فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مالی/سال پنجم/شماره ۲۰ /زمستان۹۲/صفحات ٤١- ۲۲

# بررسی عوامل حاکمیتی موثر بر کیفیت افشا و تأثیر رقابت بازار بر رابطه‌ی بین آن‌ها

احمد خدامی پور*
یونس بزرایی**

تاریخ دریافت: ۹۲/۰۲/۰۸ تاریخ پذیرش: ۹۲/۰۶/۰۵

**چکیده:**

در این مقاله، تأثیر ساختار هیئت مدیره روی کیفیت افشا و تأثیری که رقابتی بودن بازار می‌تواند بر این رابطه داشته باشد، مورد بررسی قرار گرفته است. داده‌های مورد نیاز پژوهش شامل ۱۰۵ شرکت از شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در دوره‌ی زمانی ۱۳۸۳ تا ۱۳۹۰ می‌باشد. برای آزمون فرضیه‌ها از مدل رگرسیون لجستیک استفاده گردیده است. برای بررسی ساختار هیئت مدیره از سه مؤلفه‌ی اندازه هیئت مدیره، استقلال هیئت مدیره و دوگانگی رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل استفاده شده است، و برای بررسی رقابت از شاخص هرفیندال استفاده شده است. نتایج 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. در خصوص رابطه دوگانگی رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل با کیفیت افشا، و نیز، در مورد تأثیر رقابت بازار بر رابطه بین ساختار هیئت مدیره و کیفیت افشا نتایج معناداری یافت نشد.

* دانشیار حسابداری، دانشگاه شهید باهنر کرمان، گروه حسابداری، کرمان، ایران.

** کارشناس ارشد حسابداری، دانشگاه شهید باهنر کرمان، گروه حسابداری، کرمان، ایران(نویسنده مسئول)
Email: Yones_bazraie@yahoo.com

[ Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-23 ]

**واژه های کلیدی:** کیفیت افشا، اندازه هیئت مدیره، استقلال هیئت مدیره، دوگانگی رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل، رقابت بازار محصول

## ۱- مقدمه

افشای اطلاعات نقش اساسی در تصمیمات سرمایه‌گذاری و عملکرد بازارها دارد، سرمایه-گذاران معمولاً قبل از سرمایه‌گذاری با مسائل اطلاعاتی و بعد از سرمایه‌گذاری با مسائل نمایندگی مواجه می‌شوند، زیرا اغلب تصمیمات، از جمله تصمیمات سرمایه‌گذاری در بازار سرمایه و تصمیم‌گیری در خصوص ورود یا خروج از بازار سرمایه در شرایط عدم اطمینان انجام می‌شود (هیلی و پالپو[1]، ۲۰۰۱). مشکلات اطلاعاتی و نمایندگی به عدم تقارن اطلاعاتی منتج می‌شود که به طور جدی از کارایی تخصیص منابع در بازارهای سرمایه جلوگیری می‌کند. برای حل این مشکلات، بهبود دادن کیفیت افشا ضروری است (دیویدسون و دادالت[2]، ۲۰۰۳).

شرکت‌ها افشای اطلاعات را از طریق انتشار صورت‌های مالی، یادداشت‌های توضیحی، گزارش مجامع عمومی، رسانه‌ها و سایت‌های اینترنتی انجام می‌دهند. افشای اطلاعات در شرکت‌های مختلف تفاوت‌های قابل توجهی دارد. شیوه‌های تصمیم‌گیری مربوط به ارائه یا عدم ارائه اطلاعات معین توسط مدیریت، تحت تأثیر عوامل گوناگونی قرار می‌گیرد. تجربیات پیشین حاکی از این است که افشا تابعی از دو عامل اصلی می‌باشد: ۱. عوامل داخلی که مربوط به ویژگی‌های شرکت می‌باشند، مانند ساختار هیئت مدیره ترکیب سهامداران و غیره و ۲. عوامل بیرونی تأثیرگذار، مانند، رقابت بازار محصول، مقررات قانونی و نوع صنعت.

در این مقاله ابتدا به بررسی تأثیر ساختار هیئت مدیره روی کیفیت افشا می‌پردازیم و سپس تأثیر رقابت بازار محصول روی این رابطه را مورد بررسی قرار خواهیم داد. نتایج این پژوهش می‌تواند یاری دهنده سرمایه‌گذاران و اعتباردهندگان در تجزیه و تحلیل‌های خود، به ساختار هیئت مدیره و تأثیری که بر کیفیت افشای اطلاعات می‌گذارد جهت تصمیم گیری صحیح توجه نمایند. همچنین حسابرسان با استفاده از نتایج این پژوهش می‌توانند با مدنظر قرار دادن مؤلفه های ساختار هیئت مدیره و تأثیری که بر کیفیت افشای اطلاعات می‌گذارد و همچنین تأثیر رقابت بر این رابطه، روش حسابرسی را به شکل بهتری اتخاذ نمایند.

[1] - Healy and Palepu
[2] - Davidson and DaDalt

[ Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-23 ]

## ۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

### ۲-۱- کیفیت افشا[1]

افشا در لغت به معنی آشکار کردن اطلاعات است، طبق فرهنگ لغت کهلر، افشا عبارت است از نمایش واضح یک واقعیت یا یک وضعیت در ترازنامه و یا صورت‌های مالی دیگر و یادداشت‌های همراه آن‌ها و یا در گزارش حسابرسی (کهلر و ارکلویز[2]، ۱۹۷۵). در سطح معنایی، کلمه افشا به معنی انتشار اطلاعات صرفاً مالی واحد تجاری، در گزارش‌های سالانه است. هدف اصلی از افشا " کمک به استفاده‌کنندگان در تصمیم گیری مربوط به سرمایه‌گذاری، تفسیر وضعیت مالی شرکت‌ها، ارزیابی عملکرد مدیریت و پیش بینی جریانات نقد آتی می‌باشد." افشا باید از طریق گزارشات قانونی صورت گیرد و حاوی تمامی اطلاعات با اهمیت و به موقع باشد (ثقفی و همکاران، ۱۳۷۶).

تئوری‌ها و نظریات مختلفی به بررسی شیوه‌های افشا توسط شرکت‌ها پرداخته‌اند. براساس مبانی نظری و پژوهش های پیشین برخی از ویژگی‌های شرکت‌ها که بر شیوه‌های افشا مؤثر می‌باشند عبارتند از: اندازه شرکت، سودآوری، تمرکز مالکیت، اهرم مالی و رقابت بازار محصول. در رابطه با اندازه شرکت و کیفیت افشا، دایموند و ورسچایی[3] (۱۹۹۱) استدلال می‌کنند که یک همبستگی مثبت بین اندازه شرکت و کیفیت افشا وجود دارد. آن‌ها عقیده دارند که شرکت های بزرگ اطلاعات بیشتری افشا می‌کنند تا عدم تقارن اطلاعاتی را بین شرکت و سرمایه گذارانشان کاهش دهند. همچنین واتز و زیمرمن[4] (۱۹۸۶) چنین استدلال می‌کنند که شرکت‌های با سود بالاتر، بیشتر در معرض اعمال نظارت هستند و لذا چنین شرکت‌هایی تمایل دارند که حتی اطلاعات جزئی را، به منظور توجیه عملکرد مالی خود و کاهش هزینه‌های سیاسی افشا کنند. جنسن و مک‌لینگ[5] ( ۱۹۷۶) معتقدند که وجود سرمایه‌گذاران عمده مدیریت را مجبور می‌کند تا اطلاعات بیشتری را به منظور کاهش هزینه‌های نمایندگی افشا کنند. بنابراین تمرکز مالکیت می‌تواند کیفیت گزارشگری مالی را بهبود بخشد. همچنین نصرالهی و عارف منش (۱۳۸۹) معتقدند که وجود سرمایه‌گذاران نهادی در ساختار مالکیت شرکت باعث ارائه اطلاعات صادقانه، مربوط‌تر، بی‌طرفانه و به موقع می‌شود. رحمانی و همکاران (۱۳۹۰) نیز به این نتیجه رسیده‌اند که رابطه‌ی منفی بین میزان مالکیت سهامدار کنترل

