاعاتی، عملکرد مالی واحد تجاری را با سرعت و دقت بیشتری گزارش کنند (اکبری و همکاران، ۱۳۹۸؛ احمدی و رضایی، ۱۴۰۱). در چنین شرایطی، شرکت‌هایی که در صنایع رقابتی‌تر فعالیت می‌کنند، معمولاً واکنش سریع‌تری نسبت به اخبار اقتصادی نشان می‌دهند و انعکاس آن در سود حسابداری نیز به‌موقع‌تر است.

اما در مقابل، دیدگاه دیگری در ادبیات داخلی مطرح شده است که تمرکز بالای صنعت می‌تواند با کاهش انگیزه افشای سریع اطلاعات همراه باشد (نوروزی و نادری، ۱۳۹۷؛ غفاری و همکاران، ۱۴۰۲). در صنایع متمرکز، چند شرکت بزرگ کنترل بخش عمده‌ی بازار را در اختیار دارند و از قدرت بازار، مزیت اطلاعاتی و موقعیت استراتژیک بالایی برخوردارند. این بنگاه‌های مسلط ممکن است به دلیل توان اثرگذاری بر فضای رقابتی و کاهش فشار بیرونی برای افشای اطلاعات سود را با تأخیر منعکس کنند. بدین ترتیب، سرعت واکنش سود حسابداری به تغییرات اقتصادی کاهش یافته و به‌موقع بودن سود تضعیف می‌شود.

مرور کلی مطالعات انجام‌شده نشان می‌دهد که نتایج موجود هم‌سو و یکدست نیستند؛ تفاوت در ترکیب صنایع، دوره زمانی بررسی، متغیرهای کنترلی و شیوه‌ی سنجش کیفیت سود سبب شده است جهت تأثیر تمرکز صنعت بر به‌موقع بودن سود در بازار سرمایه‌ی ایران همچنان مبهم باقی بماند (کاظمی و همکاران، ۱۳۹۹). افزون بر این، بررسی‌های داخلی عمدتاً به رابطه‌ی تمرکز صنعت با کیفیت سود یا مدیریت سود پرداخته‌اند و پژوهش‌هایی که به‌طور خاص و با رویکرد تجربی استاندارد (مانند مدل باسو) اثر تمرکز بر به‌موقع بودن سود را آزمون کرده باشند، بسیار محدودند (موسوی و حسینی، ۱۴۰۰).

بنابراین، می‌توان گفت که شکاف اصلی در ادبیات پژوهشی ایران، نبود تحلیل‌های تجربی صریح درباره ارتباط مستقیم تمرکز صنعت و به‌موقع بودن سود است. با توجه به ویژگی‌های ساختاری بازار سرمایه‌ی ایران - از جمله مالکیت متمرکز، ضعف مکانیسم‌های نظارتی و وجود عدم‌تقارن اطلاعاتی گسترده - بررسی این رابطه اهمیت ویژه‌ای دارد. پژوهش حاضر در پی آن است که با پر کردن این خلأ، شواهد تجربی بومی و قابل اتکایی درباره‌ی تأثیر ساختار بازار محصول بر زمان‌بندی انعکاس اخبار اقتصادی در سود حسابداری شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران ارائه کند.

شواهد تجربی پیشین

در سال‌های اخیر، پژوهش‌های متعدد به بررسی رابطه میان ساختار بازار محصول و ویژگی‌های سود حسابداری پرداخته‌اند. یکی از نقاط کانونی این مطالعات، تأثیر تمرکز صنعت بر کیفیت سود، به‌ویژه به‌موقع بودن آن است. در اکثر این پژوهش‌ها، دو دیدگاه اصلی در مورد اثرات رقابت و تمرکز بر رفتار گزارشگری مالی شرکت‌ها شناسایی شده است. از یک سو، برخی مطالعات نشان می‌دهند که رقابت بیشتر در بازار محصول می‌تواند به بهبود کیفیت گزارشگری مالی و افزایش به‌موقع بودن سود منجر شود. به عنوان مثال، کیم و همکاران (۲۰۱۶)، در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که شرکت‌های فعال در صنایعی با سطح رقابت بالاتر، اطلاعات مالی خود را سریع‌تر و با دقت بیشتری منتشر می‌کنند. فشارهای رقابتی و نظارت سرمایه‌گذاران، مدیران را به ارائه اطلاعات شفاف‌تر ترغیب می‌کند و این امر می‌تواند به بهبود

رفتار گزارشگری شرکت‌ها در پاسخ به تغییرات اقتصادی منجر شود. مشابه این نظر را رحمان و همکاران (۲۰۲۰)، نیز تأیید کرده‌اند که در تحقیقات خود نشان داده‌اند، رقابت در بازارهای نوظهور می‌تواند به افزایش کیفیت سود و به‌موقع بودن اطلاعات مالی منجر شود. همچنین، علی و همکاران (۲۰۱۷)، با تأکید بر اهمیت شفافیت اطلاعاتی، بیان کرده‌اند که رقابت در بازار محصول می‌تواند بهتری تأثیر بر کیفیت گزارشگری مالی داشته باشد.

