

رابطه بین تنوع جنسیتی هیات مدیره و عملکرد پایداری شرکت

مسعود بختیاری (نویسنده مسئول)^۱، زهرا ترابی اصل، سیدعلی حسینی حصارشنه^۲

^۱استادیار، گروه حسابداری، دانشگاه پیام نور، تهران، ایران mbakhtiari1363@pnu.ac.ir

^۲کارشناسی ارشد حسابداری، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران. zahratorabi758@gmail.com

^۳کارشناسی ارشد حسابداری، واحد قم، دانشگاه آزاد اسلامی، قم، ایران. alihoseinihasarshene1377@gmail.com

چکیده

هدف از انجام این تحقیق بررسی رابطه بین تنوع جنسیتی هیات مدیره و عملکرد پایداری شرکت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران است. حجم نمونه در این تحقیق شامل ۱۱۰ شرکت بود که برای بررسی فرضیه های تحقیق اطلاعات ۶ ساله این شرکت ها طی سال های ۱۳۹۵ الی ۱۴۰۰ مورد مطالعه قرار گرفته است. نرم افزار Eviews برای بررسی و تحلیل داده های این تحقیق مورد استفاده قرار گرفته است. یافته های این تحقیق نشان داد بین تنوع جنسیتی هیات مدیره و عملکرد پایداری شرکت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه معناداری وجود دارد. رقابت در بازار محصول بر رابطه بین تنوع جنسیتی هیات مدیره و عملکرد پایداری شرکت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تاثیر معنادار دارد. این نتایج می تواند شرکت ها را در طراحی و بهره گیری از سیاست های هدفمند درباره عملکرد پایداری شرکت ها یاری رسانیده که این امر باعث می شود سودآوری شرکت ها افزایش یابد.

واژه های کلیدی

رقابت در بازار محصول، تنوع جنسیتی هیات مدیره، عملکرد پایداری

۱. مقدمه و بیان مساله

تنوع در میان اعضای هیأت مدیره به معنای عدم تجانس است که می تواند با ویژگی های قابل مشاهده (سن، جنسیت و غیره) یا ویژگی های ناملموس (تحصیلات، سابقه شغلی و غیره) اندازه گیری شود. همچنین تنوع در اعضای هیأت مدیره می تواند برای شرکت ارزش افزایی داشته باشد. در بسیاری از کشورها، افزایش حضور زنان در هیأت مدیره و همچنین در مشاغل سطح بالا تبدیل به مسئله ای بحث برانگیز است. برای مثال در مورد کشور نروژ، قوانین سیاسی حضور زنان در میان اعضای هیأت مدیره اجباری است. نتایج بدست آمده در شرکت های دانمارکی نیز نشان می دهد که افزایش تنوع جنسیت در هیأت مدیره باعث بهبود عملکرد مالی می شود (خوانا و ویتو^۱، ۲۰۱۸).

پژوهشگران معتقدند که رقابت شدید در بازار محصولات، باعث ایجاد انگیزه در مدیران برای رفتار کارا می شود. شرکت ها برای گرفتن سهم بازار و مشتریان بیشتر در بازار محصولات با یکدیگر رقابت می کنند و افزایش درجه رقابت، عدم اطمینان در عملکرد شرکت را افزایش می دهد که این عدم اطمینان منجر به عدم قطعیت عملکرد کل صنایع و یا کل اقتصاد می گردد (چن و همکاران^۲، ۲۰۱۸).

در این راستا پژوهش های قبلی نشان داده اند رقابت بین شرکت ها می تواند ساز و کاری مؤثر برای کاهش مسائل نمایندگی بین مدیران و سهامداران باشد. زیرا فشار رقابت بازار، مدیران بی کفایت را به سرعت می تواند حذف کند. مدیران شرکت هایی که در صنایع رقابتی تر فعالیت می کنند، تمایل دارند تلاش بیشتری کنند. انگیزه آنها برای کاهش مسائل نمایندگی بین خودشان و سهام داران بیشتر است، زیرا فشار رقابت بازار، مدیران بی کفایت را به سرعت می تواند حذف کند. شدت رقابت در بازار، مدیران را مجبور خواهد کرد که وجه نقد خود را انتقال دهند؛ زیرا ریسک و هزینه سرمایه گذاری بیش از حد، به دو دلیل، بالا است. ۱. در یک صنعت رقابتی، سرمایه گذاری بیش از حد در پروژه های با خالص ارزش فعلی منفی، توان رقابت شرکت را کاهش خواهد داد و احتمال بیشتری وجود دارد که شرکت از بازار رقابت، بیرون رانده شود. ۲. رقابت شدید باعث خواهد شد سرمایه گذاران خارجی، عملکرد مدیران را نسبت به عملکرد رقبای آنها محک بزنند و ریسک سرمایه گذاری بیش از حد را کشف کنند. در نتیجه، برای جلوگیری از ورشکستگی، مدیران شرکت هایی که در صنایع رقابتی تر فعالیت می کنند، تمایل دارند از سرمایه گذاری بیش از حد پرهیز کنند (ماهی بیگی، ۱۳۹۷).

هیأت مدیره یک گروه از افراد منتخب است که مسئولیت اصلی آنها عمل به بهترین شکل به نفع صاحبان سهام است. اعضای هیأت مدیره به طور رسمی بر مدیران سطح بالا نظارت و کنترل می کنند. کنترل و نظارت مهمترین وظیفه هیأت مدیره است. با توجه به نقش نظارتی هیأت مدیره، ابزار مهمی برای کاهش هزینه های نمایندگی است و از این رو تأثیر دارای مستقیم بر عملکرد شرکت از طریق ابعاد مختلف آن است (مصلی و همکاران، ۱۳۹۹).

از سویی در سال های اخیر، تعداد روزافزون شرکت های سراسر جهان به طور داوطلبانه طیف وسیعی از اقدامات پایداری را به عنوان پاسخ به چالش های در حال ظهور و انتظارات ذینفعان در حوزه های زیست محیطی، اجتماعی و حاکمیتی پذیرفته و اجرا می کنند. در این راستا، آنها تلاش می کنند تا عملکرد پایداری را به عنوان یک استراتژی در مدل های کسب و کار و فرآیندهای سازمانی خود قرار دهند. به طور خاص، اتخاذ شیوه های پایداری شرکتی نوعی تمایز استراتژیک است که می تواند منجر به عملکرد مالی بهتر در بلند مدت شده و در نهایت موجب بقای عمر شرکت شود.

