

تأثیر رقابت در بازار بر رابطه بین توانایی مدیریت و مدیریت سود

احسان رجایی زاده هرندی*^۱، میثم مقدم^۲، سعید حاج حیدری^۳

^۱ کارشناس ارشد حسابداری، دانشگاه شهاب دانش، قم، ایران.

^۲ کارشناس ارشد mba، سازمان مدیریت صنعتی، تهران، ایران

^۳ کارشناس ارشد mba، سازمان مدیریت صنعتی، تهران، ایران

* نویسنده مسئول: احسان رجایی زاده هرندی

چکیده

سود به عنوان یکی از اساسی ترین و مهم ترین اقلام صورت های مالی در تصمیم گیری های مالی و اقتصادی محسوب می شود که توسط افراد بسیاری مورد توجه قرار می گیرد. اما گاهی اوقات مدیران به دلیل حداکثر کردن منافع خود، ممکن است سود را طوری گزارش کنند که با هدف تأمین منافع عمومی استفاده کنندگان مغایرت داشته باشد. به مجموعه اقداماتی که مدیران در جهت آراستن اطلاعات برای دستیابی به اهداف خاص انجام می دهند، مدیریت سود اطلاق می شود. از عوامل مؤثر بر مدیریت سود می توان به توانایی مدیریت اشاره کرد. بر اساس مطالب ذکر شده هدف اصلی این پژوهش، بررسی تأثیر رقابت در بازار بر رابطه بین توانایی مدیریت و مدیریت سود در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد. به منظور دستیابی به هدف فوق، اقدام به تدوین دو فرضیه شد. بر این اساس به منظور آزمون فرضیه های پژوهش، نمونه ای متشکل از ۱۰۸ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی ۱۳۹۲ الی ۱۳۹۸ انتخاب شد. جهت آزمون فرضیه های پژوهش نیز از مدل رگرسیون چندمتغیره مبتنی بر داده های ترکیبی و نرم افزار Eviews استفاده شده است. نتایج حاصل از آزمون فرضیه های پژوهش بیانگر این است که توانایی مدیریت بر مدیریت سود تأثیر منفی و معناداری دارد بدین معنی که با افزایش توانایی مدیریت، مدیریت سود کاهش خواهد یافت. همچنین یافته های پژوهش نشان می دهد رقابت در بازار بر شدت اثر توانایی مدیریت و مدیریت سود تأثیر منفی و معناداری دارد.

واژگان کلیدی: مدیریت سود، توانایی مدیریت، رقابت در بازار

مقدمه

سود به‌عنوان یکی از اساسی‌ترین و مهم‌ترین اقلام صورت‌های مالی در تصمیم‌گیری‌های مالی و اقتصادی محسوب می‌شود که توسط افراد بسیاری از جمله مدیران، سهامداران، اعتباردهندگان، تحلیلگران و ... مورد توجه قرار می‌گیرد. اما گاهی اوقات مدیران به دلیل حداکثر کردن منافع خود و رسیدن به اهداف خاصی که منطقی‌اً منافع عده‌ای خاص را تأمین می‌کند، ممکن است سود را طوری گزارش کنند که باهدف تأمین منافع عمومی استفاده‌کنندگان مغایرت داشته باشد. به مجموعه اقداماتی که مدیران در جهت آراستن اطلاعات برای دستیابی به اهداف خاص انجام می‌دهند، مدیریت سود اطلاق می‌شود (مشایخی و حسین‌پور، ۱۳۹۵). مدیریت سود به دودسته مدیریت اقلام تعهدی اختیاری و دست‌کاری فعالیت‌های واقعی تقسیم می‌شود. برخلاف مدیریت سود مبتنی بر اقلام تعهدی، مطالعات کمی در زمینه مدیریت سود واقعی وجود دارد. رویچوردی^۱ (۲۰۰۶) مدیریت سود واقعی را این‌گونه تعریف می‌کند: انحراف از فعالیت‌های عادی عملیاتی توسط مدیران به‌منظور گمراه کردن برخی از ذی‌نفعان درباره اینکه اهداف گزارشگری مالی در روند عادی عملیات برآورد شده است. مدیریت سود واقعی با تغییر در زمان‌بندی یا ساختار فعالیت‌های واقعی واحد تجاری همراه است (لگتی و همکاران، ۲۰۰۹). دست‌کاری فعالیت‌های واقعی شامل کاهش عمدی در هزینه‌های اختیاری اعم از هزینه پژوهش و توسعه و هزینه تعمیر و نگهداری برای افزایش سود دوره جاری می‌باشد (ژوو و لو، ۲۰۱۳).

مدیریت، فرآیند به‌کارگیری مؤثر منابع انسانی و امکانات مادی برای تحقق اهداف سازمانی است. تحقق این فرآیند به‌وسیله انجام وظایف اساسی مدیران، یعنی برنامه‌ریزی، سازماندهی، کنترل، هدایت و رهبری و با توجه به نظام ارزشی حاکم بر سازمان امکان می‌یابد. مدیران کارا، توانایی استفاده بهتر از منابع موجود را در فرآیند تحقق اهداف سازمانی دارند. به‌عبارت‌دیگر، مدیر کارا کسی است که بتواند با استفاده از حداقل امکانات، حداکثر بهره را به سازمان برساند (هندریکسن و ون بردا، ۱۹۹۲). بنابراین مدیران همواره سعی دارند با اتخاذ سیاست‌های مالی و عملیاتی مناسب، کارایی و سودآوری شرکت را حداکثر نموده و رضایت سهامداران را نسبت به میزان سودآوری شرکت جلب نمایند. هدف نهایی واحدهای اقتصادی، کسب سود بیشتر است (رضایی‌نژاد و همکاران، ۱۳۹۲). در ادبیات حسابداری، توانایی مدیریتی یکی از ابعاد سرمایه انسانی شرکت‌هاست که به عنوان دارایی نامشهود طبقه‌بندی می‌شود. دمرجیان و همکاران^۵ (۲۰۱۲) توانایی مدیریت را به عنوان کارایی مدیران نسبت به رقبا در تبدیل منابع شرکت به درآمد تعریف می‌کنند.

بازار، مکان و یا موقعیتی است که در آن خریداران و فروشندگان، کالاها و خدمات را خرید و فروش می‌کنند (بروکمن و آلنو، ۲۰۰۹). منظور از رقابتی بودن بازار محصول این است که شرکت‌های مختلف در تولید و فروش کالا رقابت تنگاتنگی دارند و کالاهای آن‌ها نسبت به دیگری برتری چندانی ندارد به‌عبارت‌دیگر رقابت‌پذیر بودن بدین معنی است که شرکت نتوانسته است شیوه تولیدی اتخاذ کند که کالاهای باکیفیت‌تری تولید کند یا کالاهای خود را باقیمتی کمتر از سایر رقبا عرضه کند و در نتیجه بازار فروش را در اختیار خود بگیرد (ابراهیمی و همکاران، ۱۳۹۷). رقابت در بازار در پژوهش‌های اقتصادی و مالی به‌عنوان قدرت بازار شرکت‌ها تعریف می‌شود. قدرت بازار به‌منزله کنترل شرکت بر قیمت و سطح تولید محصول آن است (صادقی مقدم و غمامی، ۱۳۹۱). شفرد^۶ (۱۹۷۰)، قدرت بازار محصول را به‌عنوان توان شرکت برای تعیین قیمت، کیفیت و ماهیت محصول در بازار تعریف کرده است. قدرت بازار محصول بیشتر، دلالت بر این دارد که شرکت با تهدیدهای رقابتی کمتری روبه‌رو خواهد بود.

طبق نظرسنجی انجام شده توسط ارنست و یانگ^۷ (۲۰۱۲) ۴۷ درصد از مدیران برتر در نمونه‌ای که از ۴۳ کشور در سراسر جهان انتخاب شده است، تمایل خود را برای توجیه هر اقدامی که به شرکت‌هایشان کمک می‌کند تحت فشار اقتصادی زنده بمانند ابراز داشتند (ارنست و یانگ، ۲۰۱۲). اگرچه این مدیران قبلاً مهارت‌هایی برای بهبود رقابت شرکت‌های خود در بازار دارند، اما نتایج نظرسنجی نشان می‌دهد که آن‌ها

¹ Roychowdhury

² Leggett et al

³ Zhu and Lu

⁴ Hendriksen and Van Breda

⁵ Demerjian et al

⁶ Brockman and Unlu

⁷ Shepherd

⁸ Ernst and Young

ممکن است در مقابله با تغییرات شرایط اقتصادی روی به بازی کثیف آورند (هال و بنسوسان؛ ۲۰۰۷). دانستن اینکه یک ویژگی کلیدی مانند توانایی مدیریتی که نقشی اساسی در افزایش شیوه‌های خوب کسب‌وکار دارد، ممکن است در بازارهای رقابتی بی تأثیر باشد، باعث نگرانی ذی‌نفعان مختلف به ویژه با افزایش قابل توجه سطح رقابت تحت تأثیر جهانی شدن می‌شود (هال و بنسوسان، ۲۰۰۷؛ لربینگر؛ ۲۰۱۳).