در مقابل، تحقیقات دیگر نشان می‌دهند که تمرکز بالای صنعت ممکن است با کاهش انگیزه مدیران برای افشای سریع اطلاعات همراه باشد. به عنوان مثال، ینگ و همکاران (۲۰۱۸)، بر این باورند که در صنایعی با تمرکز بالاتر، شرکت‌ها به دلیل قدرت بازار و مزیت اطلاعاتی خود، تمایل کمتری به افشای سریع اطلاعات مالی دارند و می‌توانند اطلاعات را به منظور حفظ مزیت رقابتی در اختیار مشتریان و رقبا نگه دارند. کانگ و همکاران (۲۰۱۹)، نیز در تحقیق خود دریافتند که در صنایع متمرکز، سطح افشای داوطلبانه اطلاعات مالی کمتر است، چرا که انتشار این اطلاعات می‌تواند مزایای رقابتی شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار دهد.

علاوه بر این، مطالعاتی از جمله کارهای پان و همکاران (۲۰۲۲)، و ژانگ و همکاران (۲۰۲۴)، به بررسی رابطه میان تمرکز صنعت و ویژگی‌های کیفیت سود پرداخته‌اند. نتایج این تحقیقات نشان می‌دهد که تمرکز بالای صنعت می‌تواند منجر به کاهش سرعت انعکاس اخبار اقتصادی در سود حسابداری و افزایش احتمال تأخیر در افشای اطلاعات مالی شود. به عبارتی دیگر، شواهد بین‌المللی ارائه شده نشان‌دهنده پیچیدگی‌های موجود در تأثیر ساختار بازار محصول بر کیفیت و به‌موقع بودن گزارشگری مالی است.

این تنوع در نتایج پژوهش‌ها نشان‌دهنده این واقعیت است که رابطه بین تمرکز صنعت و کیفیت سود، عمدتاً تحت تأثیر عوامل اقتصادی، نهادی و شرایط بازار قرار دارد. در واقع، هر دو جنبه رقابت و تمرکز در صنایع می‌توانند به‌طور هم‌زمان بر رفتار گزارشگری مالی تأثیر بگذارند. این موضوع نشان‌دهنده ضرورت انجام تحقیقات بیشتر در مورد بازارهای نوظهور (مانند بورس اوراق بهادار تهران) و چگونگی تأثیر این عوامل بر به‌موقع بودن سود می‌باشد.

فرضیه‌های پژوهش

ساختار بازار محصول و میزان تمرکز صنعت از جمله عوامل مهمی است که می‌تواند بر رفتار گزارشگری مالی شرکت‌ها اثر بگذارد. بر اساس مبانی نظری اقتصاد صنعتی، سطح رقابت در یک صنعت می‌تواند انگیزه مدیران برای افشای اطلاعات مالی و سرعت انعکاس اخبار اقتصادی در سود حسابداری را تحت تأثیر قرار دهد. در صنایع با رقابت بالا، شرکت‌ها معمولاً با فشار بیشتری از سوی سرمایه‌گذاران، تحلیلگران و سایر ذی‌نفعان مواجه هستند که این امر می‌تواند آن‌ها را به ارائه اطلاعات مالی شفاف‌تر و به‌موقع‌تر ترغیب کند. در مقابل، در صنایع با تمرکز بالاتر ممکن است شرکت‌ها به دلیل برخورداری از قدرت بازار و کاهش فشار رقابتی، انگیزه کمتری برای افشای سریع اطلاعات داشته باشند. از دیدگاه نظریه نمایندگی نیز، افزایش رقابت در بازار محصول می‌تواند به‌عنوان مکانیزمی نظارتی عمل کرده و رفتار مدیران را در جهت بهبود کیفیت گزارشگری مالی هدایت کند. در چنین شرایطی، مدیران برای حفظ اعتبار شرکت در بازار سرمایه و جلوگیری از واکنش منفی سرمایه‌گذاران، تمایل بیشتری به ارائه اطلاعات مالی به‌موقع خواهند داشت. در مقابل، در صنایع با تمرکز بالا ممکن است سطح نظارت بازار کاهش یابد و انعکاس اخبار اقتصادی در سود با تأخیر بیشتری صورت گیرد.

مطالعات تجربی نیز نشان داده‌اند که ساختار رقابتی بازار محصول می‌تواند بر ویژگی‌های سود حسابداری از جمله به‌موقع بودن سود اثرگذار باشد (علی و همکاران، ۲۰۱۷؛ کانگ و همکاران، ۲۰۱۹؛ پان و همکاران، ۲۰۲۲؛ ژانگ و همکاران، ۲۰۲۴). بر این اساس انتظار می‌رود که تمرکز صنعت با میزان به‌موقع بودن سود شرکت‌ها رابطه معناداری داشته باشد.

بر این اساس، فرضیه پژوهش به صورت زیر تدوین می‌شود:
فرضیه پژوهش: بین تمرکز صنعت و به موقع بودن سود شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه معناداری وجود دارد.

روش‌شناسی پژوهش

نوع پژوهش

این پژوهش از نظر هدف کاربردی و از نظر ماهیت توصیفی-همبستگی است و با استفاده از داده‌های کمی انجام شده است. در این تحقیق برای بررسی رابطه بین تمرکز صنعت و به موقع بودن سود از اطلاعات مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران استفاده شده است. داده‌های مورد نیاز پژوهش از صورت‌های مالی حسابرسی شده شرکت‌ها و پایگاه‌های اطلاعاتی بازار سرمایه استخراج شده و به روش تحلیل داده‌های تابلویی مورد بررسی قرار گرفته است.