عملکرد پایداری شرکت نه تنها به دلیل افزایش آگاهی مصرف کنندگان، مقررات و حاکمیت شرکتی، بلکه همچنین به عنوان یک عامل برای بهبود عملکرد شرکت در بلند مدت، در طول دو دهه گذشته بسیار مورد توجه قرار گرفته و به مسئله مهمی در سطح جهان تبدیل شده است. عملکرد پایداری شرکتی به عنوان پاسخگوی نیازهای امروزه بدون آسیب رساندن به توانایی نسل های آینده تعریف شده است که به ابعاد پنج گانه اقتصادی، حاکمیتی، اجتماعی، اخلاقی و زیست محیطی در بلند مدت توجه می نماید (امین و صالح نژاد، ۱۳۹۹). با توجه به مطالب گفته شده در بالا، این تحقیق درصدد پاسخگویی به این سوال است که رابطه بین تنوع جنسیتی هیات مدیره و عملکرد پایداری شرکت چگونه است؟

¹ Khana & Vieito

² Chen et al

۲. مبانی نظری

ترکیب جنسیتی از جمله مسائلی است که در زمینه پویایی هیأت مدیره و عملکرد شرکت مطرح می‌باشد (میلیکن، ۱۹۹۶). علاوه بر تصمیم‌گیریهای عملیاتی و سرمایه‌گذاری مدیران، ترکیب جنسیتی هیأت مدیره شرکت بر میزان و کیفیت اطلاعات منتشر شده توسط شرکت نیز تأثیر می‌گذارد و ممکن است بر عدم تقارن اطلاعاتی که سرمایه‌گذاران با آن مواجه هستند، تأثیر بگذارد (ابات و همکاران، ۲۰۱۲). بر اساس تئوری نمایندگی سازوکارهای اداری شرکتها باعث کاهش اطلاعات نامتقارن بین سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی و همچنین شرکت کنندگان در بازار میشود (چنگ و همکاران، ۲۰۱۰). لذا ترکیب هیأت مدیره مکانیسم اصلی کنترل داخلی برای ترویج و حمایت از منافع سهامداران است (جنسن و همکاران، ۱۹۷۶). تنوع جنسیتی در هیأت مدیره، تجربیات، مهارت‌ها و توانایی‌های متنوع را به ارمغان می‌آورد و احتمال تأثیر مثبتی بر نقش آنها در کنترل و نظارت مدیریت دارد (بیر و همکاران، ۲۰۱۰). در این راستا، مدیران زن، بینش و نظارت دقیقتری را ارائه می‌دهند، در هیأت مدیره شرکتها بیشتر فعالیت میکنند و بیشتر مایل به سوالاتی هستند که توسط مدیران مرد پرسیده نمی‌شود. در نتیجه، حضور زنان در هیأت مدیره شرکت استقلال آن را افزایش میدهد و کارایی آن را بهبود می‌بخشد (تجرسن، ۲۰۱۶). بنابراین، اگر مدیران زن مدیریت کنترل و بهبود استقلال هیأت مدیره شرکتها را افزایش دهند، حضور زنان در هیأت مدیره میتواند کیفیت، شفافیت و افشای اطلاعاتی شرکت را بهبود بخشد و عدم تقارن اطلاعاتی را کاهش دهد (عبادا و همکاران، ۲۰۱۷). اخیراً حضور زنان در رده‌های مدیریت چشمگیرتر شده است. ورود آنان به رده‌های بالای سازمانی مسائل بسیاری را با خود به همراه داشته است. با وجود اینکه تعداد زنان در نیروی کار رو به افزایش است، اما پیشرفت آنها در مشاغل مدیریتی محسوس نبوده است. این درحالی است که تحقیقات انجام شده برای شناخت برتری مردان در مدیریت وجه تمایزی را برای مدیر بودن انحصاری مردان قائل نیست. پژوهش‌ها نشان می‌دهد، مدیریت آینده نیازمند استفاده بیشتر و کارآمد از نیروی بالقوه زنان در مدیریت است. شکاف جنسیتی در محل کار یک مشکل تخیلی نیست، بلکه میتواند پیامدهای جدی را برای عدم تقارن اطلاعاتی شرکتها به دنبال داشته باشد. تنها برخی شرکتها هستند که گام‌های مؤثری برای دستیابی به برابری بیشتر برداشته‌اند؛ به عبارتی همزمان با بهبود وضعیت زنان در جامعه و آشکار بودن استعدادهای فراوان و شایستگی‌های آنان در این زمینه و نیز تأیید این مطلب که زنان میتوانند به بهترین شکل در محیط خارج از خانه حضور یابند، توانایی آنان در انجام امور اجرایی و مدیریتی پیش از پیش روشن می‌گردد (گل، ۲۰۱۳).

زنان در به وجود آمدن عدم تقارن اطلاعاتی نسبت به مردان نقش بسزایی دارند. ولی از آنجایی که در طول تاریخ، فرصت‌ها و امکانات برای زنان به نحوی توزیع نشده است که به راحتی بتوانند هم دوش مردان در صحنه جامعه حاضر شوند و در واقع بدون محدودیت جنسی به ایفای نقش‌های شایسته خویش بپردازند، انتظار می‌رود که زنان در پست‌های مدیریتی نقش مهمتری نسبت به مردان داشته باشند؛ چرا که همواره زنان کم و بیش نیمی از اعضای جامعه را تشکیل میدهند. بدین ترتیب اعتقاد بر آن است که این نیروی بالقوه و گسترده با مشارکت بالفعل خود در فعالیت‌های متنوع اقتصادی، سیاسی، اجتماعی و فرهنگی، چرخ‌های جامعه را همگام با مردان به حرکت درآورد و موفقیت‌های بیشتری از این راه به دست می‌آورد (طباطبایی و همکاران، ۱۳۹۸).

