

بررسی رابطه میان توانایی مدیریت، رقابت در بازار محصول و ارزش شرکت

میلاذ بیاتی*۱، محمد سیرانی ۲ و حمیدرضا شماخی ۳

۱ کارشناسی ارشد حسابداری، واحد الکترونیکی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

bayatim51@yahoo.com

۲ گروه حسابداری، واحد الکترونیکی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

۳ گروه حسابداری، واحد الکترونیکی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران.

چکیده

محقق با انجام پژوهش حاضر؛ به مطالعه رابطه میان توانایی مدیریت، رقابت در بازار محصول و ارزش شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته است. در به منظور یافتن پاسخ سؤالات طرح شده؛ اطلاعات ۱۱۰ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران که برای یک قلمروی پنج ساله (از ابتدای سال ۱۳۹۲ تا پایان سال ۱۳۹۶) انتخاب شده بودند، استخراج و آزمون‌های آماری لازم بر روی آنان صورت گرفت. یافته‌های پژوهش بیان داشت که میان توانایی مدیریت با رقابت در بازار محصول و ارزش شرکت؛ رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

واژه‌های کلیدی: توانایی مدیریت، رقابت در بازار محصول، ارزش شرکت

مقدمه

ایجاد محیطی مناسب و موثر برای کسانی که برای دستیابی به اهداف سازمان سخت تلاش می کنند. مدیریت یعنی بکار گرفتن هماهنگ علم و هنر در راستای رسیدن به هدف. مدیریت بدون علم و دانایی و بدون هنر و خلاقیت ناقص است. مدیر خوب کسی است که در هر شرایطی و با هر سختی در کسب و کار خود بتواند مدیریت کارکنان و زیردست های خود را در دست داشته باشد. مدیریت یعنی فعالیتی که دارای هدف باشد. علم یعنی دانستن و هنر یعنی توانستن. تصور عمیق ما از آینده خوب و موفق و پیدا کردن راه چاره برای رسیدن به اهداف را مدیریت می نامند. مدیریت به معنای تصمیم گیری برای کاری که قرار است انجام شود می باشد.

هدف اصلی پژوهش حاضر، بررسی رابطه میان توانایی مدیریت، رقابت در بازار محصول و ارزش شرکت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد.

بیان مساله

در جهان پرتلاطم امروزی که سازمان ها و جوامع با تحولات شگرف محیطی و تکنولوژی و به تبع آن، تجارت جهانی^۱ و جهانی شدن رو به رو هستند، توان دستیابی به سطح مطلوب و مورد انتظار از عملکرد، در حاله ای از ابهام فرو رفته است. در این رهگذر، آنچه می تواند حیات بالنده و رو به رشد سازمان ها را تضمین کند، وجود نظام مدیریتی مقتدر و کارآمد است. به عبارت دیگر، در صورت اقتدار و توانمندی رکن مدیریت سازمان است که می توان حسن عملکرد سازمان ها را در شرایط فعلی انتظار داشت. نکته ظریف و قطعی در این است که تا مدیر توانا و کارآمد نباشد، نمی تواند در همکاری و زیردستان خود نفوذ کند. به عبارت دیگر، عدم برخورداری از توانایی های لازم در انجام امور، باعث می شود تا کارکنان با ایجاد روابط غیررسمی سعی در رفع و رجوع کردن امور کنند، افراد از وظایف اصلی خود خارج شوند و با تصمیمات نا به جا به کل سیستم ضربه بزنند. گرینبرگ و بارون^۲ (۱۹۹۷) نیز بیان داشتند که دو توانایی فکری^۳ و فیزیکی^۴ لازمه کار مدیران است. به اعتقاد آن ها، توانایی های فکری می تواند شامل مواردی چون انواع هوش، انواع حافظه، سرعت ادراکی، استعداد عددی و تجسم فضایی باشد. همچنین توانایی فیزیکی می تواند مواردی مانند نیروی بدنی و انعطاف پذیری جسمی را در بر گیرد. به نظر آن ها، اهمیت توجه به توانایی های فیزیکی صرفاً محدود به مشاغل مانند خط تولید، کارهای ساختمانی و غیره نیست بلکه لازمه تمام مشاغل است (آندرو و همکاران^۵، ۲۰۱۳). در نظریه های اقتصاد از واژه رقابت به عنوان ساختار و سازمان ویژه ای از بازار یاد می شود. اقتصاددانان کلاسیک معتقدند که بهترین مکانیسم هماهنگی و تخصیص منابع، نظام بازار و یا به عبارت دیگر، بازار رقابتی است (مارشال، ۲۰۱۶). ساختار بازار که معرف خصوصیات سازمانی بازار است، طیفی از رقابت کامل تا انحصار کامل را در بر می گیرد. منظور از رقابتی بودن بازار محصول این است که شرکت های مختلف در تولید و فروش کالا، رقابت تنگاتنگی دارند و کالاهای آنها نسبت به دیگری برتری چندانی ندارد. به عبارت دیگر، رقابت پذیر بودن بدین معنی است که شرکت نتوانسته است شیوه تولیدی اتخاذ نماید که کالاهای باکیفیت تری تولید کند یا کالاهای تولیدی خود را با قیمتی پایین تر از سایر رقبا عرضه کند و در نتیجه بازار فروش را در قبضه خود بگیرد (انواری رستمی و همکاران، ۱۳۹۲؛ ابراهیمی، ۱۳۹۰). طراحی سیاست های ارتقا مستلزم توافق در خصوص مفهوم رقابت می باشد. شاید بسیاری از اقتصاددانان در خصوص نتیجه و محصول رقابت هم عقیده باشند، اما مسلماً در مفهوم رقابت و چگونگی تحقق شرایط رقابتی اختلاف نظر دارند. نظریه رقابت نئوکلاسیک اگر چه در ابتدا از مقبولیت برخوردار شد، اما در ادامه، از سوی بسیاری از اقتصاددانان مورد انتقاد شدید قرار گرفت. نظریه نئوکلاسیک، رقابت را یک وضع ویژه و تعادلی می پندارند و شرایطی رقابتی را بر حسب تعداد رقبا، همگنی کالا و شباهت بنگاه ها تعریف می کند، در حالی که منتقدین این نظریه معتقدند که رقابت یک فرآیند پویا است که طی آن بنگاه ها با ایجاد تمایز بین خود و سایر رقبا درصدد کسب مزیت سهم