در ادبیات مدیریت سود، نتایج تأثیر رقابت و توانایی مدیریتی بر رفتار مدیریت سود شرکت‌ها متفاوت است. دمرجیان و همکاران^۱ (۲۰۱۳)، تأثیر توانایی مدیریتی را بر مدیریت سود بررسی کرده و مدیران با توانایی کمتر را نشان می‌دهد که مدیریت سود بیشتری را به عهده می‌گیرند. در حالی که، فرانسس و همکاران^۲ (۲۰۰۸) دریافتند که مدیریت سود در جایی که مدیران توانایی بالاتری دارند، بالاتر است. این شواهد متناقض در مورد رقابت نیز وجود دارد که برخی از مطالعات رابطه منفی بین رقابت و مدیریت سود را پیدا کرده‌اند (مارکیوکایتیت و پارک^۳؛ ۲۰۰۹؛ مارکاریان و سانتالو^۴؛ ۲۰۱۰) در حالی که دیگران رابطه مثبت را اثبات می‌کنند (کارونا و همکاران^۵؛ ۲۰۱۲؛ داتا و همکاران^۶؛ ۲۰۱۳). با این حال، بعید به نظر می‌رسد تأثیرات رقابت و توانایی مدیریتی مستقل باشد. به‌عنوان مثال برخی از مدیران با سطح توانایی بالا در محیط‌های تجاری بسیار رقابتی فعالیت خواهند کرد، در حالی که برخی دیگر در محیط‌هایی با سطح رقابت بسیار پایین‌تر فعالیت خواهند کرد. رفتار مدیریت سود در یک شرکت با انگیزه‌های مختلفی تعیین می‌شود که می‌تواند مربوط به تنظیم قرارداد، ساختار بازار سرمایه یا سایر عوامل خارجی باشد (واکر^۷؛ ۲۰۱۳؛ ال‌دیری^۸؛ ۲۰۱۷). برخی از محرک‌های قراردادی مدیریت سود، توانایی‌ها و شایستگی‌های مدیران شرکت است که بر هزینه قراردادهای مدیریتی با سهامداران تأثیر می‌گذارد (دمرجیان و همکاران، ۲۰۱۳؛ فرانسس و همکاران، ۲۰۰۸). در حضور مدیران با توانایی بالا، سهامداران ممکن است مجبور باشند به طور مداوم قراردادهای کاری را بررسی، مذاکره و مذاکره مجدد کنند (هارت^۹؛ ۱۹۸۳؛ واکر، ۲۰۱۳؛ ال‌دیری، ۲۰۱۷). بنابراین، قرارداد با مدیران بسیار ماهر ممکن است برای نظارت بر عملکرد آن‌ها کافی نباشد، در نتیجه فضای بیشتری برای مدیریت سود در اختیار آن‌ها قرار می‌گیرد. برعکس، مدیران توانا مهارت‌های لازم برای مدیریت موفق شرکت‌های خود را دارند. به همین ترتیب، مدیران با مهارت بالا می‌توانند توانایی بیشتری در دستیابی به منافع بلندمدت مرتبط با ایجاد ارزش پایدار داشته باشند، هم از طریق پاداش فعلی و آینده و هم از طریق افزایش سرمایه بازار کار. در این شرایط، سهامداران احتمالاً به نشانه‌های تولید شده توسط این مدیران (به عنوان مثال سود) اعتماد می‌کنند. انگیزه‌های این مدیران با سهامداران، که در نتیجه احساس می‌کنند نیاز کمتری به نظارت بر رفتار خود دارند، مطابقت دارد (هارت، ۱۹۸۳؛ واکر، ۲۰۱۳؛ ال‌دیری، ۲۰۱۷).

عامل اصلی مدیریت سود که در ادبیات به‌طور گسترده مورد بررسی قرار گرفته است، سطح رقابت بازار موجود در یک صنعت است (مارکیوکایتیت و پارک، ۲۰۰۹؛ مارکاریان و سانتالو، ۲۰۱۰؛ کارونا و همکاران، ۲۰۱۲؛ داتا و همکاران، ۲۰۱۳). رقابت سطح شفافیت در یک صنعت را افزایش می‌دهد و در نتیجه، عدم تقارن اطلاعاتی بین مدیران و سهامداران را کاهش می‌دهد و امکان نظارت بهتر را فراهم می‌کند (هارت، ۱۹۸۳؛ مارکیوکایتیت و پارک، ۲۰۰۹؛ مارکاریان و سانتالو، ۲۰۱۰؛ چاوجاریا و همکاران، ۲۰۱۲). با این وجود، افزایش اطلاعات در محیط‌های کاملاً رقابتی به سهامداران این امکان را می‌دهد تا عملکرد شرکت را به طور مؤثرتری مقایسه کنند و بنابراین با استفاده از مدیریت سود بیشتر، مدیران را برای رسیدن به اهداف رقبا تحت فشار قرار می‌دهند (میلگروم و رابرتز^{۱۰}؛ ۱۹۹۲؛ لیبرمن و آسابا^{۱۱}؛ ۲۰۰۶؛ کارونا و همکاران، ۲۰۱۲؛ داتا و همکاران، ۲۰۱۳).

اینکه تضاد منافع قبلی بین مدیران و شرکت‌های برتر باعث مدیریت سود بیشتر یا کمتر تحت فشار رقابت بازار می‌شود، به عواقب انواع فعالیت‌های مدیریت سود برای شرکت‌ها و مدیران بستگی دارد. به عبارت دیگر، اگر شرکت‌ها آن‌ها را بخاطر اجرای فرصت‌طلبانه چنین فعالیتی

⁹ Hall and Bensoussan

¹ Lerbinger

¹ Demerjian et al

¹ Francis et al

¹ Marciukaityte and Park

¹ Markarian and Santalo

¹ Karuna et al

¹ Datta et al

¹ Walker

¹ El Diri

¹ Hart

² Chhaochharia et al

² Milgrom and Roberts

² Lieberman and Asaba

مجازات کنند تا عملکرد بد را مخفی کنند، از مدیریت سود کمتری استفاده خواهند کرد. در مقابل، اگر شرکت‌ها به آن‌ها اجازه دهند که در نتیجه ادغام مدیریت سود در استراتژی‌های خود در مواجهه با فشار رقابت بازار، به استفاده از مدیریت سود بیشتر تمایل داشته باشند، بنابراین، به شرکت‌ها امکان می‌دهد عملکرد عملیاتی و ارزش بازار بهتری داشته باشند و مدیران را قادر به جبران خسارت بیشتر و تأمین شغل خود کنند. می‌توان مدیریت سود را به‌عنوان بخشی از قرارداد بهینه بین شرکت‌ها و مدیران با کیفیت بالا در نظر گرفت (ال‌دیری، ۲۰۲۰). با توجه به موارد مطرح‌شده در این پژوهش سؤال اصلی این است که آیا رقابت در بازار بر رابطه بین توانایی مدیریت و مدیریت سود تأثیرگذار است؟

پیشینه پژوهش

ال‌دیری^۲ (۲۰۲۰) در پژوهشی تحت عنوان «مدیریت سود، توانایی مدیریتی و نقش رقابت» به بررسی رقابت بازار بر رابطه بین توانایی مدیریتی و مدیریت سود پرداخت. نتایج نشان می‌دهد که در مواجهه با افزایش رقابت، مدیران توانا سود را از طریق اقلام تعهدی بیشتر از فعالیت‌های واقعی دستکاری می‌کنند. در نتیجه، رقابت مدیریت سود تعهدی را توسط مدیران توانا تر تقویت می‌کند، اما منجر به مدیریت سود واقعی بیشتر نمی‌شود. این واکنش به فشار رقابت منعکس کننده قرارداد بهینه بین شرکت‌ها و مدیران توانا تر است که منافع متقابل را برای هر دو طرف ایجاد می‌کند. نتایج بر اهمیت درک چگونگی تأثیر عوامل سطح صنعت بر تصمیمات مدیریتی در سطح شرکت تأکید دارند.