منظور از رقابت در بازار محصول این است که شرکت‌های مختلف در تولید و فروش کالا رقابت تنگاتنگی دارند و کالاهای آنها نسبت به یکدیگر برتری چندانی ندارد؛ زیرا اگر غیر از این باشد، بازار به سمت انحصار یا انحصار چندجانبه تمایل پیدا می‌کند (خدماتی‌پور و بذری، ۲۰۱۳)؛ به عبارت دیگر، رقابت‌پذیر بودن بدین معنی است که شرکت نتوانسته است شیوه تولیدی در پیش بگیرد که کالاهای باکیفیت‌تری تولید کند یا کالاهای تولیدی خود را با قیمتی پایین‌تر از سایر رقبای عرضه کند و در نتیجه بازار فروش را در دست خود بگیرد؛ بنابراین، رقابتی بودن بازار محصول در مقابل انحصاری بودن مطرح می‌شود؛ زیرا شرکتی که نتوانسته باشد به واسطه بهینه‌سازی روش‌های تولیدی، کالاهایی باکیفیت بالاتر یا با قیمت‌های پایین‌تر عرضه کند، انحصار بیشتری در بازار داشته است (سلیمان‌خان و پورزمانی، ۲۰۱۷). شرکتها برای گرفتن سهم بازار و مشتریان بیشتر در بازار محصولات با یکدیگر رقابت می‌کنند و افزایش درجه رقابت، نااطمینانی در عملکرد شرکت را افزایش می‌دهد؛ این نااطمینانی سبب قطعیت‌نداشتن عملکرد کل صنایع یا کل اقتصاد می‌شود (سپاسی، کاظم‌پور و شعبانی‌مازویی، ۲۰۱۷). درواقع، وجود رقابت در بازار سبب افزایش شفافیت و کاهش عدم تقارن اطلاعاتی، هزینه سرمایه و ریسک ورشکستگی می‌شود؛ زیرا اطلاعات مشابه و قابل‌مقایسه را می‌توان از سایر رقبای فعال در بازار کسب کرد و از آنها برای بررسی درستی

ادعاها و اطلاعات ارائه شده توسط مدیریت شرکت استفاده کرد (اکبری و همکاران، ۱۳۹۸). به طور کلی رقابت در بازار محصول به منزله سازوکاری راهبردی عمل می کند و انگیزه مدیران را برای کاهش هزینه های تولید و جلوگیری از واگذاری سهم بازار به رقبای و جلوگیری از خطر ورشکستگی افزایش می دهد. رقابت در بازار محصول، بر انگیزه های مدیریت برای بهبود نوآوری و بازده محصول تأثیر می گذارد و رشد عملکرد را از طریق تحریک نوآوری و بهبود بهره وری ارتقا می دهد (چن، لی، ماری، ۲۰۱۴).

مطرح شدن مفهوم پایداری در قرن اخیر به عنوان یکی از مباحث مهم و جالب توجه راجع به فعالیت شرکت ها، در بردارنده تعهدات واحد تجاری نسبت به انجام اصلاحات اصولی جهت ساختن دنیایی عادلانه، همراه با رفاه و آسایش برای همگان است که در آن، محیط پیرامون و نیز فرهنگ اصلی مردم حفظ شده و سهم نسل های بعد از این منابع نیز باقی بماند (جعفری، ۱۳۹۵).

برزگر و غفاری (۱۳۸۷) معتقدند که مقوله پایداری، موضوعی است که هنوز جامعه با تعریف کامل مفهومی

آن در کشمکش است. با وجود این، به خاطر تنوع فعالیت شرکت ها و گستردگی آنها، توجه به گزارشگری پایداری نیز افزایش یافته است. اگر چه هنوز یک مدل گزارشگری با معیارهای سنجش و اندازه گیری قابل اتکا برای پایداری وجود ندارد، از حسابداران انتظار می رود تا اطلاعات بیشتری را نسبت به گذشته برای گزارش های مدیریتی فراهم آورند. ادبیات حسابداری برای پایداری، هنوز کامل نبوده و روش های متفاوت و متنوع گزارشگری و شاخص های مختلفی برای پایداری وجود دارد. همچنین، ضرورت دارد که این شاخص ها به طور اثربخش در فرایند نتیجه گیری یکپارچه شود. بنابراین، نقش حسابداران در این فرایند برای شفافیت فعالیت های تجاری به خصوص در حوزه آثار اجتماعی و محیطی، افزایش می یابد. البته، این امکان هست که با وجود الزامات گزارشگری، مشارکت بیشتری توسط سازمانها برای این موضوع ایجاد گردد.

کمیته جهانی محیط زیست و توسعه، توسعه پایدار را این گونه تعریف می کند. پیشرفت و توسعه ای که نیازهای نسل فعلی را برآورد سازد بدون آنکه حق و توان نسل آتی را در برآورده کردن نیازهایش از محیط زیست و منابع طبیعی به مخاطره اندازد (حسن زاده و همکاران، ۱۳۹۷).

همچنین هیئت تجارت جهانی توسعه پایدار بیان می کند: توسعه پایدار، یک فعالیت هم زمان برای رونق اقتصادی، کیفیت زیست محیطی و عدالت اجتماعی است. با توجه به این تعریف می توان استنباط کرد که فعالیت های عملیاتی و راهبردی یک واحد انتفاعی، باید اثرات زیست محیطی، اقتصادی، اجتماعی را در نظر گرفته و نیز جهت برآورد کردن نیاز ذینفعان به ویژه سهامداران و تصمیم گیری های مبتنی بر پایداری ایشان اقدام کند. تدوین راهبرد حول محور پایداری، نیازمند طراحی و استقرار ارزیابی های موثر و نظام های اطلاعاتی مرتبط با فعالیت های اجتماعی، زیست محیطی و اقتصادی است.

