



دانشگاه پیام نور بهشهر

پایان نامه کارشناسی ارشد در رشته حسابداری

موضوع:

بررسی تاثیر رقابت در بازار محصول بر رابطه بین دوره تصدی

مدیرعامل و کیفیت سود

استاد راهنما:

دکتر محمد کاشانی پور

استاد مشاور:

دکتر سیامک فیروزیان

نام دانشجو:

رضا یوسفی

زمستان ۱۳۹۰



تقدیم

تقدیم به پدر و مادر گرامیم که با صبر و حوصله و تشویق فراوان اینجانب را در طی این راه یاری

نموده اند.

تشکر و قدردانی

بدین وسیله از استاد ارجمند و گرامی جناب آقای دکتر محمد کاشانی پور که به عنوان استاد راهنما با راهنمایی های ارزنده از مرحله انتخاب موضوع تا اتمام پایان نامه اینجانب را مورد عنایت خویش قرار دادند، و از کلیه کسانی که مرا در انجام تحقیق حاضر یاری نموده اند، تشکر و قدر دانی به عمل می آید.

چکیده:

یکی از اهداف سیستم های حسابداری، تهیه اطلاعات مفید به منظور پیش بینی واتخاذ تصمیمات مفید اقتصادی جهت استفاده کنندگان برون سازمانی می باشد. وجود زمینه های مناسب برای "تحریف سود" ناشی از مسائل نمایندگی و همچنین به دلیل محدودیت های ذاتی حسابداری، از جمله نارسایی های موجود در فرآیند برآوردها، پیش بینی های آتی و اختیار عمل مدیران در استفاده از رویه های متعدد حسابداری باعث شده است، تحلیلگران و محققان به کیفیت سود های گزارش شده در صورتهای مالی توجه بیشتری بنمایند. از این جهت دوره تصدی مدیرعامل و همچنین فضای تجاری که شرکت ها در آن فعالیت می کنند (بازار فروش محصول از نظر انحصاری و یا رقابتی بودن) می توانند بطور بالقوه اثر مثبت یا منفی بر کیفیت سود بگذارند. از آنجایی که در صورت افزایش همزمان رقابت در بازار فروش محصول و دوره تصدی مدیرعامل، که به تبع آنها، ثبات بیشتر جایگاه مدیریت را در پی دارد، کمتر احتمال می رود که مدیریت، منافع سهامداران را دنبال نماید. از این رو تفاوت سود گزارش شده توسط مدیریت از سود واقعی محتمل است. بدین معنا، ممکن است که از کیفیت کمتری برخوردار باشد.

بر این اساس، این پژوهش درصدد است تا به بررسی تاثیر رقابت در بازار محصول بر رابطه بین دوره تصدی مدیرعامل و کیفیت سود ۶۵ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در طی دوره ۸۸-۸۳ به روش تحلیل ترکیبی بپردازد. یافته ها نشان می دهد که ارتباط معکوس بین رقابت در بازار محصول و دوره تصدی مدیرعامل با کیفیت سود وجود دارد.

واژه های کلیدی: کیفیت سود، دوره تصدی مدیرعامل، رقابت در بازار محصول، بورس اوراق بهادار تهران

فهرست مطالب

صفحه	عنوان
۱	فصل اول
۲	مقدمه
۳	۱-۱ بیان مسأله
۳	۲-۱ تشریح مسأله
۵	۳-۱ اهمیت و ضرورت تحقیق
۵	۱-۳-۱ نظری
۵	۲-۳-۱ کاربردی
۵	۴-۱ فرضیه پژوهش
۵	۵-۱ هدف تحقیق
۶	۶-۱ حدود پژوهش
۶	۷-۱ خلاصه مراحل پژوهش
۸	۸-۱ تعریف واژه های کلیدی
۱۰	فصل دوم
۱۱	مقدمه
۱۲	۱-۲ مبانی نظری
۱۲	۱-۱-۲ تعریف رقابت
۲۸	۲-۱-۲ رقابت از دیدگاههای گوناگون
۲۸	۳-۱-۲ جنبه های مثبت رقابت
۱۷	۴-۱-۲ جنبه های منفی رقابت
۱۸	۵-۱-۲ تاریخچه و ادبیات رقابت در بازار فروش
۲۹	۶-۱-۲ خلاصه وضعیت نمودار ۱
۲۸	۱-۲-۲ مفهوم کیفیت سود
۲۹	۲-۲-۲ تعاریف کیفیت سود
۳۲	۳-۲-۲ اهمیت کیفیت سود