1 Global Trade

2 Grinberg & Barrone

3 Intellectual Ability

4 Physical Ability

5 Andreou et al

بازار بیشتر می‌باشند. مخالفین دیدگاه نئوکلاسیک معتقدند که رقابت فرآیندی است برای پیدا کردن بهترین رفتار و برترین عملکرد. در نظریه نئوکلاسیک، رقابت بر اساس توصیفی از ساختار بازار و صنعت معرفی می‌شود. در نظریه فرآیندی رقابت، ویژگی بنگاه‌ها به عنوان عامل اصلی در شکل‌گیری مبارزه و رقابت بین بنگاه‌ها و نتیجه رقابت مورد توجه می‌باشد و اساساً تفاوت بین بنگاه‌ها در زمینه‌های مختلف مانند رفتار و عملکرد است که نهایتاً منجر به شکل‌گیری ساختار می‌شود (معصومی نیا، ۱۳۹۳). بدیهی است در صورتی که واحد تجاری نتواند عملیات خود را همگام با سایر رقبا، بسط و توسعه دهد، از صحنه رقابت حذف شده و با شکست مواجه خواهد شد. به منظور عدم مواجه شدن با چنین مشکلاتی، مدیران می‌بایست ضمن بررسی وضعیت بازار، تهمیدات لازم برای کسب دیگر مزیت‌های رقابتی، اعم از توانایی‌های فردی را فراهم آورند. واضح است هر چه مدیران از این حیث قوی‌تر باشند، بهتر می‌توانند کنترل واحد تجاری خود را در دست گرفته و فعالیت‌های تجاری را به پیش برند (شیخ و همکاران، ۲۰۱۸). از این رو در پژوهش انتظار می‌رود که توانایی مدیریت بتواند بر رقابت در بازار محصول و ارزش شرکت تأثیر مثبتی داشته باشد.

پیشینه پژوهش

مطالعات داخلی

قاسمی و همکاران (۱۳۹۷) به بررسی توانایی مدیریت و معیارهای سنجش کیفیت سود (با تمرکز بر ارائه مجدد، پایداری و کیفیت اقلام تعهدی سود) پرداختند. تجزیه و تحلیل حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش نشان داد که توانایی مدیریت بر ارائه مجدد سود، تأثیر منفی و معنادار و بر پایداری و کیفیت اقلام تعهدی سود، تأثیر مثبت و معناداری دارد.

پیری و همکاران (۱۳۹۶) به بررسی تأثیر توانایی مدیریت بر کیفیت گزارشگری مالی در طول چرخه عمر شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج به‌دست آمده از آزمون فرضیه‌های پژوهش نشان داد که در دوره رشد، توانایی مدیریتی تأثیر مستقیم معناداری بر روی کیفیت گزارشگری مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران دارد. در عین حال، نتایج نشان داد که در دوره بلوغ و افول، توانایی‌های مدیریتی شرکت‌ها نمی‌تواند به افزایش کیفیت گزارشگری این شرکت‌ها منجر گردد. همچنین، نتایج نشان‌دهنده تأثیر مستقیم اندازه شرکت، حاشیه سود و صداقت مدیریت و تأثیر غیرمستقیم اهرم مالی بر کیفیت گزارشگری مالی شرکت‌ها بود.

صیادی سومار (۱۳۹۵) به بررسی تأثیر توانایی مدیریت بر تجدید ارائه صورت‌های مالی شرکت‌ها؛ با تأکید بر انگیزه‌های تجدید ارائه پرداخت. نتایج پژوهش حکایت از آن داشت که، فقط هنگامی بین توانایی مدیریت با تجدید ارائه صورت‌های مالی رابطه معناداری وجود دارد که نوع رفتار، فرصت‌طلبانه باشد و در انواع مختلف رفتار غیر فرصت‌طلبانه (غیر فرصت‌طلبانه افزایشی و غیر فرصت‌طلبانه کاهش) رابطه معنی‌داری وجود ندارد.

رضایی‌نژاد و همکاران (۱۳۹۴) به بررسی تأثیر توانایی مدیریت بر کیفیت سود: بررسی موردی بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج حاصل از این پژوهش، نشان داد که با استفاده از سه معیار محاسبه کیفیت سود، توانایی مدیریت بر کیفیت سود، اثرگذار می‌باشد؛ بدین صورت که مدیران تواناتر، سودهای با کیفیت بالاتری گزارش می‌دهند.

تاجیکی (۱۳۹۳) در پژوهشی به بررسی رابطه بین راهبری شرکت و رقابت بازار محصول با مدیریت وجه پرداخت. یافته‌های پژوهش وی نشان می‌دهد که درصد مالکیت نهادی و درصد اعضای غیرموظف هیأت مدیره رابطه مثبت و معناداری با سطح نگهداشت وجه نقد، پس از عرضه اولیه دارند، همچنین بین رقابت بازار محصول با سطح نگهداشت وجه نقد پس از عرضه اولیه رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، اما بین دوگانگی مسئولیت مدیرعامل با سطح نگهداشت وجه نقد پس از عرضه اولیه رابطه معناداری وجود ندارد.

قنواتی (۱۳۹۳) در پژوهش خود به بررسی رابطه رقابت در بازار محصول با کیفیت افشا و کیفیت سود پرداخت. نتایج پژوهش بیانگر آن است که بین رقابت بالفعل و کیفیت افشا رابطه منفی و معناداری وجود دارد؛ در حالی که رابطه بین رقابت بالقوه و

کیفیت افشا، مثبت و معنادار می‌باشد. همچنین رقابت بالفعل در کل رابطه معناداری با کیفیت سود ندارد؛ اما رقابت بالقوه رابطه مثبت و معناداری با کیفیت سود صنایع مورد بررسی دارد.

خدارحمی پور و بزرای (۱۳۹۲) در پژوهشی به بررسی تأثیر ساختار هیئت مدیره روی کیفیت افشا و تأثیری که رقابتی بودن بازار می‌تواند بر این رابطه داشته باشد، پرداختند. نتایج این پژوهش حاکی از آن است که بین اندازه هیئت مدیره و کیفیت افشا رابطه منفی و معناداری وجود دارد؛ درحالی‌که بین استقلال هیئت مدیره و کیفیت افشا رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

مطالعات خارجی

شیخ و همکاران^۷ (۲۰۱۸) به بررسی رابطه میان توانایی مدیریت، رقابت در بازار محصول و ارزش شرکت پرداختند. آنان دریافتند که رابطه میان توانایی مدیریت، رقابت در بازار محصول و ارزش شرکت؛ مثبت و معنادار است.

ژی و همکاران^۸ (۲۰۱۷) به بررسی ارتباط میان توانایی مدیریت، ارتباطات سیاسی و گزارشات متقلبانه پرداختند. آنان دریافتند که در واحدهای تجاری با مدیریت تواناتر؛ زمینه‌های کمتری برای ارائه گزارشات متقلبانه وجود دارد.