۳. پیشینه تحقیق

کامارودین و همکاران^۳ (۲۰۲۱) در تحقیقی به بررسی رابطه رقابت در بازار محصول، جنسیت هیات مدیره و عملکرد پایداری شرکت پرداختند. از این رو، تعداد ۲۳۱۳۷ شرکت در بین ۳۷ کشور انتخاب و مورد بررسی قرار گرفتند. در این تحقیق، از روش رگرسیون حداقل مربعات ادغام شده (پانل دیتا) استفاده شد. نتایج تحقیق نشان داد فرضیه های تحقیق مورد تایید است و بین رقابت در بازار محصول، جنسیت هیات مدیره و عملکرد پایداری شرکت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

کای و لیو^۴ (۲۰۲۰) در پژوهشی به بررسی تاثیر شدت رقابت بر سودآوری و پایداری شرکت در شرکت های خصوصی در کره جنوبی پرداختند. رویکرد انتخابی برای آزمون فرضیات با استفاده از تلفیق داده های مقطعی و زمانی بود. نمونه آماری مشتمل بر 3941 شرکت سال مشاهده- طی سال های 2011 تا 2018 تأثیر شدت رقابت بر سودآوری و پایداری شرکت را مورد مطالعه قرار دادند و با تحلیل رگرسیون به این نتیجه رسیدند که شرکت های در محیط رقابتی بالاتر تاثیر مثبت و معناداری بر سودآوری و پایداری نیز دارند.

³ Kamarudin et al

⁴ Cai & Liu

آنیل و کاپور^۵ (۲۰۱۹) در پژوهش خود تحت عنوان عناصر تعیین کننده عملکرد پایداری شرکت و سود شرکت، مطالعه ای در صنعت فناوری اطلاعات هند در دوره ۲۰۱۱ تا ۲۰۱۸ انجام دادند. در این تحقیق از روش رگرسیون حداقل مربعات ادغام شده استفاده شد. یافته ها نشان داد که سود و نقدینگی با نسبت پرداخت سود سهامداری، رابطه مثبت و مالیات و فرصت های رشد با سود تقسیمی، رابطه منفی و معناداری دارد.

گوانتر و همکاران^۶ (۲۰۱۹) در پژوهشی با عنوان تاثیر مالکیت خانوادگی بر عملکرد پایداری شرکت به این موضوع پرداخته اند که آیا تصمیمات مالکیت خانوادگی بر عملکرد پایداری شرکت تاثیر دارد و اینکه تا چه حد معیارهای تجربی شرکت، منعکس کننده انتخاب مخاطره آمیز ریسک شرکت است. نتایج نشان داد که تاثیر مثبت و معنادار مالکیت خانوادگی بر عملکرد پایداری شرکت دارد. یافته های تحقیق ضمن پر کردن خلاء تحقیقاتی صورت گرفته در این حوزه می تواند برای سرمایه گذاران، تدوین کنندگان قوانین مالیاتی و سایر ذینفعان اطلاعات حسابداری در امر تصمیم گیری راهگشا باشد.

چن و همکاران^۷ (۲۰۱۸) در مقاله ای تحت عنوان تأثیر شدت رقابت در بازار محصول و هزینه سرمایه بر پایداری شرکت بر روی ۲۲ صنعت در آمریکا دریافتند که در صناعی که رقابت بیشتر است، هزینه سرمایه کاهش می یابد و پایداری شرکت زیاد می شود. آنها در این تحقیق برای محاسبه رقابت بازار محصول از مدل هیرشمن-هرفیندال استفاده کردند. نتایج این تحقیق نشان می دهد که ارتباط منفی و معناداری بین رقابت در بازار محصول و هزینه سرمایه وجود دارد. همچنین آنها دریافتند که عواملی نظیر نوآوری های فنی، بهره وری تولید، حاکمیت خارجی و مشوق های مدیریتی ناشی از افزایش رقابت اقتصادی، نااطمینانی های اقتصادی سیستماتیک را کاهش می دهد.

بابائی و همکاران (۱۴۰۰) در پژوهشی به بررسی رابطه بین عملکرد پایداری شرکتی و ارزش شرکت: با تاکید بر نقش امتیاز افشا و اندازه شرکت پرداختند. در راستای هدف پژوهش، داده های ترکیبی ۹۲ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، طی دوره زمانی ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۷، جمع آوری و با استفاده از روش رگرسیون مقاوم مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفت. یافته ها: یافته های پژوهش نشان داد که بین ابعاد مالی (بعد اقتصادی) و غیرمالی عملکرد پایداری شرکتی (ابعاد اجتماعی، حاکمیتی، زیست محیطی و اخلاقی) و ارزش شرکت رابطه مثبت و معناداری وجود دارد و شرکت هایی که عملکرد پایداری بالاتری دارند، تاثیر عملکرد پایداری بر ارزش شرکت در آن ها بیشتر است.

مرادی و همکاران (۱۳۹۹) در پژوهشی به بررسی رقابت در بازار محصول و قابلیت مقایسه صورت های مالی با تاکید بر نقش تعدیلگر سیاست تقسیم سود پرداختند. برای نیل به اهداف پژوهش، اطلاعات ۱۱۰ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در بازه زمانی سال های ۱۳۹۱ الی ۱۳۹۷ استفاده شده است. فرضیه های پژوهش با استفاده از روش های آمار توصیفی و تحلیل رگرسیون مورد آزمون و تجزیه و تحلیل قرار گرفته اند. همچنین جهت اندازه گیری رقابت در بازار محصول از مدل هیرفندال-هیرشمن و برای بررسی قابلیت مقایسه صورت های مالی از مدل دیفرانکو و همکاران استفاده شده است. نتایج پژوهش نشان داد که رقابت در بازار محصول تاثیر مثبت و معنی داری بر قابلیت مقایسه صورت های مالی شرکت ها دارد.

عامری (۱۳۹۸) در پژوهشی به بررسی تاثیر ویژگی های هیات مدیره بر افشای گزارش پایداری شرکت ها پرداخت. جامعه آماری پژوهش شامل کلیه شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران می باشد که پس از بررسی از میان آنها تعداد ۹۵ شرکت بر اساس روش حذف سیستماتیک انتخاب شده است. این پژوهش از نظر هدف، پژوهشی کاربردی است که رویکرد قیاسی استقرایی دارد و همبستگی جزء تحلیل های رگرسیونی می باشد. نتایج آزمون فرضیه ها بیانگر این است که متغیرهای اندازه هیات مدیره، استقلال هیات مدیره، درصد مالکیت هیات مدیره بر سطح افشای گزارش پایداری شرکتها تاثیر مثبت و معناداری دارند. و متغیر دانش مالی هیات مدیره بر سطح افشای گزارش پایداری تاثیر مثبت و معناداری ندارد.