۳۳ عوامل مؤثر بر کیفیت سود (۴-۲-۲)
۳۳ ویژگی های مهم یک سود باکیفیت (۵-۲-۲)
۳۵ چارچوب و معیار های ارزیابی کیفیت سود (۶-۲-۲)
۳۷ تعریف گزارشگری جسورانه (۷-۲-۲)
۳۷ تعریف گزارشگری محافظه کارانه (۸-۲-۲)
۳۹ محافظه کاری به عنوان شاخصی از کیفیت سود (۹-۲-۲)
۴۰ دوره تصدی مدیرعامل و محتوای اطلاعاتی سود (۱۰-۲-۲)
۴۱ شهرت مدیرعامل و گزارشگری محافظه کارانه (۱۱-۲-۲)
۴۲ تحقیقات انجام شده در خارج از کشور (۱-۳-۲)
۴۵ تحقیقات انجام شده در داخل کشور (۲-۳-۲)
۵۱ فصل سوم
۵۲ فصل سوم
۵۲ مقدمه
۵۳ مسأله تحقیق (۱-۳)
۵۳ تدوین فرضیه تحقیق (۲-۳)
۵۴ روش تحقیق (۳-۳)
۵۴ جامعه آماری (۴-۳)
۵۷ روش جمع آوری اطلاعات (۵-۳)
۵۸ حدود پژوهش (۶-۳)
۵۸ ابزار تحقیق (۷-۳)
۵۸ مدل تحقیق (۸-۳)
۵۸ مدل باسو (۱-۸-۳)
۶۱ شاخص هرفیندال - هرشمن (۲-۸-۳)
۶۱ چگونگی استخراج داده های مورد نیاز این تحقیق (۹-۳)
۶۲ نحوه آزمون فرضیه تحقیق (۱۰-۳)
۶۲ تعریف فرضیه H_0 و H_1 (۱-۱۰-۳)
۶۲ تأیید یا رد فرضیه (۲-۱۰-۳)

۶۲ محاسبه آماره t و مقدار احتمال خطا..... (۳-۱۰-۳)
۶۳ روش اقتصادسنجی تابلویی..... (۴-۱۰-۳)
۶۶ مدل اثرات تصادفی..... (۵-۱۰-۳)
۶۸ انتخاب بین دو روش اثرات ثابت و تصادفی..... (۶-۱۰-۳)
۶۸ تشریح فرضیه صفر و فرضیه مقابل در آزمون هاسمن..... (۷-۱۰-۳)
۷۰ فصل چهارم.....
۷۱ فصل چهارم.....
۷۱ مقدمه.....
۷۱ آمار توصیفی..... (۱-۴)
۷۲ نتایج تحقیق..... (۲-۴)
۷۳ آزمون فرضیه و نتایج آن..... (۳-۴)
۷۳ مدل تعدیل شده باسو (۱۹۹۷)..... (۱-۳-۴)
۷۶ آزمون فرضیه تحقیق با استفاده از مدل شماره ۱ (شرکتهای غیر رقابتی)..... (۴-۴)
۷۹ آزمون فرضیه تحقیق با استفاده از مدل شماره ۲ (شرکتهای رقابتی)..... (۵-۴)
۸۳ فصل پنجم.....
۸۴ فصل پنجم.....
۸۴ مقدمه.....
۸۴ خلاصه تحقیق..... (۱-۵)
۸۵ نتیجه آزمون فرضیه..... (۲-۵)
۸۵ نتیجه گیری..... (۳-۵)
۸۷ پیشنهادات حاصل از تحقیق..... (۴-۵)
۸۸ پیشنهادات برای تحقیقات آتی..... (۵-۵)
۹۰ منابع.....
۹۸ پیوست شماره ۱: اسامی شرکت های موجود در نمونه به تفکیک صنعت.....
۹۹ پیوست شماره ۲: جدول (۲-۴) آمار توصیفی داده های تحقیق.....
۱۰۰ پیوست شماره ۳: جدول (۳-۴) آمار توصیفی داده های تحقیق.....
۱۰۱ پیوست شماره ۴: نتیجه آزمون فرضیه توسط مدل ۱ (غیر رقابتی).....