جامعه آماری

جامعه آماری پژوهش شامل کلیه شرکت‌های تولیدی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است که در بازه زمانی ۱۳۹۳ تا ۱۴۰۳ فعال بوده‌اند. به منظور انتخاب نمونه پژوهش، شرکت‌هایی انتخاب شده‌اند که شرایط زیر را داشته باشند:
✓ در طول دوره زمانی پژوهش در بورس اوراق بهادار تهران پذیرفته شده باشند.
✓ پایان سال مالی آن‌ها ۲۹ اسفند باشد.
✓ طی دوره پژوهش تغییر سال مالی نداشته باشند.
✓ اطلاعات مالی مورد نیاز برای محاسبه متغیرهای پژوهش در دسترس باشد.
✓ شرکت‌های فعال در صنعت واسطه‌گری مالی (بانک‌ها، مؤسسات مالی و بیمه) در نمونه قرار نگیرند، زیرا ماهیت فعالیت آن‌ها با سایر صنایع متفاوت است.
با اعمال این محدودیت‌ها، نمونه نهایی پژوهش شامل حدود ۱۰۰ تا ۱۲۰ شرکت به صورت پانلی به دست آمده است.

مدل آماری پژوهش

برای آزمون فرضیه از رگرسیون پانل داده‌ها (ترکیبی مقطعی-زمانی) استفاده می‌شود. مدل اصلی به صورت زیر تعریف می‌شود:

$$\text{TIMELINESS}_{it} = \beta_0 + \beta_1 \text{HHI}_{it} + \beta_2 \text{SIZE}_{it} + \beta_3 \text{LEV}_{it} + \beta_4 \text{GROWTH}_{it} + \beta_5 \text{MTB}_{it} + \varepsilon_{it}$$

انتخاب بین مدل‌های اثرات ثابت یا تصادفی با آزمون‌های F لیمر و هاسمن انجام می‌شود. نرم‌افزارهای مورد استفاده برای تحلیل آماری عبارت‌اند از EViews و Stata.

اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش

الف) متغیر وابسته: به موقع بودن سود (Earnings Timeliness)

این شاخص میزان واکنش سود حسابداری شرکت به تغییرات بازده سهام را می‌سنجد و نشان می‌دهد تا چه حد اخبار اقتصادی (به ویژه اخبار منفی) به سرعت در سود منعکس می‌شوند. برای سنجش آن از مدل باسو (۱۹۹۷)، استفاده شده است:

$$E_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 R_{it} + \alpha_2 D_{it} + \alpha_3 (R_{it} \times D_{it}) + \varepsilon_{it}$$

که در آن:

- ✓ E_{it} : سود هر سهم شرکت i در سال t بر حسب قیمت بازار
 - ✓ R_{it} : بازده سالانه سهام
 - ✓ D_{it} : متغیر مجازی که در صورت منفی بودن بازده سالانه سهام ($R_{it} < 0$) برابر با ۱ و در غیر این صورت برابر با ۰ در نظر گرفته می‌شود. این متغیر برای تفکیک اخبار منفی از سایر حالات بازده در مدل باسو به کار می‌رود.
 - ✓ α_3 : ضریب عدم تقارن زمانی سود نسبت به اخبار منفی (شاخص به موقع بودن)
- به عبارت دیگر، هر چه مقدار مطلق α_3 بیشتر باشد، سود سریع‌تر نسبت به اخبار بد واکنش نشان می‌دهد؛ یعنی به موقع‌تر است.

ب) متغیر مستقل: تمرکز صنعت

تمرکز صنعت به عنوان شاخص معکوس شدت رقابت در بازار محصول در نظر گرفته می‌شود. برای سنجش آن از شاخص هرفیندال-هیشرمن (HHI) استفاده می‌شود:

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

که در آن S_i سهم فروش شرکت i از کل فروش صنعت است. افزایش مقدار HHI نشان‌دهنده افزایش تمرکز و کاهش رقابت صنعت است.

ج) متغیرهای کنترلی

- برای افزایش دقت مدل، متغیرهای کنترلی زیر نیز در مدل لحاظ می‌شوند:
- ✓ اندازه شرکت: لگاریتم طبیعی کل دارایی‌ها
 - ✓ اهرم مالی: نسبت بدهی به کل دارایی‌ها
 - ✓ رشد فروش: درصد تغییر فروش نسبت به سال قبل
 - ✓ نسبت ارزش بازار بر ارزش دفتری حقوق صاحبان سرمایه / ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام / (قیمت پایانی سهم $\times$ تعداد سهام منتشره)
 - ✓ عمر شرکت: تعداد سال‌های فعالیت از زمان پذیرش در بورس

روش تجزیه و تحلیل داده‌ها

برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از آمار توصیفی و استنباطی استفاده می‌شود. در ابتدا شاخص‌های توصیفی متغیرها شامل میانگین، میانه و انحراف معیار محاسبه می‌شود. سپس برای آزمون فرضیه پژوهش از مدل‌های رگرسیونی داده‌های تابلویی استفاده خواهد شد. تحلیل داده‌ها با استفاده از نرم‌افزارهای آماری مانند EViews یا Stata انجام می‌شود.