⁵ Anil & Kapuor

⁶ Guenther et al

⁷ Chen et al

ماهی بیگی (۱۳۹۷) در پژوهشی به مطالعه تاثیر تخصص حسابرس بر رابطه بین رقابت در بازار محصول و پایداری سود پرداخت. هدف این پژوهش مطالعه تاثیر تخصص حسابرس بر رابطه بین رقابت در بازار محصول و پایداری سود است. جامعه آماری پژوهش شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و نمونه مورد مطالعه، شامل ۱۴۳ شرکت پذیرفته شده طی سال های ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۵ است. روش پژوهش توصیفی و از نظر ارتباط بین متغیرها علی-همبستگی است و از نظر هدف کاربردی است. نتایج به دست آمده نشان داد که رقابت در بازار محصول بر پایداری سود تاثیر مثبت و معناداری دارد و رقابت در بازار محصول با در نظر گرفتن متغیر تعدیلگر تخصص حسابرس بر پایداری سود تاثیر مثبت و معناداری دارد.

احمدپور و توکل نیا (۱۳۹۶) در پژوهشی به مدیریت موجودی کالا و ویژگی های هیات مدیره: نقش تعدیلی رقابت در بازار و چرخه عمر شرکت پرداختند. نمونه مورد استفاده دربرگیرنده ۱۵۵ شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال های ۱۳۸۵ تا ۱۳۹۲ است. برای پردازش و آزمون فرضیه ها از الگوی اثرات ثابت و روش حداقل مربعات تعمیم یافته برآوردی استفاده شده است. نتایج نشان داد که اندازه هیات مدیره، استقلال هیات مدیره و رقابت در صنعت ارتباطی مثبت و معنادار با مدیریت موجودی کالا دارند. علاوه بر این مشخص شد که مدیریت موجودی کالا طی چرخه عمر شرکت، متفاوت است.

۴. فرضیه های تحقیق

- ۱- بین تنوع جنسیتی هیات مدیره و عملکرد پایداری در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه معناداری وجود دارد.
- ۲- رقابت در بازار محصول بر رابطه بین تنوع جنسیتی هیات مدیره و عملکرد پایداری در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تاثیر معنادار دارد.

۵. روش تحقیق

با توجه به این که هدف تحقیق می توان چنین بیان کرد که تحقیق حاضر از نظر هدف کاربردی بوده زیرا برای پاسخ دادن به یک مسئله علمی که در دنیای واقعی وجود دارد می پردازد. از لحاظ ماهیت و روش، پژوهشی، توصیفی از نوع پیمایشی-تحلیلی می باشد زیرا علاوه بر توصیف وضع موجود، به آزمون فرضیه ها برحسب روابط مبتنی بر پیش بینی می پردازد. برای دقت و اعتبار بیشتر نتایج تحقیق پیش رو دوره زمانی ۶ ساله که از ابتدای سال ۱۳۹۵ تا پایان سال ۱۴۰۰ است به عنوان دوره زمانی تحقیق انتخاب شد. تعداد کل شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران ۵۹۴ شرکت می باشد که با توجه به فیلترهای موجود تعداد جامعه آماری شامل ۱۱۰ شرکت می باشد.

جدول ۱ - جدول تعیین نمونه

تعداد	شرح
۵۹۴	جمع اعضای جامعه آماری در پایان سال ۱۴۰۰
۹۶	فیلتر شرکت هایی که سال مالی آن ها منتهی به پایان اسفندماه نمی باشد.
۸۷	فیلتر شرکت هایی که جزء صنعت سرمایه گذاری، بانک ها و واسطه گرای مالی طبقه بندی می شوند.
۱۳۵	فیلتر شرکت هایی که بیش از سه ماه وقفه معاملاتی نداشته باشد.
۱۶۶	فیلتر در دسترس و یا قابل اندازه گیری نبودن داده ها
۱۱۰	مانده جمع شرکت های عضو نمونه

متغیرهای تحقیق

متغیر مستقل: در این پژوهش، تنوع جنسیتی هیات مدیره به عنوان متغیر مستقل در نظر گرفته شده است.
متغیر وابسته: در این پژوهش، عملکرد پایداری به عنوان متغیر وابسته در نظر گرفته شده است.
متغیر تعدیل گر: در این پژوهش، رقابت در بازار محصول به عنوان متغیر تعدیل گر در نظر گرفته شده است.
متغیر کنترلی: در این پژوهش، اندازه شرکت، اهرم مالی، بازده دارایی ها، عمر شرکت، رشد شرکت، زیان شرکت و فروش به عنوان متغیر کنترلی در نظر گرفته شده است.

مدل و شیوه اندازه گیری متغیرهای تحقیق

فرضیه اول: بین تنوع جنسیتی هیات مدیره و عملکرد پایداری شرکت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه معناداری وجود دارد.

معادله رگرسیون فرضیه اول:

$$CSP = \alpha + \beta_1 BGD + \beta_2 SIZE + \beta_3 LEV + \beta_4 ROA + \beta_5 Age + \beta_6 Grow + \beta_7 Loss + \beta_8 Sales + \epsilon$$

فرضیه دوم: رقابت در بازار محصول بر رابطه بین تنوع جنسیتی هیات مدیره و عملکرد پایداری شرکت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تاثیر معنادار دارد.