جاکوبای و همکاران^۳ (۲۰۱۹) در پژوهشی تحت عنوان «درماندگی مالی، وابستگی سیاسی و مدیریت سود» به بررسی درماندگی مالی، وابستگی سیاسی و مدیریت سود در شرکت‌های خصوصی چینی پرداختند. بدین منظور داده‌های ۱۵۶ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار چین را مورد مطالعه قرار دادند. ابتدا با استفاده از نمونه‌ای از شرکت‌های خصوصی وابسته به سیاست در چین، رابطه بین درماندگی مالی شرکت‌ها و مدیریت سود را بررسی کردند. در ادامه اثر تعدیلگری وابستگی سیاسی را بر این رابطه بررسی کردند. آن‌ها به این نتیجه رسیدند که شرکت‌های درمانده برای گزارش سودهای کم خود نسبت به شرکت‌های سال درگیر هستند. علاوه بر این، وابستگی سیاسی ارتباط بین درماندگی مالی و مدیریت سود مثبت را تضعیف می‌کند.

تسفای و همکاران^۴ (۲۰۱۸) به بررسی تأثیر مالکیت نهادی و رقابت بازار محصول در مدیریت سود (واقعی و تعهدی)، با استفاده از داده‌هایی از شرکت‌های غیرمالی در ۴۱ کشور در سراسر جهان برای دوره زمانی ۱۹۹۵ الی ۲۰۱۶ پرداختند. نتایج نشان داد بین مالکیت نهادی و مدیریت سود رابطه وجود دارد. همچنین، نتایج نشان داد رقابت در بازار محصول رقابت به طور مثبت با مدیریت سود تعهدی مرتبط است. این رابطه زمانی که از شاخص هرفیندال استفاده می‌شود، از لحاظ آماری قابل توجه است. در نهایت رقابت بازار محصول به طور قابل توجهی رابطه منفی با مدیریت سود واقعی دارد.

هوانگ و سان^۵ (۲۰۱۷) در پژوهشی تحت عنوان «توانایی مدیریت و مدیریت سود واقعی» به بررسی تأثیر توانایی مدیریت بر مدیریت سود واقعی پرداختند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان داد که هرچه مدیران توانمندتر باشند کمتر اقدام به مدیریت سود می‌کنند و همچنین مدیران با توانایی برتر، تأثیر منفی مدیریت سود را بر عملکرد آینده شرکت کاهش می‌دهند.

رضازاده و همکاران (۱۳۹۹) پژوهشی را با عنوان «تأثیر خوش‌بینی و بدبینی مدیران بر مدیریت سود» انجام دادند. هدف این پژوهش، بررسی تأثیر خوش‌بینی و بدبینی مدیران بر مدیریت سود است. این پژوهش از نوع توصیفی، همبستگی و پس‌رویدادی است. بدین منظور، تعداد ۱۵۵ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۶ مورد مطالعه قرار گرفت. برای بررسی روابط بین متغیرها نیز از رگرسیون چندمتغیره استفاده گردید. نتایج پژوهش بیانگر آن است که مدیران خوش‌بین تمایل به مدیریت سود از طریق اقلام درآمدی و اقلام تعهدی را دارند.

ایمانی و جعفرزاده بی شک (۱۳۹۸) در پژوهشی تحت عنوان «تأثیر کمیته حسابرسی بر رابطه توانایی مدیریت با چسبندگی هزینه‌ها و مدیریت سود واقعی» به بررسی ۱۲۴ شرکت به عنوان نمونه پژوهش در دوره زمانی ۱۳۹۰ الی ۱۳۹۶ پرداختند. نتایج حاصل از پژوهش نشان می‌دهد که توانایی مدیریت بر چسبندگی هزینه‌ها و مدیریت سود واقعی تأثیر معکوس و معنادار دارد. همچنین، تأثیر کمیته حسابرسی بر رابطه بین توانایی مدیریت و چسبندگی هزینه‌ها معکوس و معنادار است و نیز، کمیته حسابرسی بر رابطه بین توانایی مدیریت و مدیریت سود واقعی تأثیر معنادار معکوس دارد.

2 El Diri	3
2 Jacoby et al	4
2 Tesfaye et al	5
2 Huang and Sun	6

کلانتری فر و جعفرزاده بی شک (۱۳۹۸) در پژوهشی با عنوان «تأثیر مالکیت نهادی بر رابطه بین رقابت در بازار محصول و مدیریت سود» به بررسی تأثیر مالکیت نهادی بر رابطه بین رقابت در بازار محصول و مدیریت سود شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. در این پژوهش، ۱۲۴ شرکت به عنوان نمونه پژوهش انتخاب شده و دوره زمانی آن بین سال‌های ۱۳۹۱ الی ۱۳۹۶ می‌باشد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که بین رقابت در بازار محصول و مدیریت سود اقلام تعهدی رابطه معکوس و معنادار وجود دارد. بین رقابت در بازار محصول و مدیریت سود واقعی رابطه معکوس و معنادار وجود دارد. همچنین مالکیت نهادی بر رابطه بین رقابت در بازار محصول و مدیریت سود اقلام تعهدی تأثیر معکوس و معنادار دارد.

کاظمی و مهری نمک آورانی (۱۳۹۷) در پژوهشی تحت عنوان «تأثیر توانایی مدیریت بر مدیریت سود واقعی و مدیریت ریسک یکپارچه شرکت‌ها» به مطالعه بر روی ۷۵ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی دوره زمانی ۱۳۸۷ الی ۱۳۹۴ پرداختند. یافته‌های پژوهش نشان داد بین توانایی مدیریت و مدیریت سود واقعی ارتباط منفی و معناداری وجود دارد و بین توانایی مدیریت و مدیریت ریسک یکپارچه شرکت‌ها ارتباط مثبت و معناداری وجود دارد. نتایج پژوهش حاضر می‌تواند در راستای کاهش بحران‌های مالی ناگهانی در اقتصاد سودمند باشد.

بحری ثالث و همکاران (۱۳۹۷) در پژوهشی تحت عنوان «تبیین رابطه رقابت در بازار محصول با مدیریت سود شرکت‌ها (شواهدی از اقلام تعهدی اختیاری)» به بررسی رابطه بین رقابت در بازار و مدیریت سود پرداختند. جامعه آماری این پژوهش شامل شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران از سال ۱۳۸۵ الی ۱۳۹۲ و داده‌های مورد مطالعه این پژوهش شامل ۸۱۶ سال - شرکت می‌باشد. نتایج نشان می‌دهد که شاخص دوم رقابت در بازار محصول (شاخص لرنر) و شاخص سوم (شاخص لرنر تعدیل شده) با مدیریت حسابداری سود رابطه معناداری دارد. همچنین، رابطه معنادار شاخص هرفیندال با مدیریت سود از طریق اقلام تعهدی مشاهده نگردید.

روش‌شناسی پژوهش

این پژوهش از نوع پژوهش‌های کاربردی است. پژوهش کاربردی، پژوهشی است که نظریه‌ها، قانونمندی‌ها، اصول و فنون را برای حل مسائل واقعی به کار می‌گیرد. همچنین این پژوهش از نوع پژوهش‌های همبستگی است، زیرا به دنبال یافتن ارتباط بین چندین متغیر است. روش‌شناسی پژوهش حاضر از نوع پس‌رویدادی است، بدین معنی که انجام پژوهش براساس اطلاعات گذشته انجام می‌شود. در این پژوهش به منظور انجام آزمون فرضیه‌ها از روش رگرسیون چندمتغیره و مدل‌های اقتصادسنجی بهره گرفته شده است. تحلیل‌های آماری از طریق نرم‌افزار آماری ایویوز انجام پذیرفت.

قلمرو زمانی این پژوهش، برای یک دوره هفت‌ساله از سال ۱۳۹۲ لغایت ۱۳۹۸ تعیین شده و قلمرو مکانی آن نیز کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است که کلیه شرایط زیر را داشته باشند:

- ۱- اطلاعات صورت مالی آن‌ها از سال ۱۳۹۲ به‌طور کامل و پیوسته در دسترس باشد.
 - ۲- جزو شرکت‌های سرمایه‌گذاری، واسطه‌گری مالی و بیمه‌ای نباشند، زیرا ماهیت این شرکت‌ها با سایر شرکت‌های عضو بورس متفاوت است.
 - ۳- همه داده‌های متغیرهای پژوهش برای شرکت‌های مورد نظر قابل دسترس باشد.
 - ۴- شرکت طی بازه زمانی پژوهش سال مالی خود را تغییر نداده باشد.
- با توجه به شرایط فوق، از بین شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، ۱۰۸ شرکت به‌عنوان نمونه انتخاب شد. بنابراین مشاهدات ما برابر با ۷۵۶ سال - شرکت خواهد بود.