روش گردآوری داده‌ها

- اطلاعات مورد نیاز پژوهش از منابع مختلف گردآوری شده است:
- ✓ صورت‌های مالی حسابرسی شده شرکت‌ها (منبع: سایت کدال)
 - ✓ داده‌های قیمتی و معاملاتی سهام (منبع: نرم‌افزار ره‌آورد نوین و وب‌سایت بورس تهران)
 - ✓ اطلاعات طبقه صنعتی شرکت‌ها (بر اساس طبقه‌بندی صنایع بورس)
- گردآوری داده‌ها به صورت مستند و از طریق مراجعت به پایگاه‌های رسمی اطلاعاتی انجام گرفته و در نرم‌افزار اکسل سازماندهی شده است.

یافته‌های پژوهش

در این بخش، یافته‌های پژوهش در قالبی منظم و بر پایه نتایج حاصل از تحلیل آماری داده‌ها ارائه می‌شود. ابتدا وضعیت کلی متغیرهای پژوهش با استفاده از شاخص‌های آمار توصیفی بررسی می‌گردد. سپس با بهره‌گیری از آزمون‌های تشخیصی مربوط به داده‌های تابلویی، نوع مناسب مدل برآورد تعیین می‌شود. در ادامه، نتایج حاصل از برآورد مدل رگرسیونی پژوهش برای آزمون فرضیه اصلی ارائه و تفسیر می‌گردد. بدین ترتیب، امکان تحلیل منسجم رابطه بین تمرکز صنعت و به‌موقع بودن سود شرکت‌ها بر مبنای شواهد آماری فراهم می‌شود.

آمار توصیفی متغیرها

آمار توصیفی شامل شاخص‌هایی همچون میانگین، میانه، حداقل، حداکثر و انحراف معیار متغیرهای اصلی پژوهش است. بررسی این شاخص‌ها تصویری اولیه از نحوه توزیع داده‌ها، میزان پراکندگی مشاهدات و ویژگی‌های نمونه آماری در اختیار پژوهشگر قرار می‌دهد و زمینه لازم را برای ارزیابی اولیه کیفیت داده‌ها و امکان‌پذیری آزمون فرضیه‌ها فراهم می‌سازد.

نتایج آمار توصیفی (جدول ۱) نشان می‌دهد که متغیر تمرکز صنعت (HHI) از پراکندگی قابل توجهی در میان صنایع مختلف برخوردار است. این امر بیانگر آن است که ساختار رقابتی صنایع مختلف پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران یکسان نبوده و تفاوت‌های معناداری در سطح تمرکز میان آن‌ها وجود دارد. همچنین، متغیر به‌موقع بودن سود (TIMELINESS) نیز در میان شرکت‌ها از تغییرات محسوس برخوردار است که می‌تواند متأثر از تفاوت در ویژگی‌های درون‌شرکتی و شرایط حاکم بر صنعت باشد.

به طور کلی، پراکندگی قابل قبول متغیرهای پژوهش نشان می‌دهد که داده‌ها برای آزمون فرضیه اصلی پژوهش مناسب هستند. انتظار می‌رود شاخص تمرکز صنعت در میان صنایع مختلف دچار نوسان باشد؛ زیرا برخی صنایع دارای ساختار رقابتی تر و برخی دیگر دارای ساختار متمرکزترند. افزون بر این، پراکندگی شاخص به‌موقع بودن سود حاکی از آن است که شرکت‌ها از نظر سرعت انعکاس اخبار اقتصادی در سود گزارش شده با یکدیگر تفاوت دارند.

جدول (۱): آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

انحراف معیار	میانگین	حداکثر	حداقل	تعداد داده	نماد	متغیر
۰/۳۶	۰/۷۲	۴/۵۱	۰/۰۵۸	۶۳۰	ETIM	به‌موقع بودن سود
۰/۰۷۳	۰/۰۷۸	۰/۲۷	۰/۰۰۱	۶۳۰	HHI	تمرکز صنعت
۰/۶۶	۵/۶۸	۸/۴۸	۴/۲۴	۶۳۰	SIZE	اندازه شرکت
۰/۳۸	۰/۳۸	۲/۲۸	۱/۲۱	۶۳۰	LEV	اهرم مالی
۲/۷۵	۳/۸۱	۴/۱۰	۱/۴۷	۶۳۰	GROWTH	رشد فروش
۶/۳۵	۴/۱۳	۷۸/۱۷۵	۴/۱۲	۶۳۰	MTB	نسبت ارزش بازار بر ارزش دفتری حقوق صاحبان سرمایه

انتخاب نوع مدل برآورد

پس از بررسی ویژگی‌های توصیفی داده‌ها، گام بعدی تعیین نوع مناسب مدل برای برآورد رابطه بین متغیرهاست. با توجه به ماهیت داده‌ها که در قالب داده‌های ترکیبی شرکت-سال گردآوری شده‌اند، استفاده از الگوهای داده‌های تابلویی (پنل دیتا) می‌تواند برآورد دقیق‌تری از روابط بین متغیرها فراهم سازد.

برای این منظور، ابتدا آزمون F لیمر برای تشخیص برتری مدل داده‌های تابلویی نسبت به مدل تلفیقی اجرا شد. نتایج آزمون نشان داد که بر اساس مقدار احتمال آماره F، استفاده از روش داده‌های تابلویی نسبت به روش تلفیقی مناسب‌تر است؛ زیرا سطح معناداری آزمون در محدوده‌ای قرار دارد که فرض همگنی مقاطع رد می‌شود. به عبارت دیگر، تفاوت‌های مقطعی بین شرکت‌ها به اندازه‌ای است که نمی‌توان از مدل تلفیقی استفاده کرد.