[1]- Disclosure Quality
[2] - Cohler and erclouis
[3] - Diamond and Verrcchia
[4] - Watts and Zimmerman
[5] - Jensen and Meckling

[ Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-23 ]

کننده و سطح محافظه کاری در سود وجود دارد. دایموند و همکاران (۱۹۹۱) اعتقاد دارند، نسبت بدهی به دارایی بالاتر به معنای اتخاذ رفتار مدیریت سود بیشتر توسط مدیران است که کیفیت افشا را کاهش خواهد داد. شرکت‌هایی که ریسک مالی بالاتری دارند به تأخیر در افشای گزارشات سالانه تمایل دارند.

## ۲-۲- تأثیر ساختار هیئت مدیره بر کیفیت افشا و تأثیر رقابت بازار محصول بر رابطه بین آن‌ها

هیئت مدیره موسسه وظایف اساسی نظارت و مشاوره را در مورد مدیران سطح بالا انجام می‌دهد. هیئت مدیره مجاز است که بر رفتار مدیران شامل شیوه‌های افشاسازی نظارت و ارزیابی داشته باشد. هیئت مدیره همچنین در مورد شیوه‌های افشا شرکت شامل انتصاب یا اخراج مدیر و خزانه دار، جلسه مشورت سهامداران برای جایگزینی شرکت‌های حسابداری و ارزیابی سیاست‌های افشا مسئولیت دارد. (کلز و همکاران[1]، ۲۰۰۸). در این پژوهش ابتدا به بررسی تأثیر ساختار هیئت مدیره روی کیفیت افشا می‌پردازیم. ساختار هیئت مدیره را به وسیله سه مؤلفه‌ی اندازه هیئت مدیره، استقلال هیئت مدیره و دوگانگی رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل مورد بررسی قرا می‌دهیم، سپس در ادامه هر مورد به بررسی این موضوع که رقابت بازار محصول چگونه بر رابطه بین عوامل ساختار هیئت مدیره و کیفیت افشا تأثیر می‌گذارد خواهیم پرداخت.

### ۲-۲-۱- اندازه هیئت مدیره و کیفیت افشا و تأثیر رقابت بر رابطه آن‌ها

اندازه هیئت مدیره نه تنها یک شاخص مهم برای کارایی هیئت مدیره است بلکه یک عامل اساسی تأثیر گذار روی کیفیت افشا می‌باشد، از یک طرف توسعه اندازه هیئت مدیره تأثیر مثبتی روی کیفیت افشا دارد. یک هیئت مدیره بزرگ‌تر بدین معناست که اعضای هیئت مدیره از تخصص حرفه ای بالاتری برخوردارند که این رفتار حرفه ای هیئت مدیره را افزایش خواهد داد و باعث بهبود کیفیت افشا می‌شود. از طرف دیگر توسعه اندازه هیئت مدیره اثر منفی روی کیفیت افشا دارد. یرماک[2] (۱۹۹۶)استدلال می‌کند که یک هیئت مدیره کوچک به بهبود کارایی هیئت مدیره کمک خواهد کرد و یک هیئت مدیره بزرگ راحت‌تر به وسیله مدیر عامل

[1] - Coles, et al.
[2] - Yermack

[ Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-23 ]

شرکت کنترل می‌شود. ژی و همکاران[1] (۲۰۰۳) همچنین اثبات کردند که اندازه هیئت مدیره یک همبستگی منفی با کیفیت افشا دارد.

علاوه بر آن لازم است که تجزیه و تحلیل شود که رقابت بازار محصول چگونه بر رابطه بین اندازه هیئت مدیره و کیفیت افشا تأثیر می‌گذارد. یرماک (۱۹۹۶) اشاره می‌کند که شرکت‌هایی که تنوع بیشتری دارند به دلیل اینکه تجربه صنعتی بیشتری نیاز دارند دارای یک هیئت مدیره بزرگ‌تر می‌باشند، که نشان دهنده‌ی این است که خصوصیات صنعت روی اندازه هیئت مدیره تأثیر می‌گذارد. در رقابت بازار بالا، تشدید رقابت آن‌ها را وادار به متوسل شدن به مشورت با هیئت مدیره می‌نماید برای اینکه از تصمیماتی که در عملکرد شرکت نوسان ایجاد می‌کند جلوگیری کند تأثیر مثبت توسعه هیئت مدیره بر کیفیت افشا را تقویت می‌کند. در حالی که رقابت شدید این الزام را برای شرکت‌ها به وجود می‌آورد تا به تغییرات بازار واکنش نشان دهند. بزرگ‌تر شدن اندازه هیئت مدیره کارایی تصمیمات هیئت مدیره را کاهش می‌دهد و احتمال کنترل هیئت مدیره به وسیله مدیر عامل را افزایش می‌دهد که تأثیر منفی هیئت مدیره بزرگ بر کیفیت افشا را تقویت خواهد کرد. بنابراین با توجه به آنچه گفته شد دو فرضیه زیر مطرح می‌گردد.

**فرضیه اول:** بین اندازه هیئت مدیره و کیفیت افشا رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

**فرضیه دوم:** رقابت بازار محصول بر رابطه‌ی بین اندازه هیئت مدیره و کیفیت افشا تأثیر معناداری دارد.

### ۲-۲-۲- استقلال هیئت مدیره و کیفیت افشا و تأثیر رقابت بر رابطه آن‌ها

اعضای مستقلی از هیئت مدیره وجود دارد که وابستگی با شرکت ندارند و تضاد منافع بالقوه و بالفعلی با شرکت‌هایی که به آن‌ها خدمت می‌کنند ندارند. آن‌ها دارای مشوق‌هایی برای توسعه هستند و به عنوان متخصص در کنترل تصمیم گیری واقع‌بینانه و بی‌طرفانه منافع سهامداران عمل می‌کنند.