دمرجیان و همکاران^۹ (۲۰۱۶) در پژوهش خود به بررسی کمی کردن توانایی مدیریت، برای نخستین بار اقدام به طراحی الگویی نمودند که با استفاده از متغیرهای حسابداری، توانایی مدیریت را بصورت کمی اندازه‌گیری می‌کند. آنان از الگوی تحلیل پوششی داده‌ها برای اندازه‌گیری کارایی شرکت استفاده کرده و در مرحله بعد، با استفاده از رگرسیون خطی چند متغیره و کنترل ویژگی ذاتی شرکت، اقدام به تفکیک توانایی مدیریت و کارایی ذاتی شرکت نمودند.

بیسلی^{۱۰} (۲۰۱۵) به بررسی ارتباط میان ترکیب هیأت مدیره و گزارشات متقلبانه پرداخت. یافته‌ها حاکی از این امر بود که هر چه استقلال هیأت مدیره بیشتر گردد؛ میزان ارائه گزارشات متقلبانه کمتر می‌گردد.

دمرجیان و همکاران (۲۰۱۵) رابطه بین توانایی مدیریت و کیفیت سود را طی دوره زمانی ۲۰۰۷-۱۹۸۹ در آمریکا بررسی کردند. آنها دریافتند که کیفیت سود به طور کلی با توانایی مدیریت رابطه‌ای مثبت دارد.

سلارکا^{۱۱} (۲۰۱۲) در بررسی شرکت‌های بورسی هندوستان به این نتیجه رسید که تأکید بر رقابت در بازار محصول، لزوماً منجر به ارتقای سطح نظام راهبری شرکتی نخواهد شد.

چو و همکاران^{۱۲} (۲۰۱۱) در پژوهش خود به این نتیجه رسیدند که شرکت‌های فعال در صنایع رقابتی، دارای ساختار راهبری شرکتی ضعیف‌تری هستند.

گانی و همکاران^{۱۳} (۲۰۱۱) به بررسی رابطه بین رقابت در بازار محصول و شیوه‌های تأمین مالی شرکت‌های بورسی چین پرداخت. وی در پژوهش خود به این نتیجه رسید که رابطه بین رقابت و شیوه‌های تأمین مالی غیر خطی بوده و به سه عامل نوع صنعت، اندازه شرکت و موقعیت‌های رشد شرکت بستگی دارد.

فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اول: میان توانایی مدیریت و رقابت در بازار محصول؛ رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

فرضیه دوم: میان توانایی مدیریت و ارزش شرکت؛ رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

مدل تحلیلی پژوهش

به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش از روابط زیر استفاده خواهد شد.

$$COM_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 Power\ index_{i,t} + \sum \beta_j Control\ Variables_{i,t} +$$

7 Sheykh et al

8 Zhi et al

9 Demerjian et al

10 Beasley

11 Selarka

12 Chou et al

13 Guney et al

$$Value_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 Power\ index_{i,t} + \sum \beta_j Control\ Variables_{i,t} + \epsilon$$

۳-۶ متغیرهای پژوهش و شیوه ارزیابی آنان

متغیر مستقل

توانایی مدیریت (POWER)

پژوهش حاضر دارای یک متغیر مستقل یعنی توانایی مدیریت است. همان‌گونه که پیش‌تر بیان شد، مدیریت باید توانایی استفاده بهینه از منابع شرکت را داشته و از این منابع در جهت افزایش بازده استفاده نماید. لذا، این اندازه از طریق محاسبه کارایی منابع شرکت حاصل می‌شود. برای اندازه‌گیری توانایی مدیریت، از الگوی دمرجیان و همکاران (۲۰۱۲) استفاده می‌شود. در مدل مذکور، با استفاده از کارایی شرکت، بعنوان متغیر وابسته و کنترل ویژگی‌های ذاتی شرکت، توانایی مدیریت محاسبه خواهد شد. دمرجیان و همکاران (۲۰۱۲)، برای اندازه‌گیری کارایی شرکت، از الگوی تحلیل پوششی داده‌ها استفاده کردند که بر اساس آن، درآمد حاصل از فروش بعنوان خروجی و متغیرهای بهای تمام شده کالای فروش رفته، هزینه‌های عمومی، اداری و فروش، خالص اموال، ماشین‌آلات و تجهیزات، هزینه‌های جاری، هزینه‌های تحقیق و توسعه، سرقفلی و دارایی‌های نامشهود، بعنوان ورودی در نظر گرفته شده‌اند که به مقدار زیادی، حق انتخاب مدیریت در دستیابی به درآمد مورد نظر را پوشش می‌دهند.

$$MAX V = \frac{S}{COGS + SG\&A + R\&D + NETPPE + OPL\&A + IA + GoodWill}$$

که در آن S: فروش، COGS: بهای تمام شده کالای فروش رفته، SG&A: هزینه‌های عمومی، فروش و اداری، NET PPE: خالص دارایی‌های ثابت، R&D: هزینه‌های تحقیق و توسعه، OPL&A: اجاره‌های عملیاتی، IA: دارایی‌های نامشهود، Goodwill: سرقفلی می‌باشد.

هدف از محاسبه کارایی شرکت، اندازه‌گیری توانایی مدیریت می‌باشد و از آنجایی که در محاسبات مربوط به کارایی (الگوی ۱)، ویژگی‌های ذاتی شرکت نیز دخالت دارد، نمی‌توان توانایی مدیریت را به درستی اندازه‌گیری نمود. دمرجیان و همکاران (۲۰۱۲) به منظور کنترل ویژگی‌های ذاتی شرکت در الگوی ارائه شده، کارایی شرکت را به دو بخش جداگانه، یعنی کارایی بر اساس ویژگی‌های ذاتی شرکت و توانایی مدیریت تقسیم نموده‌اند. آنان این کار را با استفاده از کنترل پنج ویژگی خاص شرکت شامل اندازه شرکت، سهم بازار از شرکت، جریان نقدی شرکت، عمر پذیرش شرکت در بورس و صادرات انجام دادند. هر کدام از متغیرهای مذکور که ویژگی‌های ذاتی شرکت هستند، می‌توانند به مدیریت کمک نمایند تا تصمیمات بهتری را اتخاذ کرده یا در جهت عکس عمل کرده و توانایی مدیریت را محدود سازند.

$$Firm\ Efficiency = \beta_0 + \beta_1 Size + \beta_2 Market\ Share + \beta_3 Free\ Cash\ Flow\ Indicator + \beta_4 Age + \beta_5 Foreign\ Currency\ Indicator + \epsilon$$

که در آن: Firm Efficiency: کارایی شرکت، Size: اندازه شرکت، Market Share: سهم بازار شرکت t سال که برابر است با نسبت فروش شرکت به فروش صنعت، Free Cash Flow Indicator: افزایش (کاهش) در جریان‌های نقدی عملیاتی شرکت t سال، نسبت به سال قبل می‌باشد که در صورت افزایش در جریان‌های نقدی، امتیاز یک و در صورت کاهش، امتیاز صفر به شرکت تعلق می‌گیرد. Age: عمر شرکت که عبارت است از تفاوت سال‌های پذیرفته شدن شرکت در بورس تا دوره مورد بررسی، Foreign Currency Indicator: صادرات بوده و در صورتی که شرکت، صادرات داشته باشد، امتیاز یک و در غیر این صورت، به شرکت امتیاز صفر تعلق می‌گیرد، ϵ : درصد خطا می‌باشد.