فرضیه‌های پژوهش

جهت پاسخ به سؤال پژوهش و بر اساس مبانی نظری پژوهش فرضیه‌های زیر تدوین شده و مورد آزمون قرار می‌گیرد:

فرضیه اول: توانایی مدیریت بر مدیریت سود تأثیر منفی و معناداری دارد.

فرضیه دوم: رقابت در بازار بر شدت اثر توانایی مدیریت و مدیریت سود تأثیر منفی و معناداری دارد.

مدل و متغیرهای پژوهش

جهت آزمون فرضیه اول از مدل رگرسیونی چندگانه مبتنی بر داده‌های ترکیبی طبق پژوهش ال‌دیری (۲۰۲۰) برحسب رابطه (۱) استفاده شده است:

$$EM_{it} = \beta_0 + \beta_1 MA_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 SALES_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \beta_5 AGE_{it} + \beta_6 ROA_{it} + \beta_7 Liquidity_{it} + \beta_8 LOSS_{it} + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

کلیه مفروضات پژوهش در سطح اطمینان ۹۵ درصد مورد آزمون قرار می‌گیرد و به منظور آزمون فرضیه اول پژوهش، ضریب β_1 در نظر گرفته می‌شود و چنانچه در سطح اطمینان مورد نظر منفی و معنادار باشد فرضیه اول پژوهش رد نخواهد شد. جهت آزمون فرضیه دوم از مدل رگرسیونی چندگانه مبتنی بر داده‌های ترکیبی طبق پژوهش ال‌دیری (۲۰۲۰) برحسب رابطه (۲) استفاده شده است:

$$EM_{it} = \beta_0 + \beta_1 MA_{it} + \beta_2 HHI_{it} + \beta_3 MA_{it} \times HHI_{it} + \beta_4 SIZE_{it} + \beta_5 SALES_{it} + \beta_6 LEV_{it} + \beta_7 AGE_{it} + \beta_8 ROA_{it} + \beta_9 Liquidity_{it} + \beta_{10} LOSS_{it} + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

به منظور آزمون فرضیه دوم پژوهش ضریب β_3 در نظر گرفته می‌شود و چنانچه در سطح اطمینان مورد نظر منفی و معنادار باشد فرضیه دوم پژوهش نیز رد خواهد شد.

متغیر وابسته

متغیر وابسته در این پژوهش، مدیریت سود است که به شرح زیر اندازه‌گیری شده است:

مدیریت سود: سطح اقلام تعهدی به‌عنوان شاخصی از مدیریت سود در نظر گرفته می‌شود، که برای اندازه‌گیری آن از مدل جونز^{۲۷} (۱۹۹۱) طبق رابطه (۳) استفاده شده است:

$$\frac{TACC_{i,t}}{A_{i,t-1}} = \beta_0 + \beta_1 \left(\frac{1}{A_{i,t-1}} \right) + \beta_2 \left(\frac{\Delta REV_{i,t}}{A_{i,t-1}} \right) + \beta_3 \left(\frac{PPE_{i,t}}{A_{i,t-1}} \right) + \varepsilon_{i,t} \quad (3)$$

$$TACC = OI - CFO \quad (4)$$

که در این مدل $TACC$ نماینده کل اقلام تعهدی است که از رابطه (۴) بدست آمده است، ΔREV تغییرات کل درآمد فروش سال جاری نسبت به سال قبل، PPE ناخالص دارایی‌های ثابت مشهود، $A_{i,t-1}$ دارایی سال قبل شرکت، CFO وجه نقد حاصل از عملیات و OI سود عملیاتی می‌باشد.

اگر مقدار ε مدل مثبت باشد، بیانگر نقاط بالای خط رگرسیون است. یعنی، مقادیر واقعی اقلام تعهدی در این نقاط بالاتر از مقادیر پیش‌بینی شده هستند. لذا، مدیریت سود در این نقاط از نوع حداکثری سود می‌باشد. اگر این مقادیر خطا منفی باشد نشان‌دهنده حداقل سازی سود می‌باشد، چنانچه مقادیر خطا نرمال باشد، هموارسازی سود می‌باشد و چنانچه از مقادیر خطای حاصل شده قدر مطلق گرفته شود، نتایج بدون توجه به مقادیر مثبت و منفی نشان‌دهنده انحراف از اقلام تعهدی عادی است. لذا از مقادیر خطای حاصل شده قدر مطلق گرفته تا بیانگر مدیریت سود بدون توجه به نوع آن باشد (واحدی انور و همکاران، ۱۳۹۶).

متغیر مستقل

توانایی مدیریت: به منظور اندازه‌گیری توانایی مدیریت از مدل دمرجیان و همکاران (۲۰۱۲)، استفاده می‌شود. در این مدل، با استفاده از اندازه‌گیری کارایی شرکت و سپس وارد کردن آن در رگرسیون خطی چندمتغیره به‌عنوان متغیر وابسته و کنترل ویژگی‌های ذاتی شرکت، توانایی مدیریت محاسبه می‌شود.

به منظور اندازه‌گیری کارایی شرکت، دمرجیان و همکاران (۲۰۱۲)، از مدل تحلیل پوششی داده‌ها (DEA) استفاده کرده‌اند. مدل تحلیل پوششی داده‌ها، نوعی مدل آماری است که برای اندازه‌گیری عملکرد سیستم با استفاده از داده‌های ورودی و خروجی، کاربرد دارد. به منظور محاسبه کارایی، از رابطه (۵) استفاده شده است:

$$\max_v \theta = \frac{sales}{v_1 CoGS + v_2 SG\&A + v_3 PPE + v_4 OPSLease + v_5 R\&D + v_6 GoodWill + v_7 Intan} \quad (5)$$

² Jones

در این رابطه، $max_{\nu}\theta$ ، کارایی، $sales$ ، کل درآمد فروش شرکت به عنوان خروجی، $CoGS$ ، بهای کالای فروش رفته در سال t ، $SG\&A$ ، هزینه‌های عمومی، اداری و فروش در سال t ، PPE ، مانده خالص املاک، ماشین‌آلات و تجهیزات در ابتدای در سال t ، $OPSLease$ ، خالص اجاره‌های عملیاتی، $R\&D$ ، هزینه تحقیق و توسعه در سال t ، $GoodWill$ ، سرقفلی خریداری شده و $Intan$ مانده خالص دارایی نامشهود در ابتدای سال t . مقدار محاسبه شده برای کارایی شرکت در محدوده صفر تا یک قرار می‌گیرد که حداکثر کارایی برابر یک و هر چه مقدار به دست آمده کمتر باشد یعنی کارایی شرکت پایین‌تر است.

هدف ما محاسبه کارایی شرکت، اندازه‌گیری توانایی مدیریت است و از آنجا که در محاسبات مربوط به کارایی ویژگی‌های ذاتی شرکت نیز دخالت دارند، نمی‌توان توانایی مدیریت را به درستی اندازه‌گیری کرد زیرا متأثر از این ویژگی‌ها، بیشتر یا کمتر از مقدار واقعی محاسبه می‌شود. دمرجیان و همکاران (۲۰۱۲) به منظور کنترل اثر ویژگی‌های ذاتی شرکت در مدل خود کارایی شرکت به دو بخش جدا یعنی کارایی بر اساس ویژگی‌های ذاتی شرکت و توانایی مدیریت، تقسیم کرده‌اند. آن‌ها این کار را با استفاده از کنترل ۵ ویژگی ذاتی شرکت انجام داده‌اند. هر کدام از این ۵ متغیر به عنوان ویژگی‌های ذاتی شرکت، می‌توانند به مدیریت کمک کنند تا تصمیمات بهتری اتخاذ نمایند یا در جهت عکس عمل کرده و توانایی مدیریت را محدود کنند. در مدل (۶) که توسط دمرجیان و همکاران (۲۰۱۲) ارائه شده، این ۵ ویژگی کنترل شده‌اند.

$$EF_{it} = \alpha_0 + \alpha_1 \ln(TA_{it}) + \alpha_2 MS_{it} + \alpha_3 FCF_{it} + \alpha_4 \ln(Age_{it}) + \alpha_5 FC_{it} + \varepsilon_{it} \quad (6)$$