به طور ویژه فاما و جنسن[2] (۱۹۸۳) نشان دادند که نسبت بالاتر هیئت مدیره غیر مستقل باعث می‌شود که افشای داوطلبانه بیشتر انجام شود. به طوری که نسبت افزایش اعضای هیئت مدیره بیرونی، احتمال تقلب مالی را کاهش خواهد داد و به این طریق کیفیت افشا را افزایش دهیم؛ و اعضای هیئت مدیره بیرونی حق تصدی خود را افزایش می‌دهند و تعداد شرکت‌هایی

[1] - Xie , et al
[2] - Fama and Jensen

[ Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-23 ]

که به آن‌ها خدمت می‌کنند کاهش می‌دهند و احتمال کلاه‌برداری مالی کاهش می‌یابد (بیسلی[1]،۱۹۹۶) . براساس یک نمونه از شرکت‌های هنگ کنگی، چن و جاگی پی بردند که نسبت اعضای مستقل هیئت مدیره به کیفیت افشای بالاتر منجر خواهد شد.

در ادامه به تجزیه و تحلیل این موضوع می‌پردازیم که رقابت بازار محصول چگونه بر رابطه بین استقلال هیئت مدیره و کیفیت افشا اثر می‌گذارد. در رقابت بازار بالا، احتمال اینکه شرکت‌هایی با مدیریت ضعیف منحل شوند یا با یکدیگر ادغام شوند افزایش می‌یابد که می‌تواند به از دست رفتن منافع مدیران و از دست رفتن شهرت اعضای مستقل هیئت مدیره منجر شود. اعضای هیئت مدیره مستقل به منظور حفظ شهرتشان در بازار سرمایه انسانی دارای انگیزه شده‌اند تا بر رفتار مدیران روی دست‌کاری افشا نظارت کنند، که این کار به نوبه خود کیفیت افشا را بهبود می‌دهد. تأثیرات شهرت اعضای مستقل هیئت مدیره حتی در صنایع رقابت بالا برجسته تر است. علاوه بر این اعضای بیرونی هیئت مدیره کیفیتی از مشاوره را برای مدیر عامل فراهم می‌کنند که از عهده کارکنان شرکت خارج است (دالتون و همکاران[2]، ۱۹۹۹). در بازار رقابت بالا، افزایش رقابت بازار باعث می‌شود که شرکت‌ها تا حد زیادی به مشاوره از اعضای مستقل هیئت مدیره متوسل شوند، که باعث می‌شود اعضای مستقل هیئت مدیره در توسعه شرکت و بدست آوردن اطلاعات مهم درباره شرکت نقش مهمی را بر عهده داشته باشند و بنابراین باعث بهبود کیفیت افشا می‌شود. با این حال در بازار رقابت پایین، شرکت‌هایی با مدیریت ضعیف کمتر احتمال دارد که منحل شوند یا با یکدیگر ادغام شوند. بنابراین اعضای مستقل هیئت مدیره با خطر کمتری در مورد از دست دادن شهرتشان مواجه هستند و سرمایه انسانیشان بندرت بستگی به عملکرد و تصمیمات داخلی مدیران در آن شرکت دارد. بنابراین با توجه به آنچه بیان شد دو فرضیه زیر مطرح می‌گردد.

**فرضیه سوم:** بین استقلال هیئت مدیره و کیفیت افشا رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

**فرضیه چهارم:** رقابت بازار محصول بر رابطه‌ی بین استقلال هیئت مدیره و کیفیت افشا تأثیر معناداری دارد.

[1] - Beasley
[2]- Dalton

[ Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-23 ]

### ۲-۲-۳- دوگانگی رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل و کیفیت افشا و تأثیر رقابت بر رابطه آن‌ها

دوگانگی رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل اغلب به عنوان مهم‌ترین عامل تأثیر گذار در کارایی حاکمیت در نظر گرفته می‌شود. تفکیک مدیر عامل و رئیس هیئت مدیره را به عنوان یک مکانیزم مهم برای بهبود حاکمیت در نظر گرفته می‌شود. براساس یک نمونه از شرکت‌های هنگ کنگی، گال و لونگ[1] (۲۰۰۴) به این نتیجه رسیدند که دوگانگی رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل از دست رفتن استقلال هیئت مدیره و در نتیجه کاهش کیفیت حاکمیت داخلی خواهد شد که این بدین معناست که دوگانگی مدیر عامل و رئیس هیئت مدیره بر کیفیت افشا تأثیر منفی دارد. همچنین وانگ و لیانگ[2] (۲۰۰۸) به این نتیجه رسیدند که دوگانگی هیئت مدیره و مدیر عامل کیفیت افشا را بدتر خواهد کرد. در ادامه به تجزیه و تحلیل این موضوع بپردازیم که آیا رقابت بازار محصول بر روابط بین دوگانگی رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل تأثیری دارد یا نه؟ رقابت بازار محصول به عنوان یک مکانیزم حاکمیت بیرونی مهم می‌تواند عملکرد حاکمیتی هیئت مدیره را کامل کند. رقابت بازار محصول بالا، مدیر عامل را که همچنین رئیس هیئت مدیره هم هست وادار خواهد کرد تا برای منافع شرکت تلاش کند و به طور جدی رفتار خود را از اعمال نفوذ حفظ کند. این تا حدی مشکلات نمایندگی ناشی از دوگانگی رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل را کاهش خواهد داد و رابطه منفی بین دوگانگی رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل را ضعیف خواهد کرد. اما در بازار رقابت پایین به دلیل حاکمیت بیرونی ضعیف، دوگانگی رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل، احتمال دست‌کاری در اطلاعات حسابداری برای سلب منافع شرکت افزایش می‌یابد. بنابراین با توجه به آنچه گفته شد دو فرضیه زیر مطرح می‌گردد.

**فرضیه پنجم:** بین دوگانگی رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل با کیفیت افشا رابطه‌ی معناداری وجود دارد.

**فرضیه ششم:** رقابت بازار محصول بر رابطه‌ی بین دوگانگی رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل و کیفیت افشا تأثیر معناداری دارد.

[1] - Gul and Leung
[2]- Wang and Liang

[ Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-23 ]

## ۲-۳ پیشینه پژوهش

خواجوی و همکاران (۱۳۹۲) در پژوهشی به بررسی رابطه بین مالکیت خوانوادگی، ترکیب هیات مدیره و کیفیت گزارشگری مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند و به این نتیجه رسیدند که رابطه معناداری بین درصد اعضای غیرموظف هیات مدیره و کیفیت گزارشگری مالی وجود ندارد و مالکیت خانوادگی نیز تاثیر معناداری بر رابطه این دو متغیر ندارد.

سجادی و همکاران (۱۳۸۸) به بررسی ویژگی‌های غیرمالی تأثیرگذار بر کیفیت گزارشگری پرداختند. نتایج آن‌ها نشان داد اندازه شرکت، عمر شرکت و نوع صنعت رابطه‌ی مثبت و معنادار و ساختار مالکیت رابطه‌ی منفی با کیفیت گزارشگری مالی دارد، اما رابطه‌ی نوع موسسه حسابرسی با کیفیت گزارشگری از لحاظ آماری معنادار نبود.

امین رضا کمالیان و همکاران (۱۳۸۹) در پژوهشی با توجه به رتبه‌هایی که سازمان بورس اوراق بهادار از لحاظ به موقع بودن و قابلیت اتکای اطلاعات افشا شده شرکت‌ها منتشر می‌نماید، درصدد شناسایی عوامل تأثیرگذار بر رتبه افشای اطلاعات بودند، که پس از بررسی متوجه شدند که «کیفیت موسسه حسابرسی کننده»، «بازده دارایی‌ها»، «نسبت بدهی» و «موظف یا غیر موظف بودن رئیس هیئت مدیره» عوامل تأثیرگذار بر کیفیت افشای اطلاعات می‌باشند.