متغیرهای وابسته

رقابت در بازار محصول (COM)

جهت سنجش رقابت در بازار محصول از شاخص لرنر تعدیل شده بشرح رابطه زیر استفاده می‌گردد:

$$LI_{LA} = LI_i - \sum_{t=1}^i \omega_i LI_i$$

که در رابطه مذکور:

LI IA نشان دهنده شاخص لرنر تعدیل شده بر مبنای صنعت، LI_i : شاخص لرنر شرکت i و ω_i : نشان دهنده نسبت فروش شرکت i به کل فروش صنعت است.

ارزش شرکت (VALUE)

به منظور سنجش ارزش شرکت از نسبت کیوتوبین استفاده شده که نسبت مذکور از رابطه زیر قابل محاسبه است:

$$Q_{i,t} = \frac{COMVAL + SBOND + STDEPT}{SRC}$$

که در این رابطه:

Q: نسبت کیوتوبین شرکت i در سال t ، COMVAL: ارزش بازار سهام عادی در پایان سال، SBOND: ارزش دفتری بدهی‌های بلند مدت در پایان سال، STDEPT: ارزش دفتری بدهی‌های کوتاه مدت و SRC: ارزش دفتری دارایی‌های شرکت در پایان سال می‌باشد.

متغیرهای کنترلی

اندازه شرکت (FIRMSIZE)

اندازه شرکت عبارت است از لگاریتم مجموع دارایی‌های شرکت در پایان سال.

اهرم مالی (DEPT)

در پژوهش حاضر، اهرم مالی از رابطه زیر بدست می‌آید.

$$LEV = \frac{\text{کل بدهی‌ها}}{\text{کل دارایی‌ها}}$$

فرصت‌های سودآوری (PROF)

برای سنجش فرصت‌های سودآوری، از نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری استفاده شده است. این نسبت از رابطه زیر محاسبه می‌گردد:

$$PROF = \frac{\text{ارزش بازار حقوق صاحبان سهام}}{\text{ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام}}$$

روش‌شناسی پژوهش

روش پژوهش حاضر از نوع توصیفی-همبستگی است که طرح آن از نوع تجربی و با استفاده از رویکرد پس‌رویدادی است. به منظور آزمون فرضیه‌های پژوهش، از رگرسیون خطی چند متغیره که مبتنی بر داده‌های پانل و ترکیبی از سری‌های مقطعی و زمانی بوده، استفاده شده است که با استفاده از روش‌های آماری و اقتصادسنجی به بررسی تأثیر متغیر مستقل بر متغیر وابسته می‌پردازد.

روش گردآوری داده‌ها

برای جمع‌آوری اطلاعات از روش کتابخانه‌ای استفاده شده و اطلاعات و داده‌های مورد نیاز جهت اثبات فرضیه‌های پژوهش، از طریق مطالعه صورت‌های مالی شرکت‌های موجود در جامعه آماری گردآوری شده و از صورت‌های مالی مندرج در بانک‌های اطلاعاتی و سایت اینترنتی سازمان بورس اوراق بهادار تهران استخراج شده است و برای تحلیل آنها از نرم افزارهای اس.پی.اس.اس نسخه ۲۲ و ایویوز نسخه ۸ استفاده شده است.

روش‌ها و ابزار تجزیه و تحلیل داده‌ها

• استفاده از آزمون فروض کلاسیک و رگرسیون خطی چند متغیره جهت بررسی تأثیر متغیرهای مستقل بر متغیر وابسته،

- استفاده از روش‌های آمار توصیفی نظیر میانگین، واریانس و چارک جهت توصیف وضعیت عمومی توزیع داده‌های پژوهش،
- استفاده از آزمون‌های آماری رگرسیون، دوربین - واتسون، اف لیمر، هاسمن، اف فیشر، ضریب تعیین و ضریب تعیین تعدیل شده.

جامعه آماری، روش نمونه‌گیری و حجم نمونه

جامعه آماری پژوهش حاضر، با توجه به هدف آن و شرایط اجرای آن، کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار را شامل می‌شود و با توجه به هدف تعمیم پذیری یافته‌های پژوهش به کلیه شرکت‌های بازار بورس ایران، روش نمونه‌گیری مناسب بر مبنای هدفمند و حذف سیستماتیک می‌باشد.

جامعه آماری در این پژوهش، شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران از ابتدای سال ۱۳۹۲ تا پایان سال ۱۳۹۶ به مدت پنج سال می‌باشد. برای دستیابی به نتایج قابل اتکا، شرکت‌هایی که پس از سال ۱۳۹۲ وارد بورس شده یا در طی دوره پژوهش از بورس خارج شده‌اند در جامعه آماری قرار نگرفتند. افزون بر این، برای حصول به نمونه آماری مطلوب از روش حذف سیستماتیک استفاده شده است. لذا، جامعه آماری با استفاده از شرایط و محدودیت‌های زیر تعدیل شده است:

۴۹۸	کل شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران از ابتدا تا پایان سال ۱۳۹۶
۸۱	شرکت‌هایی که سال مالی آنها منتهی به پایان اسفند ماه هر سال نمی‌باشد.
۷۶	شرکت‌هایی که عضویت پنج ساله خود را در بورس حفظ ننموده‌اند.
۸۰	شرکت‌هایی که اطلاعات مالی آنها برای سنجش متغیرها کافی نبوده است.
۷۴	شرکت‌هایی که در دوره مورد بررسی، سال مالی خود را تغییر داده‌اند.
۷۷	شرکت‌هایی که جزو بانک‌ها و موسسات اعتباری، واسطه‌گری، بیمه و هلدینگ بوده‌اند.
(۳۸۸)	کل شرکت‌هایی که فاقد شرایط نمونه‌گیری بودند.
۱۱۰	نمونه آماری

یافته‌های پژوهش

بررسی آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

آمار توصیفی متغیرهای پژوهش در نگاره زیر نشان داده شده است.