که در این رابطه، EF_{it} کارایی محاسبه شده شرکت از رابطه (۵) است. $\ln(TA_{it})$ لگاریتم طبیعی مجموع دارایی‌ها، MS_{it} نسبت فروش شرکت به کل فروش در صنعت مربوطه؛ $\ln(Age_{it})$ عمر پذیرش شرکت در بورس اوراق بهادار که برابر است با لگاریتم طبیعی تعداد سال‌هایی که سهام شرکت در بورس اوراق بهادار تهران معامله می‌شود. FC_{it} شاخص ارزش خارجی است که اگر شرکت صادرات داشته باشد، برابر با ۱ و در غیر این صورت صفر است. FCF_{it} جریان نقدی آزاد است که اگر شرکتی جریان نقد مثبت داشته باشد، این شاخص ۱ و در غیر این صورت صفر است و ε_{it} باقی مانده مدل است که توانایی مدیریتی را نشان می‌دهد. جریان‌های نقدی آزاد به شرح رابطه (۷) محاسبه می‌شود.

$$FCF_{it} = \frac{INC_{it} - TAX_{it} - INTEP_{it} - PSDIV_{it} - CSDIV_{it}}{A_{it-1}} \quad (7)$$

در این رابطه، FCF_{it} جریان‌های نقدی آزاد؛ INC_{it} سود عملیاتی قبل از استهلاک، TAX_{it} کل مالیات پرداختی شرکت، $INTEP_{it}$ هزینه بهره پرداختنی، $PSDIV_{it}$ سود سهامداران ممتاز پرداختنی، $CSDIV_{it}$ سود سهامداران عادی پرداختنی، A_{it-1} کل ارزش دفتری دارایی‌های شرکت سال قبل است (بزرگ اصل و صالح‌زاده، ۱۳۹۴).

متغیر تعدیلگر

رقابت در بازار: در این پژوهش، برای محاسبه متغیر رقابت در بازار، از شاخص هر فیندال - هیرشمن استفاده می‌شود. این شاخص به صورت زیر محاسبه و در پژوهش‌های هو و رایبسون^۸ (۲۰۰۶) و گرولن و میچائیلی^۹ (۲۰۰۸) نیز به عنوان معیار رقابت به کار گرفته شده است. لازم به توضیح است که شاخص مذکور میزان رقابت‌پذیری را در سطح صنایع مختلف محاسبه کرده و به صورت رابطه (۸) تعریف شده است:

$$HHI_{it} = \sum_{i=1}^N \left(\frac{S_i}{S} \right)^2 \quad (8)$$

در این شاخص N نشان‌دهنده تعداد شرکت مورد بررسی است. درآمد فروش شرکت i ام با نماد S_i نشان داده شده است و S نشان‌دهنده کل درآمد فروش در صنعت می‌باشد. هر چقدر این شاخص بزرگ‌تر باشد بدین معنی است که صنعت متمرکز است (هو و رایبسون، ۲۰۰۶).

² Hou and Robinson 8

² Grullon and Michaely 9

متغیرهای کنترلی

اندازه شرکت: جهت محاسبه اندازه شرکت از لگاریتم طبیعی کل دارایی‌ها در پایان سال مالی استفاده می‌شود. رشد فروش: این متغیر به صورت درصد تغییر در مجموع دارایی‌ها نسبت به سال قبل محاسبه می‌شود. اهرم مالی: برای محاسبه اهرم مالی از نسبت کل بدهی‌ها به کل دارایی‌ها در پایان سال مالی استفاده می‌گردد. سن شرکت: برابر لگاریتم طبیعی تعداد سال‌هایی است که شرکت در بورس اوراق بهادار تهران پذیرش شده است. بازده دارایی: برای محاسبه بازده دارایی از نسبت سود عملیاتی به کل دارایی‌ها استفاده می‌شود. نقدینگی: از تقسیم دارایی‌های جاری منهای بدهی‌های جاری بر کل دارایی‌ها قابل محاسبه است. وضعیت سودآوری: متغیر کیفیتی است که اگر شرکت زیان گزارش کرده باشد، ۱؛ در غیر این صورت صفر خواهد بود.

یافته‌های پژوهش

به منظور بررسی مشخصات عمومی متغیرها و تجزیه و تحلیل دقیق آن‌ها، آشنایی با آمار توصیفی مربوط به متغیرها لازم است. جدول (۱)، آمار توصیفی داده‌های مربوط به متغیرهای مورد استفاده در پژوهش را نشان می‌دهد.

جدول ۱: آمار توصیفی

پنل متغیرهای پیوسته							
مشاهدات	انحراف معیار	حداقل	حداکثر	میان	میانگین	متغیر	نماد
۷۵۶	۰/۱۱۵	۰/۰۰۱	۰/۵۸۹	۰/۰۸۴	۰/۱۲۰	مدیریت سود	EM
۷۵۶	۰/۳۰۶	-۰/۷۶۴	۰/۸۱۷	-۰/۰۰۵	۰/۰۱۲	توانایی مدیریت	MA
۷۵۶	۰/۰۹۱	۰/۰۰۱	۰/۶۳۲	۰/۰۰۶	۰/۰۳۳	شاخص هرفیندال	HHI
۷۵۶	۱/۴۵۶	۱۰/۴۶۲	۲۰/۱۸۳	۱۴/۳۶۴	۱۴/۴۷۰	اندازه شرکت	SIZE
۷۵۶	۰/۲۹۰	-۰/۲۸۶	۰/۹۷۸	۰/۱۶۶	۰/۲۱۷	رشد فروش	Sales
۷۵۶	۰/۲۰۶	۰/۱۰۱	۰/۹۶۷	۰/۵۸۱	۰/۵۶۹	اهرم مالی	LEV
۷۵۶	۰/۴۵۵	۲/۰۷۹	۴/۱۸۹	۳/۰۹۱	۳/۱۲۸	سن شرکت	AGE
۷۵۶	۰/۱۴۰	-۰/۲۵۵	۰/۵۶۴	۰/۰۹۹	۰/۱۲۵	بازده دارایی	ROA
۷۵۶	۰/۲۰۶	-۰/۲۸۲	۰/۷۲۸	۰/۱۴۳	۰/۱۴۸	نقدینگی شرکت	LIQ
پنل متغیرهای گسسته							
مشاهدات	درصد صفر	درصد یک	متغیر	نماد			
۷۵۶	۸۳/۸۶	۱۶/۱۴	وضعیت سودآوری	LOSS			

مهم‌ترین شاخص مرکزی میانگین است که نشان‌دهنده نقطه تعادل و مرکز ثقل توزیع است و شاخص مناسبی برای نشان دادن مرکزیت داده‌ها می‌باشد. همان‌طور که در جدول (۱-۴) می‌توان مشاهده کرد، میانگین مدیریت سود برابر ۰/۱۲۰ می‌باشد. میانگین توانایی مدیریت برابر ۰/۰۱۲ است. متوسط شاخص هرفیندال برابر با ۰/۰۳۳ می‌باشد. مطابق با یافته‌های جدول، بازده دارایی با میانگین ۰/۱۲۵ نشان‌دهنده آن است که واحدهای تجاری ۰/۱۲۵ سود و بازدهی از منابع و دارایی‌های تحت اختیار کسب می‌کنند. متغیر اندازه شرکت، که از طریق لگاریتم طبیعی کل دارایی‌ها محاسبه شده است دارای میانگین ۱۴/۴۷۰ است. رشد فروش شرکت‌ها دارای میانگین ۰/۲۱۷ است و این شرکت‌ها حدود ۵۶ درصد منابع مالی خود را، از طریق بدهی تأمین می‌کنند، می‌توان عنوان کرد که ۵۶ درصد از شرکت‌ها ریسک مالی بالایی را پذیرفته‌اند.

پیش فرض‌های رگرسیون

میزان اعتبار مدل‌های برآورد شده به میزان برقراری پیش فرض‌های لازم رگرسیون برای برآورد مدل است. مهم‌ترین پیش فرض‌های عبارتند از:

بررسی عدم خودهمبستگی

برای بررسی عدم خودهمبستگی در نتایج مدل رگرسیونی از آماره دوربین - واتسون استفاده شده است. به طوری که اگر آماره دوربین - واتسون بین ۱/۵ تا ۲/۵ باشد خودهمبستگی در مدل وجود ندارد. خلاصه نتایج این آزمون در جدول (۲) ارائه شده است.

جدول ۲: نتایج آزمون دوربین - واتسون

مدل	ضریب تعیین	ضریب تعیین تعدیل شده	دوربین - واتسون	آماره F	سطح معناداری
اول	۰/۲۰۳	۰/۱۹۵	۱/۷۷۷	۲۳/۸۶۳	۰/۰۰۰
دوم	۰/۲۱۳	۰/۲۰۳	۱/۷۷۵	۲۰/۲۷۵	۰/۰۰۰

همسانی واریانس خطاهای مدل

برای بررسی همسان بودن واریانس خطاهای مدل از آزمون وایت استفاده شده است. نتایج حاصل از انجام آزمون وایت به شرح جدول (۳) است.