تنگ و لی (۲۰۱۱) در مطالعه خود به بررسی تأثیر حاکمیتی رقابت بازار محصول روی کیفیت افشا پرداختند، آن‌ها استقلال هیئت مدیره، دوگانگی رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل و اندازه هیئت مدیره را به عنوان عوامل مهم ساختار هیئت مدیره در نظر گرفتند، و به این نتیجه رسیدند که رقابت بازار محصول بر رابطه بین استقلال هیئت مدیره و دوگانگی هیئت مدیره با کیفیت افشا تأثیر می‌گذارد، ولی در مورد تأثیر رقابت در بازار و تأثیر آن بر رابطه بین اندازه هیئت مدیره و مدیر عامل رابطه ای کشف نشد.

اخترالدین[1] (۲۰۰۵) در مقاله‌ای ویژگی‌های خاص شرکت و افشای اجباری را مورد بررسی قرار داده است. نتایج حاصل از پژوهش که بر روی ۱۷۴ شرکت بنگلادش به طور نمونه انجام شده بود نشان داد که شرکت‌ها به طور متوسط ۴۴ درصد از میزان اطلاعات را افشا می‌کنند و متغیرهای مانند عمر شرکت، نوع صنعت و سودآوری تأثیری بر میزان افشا ندارند، اما اندازه شرکت تأثیر کمی بر میزان افشای اجباری داشته است.

[1] - Akhtaruddin

[ Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-23 ]

## ۳- روش پژوهش

پژوهش حاضر از نوع پژوهش‌های پس‌رویدادی است. در این نوع پژوهش‌ها، هدف بررسی روابط موجود بین متغیرهاست و داده‌ها از محیطی که به گونه‌ای طبیعی وجود داشته‌اند و یا از وقایع گذشته که بدون دخالت مستقیم پژوهشگر رخ داده است، جمع‌آوری و تجزیه و تحلیل می‌شود. در این پژوهش جهت آزمون فرضیه‌ها از مدل رگرسیون خطی لجستیک استفاده شده است. داده‌های پژوهش از لوح‌های فشرده، آرشیو سازمان بورس اوراق بهادار تهران، پایگاه اینترنتی بورس اوراق بهادار و دیگر پایگاه‌های مرتبط و همچنین پایگاه داده‌ای تدبیرپرداز استخراج شده است. جهت تجزیه و تحلیل داده‌ها از صفحه گسترده اکسل و نرم افزارEviews استفاده شده است.

### ۳-۱- جامعه و نمونه‌ی آماری

جامعه آماری پژوهش را شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تشکیل می‌دهند. نمونه آماری تعداد ۱۰۵ شرکت است، که شامل۸۴۰ سال- شرکت می‌باشد، که با استفاده از نمونه‌گیری حذفی و با در نظر گرفتن شرایط زیر انتخاب شده‌اند:

۱- شرکت مورد نظر از ابتدای سال ۱۳۸۳ تا پایان سال ۱۳۹۰ عضو بورس اوراق بهادار تهران باشد.

۲- سال مالی شرکت‌ها منتهی به ۲۹ اسفند باشد.

۳- جزء شرکت‌های بیمه و واسطه‌گری مالی نباشد.

۴- وقفه معاملاتی بیش از ۴ ماه نداشته باشند.

۵- شرکت‌های انتخابی عضو صنایعی باشند که حداقل سه شرکت عضو آن باشند.

۶- داده‌های مورد نظر این پژوهش از جمله، شاخص کیفیت افشا که توسط سازمان بورس اوراق بهادار افشا می‌شود برای آن‌ها وجود داشته باشد.

### ۳-۲- مدل‌ها و متغیرهای پژوهش

در این بخش به تشریح مشخصات مدل و روش برآورد استفاده شده در تجزیه و تحلیل می‌پردازیم. برای آزمون فرضیه‌های پژوهش، از دو مدل رگرسیون چند متغیره زیر استفاده شده است.

[ Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-23 ]

مدل شماره‌ی(۱)

$$ID_Quality = \beta_1 Size_{it} + \beta_2 Indep_{it} + \beta_3 Duality_{it} + \beta_4 FIR_{it} + \beta_5 ROA_{it} + \beta_6 MVE_{it} + \beta_7 LEV_{it}$$

مدل شماره‌ی(۲)

$$ID_Quality = \beta_1 HHI_{it} + \beta_2 Size_{it} + \beta_3 Indep_{it} + \beta_4 Duality_{it} + \beta_5 HS_{it} + \beta_6 HI_{it} + \beta_7 HD_{it} + \beta_8 FIR_{it} + \beta_9 ROA_{it} + \beta_{10} MVE_{it} + \beta_{11} LEV_{it}$$

که در این مدل‌ها:

**متغیر وابسته:**

ID_ Quality: رتبه‌ی کیفیت افشا عددی بین صفر تا۱۰۰، و از نوع داده‌های کیفی می‌باشند که به وسیله‌ی سازمان بورس اوراق بهادار براساس چندین عامل کیفی محاسبه و اعلام می‌شود.

**متغیرهای مستقل:**

HHI: شاخص هرفیندال- هیرشمن شرکت i در سال t که متغیر مربوط به رقابت است.

Size: اندازه هیئت مدیره شرکت i در سال t که متغیر مربوط به ساختار هیئت مدیره است.

Indep: استقلال هیئت مدیره شرکت i در سال t که متغیر مربوط به ساختار هیئت مدیره است. برابر است با تعداد افراد غیر موظف هیئت مدیره به کل اعضا.

Duality: دوگانگی رئیس هیئت مدیره و مدیرعامل شرکت i در سال t که متغیر مربوط به ساختار هیئت مدیره است. به عنوان ایفای نقش رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل تعریف می‌شود که یک متغیر موهومی می‌باشد که اگر رئیس هیئت مدیره، مدیر عامل شرکت هم باشد عدد آن برابر یک و در غیر این صورت برابر صفر خواهد بود.

**متغیرهای مستقل مربوط به اثر متقابل:**

برای بررسی سه فرضیه‌ی مربوط به تأثیر رقابت بازار محصول بر رابطه بین ساختار هیئت مدیره و کیفیت افشا از اثرات متقابل استفاده گردیده است. هنگامی که در یک مدل خطی متغیر وابسته Y تابعی از دو متغیر مستقل X و Z باشد به گونه‌ای که متغیر X نیز روی Z تأثیر داشته باشد، تأثیر چنین تعاملی را می‌توان به وسیله یک متغیر که از ضرب X در Z به

[ Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-23 ]

دست می‌آید، نشان داد، این رابطه به وسیله مدل زیر نشان داده می‌شود (ایکین و وست[1]، ۱۹۹۱).

$$Y= \alpha + \beta_1 X + \beta_2 Z + \beta_3 XZ + \varepsilon$$

با توجه به مطالعات انجام شده و مبانی موجود در مورد رابطه‌ی بین رقابت در بازار محصول و ساختار هیئت مدیره و همچنین رابطه‌ی بین ساختار هیئت مدیره و کیفیت افشا، در این پژوهش، برای بررسی تأثیر رقابت بازار محصول بر رابطه‌ی بین ساختار هیئت مدیره و کیفیت افشا از سه متغیر HS، HI و HD استفاده شده است. متغیر HS، حاصل ضرب شاخص هرفیندال در اندازه هیئت مدیره، متغیر HI، حاصل ضرب شاخص هرفیندال در استقلال هیئت مدیره و متغیر HD، حاصل ضرب شاخص هرفیندال در دوگانگی رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل می‌باشد.