آمار توصیفی متغیرهای پژوهش در دوره مورد بررسی

مشاهدات	کشیدگی	چولگی	انحراف معیار	کمترین	بیشترین	میانه	میانگین	متغیر
۵۵۰	۲.۵۹۸	-۰.۶۲۷	۰.۲۳۸	۰.۳۰۹	۰.۸۸۸	۰.۶۶۱	۰.۶۳۰	DEPT
۵۵۰	۲.۲۷۱	۱.۴۵۴	۴.۳۱۵	۱.۰۷۵	۵.۷۲۵	۲.۹۳۳	۲.۲۴۱	VALUE
۵۵۰	۴.۲۶۹	۱.۲۳۵	۴.۲۵۶	۱.۲۳۶	۴.۸۰۷	۲.۷۳۳	۲.۷۰۳	PROF
۵۵۰	۴.۱۷۱	۰.۶۰۲	۰.۸۴۷	۱۱.۳۳۳	۲۳.۸۴۶	۱۵.۷۱۰	۱۵.۷۹۵	FIRMSIZE
۵۵۰	۲.۰۹۹	۹.۹۳۲	۳.۲۹۴	-۱.۱۱۰	۳.۸۰۳	۰.۶۲۴	۰.۶۰۵	POWER
۵۵۰	۴.۰۴۰	۱.۰۰۰	۰.۹۲۴	۰.۲۱۰	۰.۸۶۳	۰.۶۴۹	۰.۷۰۵	COM

آزمون نرمال بودن جملات خطای مدل فرضیه‌های پژوهش

پیش فرض آنکه آزمون‌های آماری، نتایج صحیحی را تبیین نمایند، کسب اطمینان از نرمال بودن داده‌ها ضروری می‌باشد. بدین منظور، برای بررسی نرمال بودن داده‌ها از آزمون چارک - برا در محیط نرم افزاری ایویوز استفاده شده است. توزیع آماری آزمون مذکور بصورت زیر است:

جملات خطای مدل فرضیه پژوهش دارای توزیع نرمال است: H_0

جملات خطای مدل فرضیه پژوهش دارای توزیع نرمال نیست: H_1

نتایج آزمون مذکور در نگاره زیر ارائه شده است.

نتایج آزمون نرمال بودن جملات خطای مدل فرضیه‌های پژوهش

مدل	نماد	آماره جارک برا	سطح معنی داری
پسماند مدل فرضیه اول پژوهش	RESIDUAL01	۳۹۷,۲۲۰	۰,۰۷۰
پسماند مدل فرضیه دوم پژوهش	RESIDUAL02	۱۸۹,۴۷۷	۰,۰۷۰

با توجه به آنکه مقدار احتمال آماره جارک - برا، بیشتر از سطح خطای ۵٪ می‌باشد، می‌توان نتیجه گرفت جملات خطای مدل فرضیه‌های پژوهش، دارای توزیع نرمال است.

۴-۴ بررسی پایایی متغیرهای پژوهش

بدین منظور، از آزمون لوین، لین و چو^{۱۴} استفاده شده و نتایج آزمون مذکور در نگاره زیر نشان داده شده است. توزیع آماری آزمون مذکور بصورت زیر است:

داده‌ها پایا نیستند: H_0

داده‌ها پایا هستند: H_1

نتایج آزمون پایایی متغیرهای پژوهش

نام متغیر	نماد	آماره لوین، لین و چو	احتمال آماره لوین، لین و چو
رقابت در بازار محصول	COM	-۲۵,۹۵۶	۰,۰۰۰۰
ارزش شرکت	VALUE	-۳۵,۱۳۶	۰,۰۰۰۰
توانایی مدیریت	POWER	-۶۵,۳۳۳	۰,۰۰۰۰
اندازه شرکت	FIEMSIZE	-۷۱,۴۹۵	۰,۰۰۰۰
اهرم مالی	DEPT	-۴۵,۲۸۴	۰,۰۰۰۰
فرصت‌های سودآوری	PROF	-۶۶,۷۱۵	۰,۰۰۰۰

بر اساس نتایج بدست آمده، این نتیجه حاصل شد که متغیرهای پژوهش در دوره بررسی، پایا بوده‌اند. زیرا احتمال آماره آزمون لوین، لین و چو در تمامی متغیرها، کمتر از سطح خطای ۵٪ بوده است.

بررسی همخطی میان متغیرهای مستقل و کنترلی پژوهش

نتایج بررسی همخطی میان متغیرهای مستقل و کنترلی پژوهش در نگاره زیر نشان داده شده است. چنانچه تلووانس^{۱۵} کوچکتر از ۰/۲ یا مقدار عامل تورم واریانس^{۱۶} در بازه یک تا پنج قرار نگیرد، در آن صورت می‌توان نتیجه گرفت همخطی محتمل است.

بررسی همخطی میان متغیرهای مستقل و کنترلی پژوهش

آماره‌های همخطی		متغیرهای مستقل و کنترلی	
عامل تورم واریانس	تلوانس	نماد	نام متغیر
۲,۰۶۲	۰,۴۸۵	POWER	توانایی مدیریت
۲,۰۳۷	۰,۴۹۱	FIEMSIZE	اندازه شرکت
۲,۴۸۸	۰,۴۰۲	DEPT	اهرم مالی
۲,۱۸۸	۰,۴۵۷	PROF	فرصت‌های سودآوری

14 Levin, Lin & Chu

15 Tolerance

16 VIF

با توجه به آنکه مقدار تلرانس در همه متغیرها، بیشتر از $0/2$ بوده و مقدار عامل تورم واریانس کمتر از 10 می‌باشد، لذا می‌توان نتیجه گرفت که میان متغیرهای مذکور، همخطی وجود ندارد.

آزمون واریانس ناهمسانی

در پژوهش حاضر، برای تشخیص واریانس ناهمسانی از آزمون وایت^{۱۷} استفاده شده است و نتایج در نگاره زیر بیان شده است. توزیع آماری آزمون مذکور بصورت زیر است:

H_0 : همسانی واریانس:

H_1 : ناهمسانی واریانس:

نتایج بررسی واریانس ناهمسانی

نام آزمون	فرضیه	آماره وایت	درجه آزادی	احتمال آماره وایت
وایت	فرضیه اول	۲,۲۶۹	(۳,۱۵۷)	۰,۰۷۴۱
	فرضیه دوم	۲,۷۰۰	(۳,۲۱۱)	۰,۰۷۱۲

نتایج به دست آمده حاکی از آن است مقدار احتمال آزمون مذکور، بیشتر از سطح خطای $0/05$ است، لذا حاکی از همسانی واریانس بوده و ملاحظه شد که مشکل ناهمسانی واریانس وجود ندارد.