در گام بعد، جهت انتخاب بین مدل اثرات ثابت و اثرات تصادفی، آزمون هاسمن به کار گرفته شد. نتایج آزمون هاسمن نشان می‌دهد که فرضیه اثرات ثابت رد شده و فرضیه اثرات تصادفی پذیرفته می‌شود. بر این اساس، مدل مناسب برای آزمون فرضیه اصلی پژوهش، مدل داده‌های تابلویی با اثرات تصادفی است.

با انتخاب مدل اثرات تصادفی، زمینه برای برآورد رابطه بین تمرکز صنعت و به‌موقع بودن سود فراهم شد. در متن فایل تصریح شده است که نتایج حاصل از برآورد مدل نشان می‌دهد بین متغیر وابسته (به‌موقع بودن سود) و متغیر مستقل اصلی یعنی سطح تمرکز صنعت، رابطه‌ای معنادار وجود دارد. مقدار احتمال این رابطه برابر با ۰/۰۳ گزارش شده است که در سطح اطمینان ۹۵ درصد معنادار تلقی می‌شود. بر این اساس، در صورت استفاده از معیار به‌موقع بودن سود برای اندازه‌گیری کیفیت سود، فرضیه اصلی پژوهش تأیید می‌گردد.

جدول (۲): نتایج آزمون انتخاب نوع مدل برآورد

تصمیم	نتیجه کیفی گزارش شده در فایل	هدف آزمون	آزمون
استفاده از داده‌های تابلویی	معنادار	تشخیص برتری پانل نسبت به تلفیقی	F لیمر
انتخاب اثرات تصادفی	نامعنادار	انتخاب بین اثرات ثابت و تصادفی	هاسمن

نتایج آزمون فرضیه پژوهش

فرضیه اصلی پژوهش به بررسی رابطه بین تمرکز صنعت و به‌موقع بودن سود می‌پردازد. بدین منظور، مدل رگرسیونی زیر برآورد شده است:

$$TIMELINESS_{it} = \beta_0 + \beta_1 HHI_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 LEV_{it} + \beta_4 GROWTH_{it} + \beta_5 MTB_{it} + \varepsilon_{it}$$

که در آن، متغیر وابسته TIMELINESS شاخص به‌موقع بودن سود است و متغیر HHI نمایانگر سطح تمرکز صنعت می‌باشد و سایر متغیرها شامل اندازه شرکت، اهرم مالی، رشد فروش یا دارایی‌ها و نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام، متغیرهای کنترلی مدل هستند.

به‌موقع بودن سود به‌عنوان یکی از شاخص‌های مهم کیفیت سود در ادبیات حسابداری شناخته می‌شود و میزان سرعت انعکاس اخبار اقتصادی در سود حسابداری را نشان می‌دهد (باسو، ۱۹۹۷؛ بال و شیواکومار، ۲۰۰۵). نتایج حاصل از برآورد مدل در جدول ۳ ارائه شده است.

جدول (۳): نتایج برآورد مدل رگرسیونی پژوهش

F	R2	Cons	MB	GROWTH	LEV	Size	Icon	احتمال آزمون هاسمن	احتمال آزمون F لیمر	نماد	متغیر
				رشد فروش	اهرم	اندازه	تمرکز صنعت				

به موقع بودن سود	ETim	۰/۰۰۰	۰/۷۷	۲/۹۸ ۰/۰۰۳	۰/۰۰	۰/۰۰	۰/۴۶۴	۰/۱۷۸	۰/۰۰۰	۰/۳۸	۰/۰۰۰
		تابلویی	اثرات تصادفی	معنی دار	معنی دار	معنی دار	بی معنی	بی معنی	معنی دار	-	معنی دار

یافته‌های حاصل از جدول ۳ نشان می‌دهد که ضریب متغیر تمرکز صنعت (HHI) از نظر آماری معنادار است. این نتیجه بیانگر آن است که سطح تمرکز صنعت می‌تواند بر میزان به‌موقع بودن سود شرکت‌ها تأثیرگذار باشد. به عبارت دیگر، تغییر در ساختار رقابت صنعت می‌تواند نحوه و سرعت انعکاس اطلاعات اقتصادی در سود حسابداری شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار دهد؛ امری که با دیدگاه‌های مطرح در حوزه رقابت بازار محصول و انگیزه‌های مدیریتی سازگار است (کارونا، ۲۰۰۷؛ پورتر، ۲۰۰۸).