- پیوست شماره ۵: نتیجه آزمون فرضیه توسط مدل ۲(رقابتی)..... ۱۰۲
- پیوست شماره ۶: نتیجه آزمون هاسمن فرضیه توسط مدل ۱(غیررقابتی)..... ۱۰۳
- پیوست شماره ۷: ادامه پیوست شماره ۶..... ۱۰۴
- پیوست شماره ۸: نتیجه آزمون هاسمن فرضیه توسط مدل ۲(رقابتی)..... ۱۰۵
- پیوست شماره ۹: ادامه پیوست شماره ۸..... ۱۰۶
- پیوست شماره ۱۰: نتیجه آزمون F لیمر فرضیه توسط مدل ۱(غیررقابتی)..... ۱۰۷
- پیوست شماره ۱۱: نتیجه آزمون F لیمر فرضیه توسط مدل ۲(رقابتی)..... ۱۰۸
- چکیده لاتین..... ۱۰۹
- نمایه لاتین..... ۱۱۱

فصل اول
کلیات تحقیق

فصل اول

کلیات تحقیق

مقدمه :

کیفیت سود گزارش شده از دیدگاه تحلیلگران مالی و افراد حرفه ای جزء بحث انگیزترین مباحث حسابداری بوده است. حتی با وجود استاندارد های پذیرفته شده حسابداری ، گزارشگری سود از دیدگاه کیفی همواره در عمل ، با چالش هایی مواجه بوده است. از سوی دیگر ، نقش مدیران بعنوان یکی از عوامل اثر گذار دیگر بر کیفیت سود گزارش شده را می توان در غالب تئوری نمایندگی مورد بررسی قرار داد. از آنجایی که امنیت شغلی مدیران بستگی به ارائه تصویر مطلوب از عملکرد شرکت در دوره جاری و یا دوره های آتی دارد، لذا عدم موفقیت آنها در ارائه عملکرد مطلوب و حصول نتایج ضعیف در دوره جاری ، یا به دلیل پیش بینی عدم موفقیت در دوره های آتی ، جایگاه مدیران را همواره با خطر برکناری ، مواجه می سازد که این خود می تواند مدیر را به سمت تحریف سود سوق دهد. این تحقیق درصدد است تا به بررسی تاثیر رقابت در بازار محصول ، بر ارتباط بین کیفیت سود و دوره تصدی مدیرعامل بپردازد. بر مبنای تئوریک انتظار می رود این ارتباط مثبت (اکثر تحقیقات) باشد.

۱-۱) بیان مسأله :