معادله رگرسیون فرضیه دوم:

$$CSP = \alpha + \beta_1 BGD + \beta_2 PMC + \beta_3 BGD * PMC + \beta_4 SIZE + \beta_5 LEV + \beta_6 ROA + \beta_7 Age + \beta_8 Grow + \beta_9 Loss + \beta_{10} Sales + \epsilon$$

۶. یافته های تحقیق

آمار توصیفی

در جدول ۲ متغیرهای تحقیق و شاخص های مهم توصیفی آنها به شرح زیر ارائه شده است:

جدول ۲- آمار توصیفی متغیرهای تحقیق

نام متغیرها	مشاهدات	میانگین	انحراف معیار	کمترین	بیشترین
رقابت در بازار محصول	۶۶۰	۰,۱۲۰	۰,۲۰	۰	۱
تنوع جنسیتی هیات مدیره	۶۶۰	۰,۱۸۰	۰,۳۸۱	۰	۱
عملکرد پایداری	۶۶۰	۶,۳۹۵	۴,۳۲۰	-۵	۱۹
اندازه شرکت	۶۶۰	۱۱,۸۵	۱,۷۰	۱۰,۷۸	۱۷,۸۹
اهرم مالی	۶۶۰	۰,۶۸	۰,۱۷	۰,۰۲	۰,۹۱
بازده دارایی ها	۶۶۰	۰,۱۵	۰,۱۲	۰,۲۶	۰,۶۳
عمر شرکت	۶۶۰	۳,۴۵۰	۰,۴۵۳	۲,۳۸۵	۴,۲۵۱
رشد	۶۶۰	۱,۹۱۰	۰,۹۹۸	۰,۶۶۲	۷,۷۱۲

۱	۰	۰,۳۹۷	۰,۱۹۳	۶۶۰	زبان شرکت
۳۲,۳۰۸	۲۲,۹۷۱	۱,۳۸۹	۲۷,۰۷۳	۶۶۰	فروش

آمار استنباطی

به منظور آزمون فرضیه ها از روش رگرسیون با استفاده از داده های ترکیبی استفاده شده است که خلاصه نتایج حاصل با استفاده از نرم افزار Eviews به دست آمده است.

فرضیه اول: بین تنوع جنسیتی هیات مدیره و عملکرد پایداری شرکت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه معناداری وجود دارد.

جدول ۳- نتایج تخمین مدل فرضیه اول

CSP = $\alpha + \beta_1$ BGD + β_2 SIZE + β_3 LEV + β_4 ROA + β_5 Age + β_6 Grow + β_7 Loss + β_8 Sales + ϵ					
متغیر	ضریب	خطای استاندارد	آماره t	معناداری	
عرض از مبدا	۰/۵۷	۰/۰۸۴	۶/۷۸	۰/۰۰۰	
تنوع جنسیتی هیات مدیره	۰/۰۲۰	۰/۰۰۹	۲/۲۳	۰/۰۰۱	
اندازه شرکت	۰/۰۵	۰/۰۲۴	۲/۰۸	۰/۰۰۰	
اهرم مالی	-۰/۰۷	۰/۰۳۱	-۲/۲۵	۰/۰۰۰	
بازده دارایی ها	-۰/۲۲	۰/۰۴۳	-۵/۱۱	۰/۰۰۰	
عمر شرکت	۰/۱۰۵	۰/۰۲۰	۵/۲۵	۰/۰۰۱	
رشد	۰/۰۸	۰/۰۱۲	۶/۶۶	۰/۰۰۰	
زبان شرکت	-۰/۱۶۵	۰/۰۱۹	۸/۶۸	۰/۰۰۱	
فروش	۰/۳۳۸	۰/۰۳۶	۹/۳۸	۰/۰۰۰	
ضریب تعیین	۰/۵۹۶		ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۳۵۵	
آماره F	۹/۶۵۳		آماره دوربین واتسون	۲/۱۲۴	
احتمال آماره F	۰/۰۰۰				

به منظور آزمون این فرضیه از نتایج تخمین مدل ارائه شده در جدول ۳ بهره گرفته شده است. بر اساس نتایج، مقدار احتمال (سطح معناداری) F، برابر ۰/۰۰۰ بوده و چون این مقدار کمتر از ۰/۰۵ است، فرض صفر در سطح اطمینان ۹۵ درصد رد می شود، یعنی مدل معنادار است. مقدار ضریب تعیین تعدیل شده ی مدل برابر با ۰/۳۵۵ است. این آماره نشان می دهد که ۳۵ درصد تغییرات متغیر وابسته به وسیله متغیر مستقل و متغیرهای کنترلی ارائه شده در این مدل قابل توصیف است. با توجه به ضریب به دست آمده تنوع جنسیتی هیات مدیره ۰/۰۲۰ و مقدار احتمال مربوط به آماره ی t، ۰/۰۰۱ می توان گفت بین تنوع جنسیتی هیات مدیره و عملکرد پایداری در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد.

فرضیه دوم: رقابت در بازار محصول بر رابطه بین تنوع جنسیتی هیات مدیره و عملکرد پایداری شرکت در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران تاثیر معنادار دارد.

جدول ۴- نتایج تخمین مدل فرضیه دوم

$CSP = \alpha + \beta_1 BGD + \beta_2 PMC + \beta_3 BGD * PMC + \beta_4 SIZE + \beta_5 LEV + \beta_6 ROA + \beta_7 Age + \beta_8 Grow + \beta_9 Loss + \beta_{10} Sales + \varepsilon$				
متغیر	ضریب	خطای استاندارد	آماره t	معناداری
عرض از مبدا	۰/۰۰۷	۰/۰۲۵	۰/۲۸	۰/۶۲۸
تنوع جنسیتی هیات مدیره	۰/۰۲۶	۰/۰۰۴	۶/۵۰	۰/۰۰۰
رقابت در بازار محصول	۰/۰۱۷	۰/۰۰۶	۲/۸۳	۰/۰۰۱
تنوع جنسیتی* رقابت	۰/۱۰۴	۰/۰۴۰	۲/۶۰	۰/۰۰۰
اندازه شرکت	۰/۰۲۰	۰/۰۱۳	۱/۵۳	۰/۳۴۶
اهرم مالی	-۰/۲۵۲	۰/۰۴۳	-۵/۸۶	۰/۰۰۰
بازده دارایی ها	-۰/۲۷	۰/۰۳۹	-۶/۹۲	۰/۰۰۱
عمر شرکت	۰/۱۲۱	۰/۰۱۸	۶/۷۲	۰/۰۰۰
رشد	۰/۰۶	۰/۰۲۲	۲/۷۳	۰/۰۰۱
زبان شرکت	-۰/۱۵۰	۰/۰۳۱	۴/۸۳	۰/۰۰۰
فروش	۰/۲۷۶	۰/۰۲۶	۱۰/۶۱	۰/۰۰۱
ضریب تعیین	۰/۴۹۱		ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۲۴۱