**متغیرهای کنترلی:**

FIR: تمرکز مالکیت (مالکیت سه سهامدار عمده) شرکت i در سال است.

ROA: سودآوری شرکت i در سال t است.

MVE: اندازه (لگاریتم طبیعی ارزش بازار سرمایه) شرکت i در سال t است.

LEV: اهرم مالی شرکت i در سال t است.

## ۴- تجزیه و تحلیل داده‌ها

### ۴-۱- آمار توصیفی

محاسبات آمار توصیفی مربوط به متغیرهای پژوهش، شامل میانگین، میانه، انحراف معیار، بیشینه و کمینه است که اطلاعات مرتبط با آن‌ها به طور خلاصه در جدول شماره‌ی (۱) نشان داده شده است.

[1] - Aiken and West

[ Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-23 ]

**جدول (۱) : نتایج آمار توصیفی متغیرهای پژوهش**

| عنوان متغیر | علامت اختصاری | میانگین | انحراف معیار | ماکزیمم | مینیمم |
|---|---|---|---|---|---|
| کیفیت افشا | DIS | ٤٩/٩ | ٢٢/٨٧ | ٩٨ | ٠ |
| تمرکز صنعت | HHI | ٠/٠٦ | ٠/٠٨ | ٠/٤٩ | ٠ |
| اندازه هیئت مدیره | Size | ٥/٠٣ | ٠/٢٠ | ٧ | ٤ |
| استقلال هیئت مدیره | INDEP | ٠/٦٨ | ٠/١٤ | ١ | ٠/٢ |
| دوگانگی | Duality | ٠/٠٣ | ٠/١٦ | ١ | ٠ |
| هرفیندال * اندازه | HS | ٠/٣٠ | ٠/٤١ | ٢/٤٣ | ٠ |
| هرفیندال*استقلال | HI | ٠/٠٤ | ٠/٠٥ | ٠/٣٢ | ٠ |
| هرفیندال*دوگانگی | HD | ٠ | ٠/٠٥ | ٠/٣٢ | ٠ |
| تمرکز مالکیت | FIR | ٠/٦٩ | ٠/١٩ | ٠/٩٩ | ٠/٠٤ |
| سود آوری | ROA | ٠/١٢ | ٠/١٧ | ٣/٥١ | -٠/٣١ |
| اندازه شرکت | MVE | ٢٦/٤ | ١/٥٠ | ٣١/٣٣ | ٢١/٢٨ |
| اهرم مالی | LEV | ٠/٦٥ | ٠/١٧ | ٠/٩٧ | ٠/١ |

ماخذ: یافته های پژوهشگران از نرم افزار Eviews

با توجه به جدول (۱) میانگین نمره‌ی کیفیت افشا برابر ۴۹/۹۲ است، با توجه به اینکه سازمان بورس اوراق بهادار به کیفیت افشا هر شرکت نمره‌ای بین صفر تا ۱۰۰ می‌دهد، می‌توان چنین استنباط کرد که کیفیت افشا در شرکت‌های بورسی ایران به طور میانگین در سطح متوسط می‌باشد. میانگین نمره‌ی رقابت بازار محصول با استفاده از شاخص هرفیندال ۰/۰۶ است، براساس مبانی نظری هر چه این عدد به یک نزدیک‌تر شود، نشان از انحصاری بودن بازار و برعکس هر چه به صفر نزدیک‌تر شود، نشان از رقابتی بودن بازار محصول در آن صنعت خاص می‌باشد. همچنین میانگین شاخص موانع ورود برابر ۰/۲۶ است، که این نشان دهنده‌ی این است که به طور متوسط ۰/۲۶ از جمع کل دارایی‌های هر شرکت مربوط به دارایی‌های ثابت می‌باشد. بر طبق مبانی نظری هر چه این نسبت بیشتر باشد، بدین معناست که شرکت‌های کمتری توان ورود به چنین کسب و کارهایی را دارند بنابراین هرچه نسبت موانع ورود یک شرکت بیشتر باشد، احتمال آنکه آن شرکت در یک بازار انحصاری فعالیت کند بیشتر است. نسبت ۰/۶۸ برای استقلال هیئت مدیره نیز نشانگر این است که به طور متوسط، در ترکیب هیئت مدیره، تعداد اعضای غیر موظف هیئت مدیره، بیشتر از تعداد اعضای موظف هیئت مدیره می‌باشند.

[ Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-23 ]

## ۴-۲- انتخاب الگو برای مدل

برای آزمون مدل‌های پژوهش از رگرسیون لجستیک استفاده شده است. در رگرسیون لجستیک، معنی‌دار بودن کل مدل با استفاده از آماره‌ی نسبت درست نمایی (LR) انجام می‌شود. آماره‌ی نسبت درست نمایی، دارای ۲ فرضیه می‌باشد:

H0: صفر بودن تمامی ضرایب متغیرهای مستقل

H1: حداقل یکی از ضرایب معنادار باشد.

در صورتی که مقدار معنی‌داری آماره‌ی آزمون، کمتر از ۰/۰۵ باشد، فرضیه‌ی صفر مبنی بر صفر بودن تمامی ضرایب متغیرهای مستقل پذیرفته نمی‌شود، و حداقل یکی از ضرایب معنی‌دار است؛ و فرض H1 پذیرفته می‌شود.

در بررسی داده‌های مقطعی و سری زمانی، اگر ضرایب اثرات مقطعی و اثرات زمانی معنی دار نشود، می‌توان داده‌ها را با یکدیگر ترکیب کرده و به وسیله رگرسیون تخمین بزنیم. در اکثر داده‌های ترکیبی اغلب ضرایب مقاطع یا سری‌های زمانی معنی‌دار هستند، این مدل به مدل رگرسیون ترکیب شده معروف است. با توجه به ساختار ترکیبی داده‌ها، برای بررسی ترکیب پذیری از آزمون چاو و برای بررسی وجود اثر ثابت از آزمون هاسمن استفاده شده است. با توجه به نتایج بدست آمده در جدول (۲) مربوط به مدل (۱)، سطح معناداری آزمون چاو زیر ۰/۰۵ است. بنابراین مدل اثرات ثابت به عنوان مدل ارجح انتخاب شد. همچنین سطح معناداری مربوط به آزمون هاسمن بالای ۰/۰۵ است و نشان می‌دهد که برای برآورد مدل باید از آزمون روش رندم استفاده شود.