در سال های اخیر و به خصوص در نتیجه رسوائی های مالی تعدادی از شرکت های بزرگ، توجه روز افزونی به موضوع کیفیت سود، معطوف شده است. [۱۹] تحلیل گران مالی و سرمایه گذاران در تعیین جریان های نقدی آتی به رقم سود حسابداری به عنوان تنها شاخص تعیین کننده توجه نمی کنند، بلکه برای آن ها پایداری و تکرارپذیر بودن سود گزارش شده بسیار مهم است. آن ها بیشتر از رقم نهایی سود، به ارقام تشکیل دهنده آن توجه می کنند. [۲۶] عوامل بسیاری بر کیفیت سود شرکت ها اثر می گذارند. یکی از این موارد دوره تصدی مدیرعامل است. از آنجایی که در صورت افزایش تصدی مدیرعامل، جایگاه مدیرعامل ثبات و قدرت بیشتری پیدا کند، لذا احتمال کمتری دارد که منافع سهامداران را دنبال کند. از این رو ممکن است سود گزارش شده توسط مدیر از سود واقعی متفاوت باشد به این معنا که از کیفیت کمتری برخوردار باشد. [۷۷] شرکتی که محصولاتش در یک بازار رقابتی عرضه می شود، همچنین دوره تصدی طولانی، نشان دهنده توانایی های مدیریت است. شهرت مدیرعامل یک دارایی با ارزش است که با بسیاری از منافع بلندمدت، از قبیل پاداش آتی بهتر، حفظ مقام و طولانی بودن استقلال داخلی مدیریت مرتبط است. محققان پیشین به طور اساسی اعتبار (شهرت) مدیرعامل را به عنوان آگاهی بازار از توانایی مدیرعامل تعریف کرده اند. لذا، مدیرعامل برای حفظ شهرت خود انگیزه فراوانی دارد و شهرت مدیرعامل به طور قابل توجهی به اثرات ناشی از تصمیم گیری در گزارشگری مالی شان وابسته است [۷۷] .

۱-۲) تشریح مسأله :

سود یکی از اساسی ترین عناصر صورت های مالی است و به عنوان یکی از مهم ترین معیارهای ارزیابی عملکرد [۱۹] و تعیین کننده ارزش واحد تجاری [۸] تلقی می گردد. محاسبه سود خالص یک شرکت متأثر از روش ها و برآوردهای حسابداری است، بنابراین ممکن است کیفیت آن تحت تأثیر دستکاری یا مدیریت سود قرارگیرد . مدیریت سود ناشی از تضاد منافع بین مدیریت واحد تجاری و سهامداران می باشد که موجب می شود سود واقعی یک واحد تجاری از سود گزارش شده در صورت های مالی متفاوت باشد. [۱۲] بدین ترتیب

مدیریت سود، کیفیت سود را متأثر ساخته و از آن می‌کاهد. [۸] برای کیفیت سود معیارهای متفاوتی از جمله پایداری سود، قابلیت پیش بینی و عدم نوسان پذیری [۸] و مربوط بودن سود به ارزش سهام، به موقع بودن سود و محافظه کارانه بودن آن [۲۶] ارائه شده است. دوره تصدی مدیرعامل در ادبیات به عنوان مقیاسی از شهرت مدیرعامل، استفاده شده است. مدیرعاملان به شهرت و اعتبار خود علاقه مند می‌باشند و همین امر منجر به عملکرد محافظه کارانه آنان در ارتباط با گزارش زیان می‌گردد. در ابتدای دوره تصدی، مدیران عامل سعی می‌کنند عملکرد مناسبی از خود نشان دهند تا از اینکه از عنوان مدیرعاملی با عملکرد ضعیف شناخته شوند، دوری کنند. حال پس از اینکه مدیرعامل به شهرت و اعتبار دست یافت، بیشتر سعی در حفظ شهرت خود نسبت به کسب شهرت بیشتر دارد. مدیرعامل به منظور کسب شهرت، در سال‌های اولیه دوره تصدی اش سعی دارد سود را بیشتر گزارش کند. بعد از آن وی برای حفظ این اعتبار، سود را محافظه کارانه تر گزارش می‌کند. [۷۷] این مسأله در شرکت‌های مختلف به دلیل وضعیت رقابتی متفاوت خواهد بود لذا در این پژوهش قصد داریم اثر میزان وضعیت رقابتی شرکت‌ها را بر رابطه بین دوره تصدی مدیرعامل و کیفیت سود بررسی کنیم.