آماره F	۹/۱۶۳	آماره دوربین واتسون	۲/۰۴۲
احتمال آماره F	۰/۰۰۰		

به منظور آزمون این فرضیه از نتایج تخمین مدل ارائه شده در جدول ۴ بهره گرفته شده است. بر اساس نتایج، مقدار احتمال (سطح معناداری) F، برابر ۰/۰۰۰ بوده و چون این مقدار کمتر از ۰/۰۵ است، فرض صفر در سطح اطمینان ۹۵ درصد رد می شود، یعنی مدل معنادار است. مقدار ضریب تعیین تعدیل شده مدل برابر با ۰/۲۴۱ است. این آماره نشان می دهد که ۲۴ درصد تغییرات متغیر وابسته به وسیله متغیر مستقل و متغیرهای کنترلی ارائه شده در این مدل قابل توصیف است. اثر تعدیل کنندگی رقابت در بازار محصول با سطح معنی داری ۰/۰۰۰ دارای رابطه مستقیم و معنی داری بر تنوع جنسیتی هیات مدیره و عملکرد پایداری در سطح اطمینان ۹۵٪ است و ضریب آن ۰/۱۰۴ است. پس می توان گفت که رگرسیون در سطح اطمینان ۹۵٪ معنی دار می باشد.

۷. نتیجه گیری

با توجه به فرضیه اول می توان گفت بین تنوع جنسیتی هیات مدیره و عملکرد پایداری در شرکت های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران رابطه مثبت و معناداری وجود دارد. نتیجه حاصل از فرضیه تحقیق، با نتایج کامارودین و همکاران (۲۰۲۱) همخوانی دارد. در تبیین احتمالی این موضوع، می توان گفت که تنوع در میان اعضای هیات مدیره به معنای عدم تجانس است که می تواند با ویژگی های قابل مشاهده (سن، جنسیت و غیره) یا آیتم های ناملموس (تحصیلات، سابقه شغلی و غیره) اندازه گیری شود. همچنین تنوع در اعضای هیات مدیره می تواند برای شرکت ارزش افزایی داشته باشد. در بسیاری از کشورها، افزایش حضور زنان در هیات مدیره و همچنین در مشاغل سطح بالا تبدیل به مسئله ای بحث برانگیز است. برای مثال در مورد کشور نروژ، قوانین سیاسی حضور زنان در میان اعضای هیات مدیره اجباری است. نتایج بدست آمده در شرکت های دانمارکی نیز نشان می دهد که افزایش تنوع جنسیت در هیات مدیره باعث بهبود عملکرد شرکت می شود. لذا با توجه به توضیحات نظری ارائه شده به نظر می رسد که نتایج تحقیق حاضر با پیکری نظری دانش موجود همسو می باشد، هر چند در این زمینه تحقیق های تجربی به ندرت انجام شده است، اما از نظر پایه های نظری مورد تأیید قرار می گیرد. با توجه به فرضیه دوم اثر تعدیل کنندگی رقابت در بازار محصول دارای رابطه مستقیم و معنی داری بر تنوع جنسیتی هیات مدیره و عملکرد پایداری است. نتیجه حاصل از فرضیه تحقیق، با نتایج کامارودین و همکاران (۲۰۲۱) همخوانی دارد. در تبیین احتمالی این موضوع، می توان گفت که رقابت بین شرکت ها می تواند ساز و کاری مؤثر برای کاهش مسائل نمایندگی بین مدیران و سهامداران باشد. زیرا فشار رقابت بازار، مدیران بی کفایت را به سرعت می تواند حذف کند. مدیران شرکت هایی که در صنایع رقابتی تر فعالیت می کنند، تمایل دارند تلاش بیشتری کنند. انگیزه آنها برای کاهش مسائل نمایندگی بین خودشان و سهام داران بیشتر است، زیرا فشار رقابت بازار، مدیران بی کفایت را به سرعت می تواند حذف کند. از سویی پایداری شرکت که اخیراً توجه زیادی را به خود جلب کرده یک بخش مهم در حال رشد می باشد و از آن به عنوان مسئولیت پذیری در مقابل آثار عملکردش بر محیط پیرامون تعبیر شده و سبب توسعه سازمان می شود. مطالعات پیشین در مورد پایداری سازمانی این طور استدلال کرده است که سازمان هایی که قادر به پیگیری و اجرای پایداری هستند بقای بلندمدت خود را افزایش می دهند، همچنین عملکرد برتر و منافع اقتصادی را نیز به ارمغان می آورند. لذا با توجه به توضیحات نظری ارائه شده به نظر می رسد که نتایج تحقیق حاضر با پیکری نظری دانش موجود همسو می باشد، هر چند در این زمینه تحقیق های تجربی به ندرت انجام شده است، اما از نظر پایه های نظری مورد تأیید قرار می گیرد.