**جدول (۲): نتایج آزمون چاو و هاسمن**

| | مقدار آماره | درجه آزادی | سطح معناداری | نتیجه | روش تایید شده |
|---|---|---|---|---|---|
| **آزمون چاو** | ٤/۲۰۲ | ۱۰٤/٦۲٥ | ۰/۰۰۰ | رد $H_0$ | روش داده‌های پانل |
| **آزمون هاسمن** | ٦/۰۲۸ | ٦ | ۰/۳۳۱ | پذیرش $H_0$ | روش رندم |

ماخذ: یافته های پژوهشگران از نرم افزار Eviews

همچنین در جدول (۳) مربوط به مدل (۲)، سطح معناداری آزمون چاو زیر ۰/۰۵ است. بنابراین مدل اثرات ثابت به عنوان مدل ارجح انتخاب شد. همچنین سطح معناداری مربوط به آزمون هاسمن بالای ۰/۰۵ است و نشان می‌دهد که برای برآورد مدل باید از آزمون روش رندم استفاده شود.

[ Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-23 ]

**جدول (۳): نتایج آزمون چاو و هاسمن**

| | مقدار آماره | درجه آزادی | سطح معناداری | نتیجه | روش تایید شده |
|---|---|---|---|---|---|
| آزمون چاو | ٤/۳۲۷ | ۱۰٤/٦۲٥ | ۰/۰۰۰ | رد $H_0$ | روش داده‌های پانل |
| آزمون هاسمن | ۱۱/۹۷٤ | ۹ | ۰/۲۱٥ | پذیرش $H_0$ | روش رندم |

ماخذ: یافته های پژوهشگران از نرم افزار Eviews

## ۴-۳- نتایج حاصل از آزمون فرضیه پژوهش

### ۴-۳-۱- نتایج آزمون فرضیه‌های اول، سوم و پنجم

در این سه فرضیه این موضوع مورد بررسی قرار گرفته است که آیا بین ساختار هیئت مدیره و کیفیت افشا رابطه‌ی معنی‌داری وجود دارد. به همین منظور از سه مؤلفه برای ساختار هیئت مدیره استفاده شده است. براساس نتایج حاصل از رگرسیون لجستیک مدل شماره (۱)، رابطه‌ی اندازه هیئت مدیره با کیفیت افشا در سطح اطمینان ۰/۹۹ معنادار شد، ضریب منفی (۰/۷۵۲-) اندازه هیئت مدیره نشان می‌دهد که هر چه اندازه هیئت مدیره بزرگ‌تر شود کیفیت افشای اطلاعات پایین‌تر می‌آید. این نتیجه با نتایج پژوهش های یرمارک (۱۹۹۶) و ژی و همکاران (۲۰۰۳) که بیان کردند اندازه هیئت مدیره یک همبستگی منفی با کیفیت افشا دارد، مشابه است.

براساس نتایج حاصل از رگرسیون لجستیک مدل شماره (۱)، رابطه‌ی استقلال هیئت مدیره با کیفیت افشا در سطح اطمینان ۰/۹۰ معنادار شد، ضریب مثبت (۰/۷۷۴) استقلال هیئت مدیره نشان می‌دهد که هر چه استقلال هیئت مدیره بیشتر شود کیفیت افشای اطلاعات بالاتر می‌رود. این نتیجه با نتایج پژوهش های فاما و جنسن (۱۹۸۳) و (بیسلی ۱۹۹۶) که بیان کردند نسبت بالاتر اعضای مستقل هیئت مدیره به کیفیت افشای بالاتر منجر خواهد شد، مطابقت دارد.

همچنین براساس نتایج حاصل از مدل شماره (۱)، رابطه‌ی دوگانگی رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل با کیفیت افشا معنادار نشد. این نتیجه با نتایج پژوهش های گال و لونگ (۲۰۰۴) و وانگ و لیانگ (۲۰۰۸) مطابقت ندارد. با توجه به عدم مطابقت یافته های این فرضیه با مبانی نظری، می‌توان علت را در این مسئله جستجو کرد که در ایران در اغلب شرکت‌ها مدیر عامل و رییس هیئت مدیره از یکدیگر مجزا بوده‌اند. بنابراین، نبود رابطه‌ی معنا دار بین یکسانی مدیر عامل و رئیس هیئت مدیره با کیفیت افشا در این پژوهش، چندان دور از انتظار نیست.

[ Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-23 ]

**جدول (۴) : نتایج حاصل از مدل شماره (۱)**

$ID_Quality = \beta_1 Size_{it} + \beta_2 Indep_{it} + \beta_3 Duality_{it} + \beta_4 FIR_{it} + \beta_5 ROA_{it} + \beta_6 MVE_{it} + \beta_7 LEV_{it}$

| متغیرها | مدل شماره (۱) | | |
|---|---|---|---|
| | ضرایب | سطح معناداری | آماره‌ی Z |
| تمرکز مالکیت (FIR) | ۰/۲۹۵ | ۰/٤۰۵ | ۰/۸۳۱ |
| سود آوری (ROA) | -۰/٤۰٦ | ۰/۳۲۸ | -۰/۹۷۹ |
| اندازه شرکت(MVE) | -۰/۰۵۵ | ۰/۲۳۱ | -۱/۱۹۹ |
| اهرم مالی (LEV) | -۰/٤۸۷ | ۰/۲٦۲ | -۱/۱۲۳ |
| اندازه هیئت مدیره (Size) | -۰/۷۵۲ | ۰/۰۰۹ | -۲/۵۹۷ |
| استقلال هیئت مدیره (Indep) | ۰/۷۷٤ | ۰/۰۹۸ | ۱/٦۵۲ |
| دوگانگی(Duality) | ۰/۳۸۵ | ۰/۳٦۹ | ۰/۸۹۹ |
| آماره LR | ۱٤/۲۸ | | |
| سطح معناداری LR | ۰/۰٤٦ | | |
| ضریب تعیین | ۰/۰۰۹ | | |

ماخذ: یافته های پژوهشگران از نرم افزار Eviews

آماره LR بدست آمده در مدل فوق در سطح اطمینان ۰/۹۵ معنی‌دار است، بنابراین کل مدل از لحاظ آماری معنادار است.

## ۴-۳-۲- نتایج آزمون فرضیه‌های دوم، چهارم و ششم

در این سه فرضیه این موضوع مورد بررسی قرار گرفته است که آیا رقابت بازار محصول می‌تواند بر رابطه بین ساختار هیئت مدیره و کیفیت افشا تأثیر معنی‌داری داشته باشد؟ برای این منظور از شاخص هرفیندال- هیرشمن به عنوان معیار رقابت در بازار محصول استفاده کردیم. همچنین از سه مؤلفه برای ساختار هیئت مدیره استفاده کردیم. برای بررسی سه فرضیه‌ی مربوط به تأثیر رقابت بازار محصول بر رابطه بین ساختار هیئت مدیره و کیفیت افشا از اثرات متقابل استفاده گردید. نتایج مربوط به هر سه متغیر مربوط به اثر متقابل نشان می‌دهد که رقابت بازار محصول بر رابطه بین ساختار هیئت مدیره و کیفیت افشا تأثیر معناداری ندارد. این یافته با نتیجه پژوهش های دالتون و همکاران (۱۹۹۹) و تنگ و لی[1] (۲۰۱۱) مطابقت ندارد. دلیل احتمالی برای معنادار نشدن این رابطه را می‌توان به وسیله مبانی نظری که وجود