با توجه به تئوری در این تحقیق فرض شده است که به طور متوسط، مدیرعاملی که دوره تصدی اش طولانی‌تر است نسبت به مدیرعامل با دوره تصدی کوتاه مدت در صنایع رقابتی بورس، گزارش محافظه کارانه‌تری دارد. در نهایت این فرضیه، با توجه به داده‌های شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، آزمون می‌شود.

اینکه آیا رقابت در بازار محصول و مدیرعامل، مخصوصاً شهرت وی، دو عامل تعیین کننده مهم در کیفیت سود می‌باشند یا خیر، و آنکه آیا رقابت در بازار فروش محصول بر کیفیت سود گزارش شده اثر گذار است یا نه سؤالاتی هستند که این تحقیق درصدد پاسخگویی به آنها می‌باشد.

۳-۱) اهمیت و ضرورت تحقیق :

۱-۳-۱) نظری

این تحقیق از مفهوم رقابت در بازار محصول و شهرت مدیرعامل و هم از مفهوم مدیریت سود و همچنین کیفیت سود در ادبیات تحقیق، استفاده می کند بنابراین به ادبیات نظری در این زمینه کمک می کند.

۱-۳-۲) کاربردی

از آنجا که اطلاعات مربوط به سود در مقایسه با سایر اطلاعات گزارش شده توسط سیستم حسابداری بیشتر مورد توجه سرمایه گذاران است، بنابراین توجه به ویژگی های کیفی سود گزارش شده بسیار با اهمیت است. [۲۶] کیفیت سود، از جنبه های با اهمیت ارزیابی سلامت مالی شرکت هاست که به توانایی سود گزارش شده در انعکاس سود واقعی، سودمندی در پیش بینی سود آتی و همچنین به ثبات، پایداری و عدم تغییر پذیری سود گزارش شده اشاره دارد. [۲۸] کیفیت سود می تواند در گزارشگری مالی، اطمینان سرمایه گذاران را در بازارهای مالی تحت تأثیر قرار دهد. بنابراین انجام تحقیقات در زمینه کیفیت سود، از اهمیت خاصی برخوردار است.

۴-۱) فرضیه پژوهش:

فرضیه : گزارش مدیرعامل با دوره تصدی طولانی تر نسبت به دوره تصدی کوتاه تر در صنایع رقابتی بورس اوراق بهادار، محافظه کارتر می باشد.

۵-۱) هدف تحقیق :

هدف از این تحقیق یافتن رابطه ای معنادار بین متغیرهای مستقل رقابت در بازار فروش محصول و دوره تصدی با کیفیت سود است.

۶-۱) حدود پژوهش:

دامنه زمانی اجرای پژوهش: سال های مالی ۱۳۸۸-۱۳۸۳ (شش سال).

جمع آوری داده ها: میدانی، کتابخانه ای.

محیط جغرافیایی اجرای پژوهش: کشور ایران، شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران.

۷-۱) خلاصه مراحل پژوهش:

اطلاعات مربوط به مباحث تئوریک پژوهش، از منابع مختلف مانند کتب و نشریات معتبر بین المللی که به صورت آنلاین در پایگاه های اینترنتی موجود می باشند جمع آوری شده است. از طرفی اطلاعات و داده های خام مورد نیاز شرکت ها به منظور بررسی فرضیات پژوهش از طریق نرم افزارهای رهاورد نوین، تدبیرپرداز و در مواقع لزوم از طریق مراجعه مستقیم به صورت های مالی شرکت ها که در لوح های فشرده (DVD) منتشره توسط سازمان بورس اوراق بهادار تهران و وب سایت www.rdis.ir در دسترس است جمع آوری گردید.