فرض‌های آماری پژوهش در آزمون وایت به شرح زیر است:

فرض صفر (H_0): واریانس مقادیر خطا همسان است.

فرض یک (H_1): واریانس مقادیر خطا همسان نیست.

همان‌گونه که ملاحظه می‌شود، سطح معناداری آزمون وایت کمتر از سطح خطای ۵٪ است. بنابراین، در سطح خطای ۵٪ فرضیه H_0 این آزمون مبنی بر همسان بودن واریانس‌ها رد می‌شود و در مقابل فرضیه شماره یک مبنی بر ناهمسانی واریانس‌ها پذیرفته می‌شود.

جدول ۳: نتایج آزمون دوربین - واتسون

مدل	آماره F	احتمال	نتیجه
اول	۷/۵۶۸	۰/۰۰۰	ناهمسانی واریانس
دوم	۶/۵۵۰	۰/۰۰۰	ناهمسانی واریانس

آزمون هم خطی

برای تعیین هم خطی بین متغیرهای مستقل و کنترلی از عامل تورم واریانس (VIF) استفاده می‌شود. وقتی که شاخص تورم واریانس کمتر از ۵ باشد، نشان‌دهنده عدم وجود هم خطی می‌باشد. نتایج در جدول (۴) ارائه شده است.

جدول ۴: آزمون هم خطی بین متغیرها

نماد	متغیر	عامل تورم واریانس	فرضیه اول	فرضیه دوم
MA	توانایی مدیریت	عامل تورم واریانس	۱/۴۹	۱/۶۱
HHI	شاخص هرفیندال			۱/۱۶
MA×HHI	توانایی مدیریت×شاخص هرفیندال			۱/۱۷
SIZE	اندازه شرکت		۱/۱۵	۱/۳۶
Sales	رشد فروش		۱/۱۴	۱/۱۵
LEV	اهرم مالی		۱/۲۶	۱/۲۶
AGE	سن شرکت		۱/۰۷	۱/۰۷
ROA	بازده دارایی		۲/۱۳	۲/۱۳
LIQ	نقدینگی شرکت		۱/۶۶	۱/۶۷
LOSS	وضعیت سودآوری		۱/۴۵	۱/۴۶

آزمون تعیین نوع داده‌ها

بمنظور انتخاب بین روش داده‌های تابلویی و تلفیقی در برآورد مدل، از آزمون اف لیمر استفاده شده است. برای بررسی نتایج اف لیمر، در صورتی که احتمال آمار اف بیشتر از ۰/۰۵ باشد، باید از روش داده‌های تلفیقی استفاده کرد، در غیر این صورت از روش داده‌های تابلویی استفاده می‌شود.

در صورت پذیرفته شده روش داده‌های تابلویی، سپس باید آزمون هاسمن را جهت انتخاب بین روش اثرات تصادفی یا ثابت بکار برد. در آزمون هاسمن، در صورتی که احتمال آماره کای دو بیشتر از ۰/۰۵ باشد، باید از روش اثرات تصادفی و در غیر این صورت از روش اثرات ثابت استفاده شود. خلاصه نتایج آزمون اف لیمر و هاسمن در جدول (۵) ارائه شده است. با توجه به نتایج جدول (۶)، از مدل اثرات ثابت استفاده شده است.

جدول ۵: آزمون F لیمر و هاسمن

آزمون هاسمن			آزمون F لیمر		
نتیجه	احتمال	آماره کای دو	نتیجه	احتمال	آماره F لیمر
اثرات ثابت	۰/۰۱۲	۱۹/۵۶۵	تابلویی	۰/۰۰۰	۱/۹۰۳
اثرات ثابت	۰/۰۰۴	۲۵/۵۲۱	تابلویی	۰/۰۰۰	۱/۹۴۹

تجزیه و تحلیل نتایج حاصل از برآورد مدل

جدول (۶) نتایج حاصل از آزمون فرضیه اول پژوهش را با استفاده از مدل رگرسیون چندگانه مبتنی بر داده‌های ترکیبی نشان می‌دهد.

جدول ۶: نتایج آزمون فرضیه اول

$EM_{it} = \beta_0 + \beta_1 MA_{it} + \beta_2 SIZE_{it} + \beta_3 SALES_{it} + \beta_4 LEV_{it} + \beta_5 AGE_{it} + \beta_6 ROA_{it} + \beta_7 Liquidity_{it} + \beta_8 LOSS_{it} + \varepsilon_{it}$					
متغیر	نماد متغیر	ضریب	خطای استاندارد	آماره t	احتمال آماره t
توانایی مدیریت	MA	-۰/۱۱۷	۰/۰۱۵	-۷/۸۲	۰/۰۰۰
اندازه شرکت	SIZE	۰/۰۰۷	۰/۰۰۲	۲/۵۷	۰/۰۱۰
رشد فروش	SALES	۰/۰۶۷	۰/۰۱۳	۴/۸۴	۰/۰۰۰
اهرم مالی	LEV	-۰/۰۵۶	۰/۰۲۰	-۲/۷۴	۰/۰۰۶
سن شرکت	AGE	۰/۰۱۶	۰/۰۰۸	۱/۹۰	۰/۰۵۷
بازده دارایی	ROA	-۰/۰۶۸	۰/۰۳۹	-۱/۷۳	۰/۰۸۲
نقدینگی شرکت	LIQ	۰/۰۴۷	۰/۰۲۳	۲/۰۲	۰/۰۴۲
وضعیت سودآوری	LOSS	۰/۰۷۲	۰/۰۱۲	۵/۸۹	۰/۰۰۰
مقدار ثابت	C	-۰/۰۲۵	۰/۰۴۵	-۰/۵۵	۰/۵۷۸
ضریب تعیین		۰/۲۰۳	ضریب تعیین تعدیل شده		
آماره دوربین - واتسون	۱/۷۷۷	آماره F	۲۳/۸۶۳	احتمال آماره F	
				۰/۰۰۰	

همان‌طور که در جدول (۶) می‌توان مشاهده کرد، در آزمون مدل، مقدار احتمال آماره F برابر صفر و این مقدار کمتر از ۰/۰۵ است. پس می‌توان گفت با ۹۵ درصد اطمینان مدل معنادار می‌باشد. همچنین نتایج مربوط به ضریب تعیین تعدیل شده نشان می‌دهد که حدود ۱۹ درصد تغییرات متغیر وابسته به‌وسیله متغیرهای مستقل و کنترلی مدل، توضیح داده می‌شوند.

بر اساس نتایج حاصل شده در جدول (۶)، ضریب متغیر توانایی مدیریت برابر -۰/۱۱۷- می‌باشد و همچنین احتمال آماره t مربوط به متغیر توانایی مدیریت نشان می‌دهد با سطح اطمینان ۹۵ درصدی، ضریب متغیر توانایی مدیریت معنادار است. علاوه بر این علامت منفی این ضریب نشان‌دهنده رابطه معکوس بین متغیر توانایی مدیریت و مدیریت سود می‌باشد. بر این اساس فرضیه "توانایی مدیریت بر مدیریت سود تأثیر منفی و معناداری دارد" رد نمی‌شود.

افزون بر این، احتمال آماره t مربوط به متغیرهای کنترلی نشان می‌دهد که متغیرهای اندازه شرکت، رشد شرکت، اهرم مالی، نقدینگی شرکت و وضعیت سودآوری معنادار می‌باشد. علاوه بر این علامت ضریب متغیرهای اندازه شرکت، رشد شرکت، نقدینگی شرکت و وضعیت سودآوری

مثبت است که نشان دهنده رابطه مستقیم بین این متغیرها با متغیر وابسته بوده و علامت ضریب متغیر اهرم مالی منفی می باشد که نشان دهنده رابطه معکوس با متغیر وابسته است.

جدول (۷) نتایج حاصل از آزمون فرضیه دوم پژوهش را با استفاده از مدل رگرسیون چندگانه مبتنی بر داده های ترکیبی نشان می دهد.