منابع

- اکبری، محسن، فرخنده، مهسا، ایباغ، زهرا. (۱۳۹۸). بررسی تأثیر رقابت در بازار محصول بر عملکرد مالی با تعدیل‌کنندگی کیفیت افشای اطلاعات: شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران. *نشریه مدیریت دارایی و تامین مالی*، ۷(۱)، ۲۹-۴۴.
- احمدپور، احمد و توکل نیا، اسماعیل، ۱۳۹۶، مدیریت موجودی کالا و ویژگی های هیات مدیره: نقش تعدیلی رقابت در صنعت و چرخه عمر شرکت فصلنامه پژوهش های حسابداری مالی، ۱۱(۸)، ۲۹-۱۱.
- امین، وحید و صالح نژاد، سید حسن. (۱۳۹۹). تأثیر عملکرد پایداری شرکت بر ارزش افزوده اقتصادی در طی چرخه عمر شرکت. *دانش حسابداری مالی*، ۷(۲)، ۳۰-۱.
- بابائی، فاطمه و رحمانی، علی و همایون، سعید و امین، وحید، ۱۴۰۰، رابطه بین عملکرد پایداری شرکتی و ارزش شرکت: با تأکید بر نقش امتیاز افشا و اندازه شرکت فصلنامه دانش حسابداری، ۱۲(۳)، ۳۷-۲۱.
- خدای پور، ا. و برزایی، ی. (۱۳۹۲). بررسی رابطه رقابت بازار محصول با ساختار هیئت مدیره و کیفیت افشا، *دانش حسابداری*، ۴(۱۴)، ۶۶-۵۱.
- جعفری، م، رضایی نورج و حسنون، خ، ۱۳۹۵، «بازنگری مدل های اندازه گیری شیوه تامین مالی : یک رویکرد کل نگر» چهارمین کنفرانس بین المللی مدیریت، دانشکده مدیریت و اقتصاد دانشگاه صنعتی شریف.
- سپاسی، س.؛ کاظم پور، م. و شعبانی مازویی، م. (۱۳۹۶). رقابت در بازار محصول و تاثیر آن بر سه معیار در تصمیم‌گیری: هزینه نمایندگی، ساختار سرمایه و هزینه سرمایه، *پژوهش حسابداری*، ۶(۴)، ۶۷-۸۴.
- عامری، حسین، ۱۳۹۸، بررسی تاثیر ویژگی های هیات مدیره بر افشای گزارش پایداری شرکت ها فصلنامه حسابداری و منافع اجتماعی، ۳(۹)، ۵۶-۳۵.
- ماهی بیگی، یعقوب، ۱۳۹۷، مطالعه تاثیر تخصص حسابرس بر رابطه بین رقابت در بازار محصول و پایداری سود، کنفرانس بین المللی یافته های نوین در حسابداری، مدیریت اقتصاد و بانکداری، تهران.
- مجدزاده طباطبایی، شراره، رضائی، غلامرضا & زرین کلاه، فائزه. (۱۳۹۸). تأثیر ترکیب جنسیتی هیأت مدیره بر عدم تقارن اطلاعاتی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *فصلنامه زن و جامعه*، ۱۰(۴۰)، ۳۴۸-۳۱۳.
- مرادی، مهدی، آراد مهر، محمد حسام، رضازاده، زهرا. (۱۳۹۹). رقابت در بازار محصول و قابلیت مقایسه صورت های مالی با تأکید بر نقش تعدیل گر سیاست تقسیم سود، هجدهمین همایش ملی حسابداری ایران.
- مصلی، مهسا و پیرایش، رضاوجوزی، مسعود. (۱۳۹۹). تأثیر تنوع جنسیتی در هیأت مدیره بر سود آوری شرکت های دارویی پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران. *فصلنامه علمی تخصصی رویکردهای پژوهشی نوین در مدیریت و حسابداری*، ۴(۲۹)، ۴۵-۳۲.

Abada D., Encarnación M., Mínguez-Verab A., Yagüeb J. (2017). Does gender diversity on corporate boards reduce information asymmetry in equity markets?. *BRQ Business Research Quarterly* 20, 192-205.

Abbott, L.J., Parker, S., Peters, G.F., Raghunandan, K. (2012). The association between audit committee characteristics and audit fees. *Auditing: A Journal of Practice and Theory* 22 (2), 17-32.

Anil K., & S. Kapuor. (2019). Determinants of Dividend Payout Ratios-A Study of Indian Information Technology Sector. *International Research Journal of Finance and Economics*, Vol.15 pp.63-71.

- Bear, S., Rahman, N., Post, C. (2010). The impact of board diversity and gender composition on corporate social responsibility and firm reputation. *J. Bus. Ethics* 97 (2), 207-221.
- Cai, H. & Liu, Q. (2020). Competition and corporate tax avoidance: evidence from Chinese industrial firms, *The Economic Journal*, Vol.119, April, pp. 1-32.
- Chen, Chen & Li, Li; Ma, & Mary LZ. (2018). Product market competition and the cost of equity capital: evidence from China. *Journal of Accounting and Economics*, 21 (3) , 227-261.
- Chen, C., Li, L., & Mary, L. Z. M. (2014). Product market competition and the cost of equity capital: Evidence from China. *Asia-Pacific Journal of Accounting & Economics*. 21(3), 227-261
- Chung, K.H., Elder, J., Kim, J.C. (2010). Corporate governance and liquidity. *J. Finance. Quant. Anal* 26 (5), 265---291.
- Gul, F.A., Hutchinson, M., Lai, K. (2013). Gender-diverse boards and properties of analyst earnings forecasts. *Account. Horiz.* 27 (3), 511-538
- Guenther, D.A. & Matsunaga, S.R. & Williams, B.M. (2019). Corporate Tax Aggressiveness and Firm Risk, *Review of Pacific Basin Financial Markets and Policies*, Vol. 13, No. 1, PP. 91 – 126.
- Jensen, M.C., Meckling, W.H. (1976). Theory of the firm: managerial behaviour, agency cost and ownership structure. *J. Finance. Econ.* 3 (4), 305-360.
- Kamarudin, K.A & Ariff, A.M & Ismail, W.A. (2021). product market competition, board gender diversity and firm sustainability performance, *Journal of Business Research* 135 373–390
- Khana, W.A., & Vieito, J.P., (2018). "Ceo gender and firm performance", *Journal of Economics and Business*, 67.PP. 55- 66.
- Milliken, F.J., Martins, L.L. (1996). Searching for common threads: understanding the multiple effects of diversity in organizational groups. *Acad. Manage* 21 (2), 402-433.
- Soleymankhan, A., & Pourzamani, Z. (2017). Comparison the effect of competition risk in product market on relationship between cash holding level in firms with and without constraints in financing based on KZ index. *Journal of Management System*, 6(22), 53-62. (In Persian). DOI: http://jmaak.srbiau.ac.ir/article_10801.html.
- Tejersén, S., Barbosa Couto, E., Morais Francisco, P., 2016. Does the presence of independent and female director's impact firm performance? A multi-country study of board diversity. *J. Manage. Gov.* 20 (3), 447---483