برای آزمون فرضیه از مدل تعدیل شده باسو (۱۹۹۷)^۱ [۴۵] به شرح ذیل استفاده

می کنیم:

$$\begin{aligned} NI_{it} = & \beta_0 + \beta_1 NEG_{it} + \beta_2 RET_{it} + \beta_3 RET_{it} \times NEG_{it} + \beta_4 TENR_{it} + \beta_5 TENR_{it} \times NEG_{it} + \\ & \beta_6 TENR_{it} \times RET_{it} + \beta_7 TENR_{it} \times RET_{it} \times NEG_{it} + \beta_8 COMPETITION_{it} + \beta_9 COMPETITION_{it} \\ & \times NEG_{it} + \beta_{10} COMPETITION_{it} \times RET_{it} + \beta_{11} COMPETITION_{it} \times NEG_{it} \times RET_{it} + \\ & \beta_{12} COMPETITION_{it} \times NEG_{it} \times RET_{it} \times TENR_{it} + \beta_{13} LEV_{it-1} + \beta_{14} LEV_{it-1} \times NEG_{it} + \\ & \beta_{15} LEV_{it-1} \times RET_{it} + \beta_{16} LEV_{it-1} \times NEG_{it} \times RET_{it} + \beta_{17} SIZE_{it-1} + \beta_{18} SIZE_{it-1} \times NEG_{it} + \\ & \beta_{19} SIZE_{it-1} \times RET_{it} + \beta_{20} SIZE_{it-1} \times RET_{it} \times NEG_{it} + \beta_{21} MTB_{it-1} + \beta_{22} MTB_{it-1} \times NEG_{it} + \\ & \beta_{23} MTB_{it-1} \times RET_{it} + \beta_{24} MTB_{it-1} \times NEG_{it} \times RET_{it} + \epsilon_{it} \end{aligned}$$

لازم به ذکر است که ما متغیر رقابت در بازار فروش محصول را به عنوان یک متغیر مستقل جدید به مدل تعدیل شده باسو افزوده ایم.

در این مدل متغیرها به صورت زیر تعریف می گردند:

NI_{it} : سودخالص سال t قبل از اقلام غیرعادی تقسیم بر ارزش بازار حقوق صاحبان سهام در ابتدای سال مالی اندازه گیری می شود.

$Competition_{it}$: سطح رقابت در بازار محصولات شرکت i در دوره t

RET_{it} : بازده نسبی سالانه سهام به عنوان بازده ناشی از ابتدای پنجمین ماه (پایان تیرماه) سال مالی t تا چهار ماه بعد از پایان سال مالی t

NEG_{it} : با توجه به بازده نسبی اگر RET_{it} کمتر از یک باشد (بازده منفی بوده) و یک در نظر گرفته می شود در غیراین صورت صفر می باشد (متغیر مجازی).

$TENR_{it}$: شاخص دوره تصدی مدیرعامل.

MTB_{it-1} : نسبت ارزش بازار به ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام در ابتدای سال مالی (متغیر کنترلی).

LEV_{it-1} : اهرم مالی، نسبت کل بدهی به کل دارایی در ابتدای سال مالی. این متغیر برای کنترل مسائل نمایندگی است و در بسیاری از تحقیقات مربوط به کیفیت سود به عنوان یک متغیر کنترلی مورد استفاده قرار می گیرد. (متغیر کنترلی).

$SIZE_{it-1}$: \log طبیعی مجموع دارایی ها (متغیر کنترلی).

لازم به ذکر است که رقابت در بازار فروش براساس شاخص هرفیندال – هرشمن اندازه گیری شده است. شاخص مذکور به صورت زیر تعریف می شود:

$$\text{Herfindahl – Hirschman Index} = \sum_{i=1}^n \left[\frac{S_{it}}{S_t} \right]^2$$

که:

S_{it} : فروش شرکت i در صنعت مورد نظر در سال مورد نظر.

S_t : مجموع فروش های صنعت مورد نظر که شرکت i در آن فعالیت دارد در سال مورد نظر.

n: تعداد شرکت های فعال در صنعت مورد نظر.