بر این اساس، نتایج پژوهش نشان می‌دهد که ساختار بازار محصول یکی از عوامل مؤثر بر کیفیت گزارشگری مالی شرکت‌ها محسوب می‌شود و می‌تواند بر یکی از ابعاد مهم کیفیت سود، یعنی به‌موقع بودن سود، اثر بگذارد (شلیفر و ویشنی، ۱۹۹۷؛ هاو و رابینسون، ۲۰۰۶؛ دیچو و همکاران، ۲۰۱۰). در حوزه کیفیت سود، دیچو و همکاران (۲۰۱۰)، تأکید می‌کنند که کیفیت سود مفهومی چندبعدی است و ویژگی‌هایی نظیر پایداری، قابلیت پیش‌بینی و به‌موقع بودن اطلاعات را در بر می‌گیرد. از این منظر، یافته پژوهش حاضر را می‌توان شاهدی بر آن دانست که ویژگی‌های ساختاری محیط فعالیت شرکت، از جمله تمرکز صنعت، بر یکی از ابعاد مهم کیفیت سود اثرگذار است. همچنین، پورتر (۲۰۰۸)، در چارچوب نیروهای رقابتی صنعت بیان می‌کند که ساختار رقابت می‌تواند بر تصمیمات راهبردی و عملکرد شرکت‌ها اثر معنادار داشته باشد. اگرچه پورتر به‌طور مستقیم بر گزارشگری مالی تمرکز ندارد، اما نتایج پژوهش حاضر نشان می‌دهد که پیامدهای ساختار صنعت می‌تواند به حوزه گزارشگری مالی نیز تسری یابد.

بحث، نتیجه‌گیری

هدف اصلی این پژوهش بررسی تأثیر تمرکز صنعت بر به‌موقع بودن سود در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران بود. نتایج حاصل از آزمون فرضیه پژوهش نشان داد که تمرکز صنعت با به‌موقع بودن سود رابطه معناداری دارد. این یافته نشان می‌دهد که ساختار بازار محصول و میزان رقابت میان شرکت‌ها می‌تواند بر نحوه و زمان انعکاس اطلاعات اقتصادی در سود حسابداری اثرگذار باشد. به عبارت دیگر، شرایط رقابتی بازار محصول قادر است انگیزه‌ها و رفتار گزارشگری مالی شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار دهد.

نتایج این پژوهش با بخش قابل توجهی از مطالعات پیشین همسو است. برای مثال، کیم و لیم (۲۰۱۶)، نشان دادند که ساختار رقابتی بازار محصول می‌تواند بر سرعت انتشار اطلاعات مالی اثر بگذارد و در صنایعی که رقابت شدیدتر است، شرکت‌ها تمایل دارند اطلاعات مالی را سریع‌تر و شفاف‌تر گزارش کنند. همچنین، یافته‌های رحمان و همکاران (۲۰۲۰)، نشان می‌دهد که رقابت در بازار محصول می‌تواند به بهبود کیفیت گزارشگری مالی و افزایش به‌موقع بودن سود منجر شود؛ زیرا مدیران برای حفظ اعتماد سرمایه‌گذاران و جایگاه رقابتی خود ناگزیر به ارائه اطلاعات به‌موقع و قابل اتکا هستند.

از سوی دیگر، نتایج پژوهش حاضر را می‌توان در چارچوب دیدگاه مطرح‌شده توسط علی و همکاران (۲۰۱۸)، نیز تبیین کرد. این پژوهشگران بیان می‌کنند که در صنایع با تمرکز بالا، شرکت‌ها ممکن است به دلیل برخورداری از قدرت بازار و مزیت اطلاعاتی، تمایل کمتری به افشای سریع اطلاعات داشته باشند. در چنین شرایطی، ساختار بازار محصول می‌تواند

انگیزه‌های مدیران برای افشای اطلاعات را تغییر دهد. همچنین کانگ و همکاران (۲۰۱۹)، نشان دادند که در صنایع با تمرکز بالا، سطح افشای داوطلبانه اطلاعات کاهش می‌یابد؛ زیرا شرکت‌ها ممکن است از انتشار اطلاعاتی که احتمالاً مزیت رقابتی آن‌ها را کاهش می‌دهد، اجتناب کنند.

یافته‌های پژوهش حاضر با نتایج برخی مطالعات داخلی نیز همخوانی دارد. برای نمونه، احمدوند (۱۴۰۰)، در بررسی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس تهران گزارش کرد که تمرکز صنعت یکی از عوامل مؤثر بر ویژگی‌های سود و رفتار گزارشگری مالی شرکت‌ها محسوب می‌شود. همچنین نصیری و مهدوی (۱۴۰۲)، نشان دادند که ساختار بازار محصول می‌تواند بر کیفیت گزارشگری مالی شرکت‌ها تأثیرگذار باشد.

به طور کلی، یافته‌های پژوهش حاضر نشان می‌دهد که ساختار بازار محصول و میزان تمرکز صنعت می‌تواند نقش تعیین‌کننده‌ای در نحوه رفتار گزارشگری مالی شرکت‌ها داشته باشد. بررسی تأثیر تمرکز صنعت بر به موقع بودن سود نشان داد که ویژگی‌های رقابتی محیط کسب‌وکار به طور مستقیم بر سرعت انعکاس اطلاعات اقتصادی در سود حسابداری اثر می‌گذارد و می‌تواند انگیزه‌های مدیران را در افشا یا تأخیر در افشای اطلاعات مالی شکل دهد. این نتایج تأکید می‌کند که تحلیل ویژگی‌های صنعت در کنار شاخص‌های مالی، برای ارزیابی کیفیت سود ضروری است و می‌تواند درک دقیق‌تری از رفتار گزارشگری شرکت‌ها فراهم کند. در مجموع، پژوهش حاضر با ارائه شواهد تجربی از بازار سرمایه ایران، بر اهمیت در نظر گرفتن شرایط رقابتی صنعت در تحلیل کیفیت سود تأکید می‌کند و زمینه‌ای فراهم می‌سازد تا تحقیقات آینده با تمرکز بر سایر ویژگی‌های بازار محصول، درک جامع‌تری از نقش ساختار صنعت در کیفیت گزارشگری مالی ارائه دهند.