آزمون اف لیمر و هاسمن

قبل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، به انتخاب الگوی رگرسیونی مناسب پرداخته شده است. در مرحله نخست، با استفاده از آزمون اف لیمر، به انتخاب الگوی داده‌های تلفیقی در برابر داده‌های تابلویی پرداخته شده است. فرض‌های مربوط به این آزمون بصورت زیر تبیین می‌گردند:

H_0 : پذیرش داده‌های تلفیقی

H_1 : پذیرش داده‌های تابلویی

نتیجه آزمون مذکور در نگاره زیر نشان داده شده است.

انتخاب الگوی داده‌های تابلویی در مقابل داده‌های تلفیقی در فرضیه‌های پژوهش

نام آزمون	فرضیه	آماره آزمون	درجه آزادی	احتمال آماره آزمون
اف لیمر	فرضیه اول	۱۲,۴۲۴	(۱۲۲,۴۸۵)	۰,۰۰۰۰
	فرضیه دوم	۱۰,۹۷۲	(۱۲۲,۴۸۵)	۰,۰۰۰۰

بر طبق داده‌های نگاره فوق، مقدار احتمال آماره اف لیمر، کمتر از سطح خطای $0/05$ می‌باشد. لذا الگوی مناسب برای فرضیه‌های پژوهش، استفاده از روش داده‌های تابلویی می‌باشد.

به دلیل انتخاب مدل داده‌های تابلویی در برابر داده‌های تلفیقی، به منظور انتخاب الگوی اثرات ثابت در برابر الگوی تصادفی، جهت انجام رگرسیون داده‌های ترکیبی، از آزمون هاسمن استفاده شده است. فرض‌های مربوط به این آزمون بصورت زیر تبیین می‌گردند:

H_0 : استفاده از روش اثرات تصادفی

H_1 : استفاده از روش اثرات ثابت

نتیجه آزمون مذکور در نگاره زیر نشان داده شده است.

انتخاب الگوی اثرات ثابت در مقابل اثرات تصادفی در فرضیه‌های پژوهش

نام آزمون	فرضیه	آماره آزمون	درجه آزادی	احتمال آماره آزمون
هاسمن	فرضیه اول	۳۷,۰۲۴	۷	۰,۰۰۰۰
	فرضیه دوم	۱۱,۶۹۸	۷	۰,۰۰۰۰

همانگونه که مشخص است، مقدار احتمال آماره آزمون هاسمن کمتر از سطح خطای ۵٪ می‌باشد. لذا استفاده از الگوی ثابت در برابر الگوی اثرات تصادفی در فرضیه‌های پژوهش تأیید می‌گردد.

آزمون فرضیه‌های پژوهش

فرضیه اول: میان توانایی مدیریت و رقابت در بازار محصول؛ رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. مدل رگرسیونی اثرات ثابت فرضیه مذکور در نگاره زیر به نمایش گذاشته شده است.

مدل رگرسیونی اثرات ثابت فرضیه اول پژوهش

متغیرها	آماره‌ها	نماد	ضرایب رگرسیونی	مقدار آماره تی	احتمال آماره تی
مقدار ثابت		C	-۲,۸۴۳	-۴,۳۶۴	۰,۰۰۰۰
توانایی مدیریت		POWER	۸,۰۴۷	۲,۵۲۴	۰,۰۱۱۹
اندازه شرکت		FIEMSIZE	۵,۴۵۱	۱۹,۷۵۸	۰,۰۰۰۰
اهرم مالی		DEPT	۹,۰۷۸	۱,۳۳۲	۰,۱۸۳۳
فرصت‌های سودآوری		PROF	۹,۸۹۰	۰,۳۷۲	۰,۷۰۹۴
ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	دوربین واتسون	آماره اف	احتمال آماره اف	
۰,۴۶۹	۰,۴۶۱	۱,۹۸۵	۲۱,۰۰۵	۰,۰۰۰۰	

بر اساس مندرجات نگاره فوق در می‌یابیم که:

میان توانایی مدیریت و رقابت در بازار محصول؛ رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. زیرا ضمن مثبت بودن علامت ضریب رگرسیونی (۸,۰۴۷) سطح معنی‌داری آن (۰,۰۱۱۹)، کمتر از سطح خطای ۵٪ می‌باشد که یافته‌های فوق در راستای فرضیه اول بوده و حاکی از تأیید آن دارد. بر اساس ضریب تعیین تعدیل شده مدل، حدود ۴۶٪ تغییرات متغیر وابسته، ضمن توجه به تأثیر متغیرهای کنترلی، توسط تغییرات متغیرهای توضیحی که در مدل مذکور پیش بینی شده بود، قابل توضیح است. برای بررسی خود همبستگی میان متغیرهای پژوهش از آزمون دوربین - واتسون استفاده شده است که چون مقدار آن در بازه بهینه ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد، بیان کننده این مطلب است که همبستگی بین واریانس جملات خطا دارای تأثیر گذاری جدی نبوده؛ دارای استقلال بوده و فرض وجود خودهمبستگی میان متغیرها، رد می‌گردد. در نهایت به منظور بررسی معنادار بودن مدل، از آزمون اف استفاده شد و چون احتمال آماره آزمون مذکور (۰,۰۰۰)، کمتر از سطح خطای ۵٪ می‌باشد، معنادار بودن رگرسیونی برازش شده تأیید می‌گردد؛ عبارت دیگر؛ کلیت رگرسیون بصورت خطی، قابل اعتماد است.

فرضیه دوم: میان توانایی مدیریت و ارزش شرکت؛ رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. مدل رگرسیونی اثرات ثابت فرضیه مذکور در نگاره زیر به نمایش گذاشته شده است.