جدول ۷: نتایج آزمون فرضیه دوم

$EM_{it} = \beta_0 + \beta_1 MA_{it} + \beta_2 HHI_{it} + \beta_3 MA_{it} \times HHI_{it} + \beta_4 SIZE_{it} + \beta_5 SALES_{it} + \beta_6 LEV_{it} + \beta_7 AGE_{it} + \beta_8 ROA_{it} + \beta_9 Liquidity_{it} + \beta_{10} LOSS_{it} + \varepsilon_{it}$					
متغیر	نماد متغیر	ضریب	خطای استاندارد	آماره t	احتمال آماره t
توانایی مدیریت	MA	-۰/۱۰۷	۰/۰۱۵	-۶/۹۲	۰/۰۰۰
شاخص هرفیندال	HHI	۰/۰۸۸	۰/۰۴۴	۱/۹۹	۰/۰۴۶
توانایی مدیریت × هرفیندال	MA×HHI	-۰/۴۱۹	۰/۱۷۰	-۲/۴۶	۰/۰۱۴
اندازه شرکت	SIZE	۰/۰۰۶	۰/۰۰۳	۲/۱۶	۰/۰۳۰
رشد فروش	SALES	۰/۰۶۳	۰/۰۱۳	۴/۵۹	۰/۰۰۰
اهرم مالی	LEV	-۰/۰۵۵	۰/۰۲۰	-۲/۷۲	۰/۰۰۶
سن شرکت	AGE	۰/۰۱۷	۰/۰۰۸	۲/۰۰	۰/۰۴۵
بازده دارایی	ROA	-۰/۰۶۴	۰/۰۳۹	-۱/۶۴	۰/۱۰۱
نقدینگی شرکت	LIQ	۰/۰۴۷	۰/۰۲۳	۲/۰۴	۰/۰۴۱
وضعیت سودآوری	LOSS	۰/۰۷۱	۰/۰۱۲	۵/۷۸	۰/۰۰۰
مقدار ثابت	C	-۰/۰۲۱	۰/۰۴۷	-۰/۴۴	۰/۶۵۵
ضریب تعیین		۰/۲۱۳	ضریب تعیین تعدیل شده		
آماره دوربین - وانسون	۱/۷۷۵	آماره F	۲۰/۲۷۵	احتمال آماره F	
				۰/۰۰۰	

همان طور که در جدول (۷) می توان مشاهده کرد، در آزمون مدل، مقدار احتمال آماره F برابر صفر و این مقدار کمتر از ۰/۰۵ است. پس می توان گفت با ۹۵ درصد اطمینان مدل معنادار می باشد. همچنین نتایج مربوط به ضریب تعیین تعدیل شده نشان می دهد که حدود ۲۲ درصد تغییرات متغیر وابسته به وسیله متغیرهای مستقل و کنترلی مدل، توضیح داده می شوند.

بر اساس نتایج حاصل شده در جدول (۷)، ضریب متغیر تعاملی (توانایی مدیریت × شاخص هرفیندال) برابر ۰/۴۱۹- می باشد و همچنین احتمال آماره t مربوط به متغیر مورد نظر نشان می دهد با سطح اطمینان ۹۵ درصدی، ضریب متغیر تعاملی معنادار است. علاوه بر این علامت منفی این ضریب نشان دهنده رابطه معکوس بین متغیر تعاملی (قدرت مدیرعامل × رقابت در بازار) و مدیریت سود می باشد. بر این اساس فرضیه "رقابت در بازار بر شدت اثر توانایی مدیریت و مدیریت سود تأثیر منفی و معناداری دارد" رد نمی شود.

افزون بر این، احتمال آماره t مربوط به متغیرهای کنترلی نشان می دهد که متغیرهای اندازه شرکت، رشد شرکت، اهرم مالی، سن شرکت، نقدینگی شرکت و وضعیت سودآوری معنادار می باشد. علاوه بر این علامت ضریب متغیرهای اندازه شرکت، رشد شرکت، سن شرکت، نقدینگی شرکت و وضعیت سودآوری مثبت است که نشان دهنده رابطه مستقیم بین این متغیرها با متغیر وابسته بوده و علامت ضریب متغیر اهرم مالی منفی می باشد که نشان دهنده رابطه معکوس با متغیر وابسته است.

بحث، نتیجه گیری و پیشنهادها

رفتار مدیریت سود در یک شرکت با انگیزه های مختلفی تعیین می شود که می تواند مربوط به تنظیم قرارداد، ساختار بازار سرمایه یا سایر عوامل خارجی باشد. برخی از محرک های قراردادی مدیریت سود، توانایی ها و شایستگی های مدیران شرکت است که بر هزینه قراردادهای مدیریتی با سهامداران تأثیر می گذارد. مدیران توانا مهارت های لازم برای مدیریت موفق شرکت های خود را دارند. به همین ترتیب، مدیران با مهارت بالا می توانند توانایی بیشتری در دستیابی به منافع بلندمدت مرتبط با ایجاد ارزش پایدار داشته باشند، هم از طریق پاداش فعلی و آینده و هم از طریق افزایش سرمایه بازار کار. در این شرایط، سهامداران احتمالاً به نشانه های تولید شده توسط این مدیران (به عنوان مثال سود) اعتماد می کنند. انگیزه های این مدیران با سهامداران، که در نتیجه احساس می کنند نیاز کمتری به نظارت بر رفتار خود دارند، مطابقت دارد. در نتیجه کمتر برای مدیریت سود اقدام می کنند. عامل اصلی مدیریت سود که در ادبیات به طور گسترده مورد بررسی قرار گرفته است، سطح

رقابت بازار موجود در یک صنعت است. رقابت سطح شفافیت در یک صنعت را افزایش می‌دهد و در نتیجه، عدم تقارن اطلاعاتی بین مدیران و سهامداران را کاهش می‌دهد و امکان نظارت بهتر را فراهم می‌کند. با این وجود، افزایش اطلاعات در محیط‌های کاملاً رقابتی به سهامداران این امکان را می‌دهد تا عملکرد شرکت را به طور مؤثرتری مقایسه کنند و بنابراین با استفاده از مدیریت سود بیشتر، مدیران را برای رسیدن به اهداف رقبا تحت فشار قرار می‌دهند. از این رو هدف اول بررسی تأثیر توانایی مدیریت بر مدیریت سود بود که با توجه به نتایج بدست آمده مشاهده شد تأثیر منفی و معناداری بر مدیریت سود دارد و نتایج این پژوهش با پژوهش ال‌دیری (۲۰۲۰)، هوانگ و سان (۲۰۱۷) و دی میو و همکاران (۲۰۱۷) همسو است. هدف دوم به بررسی تأثیر رقابت در بازار بر رابطه بین توانایی مدیریت و مدیریت سود بود که تأثیر معنادار را نشان داد و نتایج این پژوهش با پژوهش ال‌دیری (۲۰۲۰) همسو است.

در راستای پژوهش انجام شده و نتایج به دست آمده از آن برخی از پیشنهادهای پژوهش به شرح زیر بیان می‌شود: سرمایه‌گذاران برای اتخاذ تصمیم‌های سرمایه‌گذاری باید به مسئله مدیریت سود توجه داشته باشند. لذا باید برای تصمیم‌های سرمایه‌گذاری خود از اطلاعات ارائه شده در صورت‌های مالی حسابرسی شده شرکت‌ها و بررسی‌های تحلیلی‌گران مالی و کارگزاران بورس اوراق بهادار استفاده کنند.

تدوین‌کنندگان استانداردهای حسابداری باید مقررات و استانداردهایی برای کنترل هر چه بهتر رفتار مدیریت شرکت‌ها در انتخاب روش‌های متعدد حسابداری تدوین کند تا در حد امکان آزادی عمل مدیر در انتخاب چند روش محدود شود.

به مدیران شرکت‌ها توصیه می‌شود در زمان رقابت به مزیت رقابتی موجود توجه نمایند و در پروژه‌هایی سرمایه‌گذاری نمایند که نتایج بهینه‌ای در بر داشته باشد. زیرا سرمایه‌گذاری در پروژه‌های غیربهینه شرکت را در ورطه ورشکستگی قرار می‌دهد.

با توجه به معنادار شدن نتایج این پژوهش و از طرف دیگر تأکید ادبیات اقتصادی بر نقش مؤثر رقابت در بازار بر عملکردهای بازار، پیشنهاد می‌شود دست‌اندرکاران و مسئولان سازمان بورس اوراق بهادار به نقش‌ها و کارکردهای مهمی که رقابت در بازار می‌تواند بر بازار سرمایه داشته باشد توجه بیشتری نمایند.

برای پژوهش‌های آتی نیز پیشنهادهای زیر ارائه می‌گردد:

۱) این پژوهش نمونه‌ای از شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار را مورد بررسی قرار داد. پیشنهاد می‌شود در پژوهش‌های آتی این بررسی با لحاظ کردن نوع صنعت آزمون گردد.