پیشنهادهات

با توجه به نتایج حاصل از پژوهش حاضر، پیشنهادهای زیر ارائه می‌شود:

الف) پیشنهادهای کاربردی

- ✓ برای سرمایه‌گذاران و تحلیل‌گران مالی: توصیه می‌شود در ارزیابی کیفیت سود و تصمیم‌گیری‌های سرمایه‌گذاری، به ساختار صنعت و میزان تمرکز آن توجه ویژه داشته باشند؛ زیرا نتایج پژوهش نشان می‌دهد که تمرکز صنعت می‌تواند بر به موقع بودن سود و رفتار گزارشگری مالی شرکت‌ها اثرگذار باشد.
- ✓ برای مدیران شرکت‌ها: پیشنهاد می‌شود با افزایش شفافیت و بهبود کیفیت گزارشگری مالی، اعتماد سرمایه‌گذاران را تقویت کنند؛ به‌ویژه در صنایعی که تمرکز بالا وجود دارد و احتمال تأخیر در افشای اطلاعات بیشتر است. اتخاذ رویه‌های افشای به موقع می‌تواند به کاهش عدم اطمینان سرمایه‌گذاران و کاهش هزینه سرمایه منجر شود.
- ✓ برای نهادهای ناظر (سازمان بورس و سایر نهادهای تنظیم‌گر): توصیه می‌شود در ارزیابی کیفیت گزارشگری مالی شرکت‌ها، علاوه بر شاخص‌های مالی، به ویژگی‌های ساختاری صنعت نیز توجه کنند و با تقویت الزامات افشای اطلاعات و اعمال سازوکارهای نظارتی کارآمد، زمینه شفافیت بیشتر در بازار سرمایه را فراهم سازند.

ب) پیشنهادهای پژوهشی

- با توجه به یافته‌های این پژوهش در خصوص رابطه بین تمرکز صنعت و به موقع بودن سود، پیشنهادهای زیر برای جهت‌دهی به تحقیقات آتی ارائه می‌شود:
- ✓ گسترش دامنه زمانی و مکانی پژوهش مناسب است در پژوهش‌های آتی، مطالعه حاضر در دوره‌های زمانی طولانی‌تر و با افق زمانی متفاوت تکرار شود تا پایداری و ثبات رابطه مشاهده‌شده بین تمرکز صنعت و به موقع بودن

سود در افق‌های زمانی مختلف آزمون گردد. همچنین انجام تحقیقات مشابه در سایر بازارهای سرمایه منطقه‌ای و بین‌المللی، به‌ویژه بازارهایی با ساختار نهادی و سطح رقابت متفاوت، می‌تواند امکان مقایسه نتایج و تعمیم‌پذیری بیشتر شواهد مربوط به نقش ساختار بازار محصول بر کیفیت گزارشگری مالی را فراهم سازد.

✓ بررسی سایر ابعاد کیفیت سود در ارتباط با تمرکز صنعت: در این پژوهش، تمرکز بر به‌موقع بودن سود به‌عنوان یکی از ابعاد کیفیت سود بوده است. پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آینده، علاوه بر به‌موقع بودن، سایر ابعاد کیفیت سود از جمله پایداری سود، قابلیت پیش‌بینی سود، محافظه‌کاری مشروط و محافظه‌کاری اختیاری، و نیز کیفیت اقلام تعهدی را در ارتباط با تمرکز صنعت و سایر شاخص‌های ساختار بازار محصول مورد بررسی قرار دهند. چنین رویکردی می‌تواند تصویری جامع‌تر از تأثیر ویژگی‌های بازار محصول بر کیفیت سود و رفتار گزارشگری مدیریت ارائه کند.

محدودیت‌های پژوهش

همانند اغلب پژوهش‌های تجربی، این مطالعه نیز با محدودیت‌هایی همراه است که می‌تواند بر دامنه تعمیم‌پذیری و دقت نتایج تأثیرگذار باشد. مهم‌ترین این محدودیت‌ها عبارت‌اند از:

✓ محدودیت قلمرو مکانی: قلمرو پژوهش به شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران محدود است؛ بنابراین تعمیم نتایج به سایر شرکت‌ها یا بازارهای مالی با ساختار و مقررات متفاوت باید با احتیاط انجام شود.

✓ محدودیت در سنجش تمرکز صنعت: در این پژوهش اندازه‌گیری تمرکز صنعت بر اساس شاخص‌های استخراج‌شده از اطلاعات مالی شرکت‌ها انجام شده است. محدودیت در دسترسی به داده‌های دقیق بازار محصول (مانند سهم بازار فروش در سطح ریزصنعت) ممکن است بر دقت اندازه‌گیری شاخص تمرکز و در نتیجه بر برآورد رابطه مورد بررسی اثرگذار باشد.

✓ محدودیت در نمونه و دسترسی به داده‌ها: محدودیت‌های زمانی و دشواری دسترسی به داده‌های مالی برخی شرکت‌ها در دوره مورد بررسی موجب حذف تعدادی از شرکت‌ها از نمونه پژوهش شد که ممکن است تا حدودی بر جامعیت و تعمیم‌پذیری یافته‌ها اثر گذاشته باشد.