[1] - Teng and Li

[ Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-23 ]

چنین رابطه ای را توجیه می‌کند تفسیر و توجیه کرد. همان‌طوری که گفته شد دالتون و همکاران (۱۹۹۹) معتقدند که، "در رقابت بازار بالا، احتمال اینکه شرکت‌هایی با مدیریت ضعیف منحل شوند یا با یکدیگر ادغام شوند افزایش می‌یابد که می‌تواند به از دست رفتن منافع مدیران و از دست رفتن شهرت اعضای مستقل هیئت مدیره منجر شود. اعضای مستقل هیئت مدیره به منظور حفظ شهرتشان در بازار سرمایه انسانی، دارای انگیزه هستند، تا بر رفتار مدیران روی دست‌کاری افشا نظارت داشته باشند، این کار به نوبه خود کیفیت افشا را بهبود می‌دهد. اما در ایران ملاک انتخاب اعضای هیئت مدیره به صورت هدفمند صورت نمی‌گیرد به گونه‌ای که، در اغلب شرکت‌ها، اعضای هیئت مدیره توسط سهام‌دارانی که درصد سهام بیشتری دارند انتخاب می‌شوند و رقابت به شکلی که دالتون و همکاران اعتقاد دارند نمی‌تواند بر این رابطه تأثیر بگذارد.

**جدول (۵) : نتایج حاصل از مدل شماره (۲)**

$$ID_Quality = \beta_1 HHI_{it} + \beta_2 Size_{it} + \beta_3 Indep_{it} + \beta_4 Duality_{it} + \beta_5 HS_{it} + \beta_6 HI_{it} + \beta_7 HD_{it} + \beta_8 FIR_{it} + \beta_9 ROA_{it} + \beta_{10} MVE_{it} + \beta_{11} LEV_{it}$$

| متغیرها | مدل شماره (۱) | | |
|---|---|---|---|
| | ضرایب | سطح معناداری | آماره‌ی Z |
| تمرکز مالکیت (FIR) | -۰/۰۳۱ | ۰/۹۳۲ | -۰/۰۸٦ |
| سود آوری (ROA) | -۰/٤٥۹ | ۰/۲۸٤ | -۱/۰۷۱ |
| اندازه شرکت(MVE) | -۰/۰۲۰ | ۰/٦٦٤ | -۰/٤۳٤ |
| اهرم مالی (LEV) | -۰/۰۸۰ | ۰/۸٥٥ | -۰/۱۸۳ |
| تمرکز صنعت(HHI) | -٦/٦٦۷ | ۰/۸۹۸ | -۰/۱۲۸ |
| اندازه هیئت مدیره (Size) | -۰/۷۹۳ | ۰/۱۸۳ | -۱/۳۳۱ |
| استقلال هیئت مدیره (Indep) | ۰/٥۰۲ | ۰/٤۰۱ | ۰/۸۳۹ |
| دوگانگی(Duality) | ۰/۳٥٦ | ۰/٥۰۳ | ۰/٦٦۹ |
| هرفیندال * اندازه(HS) | -۰/٤۷۷ | ۰/۹٦٤ | -۰/۰٤٦ |
| هرفیندال * استقلال(HI) | ٥/۸۳۲ | ۰/٤۲٦ | ۰/۷۹٦ |
| هرفیندال * دوگانگی(HD) | ۱/۳٥۰ | ۰/٦۷۷ | ۰/٤۱٦ |
| آماره LR | ٥۰/٥۰٤ | | |
| سطح معناداری LR | ۰/۰۰۰ | | |
| ضریب تعیین | ۰/۰۱۲ | | |

ماخذ: یافته های پژوهشگران از نرم افزار Eviews

[ Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-23 ]

## ۵- نتیجه‌گیری و پیشنهادات

هدف از انجام این پژوهش بررسی تأثیر ساختار هیئت مدیره بر کیفیت افشای اطلاعات توسط شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار و همچنین بررسی تأثیر رقابت بر این رابطه است. به همین منظور تأثیر سه مؤلفه اندازه هیئت مدیره، استقلال هیئت مدیره و دوگانگی رئیس هیئت و مدیر عامل بر کیفیت افشا مورد بررسی قرار گرفت. همچنین در ادامه تأثیر رقابت بازار محصول بر این رابطه آزمون شد. نتایج مربوط به رابطه‌ی اندازه هیئت مدیره با کیفیت افشا نشان داد که هر چه اندازه هیئت مدیره بزرگ‌تر شود کیفیت افشای اطلاعات پایین‌تر می‌آید. این نتیجه با نتایج پژوهش های یرمارک (۱۹۹۶) و ژی و همکاران (۲۰۰۳) که بیان کردند اندازه هیئت مدیره یک همبستگی منفی با کیفیت افشا دارد، مشابه است. نتایج حاصل از رابطه‌ی استقلال هیئت مدیره با کیفیت افشا نشان داد که هر چه استقلال هیئت مدیره بیشتر شود کیفیت افشای اطلاعات بالاتر می‌رود. این نتیجه با نتایج پژوهش های فاما و جنسن (۱۹۸۳) و (بیسلی ۱۹۹۶) که بیان کردند نسبت بالاتر اعضای مستقل هیئت مدیره به کیفیت افشای بالاتر منجر خواهد شد، مطابقت دارد. همچنین نتایج حاصل از رابطه‌ی دوگانگی رئیس هیئت مدیره و مدیر عامل با کیفیت افشا معنادار نشد. این نتیجه با نتایج پژوهش های گال و لونگ (۲۰۰۴) و وانگ و لیانگ (۲۰۰۸) مطابقت ندارد. با توجه به عدم مطابقت یافته های این فرضیه با مبانی نظری، می‌توان علت را در این مسئله جستجو کرد که در ایران در اغلب شرکت‌ها مدیر عامل و رییس هیئت مدیره از یکدیگر مجزا بوده‌اند. بنابراین، نبود رابطه‌ی معنا دار بین یکسانی مدیر عامل و رئیس هیئت مدیره با تغییر حسابرس در این پژوهش، چندان دور از انتظار نیست.

نتایج مربوط به اثر متقابل نشان می‌دهد که رقابت بازار محصول بر رابطه بین ساختار هیئت مدیره و کیفیت افشا تأثیر معناداری ندارد. این یافته با نتیجه پژوهش های دالتون و همکاران (۱۹۹۹) و تنگ و لی (۲۰۱۱) مطابقت ندارد. دلیل احتمالی برای معنادار نشدن این رابطه را می‌توان این گونه ذکر کرد که در ایران ملاک انتخاب اعضای هیئت مدیره به صورت هدفمند صورت نمی‌گیرد به گونه‌ای که، در اغلب شرکت‌ها، اعضای هیئت مدیره توسط سهام-دارانی که درصد سهام بیش‌تری دارند انتخاب می‌شوند و رقابت به شکلی که دالتون و همکاران اعتقاد دارند نمی‌تواند بر این رابطه تأثیر بگذارد.