مدل رگرسیونی اثرات ثابت فرضیه دوم پژوهش

متغیرها	آماره ها	نماد	ضرایب رگرسیونی	مقدار آماره تی	احتمال آماره تی
مقدار ثابت	C		۵,۸۵۵	۰,۷۵۴	۰,۴۵۱۱
توانایی مدیریت	SOCIAL		۱۰,۱۴۵	۳,۱۲۷	۰,۰۱۱۸
اندازه شرکت	AGE		-۲,۱۹۹	-۰,۹۲۷	۰,۳۵۴۳
اهرم مالی	SIZE		-۰,۶۷۵	-۱,۷۱۶	۰,۰۸۶۸
فرصت‌های سودآوری	LEV		-۱۱,۲۶۶	-۰,۳۴۷	۰,۷۲۸۷
ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	دوربین واتسون	آماره اف	احتمال آماره اف	
۰,۷۶۷	۰,۷۲۳	۲,۰۰۵	۹,۶۵۲	۰,۰۰۰۰	

بر اساس مندرجات نگاره فوق در می‌یابیم که:

میان توانایی مدیریت و ارزش شرکت؛ رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. زیرا مثبت بودن علامت ضریب رگرسیونی (۱۰,۱۴۵) سطح معنی‌داری آن (۰,۰۱۱۸)، کمتر از سطح خطای ۵٪ می‌باشد که یافته‌های فوق در راستای فرضیه دوم بوده و حاکی از تأیید آن دارد. بر اساس ضریب تعیین تعدیل شده مدل، حدود ۷۲٪ تغییرات متغیر وابسته، ضمن توجه به تأثیر متغیرهای کنترلی، توسط تغییرات متغیرهای توضیحی که در مدل مذکور پیش بینی شده بود، قابل توضیح است. برای بررسی خود همبستگی میان متغیرهای پژوهش از آزمون دوربین - واتسون استفاده شده است که چون مقدار آن در بازه بهینه ۱/۵ تا ۲/۵ قرار دارد، بیان کننده این مطلب است که همبستگی بین واریانس جملات خطا دارای تأثیر گذاری جدی نبوده؛ دارای استقلال بوده و فرض وجود خودهمبستگی میان متغیرها، رد می‌گردد. در نهایت به منظور بررسی معنادار بودن مدل، از آزمون اف استفاده شد و چون احتمال آماره آزمون مذکور (۰,۰۰۰)، کمتر از سطح خطای ۵٪ می‌باشد، معنادار بودن رگرسیونی برآزش شده تأیید می‌گردد؛ عبارت دیگر؛ کلیت رگرسیون بصورت خطی، قابل اعتماد است.

نتایج کلی حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش

نتایج کلی حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش، بشرح اطلاعات مندرج در نگاره زیر می‌باشد.

خلاصه نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌های پژوهش

ردیف	فرضیه‌ها	نوع رابطه	معنی دار بودن یا نبودن	نتیجه آزمون فرضیه
۱	فرضیه اول: میان توانایی مدیریت و رقابت در بازار محصول؛ رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.	مثبت	معنادار	تأیید فرضیه
۲	فرضیه دوم: میان توانایی مدیریت و ارزش شرکت؛ رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.	مثبت	معنادار	تأیید فرضیه

پیشنهادات

پیشنهادات مبتنی بر یافته‌ها

*به مدیران واحدهای تجاری پیشنهاد می‌گردد که از طریق افزایش توانایی های خود؛ زمینه‌های لازم بهبود رقابت در بازار و فرآیند ارزش آفرینی را فراهم آورند.

*به سرمایه‌گذاران و فعالان بازار بورس پیشنهاد می‌گردد که ضمن رتبه‌بندی شرکت‌ها بر اساس میزان توانایی‌های مدیرانشان؛ انجام فعالیت‌های سرمایه‌گذاری را در واحدهایی انجام دهند که در سطح بالایی از توانایی مدیریت قرار داشته باشند؛ زیرا به تبع این امر؛ در اینگونه واحدها رقابت در بازار محصول و فرآیند ارزش آفرینی شرکت؛ مطلوبتر و ریسک پذیری کمتر بوده و این امر می‌تواند متضمن انجام فعالیت‌های سرمایه‌گذاری موفق باشد.

*به فعالان بازار بورس پیشنهاد می‌گردد که از طریق تدوین استانداردهای لازم برای سنجش و ارزیابی توانایی مدیریت مدیران شرکت‌های حاضر در بورس ایران و الزامات اجرای آن؛ زمینه‌های لازم برای کاهش تعدیلات حسابداری را فراهم آورند.

پیشنهادات برای پژوهش‌های آتی

❖ بررسی نقش ارتباطات سیاسی در تعدیل رابطه میان توانایی مدیریت، رقابت در بازار محصول و ارزش شرکت.

❖ بررسی نقش کیفیت اطلاعات حسابداری در تعدیل رابطه میان توانایی مدیریت، رقابت در بازار محصول و ارزش شرکت.

❖ بررسی نقش توانایی مدیریت در تعدیل رابطه میان توانایی مدیریت، رقابت در بازار محصول و ارزش شرکت.

❖ بررسی نقش ترکیب هیأت مدیره در تعدیل رابطه میان توانایی مدیریت، رقابت در بازار محصول و ارزش شرکت.

محدودیت‌های پژوهش

پژوهش حاضر نیز از این مقوله مستثنی نبوده و دارای محدودیت‌هایی بشرح زیر بود:

*نبود استانداردهای مشخص؛ مدون، لازم‌الاجرا در جهت سنجش توانایی مدیریت.

فهرست منابع و مآخذ

منابع فارسی

ابراهیمی، محمدحسین، (۱۳۹۰)، "بررسی رابطه بین رقابتی بودن بازار محصول و ساختار سرمایه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید باهنر کرمان.

انواری رستمی، علی اصغر، اعتمادی، حسین و موحد مجد، مرضیه، (۱۳۹۲)، "بررسی تأثیر ساختارهای رقابتی بازار محصول بر سیاست‌های تقسیم سود شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، فصلنامه علمی- پژوهشی مدیریت دارایی و تأمین مالی، سال اول، شماره ۲، شماره پیاپی (۲)، صص ۱۸-۱.

باغومیان، رافیک و نقدی، سجاد، (۱۳۹۳)، "تأثیر ساز و کار حاکمیت شرکتی بر میزان افشای اختیاری در گزارشگری سالانه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، مجله دانش حسابداری، سال پنجم، شماره ۱۶، صص ۱۳۶-۱۱۹.

بزرگ اصل، موسی و صالح، بیستون، (۱۳۹۳)، "توانایی مدیریت و کیفیت اقلام تعهدی"، مجله دانش حسابداری، سال پنجم، شماره ۱۷، صص ۱۳۹-۱۱۹.

پیری، پرویز، دیدار، حمزه و خدایار یگانه، سیما، (۱۳۹۶). بررسی تأثیر توانایی مدیریت بر کیفیت گزارشگری مالی در طول چرخه عمر شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. پژوهش‌های حسابداری مالی. جلد ۶ شماره ۳.