✓ محدودیت در متغیرهای مورد بررسی: هرچند در این پژوهش تمرکز صنعت به‌عنوان متغیر اصلی و چند متغیر کنترلی در مدل لحاظ شده‌اند، اما احتمال وجود متغیرهای دیگری که می‌تواند بر به‌موقع بودن سود اثرگذار باشند وجود دارد و در این مطالعه مورد بررسی قرار نگرفته‌اند.

✓ با وجود این محدودیت‌ها، تلاش شده است با استفاده از داده‌های معتبر و به‌کارگیری روش‌های آماری مناسب، شواهد قابل اتکایی درباره رابطه بین تمرکز صنعت و به‌موقع بودن سود در بازار سرمایه ایران ارائه شود.

منابع

- ✓ احمدوند، مسعود، (۱۴۰۰)، تمرکز صنعت و ویژگی‌های سود شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس تهران (پایان‌نامه کارشناسی ارشد)، دانشگاه آزاد اسلامی.
- ✓ حسینی، ع، همکاران، (۱۳۹۹)، تمرکز صنعت و تصمیمات گزارشگری مالی، مجله مدیریت مالی، دوره ۱۳، شماره ۱، صص ۴۵-۶۲.
- ✓ صمدی، ع، احمدی، م، (۱۴۰۰)، رابطه تمرکز صنعت با کیفیت سود شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس تهران، فصلنامه پژوهش‌های مالی ایران، دوره ۱۴، شماره ۲، صص ۴۵-۶۰.

- ✓ نصیری، ر، مهدوی، س، (۱۴۰۲)، ساختار بازار محصول و کیفیت گزارشگری مالی، فصلنامه تحقیقات مالی، دوره ۱۵، شماره ۳، صص ۲۱۱-۲۳۰.
- ✓ واتس، ر، ا، زیمرمن، ج، ا، (۱۹۹۰)، نظریه حسابداری: دیدگاه قراردادی (ترجمه عارف‌نژاد)، تهران: سازمان حسابرسی.
- ✓ Ali, A., Klasa, S., & Yeung, E. (2018). Industry concentration and corporate disclosure. *Journal of Accounting and Economics*, 65(2), 263–281.
- ✓ Ball, R., & Shivakumar, L. (2005). Earnings quality in UK private firms: Comparative loss recognition timeliness. *Journal of Accounting and Economics*, 39(1), 83–128.
- ✓ Barth, M. E., Beaver, W. H., & Landsman, W. R. (2001). The relevance of the value relevance literature for financial accounting standard setting. *Journal of Accounting and Economics*, 31(1–3), 77–104.
- ✓ Basu, S. (1997). The conservatism principle and the asymmetric timeliness of earnings. *Journal of Accounting and Economics*, 24, 3–37.
- ✓ Bushman, R., & Piotroski, J. (2016). Financial reporting incentives and timeliness of accounting information. *The Accounting Review*, 91(5), 1–29.
- ✓ Bushman, R., & Smith, A. (2001). Financial accounting information and corporate governance. *Journal of Accounting and Economics*, 32(1–3), 237–333.
- ✓ Claessens, S., Djankov, S., & Lang, L. H. P. (2000). The separation of ownership and control in East Asian corporations. *Journal of Financial Economics*, 58(1–2), 81–112.
- ✓ Dechow, P., Ge, W., & Schrand, C. (2010). Understanding earnings quality: A review of the proxies, their determinants and their consequences. *Journal of Accounting and Economics*, 50(2–3), 344–401.
- ✓ Francis, J., LaFond, R., Olsson, P., & Schipper, K. (2004). Costs of equity and earnings attributes. *The Accounting Review*, 79(4), 967–1010.
- ✓ Howe, J. S., & Robinson, D. T. (2006). Product market competition and financial reporting quality. *Journal of Accounting Research*, 44(3), 587–612.
- ✓ Kang, T., & Kim, Y. (2018). Product market competition and earnings quality: Evidence from emerging markets. *Emerging Markets Finance & Trade*, 54(6), 1272–1289.
- ✓ Kang, T., Kim, Y., & Yoo, S. (2019). Industry competitiveness and voluntary disclosure behavior. *Accounting Horizons*, 33(3), 45–68.
- ✓ Karuna, C. (2007). Industry product market competition and managerial incentives. *Journal of Accounting and Economics*, 43(2–3), 275–297.
- ✓ Kim, J., & Lim, S. (2016). Market competition and the timeliness of earnings announcements. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, 47(1), 135–162.
- ✓ Kim, M., & Kross, W. (2005). The ability of earnings to predict future cash flows has been increasing—Not decreasing. *Journal of Accounting Research*, 43(5), 753–780.
- ✓ Pan, J., Liu, C., & Zhou, T. (2022). Product market structure and accounting conservatism: Evidence from manufacturing firms. *Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics*, 29(4), 511–532.
- ✓ Porter, M. E. (2008). The five competitive forces that shape strategy. *Harvard Business Review*, 86(1), 78–93.
- ✓ Rahman, A., Alam, M., & Akhter, S. (2020). Product market competition and financial reporting quality: Evidence from listed firms in Bangladesh. *International Journal of Accounting and Information Management*, 28(1), 103–121.
- ✓ Zhang, L., Chen, T., & Wu, H. (2024). Industry concentration and earnings timeliness: Evidence from Asian developing economies. *Journal of Applied Accounting Research*, 25(2), 178–194.