با توجه به یافته های پژوهش، پیشنهاد می‌شود که سرمایه‌گذاران و اعتباردهندگان در تجزیه و تحلیل‌های خود، به ساختار هیئت مدیره و تأثیری که بر کیفیت افشای اطلاعات می‌گذارد جهت تصمیم گیری صحیح توجه نمایند. همچنین حسابرسان با استفاده از نتایج این

[ Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-23 ]

پژوهش می‌توانند با مدنظر قرار دادن مؤلفه های ساختار هیئت مدیره و تأثیری که بر کیفیت افشای اطلاعات می‌گذارد و همچنین تأثیر رقابت بر این رابطه، روش حسابرسی را به شکل مناسب‌تری اتخاذ نمایند.

## ۶- محدودیت‌های پژوهش

این پژوهش با محدودیت‌هایی همراه بوده است. یکی از این محدودیت‌ها در این پژوهش این است که برای سنجش رقابت از شرکت‌های عضو بورس اوراق بهادار تهران استفاده شده است. بدین معنی که رقبا به اعضای بورس هر یک از صنایع محدود شده‌اند در حالی که برخی رقبای صنایع عضو بورس نیستند. این محدودیت در خصوص شاخص هرفیندال- هیرشمن به وجود می‌آید. همچنین برخی از معیارهای رقابت مانند، سرمایه فکری و دارایی‌های نامشهود که در بازارهای امروزی تأثیر بسزایی در رقابت بین شرکت‌ها دارد، به علت نبود معیاری برای اندازه‌گیری آن‌ها، امکان استفاده و وارد نمودن در مدل را نداشته‌اند. سایر محدودیت های پژوهش عبارتند از: عدم امکان تعمیم نتایج به همه شرکت های فعال در اقتصاد ایران؛ تورمی بودن داده های مالی شرکت های ایرانی.

## ۷- پیشنهادهایی برای پژوهش های آتی

۱- با توجه به اینکه جامعه آماری مورد مطالعه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد، و اینکه فضای کسب کار در ایران به شرکت‌های بورسی محدود نمی‌شود. در صورت امکان رویه ای انتخاب شود تا کل فضای کسب کار مورد مطالعه قرار گیرد.

۲- با افزودن عواملی که در این مطالعه از آن‌ها استفاده نشده است، مانند قابلیت جانشینی و سایر شاخص‌های رقابت بازار محصول، بر محتوای اطلاعاتی پژوهش خود بیفزایند.

[ Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-23 ]

**منابع:**


۱- ثقفی، علی و ملکیان، اسفندیار (۱۳۷۶)؛ "جامعیت گزارش‌های سالانه و ویژگی‌های مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، **فصلنامه بررسی‌های حسابداری و حسابرسی**، شماره ۲۲ و ۲۳، ص ۷-۳۴.

۲- خواجوی، شکراله؛ اعتمادی جوریابی،مصطفی؛ منفرد مهارلویی، محمد و منصوری، شعله (۱۳۹۲). مالکیت خانوادگی، ترکیب هیات مدیره و کیفیت گزارشگری مالی شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، **فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مالی**، شماره ۱۹، ص ۱۱۰-۱۳۶.

۳- رحمانی، علی؛ فرزانی، حجت الله و رستگارم قدم، هیوا (۱۳۹۰)؛ "بررسی رابطه بین مالکیت اصلی و محافظه کاری در سود"، **مجله دانش حسابداری**، شماره ۶، ص ۶۴-۴۳.

۴- سجادی، سید حسین؛ زراءنژاد، منصور و جعفری، علیرضا (۱۳۸۸). ویژگی‌های غیرمالی مؤثر بر کیفیت گزارشگری مالی در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران، **بررسی‌های حسابداری و حسابرسی**، ۵۷، ۵۱-۶۸.

۵- کمالیان، امین رضا (۱۳۸۹). تبیین مهم‌ترین عوامل مؤثر بر رتبه افشای اطلاعات شرکت-های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران با رویکرد داده‌کاوی، **فصلنامه بورس اوراق بهادار**، شماره‌ی ۱۱.

۶- نصراللهی، زهرا و عارف منش، زهره (۱۳۸۹)؛ "بررسی رابطه مالکیت و کیفیت سود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار"، **مجله دانش حسابداری**، شماره ۳، ص ۱۳۸-۱۱۷.

7- Akhtaruddin, M. (2005). Corporate mandatory disclosure practices in Bangladesh. **The International Journal of Accounting**, vol,40 pp, 399–422.

8- Beasley, M. S. (1996); "An empirical analysis of the relation between the board of director composition and financial statement fraud", **The Accounting Review**, 71(4), 443–465.

9- Cole, J. L., Daniel, N. D. & Naveen, L. (2008); "Boards: Does one size fit all?", Journal of Financial Economics, 87(2) , 329–356.

10- Coles, J., Daniel, N., & Naveen, L. (2008). Boards: Does one size fit all? **Journal of Financial Economics**, 87, 329–356.

11- Dalton, D., Daily, C., Johnson, J., Ellstrand, A. (1999); "Number of directors and financial performance: A meta-analysis", **Academy of Management Journal**, 42(6), 674–686.


[ Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-23 ]

11- Davidson. W. N., & DaDalt, P. J. (2003); "Earnings management and corporate governance: The role of the board and the audit committee", **Journal of Corporate Finance**, vol9(3) , 295–316.
12- Diamond, D. C., & Verrecchia, R. E. (1991); "Disclosure, liquidity and the cost of capital". **Journal of Finance**, 46(4):1325–1359.
13- Fama, E. F., & Jensen, M. J. (1983); "Separation of ownership and control", **Journal of Law and Economics**, Vol. 26 pp. 301–325.
14- Gul, F. A., & Leung, S. (2004); "Board leadership, outside directors, expertise and voluntary corporate disclosures", **Journal of Accounting and Public Policy**, 23(5),351–379.
15- Healy, P., & Palepu, K. (2001); "Information Asymmetry, Corporate Disclosure, and The Capital Markets: A Review of The Empirical Disclosure Literature", **Journal of Accounting & Economices**, vol. 3 pp, 405-440.
16- Herfindal, O. C. (1959). A General Evaluation of Competition in the Copper Industry, Copper Costs and Prices, Johns Hopkins Press.
17- Jensen, M. C., & Meckling, W. H. (1976); "Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure", **Journal of Financial Economics**, Vol. 3 pp, 305–360.
18- Teng, M., & Li, CH. (2011); "Product Market Competition, Board Structure, and Disclosure Quality", **Frontiers of Business Research in China**, vol 5(2) ,291-316.
19- Wang, B., & Liang, X. (2008); "Corporate governance, financial condition and quality of disclosure: evidence from Shenzhen Stock Exchange", **Accounting Research**, (3), 31–38.
20- Watts, R., & Zimmerman, J. (1990); "Positive accounting theory: A ten year perspective", **Accounting Review**, vol. 65 pp, 131−156.
21- Xie, B., Davidson, W. N., & DaDalt, P. J. (2003); "Earnings management and corporate governance: The role of the board and the audit committee", **Journal of Corporate Finance**,9(3), 295–316.
22- Yermack, D. (1996); "Higher market valuation for firms with a small board of directors", **Journal of Financial Economics**, 40(2), 185–211.

[ Downloaded from qfaj.mobarakeh.iau.ir on 2026-11-23 ]