تاجیکی، سیما، (۱۳۹۳)، "بررسی رابطه بین راهبری شرکت و رقابت بازار محصول با مدیریت وجه نقد در شرکت‌های عرضه کننده اولیه سهام پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه مازندران، دانشکده علوم اداری و اقتصاد.

خداحمی پور، احمد و بزرایبی، یونس، (۱۳۹۲)، "بررسی عوامل حاکمیتی موثر بر کیفیت افشا و تأثیر رقابت بازار بر رابطه بین آنها"، فصلنامه حسابداری مالی، شماره ۵، صص: ۴۱-۲۲.

خواجهی، شکراله، محسنی فرد، غلامعلی، رضایی، غلامرضا و حسینی راد، سید داوود، (۱۳۹۲)، "بررسی اثرهای رقابت در بازار محصول بر مدیریت سود شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، مجله مدیریت دارایی و تأمین مالی، سال اول، شماره سوم، شماره پیاپی (۳)، صص: ۱۳۴-۱۱۹.

رحمانی، علی، مسجدموسوی، میرسجاد و قیطاسی، روحاله، (۱۳۹۰)، "بررسی رابطه سودآوری و بازده با توجه به چرخه عمر و اندازه شرکت"، نشریه تحقیقات حسابداری و حسابرسی، شماره ۹.

رضایی نژاد، فرشاد، دهقان، اکبر، بادی، محبوبه، بادی، معصومه. (۱۳۹۴). تأثیر توانایی مدیریت بر کیفیت سود: بررسی موردی بورس اوراق بهادار تهران. اولین کنفرانس ملی حسابداری و مدیریت، شیراز، موسسه بین‌المللی آموزشی و پژوهشی خوارزمی.

صیادی سومار، علی. (۱۳۹۵). بررسی تاثیر توانایی مدیریت بر تجدید ارائه صورت‌های مالی شرکت‌ها: با تاکید بر انگیزه‌های تجدید ارائه. پایان‌نامه کارشناسی ارشد. دانشکده علوم اقتصادی.

غلامی، غلامرضا، (۱۳۸۲)، "بررسی ارتباط بین تغییرات اهرم های عملیاتی، مالی و مرکب با تغییرات بازده سهام شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده مدیریت، دانشگاه تهران.

قاسمی، علی، رستمی، وهاب و عاشری، فاطمه. (۱۳۹۷). توانایی مدیریت و معیارهای سنجش کیفیت سود (با تمرکز بر ارائه مجدد، پایداری و کیفیت اقلام تعهدی سود)، سومین کنفرانس بین‌المللی اقتصاد، مدیریت و حسابداری. تهران، مرکز همایش‌های بین‌المللی.

قنوتی، نسرین، (۱۳۹۳)، "بررسی رابطه رقابت در بازار محصول با کیفیت افشا و کیفیت سود شرکت های بورس اوراق بهادار تهران"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد، دانشگاه شهید چمران اهواز، دانشکده اقتصاد و علوم اجتماعی.

معصومی نیا، علی، (۱۳۹۳)، "بازار مطلوب، رقابت کامل"، مجله اقتصاد اسلامی، سال چهارم، صص ۸۳-۵۵.

نمازی، محمد و ابراهیمی، شهلا، (۱۳۹۱)، "ارتباط بین ساختار رقابتی بازار محصول و بازده سهام"، فصلنامه پژوهش‌های تجربی حسابداری مالی، شماره ۱، صص ۲۰-۹.

نیکویان، حسن، (۱۳۸۳)، "بررسی تاثیر میزان استفاده از رایانه بر چگونگی اعمال نقش های مدیریتی در شرکت ملی صنایع مس ایران"، پایان نامه کارشناسی ارشد مدیریت، دانشگاه آزاد اسلامی واحد کرمان.

منابع لاتین

- Andreou, P., Ehrlich, D., and C,Louca. (2013). Managerial ability and firm performance: Evidence from the global financial crisis. Working paper.<http://www.mfsociety.org>
- Barth, M., Beaver, W., and W. Landsman. (2001). The Relevance of the Value Relevance Literature for Financial Accounting Standard Setting: Another View. *Journal of Accounting and Economics*, Vol. 31. Pp. 77-104.
- Beasley, M.S., 2015. An empirical analysis of the relation between the board of director composition and financial statement fraud. *Acc. Rev.* 77 (4), 443-465.
- Booth, L., and J. Zhou. (2009). Market Power and Dividend Policy: a Risk-Based Perspective. Available at <http://ssrn.com/abstract=1296940>.
- Chou, J., Ng, L., Sibilkov, V. and Wang, Q. (2011). Product Market Competition and Corporate Governance. *Review of Development Finance*, 1: 114-130
- Demerjian, P. Lewis, M., Lev, B., and M, Sarah. (2010). Managerial Ability and Earnings Quality. Available online at www.ssrn.com.
- Demerjian, P. Lewis, M., Lev, B., and M, Sarah. (2015). Managerial Ability and Earnings Quality. Available online at www.ssrn.com
- Demerjian, P., Lev, B. Lewis, M. and MacVay, S. (2016). Managerial ability and earnings quality. *The Accounting Review*, 88 (2): 463-498
- Demerjian, P., Lev, B., and M, Sarah. (2006). Managerial Ability and Earnings Quality. *Journal of Modern Accounting and Auditing*, Vol.2, No.11. Pp. 87-101.

- Guney, Y., Li, L. and R., Fairchild, (2011), The Relationship between Product Market Competition and Capital Structure in Chinese Listed Firms, *International Review of Financial Analysis*, Vol. 20, pp. 41-51.
- Hendriksen, E., Van Breda, S., F, Michael. (2017). *Accounting Theory*. 5th Edition.
- Marshall, A. (2016). *Principal of Economics*, Mac milland Co., Ltd, London.
- Peress, J. (2010). Endogenous Firm Efficiency in a Cournot Principal-Agent Model. *Journal of Economic Theory*, Vol.59, Pp. 445-450.
- Peter Cheng, Cheong H. Yi., Paul Man. (2013). The impact of product market competition on earnings quality. *Journal of Accounting & Finance*.53:137-162.
- Selarka, E. (2012). *Corporate Governance and Product Market Competition*. Working Paper, Madras School of Economics, India.
- Sharma, V. (2010). Stock Returns and Product Market Competition: Beyond Industry Concentration. *Review of Quantitative Finance and Accounting*, Vol. 37, Pp. 283-299.
- Zhi, Wang, Mei-Hui Chen, Chen Lung Chin, Qi Zheng.(2017). Managerial ability, political connections, and fraudulent financial reporting in China. *J. Account. Public Policy xxx (2017) xxx-xxx*.