هر چقدر میزان شاخص مذکور بالاتر باشد نشان دهنده میزان اندک رقابت بازار است، به عبارتی دیگر بازار از شرایط رقابتی دورتر و به انحصار نزدیکتر است، به همین دلیل و به علت سادگی تحلیل، اگر عدد یک کسر شوند نشان دهنده میزان رقابت بازار به شکل ملموس تری خواهند بود، لذا عدد بدست آمده هر قدر بزرگتر باشد نشان دهنده رقابت بیشتر در بازار خواهد بود.

اگر ضریب $Competition_{it} \times TENR_{it} \times RET_{it} \times NEG_{it}$ که همان ۱۲ می باشد مثبت باشد بدین معناست که مدیرعاملی که دوره تصدی طولانی تری دارد نسبت به یک مدیرعامل با دوره تصدی کوتاه تر، در صنایع رقابتی بورس اوراق بهادار، در گزارشگری خود، محافظه کارانه تر رفتار می کند و اگر این ضریب منفی به دست آید، عکس این مطلب صادق است. در این تحقیق، پیش بینی شده است که این ضریب باید مثبت باشد.

حال بعد از تعیین علامت پیش بینی شده برای ضریب مورد نظر، به آزمون تجربی فرضیه خود که از نظر تئوریک صحیح است، از طریق داده های بورس اوراق بهادار تهران پرداخته می شود.

۱-۸) تعریف واژه های کلیدی:

کیفیت سود: هر چه سود پایدارتر باشد، با کیفیت تر است. در واقع کیفیت سود همان توانایی سود در نشان دادن عایدات آتی می باشد. [۱۹] سود با کیفیت، به ارزش شرکت در بلند مدت نزدیک تر بوده و محتوای اطلاعاتی بیشتری دارد. [۲۷]

دوره تصدی مدیرعامل: به طول مدت خدمت مدیرعامل در یک شرکت گفته می شود.

رقابت: منظور از رقابت، رقابت بازار فروش محصول می باشد. رقابت "وضعیت کسب و کاری که در آن همه کارگزاران اقتصادی در میدان عرضه و تقاضا کالاها، خدمات و سرمایه در مقابله ای آزاد و کامل باشند. [۳۶] همچنین رقابت را می توان اینگونه تعریف کرد: "به وضعیتی اطلاق می شود که تعداد زیادی فروشنده برای

یک کالا وجود داشته باشد بطوریکه هیچ یک نتواند چنان در عرضه و تقاضا تاثیر گذارد که در قیمت موثر

واقع شود. [۳۱]

فصل دوم

ادبیات و مبانی نظری تحقیق

فصل دوم

ادبیات و مبانی نظری تحقیق

مقدمه :

در این بخش، ابتدا به ادبیات نظری و سپس به ادبیات تجربی می پردازیم. در ادبیات حسابداری اثر رقابت در بازار محصول بر کیفیت سود (محتوای اطلاعاتی اجزای سود عملیاتی حسابداری برای پیش بینی جریانهای نقدی عملیاتی آتی با دقت بالا تهیه و افشا می شود) از دو نظر مورد توجه محققان قرار گرفته است. اول آنکه بخش بزرگی از ادبیات حسابداری به این موضوع پرداخته است که الف: چگونه رقابت در بازار محصول می تواند مشکلات نمایندگی بوجود آورد که این مشکلات مدیران را به منظور حفاظت بخشی از مزایای شخصی شان به سمت تحریف نتایج عملکرد سوق می دهد، تحقیقات هارت^۱ (۱۹۸۳)، میر و ویکرز^۲ (۱۹۹۵)، اشمیت^۳ (۱۹۹۷)، ب: یا آنکه مشکلات نمایندگی را تشدید نماید مانند تحقیقات اشفارستین^۴ (۱۹۸۸)، مارتین^۵ (۱۹۹۳). دوم اثر رقابت در بازار محصول بر کیفیت گزارشات مالی از منظر مسائل محافظه کاری، و افشای داوطلبانه و دقیق. در این پژوهش بیشتر بر جنبه دوم تاکید می شود و انتظار می رود با این تحقیق، گامی هر چند کوچک برای توسعه ادبیات تجربی برداشته شود.