۲) تأثیر رقابت در بازار رابطه بین توانایی مدیریت و کیفیت سود

۳) تأثیر حاکمیت شرکتی رابطه بین توانایی مدیریت و مدیریت سود

مراجع

- ابراهیمی، سیدکاظم؛ بهرامی نسب، علی؛ پروانه، صدیقه. (۱۳۹۷). تأثیر رقابت در بازار محصول بر ریسک‌پذیری سرمایه‌گذاران. پژوهش‌های حسابداری مالی و حسابرسی، ۱۰ (۴۰)، ۱۸۶-۱۷۱.
- ایمانی، سامان و جعفرزاده بی شک، محمدصادق. (۱۳۹۸). تأثیر کمیته حسابرسی بر رابطه توانایی مدیریت با چسبندگی هزینه‌ها و مدیریت سود واقعی. فصلنامه چشم‌انداز حسابداری و مدیریت، ۲ (۱۵)، ۴۷-۲۹.
- بحری ثالث، جمال؛ پاک‌مرام، عسگر؛ قادری، قدرت. (۱۳۹۷). تبیین رابطه رقابت در بازار محصول با مدیریت سود شرکت‌ها (شواهدی از اقلام تعهدی اختیاری). فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت، ۱۱ (۳۸)، ۲۶-۱۵.
- بزرگ اصل، موسی؛ صالح‌زاده، بیستون. (۱۳۹۴). رابطه توانایی مدیریت و پایداری سود با تأکید بر اجزای تعهدی و جریان‌های نقدی در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. دانش حسابرسی، ۱۴ (۵۸)، ۱۷۰-۱۵۴.
- رضازاده، حامد؛ پاک‌مرام، عسگر؛ بحری ثالث، جمال؛ عبدی، رسول. (۱۳۹۹). تأثیر خوش‌بینی و بدبینی مدیران بر مدیریت سود. مجله علمی دانش حسابداری مالی، ۷ (۱)، ۱۸۰-۱۵۷.
- رضایی‌نژاد، فرشاد؛ دقان، اکبر؛ بابادی، محبوبه؛ بابادی، معصومه. (۱۳۹۲). تأثیر توانایی مدیریت بر کیفیت سود. بررسی موردی بورس اوراق بهادار تهران. اولین کنفرانس ملی حسابداری و مدیریت شیراز، مؤسسه بین‌المللی آموزشی و پژوهشی خوارزمی.

- صادقی مقدم، حسن؛ غمامی، سیدمحمد مهدی. (۱۳۹۱). نظم بازار: مطالعه تطبیقی در حقوق ایران و فرانسه. مطالعات حقوق تطبیقی، ۳ (۱)، ۷۳-۹۱.
- کاظمی، حسین؛ مهري نمک آورانی، امید. (۱۳۹۷). تأثیر توانایی مدیریت بر مدیریت سود واقعی و مدیریت ریسک یکپارچه شرکت‌ها. مطالعات نوین کاربردی در مدیریت و اقتصاد. ۱ (۳)، ۵۱-۶۸.
- کلانتری فر، پریسا؛ جعفرزاده بی شک، محمدصادق. (۱۳۹۸). تأثیر مالکیت نهادی بر رابطه بین رقابت در بازار محصول و مدیریت سود. فصلنامه چشم‌انداز حسابداری و مدیریت، ۲ (۱۵)، ۸۲-۱۰۰.
- مشایخی، بیتا؛ حسین پور، امیر حسین. (۱۳۹۵). بررسی رابطه بین مدیریت سود واقعی و مدیریت سود تعهدی در شرکت‌های مشکوک به تقلب بورس اوراق بهادار تهران. فصلنامه علمی پژوهشی مطالعات تجربی حسابداری مالی، ۱۲ (۴۹)، ۲۹-۵۲.
- واحدی انور، شبنم؛ نیکبخت، محمدرضا و پاکروان، محمدرضا. (۱۳۹۶). تأثیر جریان نقد آزاد مازاد به واسطه کیفیت حسابرسی بر مدیریت سود شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار. فصلنامه مطالعات مدیریت و حسابداری، ۳ (۳)، ۴۶-۵۹.
- Brockman, P., and E. Unlu (2009). Dividend Policy, Creditor Rights, and the Agency Costs of Debt”, *Journal of Financial Economics*, Vol.92 pp. 276–299.
- Chhaochharia, V., Grinstein, Y., Grullon, G., and Michaely, R., (2012). Product market competition and internal governance: Evidence from the Sarbanes Oxley Act. *Management Science*, 63, 1405-1424.
- Datta, S., Iskandar-Datta, M., and Singh, V., (2013). Product market power, industry structure, and corporate earnings management. *Journal of Banking & Finance*, 37, 3273-3285.
- Demerjian, P. R., Lewis, M. F., and Mcvay, S. E., (2013). How Does Intentional Earnings Smoothing Vary with Managerial Ability? Available at SSRN: <https://ssrn.com/abstract=2426313>.
- Demerjian, P., Lev, B., and S. McVay. (2012). Quantifying Managerial Ability: A New Measure and Validity Tests. *Management Science*, Vol. 58, No. 7, Pp. 1229–1248.
- El Diri, M., (2017). *Introduction to Earnings Management*. Cham: Springer International Publishing AG.
- El Diri, Malek. (2020). *Earnings Management, Managerial Ability, and the Role of Competition*. Available at <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3748724>.
- Ernst and Young. (2012). 12th Global Fraud Survey Growing Beyond: a place for integrity, CFOs in the spotlight < <http://www.ey.com/gl/en/services/assurance/fraud-investigation---dispute-services/global-fraud-survey---a-place-for-integrity---cfos-in-the-spotlight>> accessed 10 January 2018.
- Francis, J., Huang, A. H., Rajgopal, S., and Zang, A. Y., (2008). CEO reputation and earnings quality. *Contemporary Accounting Research*, 25, 109-147.
- Gujarati, D. (1995) *Basic Econometrics*. USA: Mcgraw-Hille.
- Hall, C. and Bensoussan, B., (2007). *Staying Ahead Of The Competition: How Firms Really Manage Their Competitive Intelligence and Knowledge: Evidence from a Decade of Rapid Change*. Singapore: World Scientific Publishing Company.
- Hart, O. D., (1983). The market mechanism as an incentive scheme. *The Bell Journal of Economics*, 14, 366-382.
- Hendriksen, Eldon S. Van Breda, Michael Filmer. (1992). "Accounting Theory" 5th Edition. Homewood. IL. Irwin. First Ed 1965.

- Hou, K. and D. Robinson. (2006). Industry concentration and average stock returns. *The Journal of Finance*, 4: 1927-1956.
- Huang, X.S. & Sun, L. (2017). Managerial ability and real earnings management. *Advances in Accounting*, 7, 1-14.
- Jacoby, G., Li, J., & M, Liu. (2019). Financial Distress, Political Affiliation, and Earnings Management: The Case of Politically Affiliated Private Firms. *European Journal of Finance*. Vol. 25, Pp. 508-523. 10.1080/1351847X.2016.1233126.
- Karuna, C., Subramanyam, K.R., and Tian, F., (2012). Industry product market competition and earnings management. Working Paper. University of Houston.
- Leggett, D., Parsons, L. and A. Reitenga. (2009). "Real Earnings Management and Subsequent Operating Performance". working paper.
- Lerbinger, O., (2013). *The Global Manager: Contemporary Issues and Corporate Responses*. UK: Macmillan Education.
- Lieberman, M. B., and Asaba, S., (2006). Why do firms imitate each other? *Academy of Management Review*, 31, 366-385.
- Marciukaityte, M., and Park, J., (2009). Market competition and earnings management. Working Paper. Harbert College of Business.
- Markarian, G., and Santalo J., (2010). Product market competition, information and earnings management. *Journal of Business Finance & Accounting*, 41, 572-599.
- Milgrom, P., and Roberts, J., (1992). *Economics, organization and management*. New Jersey: Prentice Hall Inc.
- Roychowdhury, S. (2006), "Earnings Management through Real Activities Manipulation", *Journal of Accounting and Economics*, Vol. 42 No. 3, pp. 335-370.
- Shepherd, W. (1970). *Market Power and Economic Welfare: An Introduction*. New York, Random House Press.
- Tesfaye T. Lemma, Minga Negash, Mthokozisi Mlilo, Ayalew Lulsegedd, (2018), Institutional ownership, product market competition, and earnings management: Some evidence from international data, *Journal of Business Research*, 90, 151-163.
- Walker, M., (2013). How far can I trust earnings numbers? What research tells us about earnings management. *Accounting and Business Research*, 43, 445-481.
- Zhu X, Lu S. (2013). Earnings Management through Real Activities Manipulation Before Mergers and Acquisitions. *J Finance Account* 13:1.