

هل هناك تأثير للمنافسة فى سوق
المراجعة المصرى على جودة المراجعة؟؟
(دراسة إختبارية على الشركات المساهمة المصرية)

إعداد

دكتور

حسن على محمد سويلم

أستاذ المحاسبة المساعد

كلية التجارة جامعة الزقازيق

دكتور

حسن عبد الحميد العطار

أستاذ المحاسبة المساعد

كلية التجارة جامعة الزقازيق

ثروت الشبراوى محمد محمد الشربينى

مدير حسابات بالمديرية المالية بالشرقية

ملخص

يتعلق موضوع البحث بدراسة العلاقة بين المنافسة فى سوق المراجعة المصرى وجودة المراجعة, حيث تم قياس المنافسة فى سوق المراجعة (وهو المتغير المستقل) بمقياس هيرفنداهل إندكس (مربع نسبة الحصص السوقية للمراجعين معبراً عنها بحجم أصول شركات العملاء التى يراجعها كل مراجع منسوبة لإجمالى أصول كل شركات العينة) وتم قياس جودة المراجعة (وهو المتغير التابع) بمقياسين أولهما حجم مكتب المراجعة حيث المراجعين الأربعة الكبار يفترض أنها ذات مراجعة جيدة فتأخذ القيمة (1) بينما المكاتب الصغيرة تأخذ القيمة (0), والمقياس الثانى لجودة المراجعة هو القياس بمقياس جونز المعدل حيث أن القيمة المطلقة للاستحقاقات الاختيارية الناتجة تعبر عن إدارة للدخل سواء بتعمد زيادة الأرباح عن حقيقتها أو تعمد خفض الأرباح عن حقيقتها, بما يعنى انخاض فى جودة المراجعة, والعكس صحيح, حيث كلما اقتربت القيمة من الصفر كلما دل ذلك على زيادة فى جودة المراجعة, كما تم إدخال متغيرات ضابطة فى نموذج الدراسة وهى حجم شركة العميل, والتخصص القطاعى لمكتب المراجعة حيث تم اعتبار المراجع الذى يراجع أكثر من 10% من أصول شركات القطاع متخصصاً فى هذا القطاع وإذا كانت النسبة أقل من 10% يعتبر غير متخصص, وبذلك فإن متغير التخصص القطاعى يأخذ القيم (صفر , 1).

جاءت الدراسات السابقة بنتائج متضاربة, حيث بعضها أثبت أن هناك علاقة موجبة بين المنافسة فى سوق المراجعة وجودة المراجعة, وبعضها أثبت أن هناك علاقة سالبة بينهما, إلا أن هذه الدراسات السابقة تمت فى دول أجنبية مثل الولايات المتحدة الأمريكية والدول الأوروبية مدن الـ MSA وهى عبارته عن مدن وعواصم العالم الكبيرة ذات البيانات الإحصائية الكثيرة والمتوفرة.

قام الباحث فى هذه الدراسة بالتطبيق على البيئة المصرية وخُص إلى النتائج التالية:

يوجد علاقة موجبة بين المنافسة فى سوق المراجعة المصرى و جودة المراجعة فى حالة قياس جودة المراجعة بالإنتماء إلى الأربعة مراجعين الكبار, وكذلك توجد علاقة موجبة بينهما فى حالة قياس جودة المراجعة بمقياس جونز المعدل, بما يعنى أن المنافسة فى سوق المراجعة المصرى لها تأثيراً إيجابياً على جودة عملية المراجعة.

القسم الأول: الإطار العام للبحث

مقدمة البحث

تهدف مهنة المراجعة الخارجية إلى توفير تأكيد معقول بأن القوائم المالية خالية من التحريفات الجوهرية، وتشير النظرية الاقتصادية بأن المراجعة تلعب دوراً هاماً في الحياة الاقتصادية بغرض التخفيف من مشاكل الوكالة المتمثلة في مشكلتي الإختيار العكسي والخطر الأخلاقي، بالإضافة إلى تخفيف درجة عدم تماثل المعلومات الناجمة عن انفصال الملكية عن الإدارة وذلك من خلال طمأنة المستثمرين أن القوائم المالية للشركة قد تم إعدادها من قبل إدارة يمكن الوثوق فيها. وكذلك فإن الأطراف الخارجية بدون عملية المراجعة قد يتشككون في المعلومات التي يحصلون عليها من الإدارة وربما يؤدي ذلك إلى رفضهم الإستثمارات في تلك الشركات أو قد يطلبون عوائد مرتفعة للغاية على إستثماراتهم في هذه الشركات لتعويضهم عن المخاطر المرتبطة بها (أبو الخير, 2000, ص ص 64)

ولقد إعتادت الدول الرأسمالية ذات الإقتصاد الحر، والتي تنتهج منهج آلية السوق على ترك مسألة ضبط ورقابة الأسواق إلى الرقابة الذاتية في الأسواق (آلية السوق) بمعنى ان المستهلك عندما يدفع قيمة السلعة أو الخدمة فإنه يراقب جودة هذه السلعة أو الخدمة، والمنتج عندما يتكلف قيمة إنتاج السلعة أو الخدمة فإنه يراقب قدرة المستهلك على سداد القيمة (السعر) مراعين بذلك وضع المنافسة وحصة كل ذي شأن في السوق، والتسابق نحو إرضاء العميل لجذب المزيد من العملاء وتعظيم المنفعة (من وجهة نظر كلٍ منهما).

إلا أنه عندما يظهر إحتكار للسلعة أو الخدمة وينخفض مستوى المنافسة فيؤدي ذلك إلى خلل في هذه الآلية وعندئذ على الدولة إن تتدخل بوسيلة أو بأخرى لتشجيع المنافسة، لضمان كسر الإحتكار وزيادة الرقابة الذاتية للأسواق، وحتى في ظل الإقتصاد الموجه (بالدول الإشتراكية) ذات التحكم المركزي في الأسواق، حيث تتدخل الدولة في عملية الإنتاج وضبط الأسواق من خلال التسعيرة الجبرية، فإنه على الدولة أيضا إن تتدخل في عملية الرقابة على إنتاج السلع والخدمات وكذلك جودة وسعر هذه السلع والخدمات (الخربوطلي, 2018).

وحيث أن خدمة المراجعة هي خدمة ذات منفعة إقتصادية وتخضع للنهج السابق ذكره أعلاه، فإنه من الأمر المنطقي أن تكون موضع إهتمام الباحثين لدراسة الوضع الإقتصادي لهذه الخدمة من حيث جودة خدمة المراجعة وسعر هذه الخدمة في علاقتهما بالمنافسة في سوق

المراجعة, مستخدمين في ذلك الأمر ما هو متاح من بيانات مالية ومحاسبية, لتكون أساساً لهذه الدراسات.

ولقد تزايد إهتمام الباحثين في الآونة الأخيرة بطبيعة سوق خدمات المراجعة وما يرتبط بهذا السوق من ظواهر بإعتباره مجالاً مثمرًا للبحث العلمي, وعلى رأس هذه الظواهر (وهي موضع دراسة الباحثين في الآونة الأخيرة) سيطرة مجموعة من مكاتب المراجعة على النصيب الأكبر من العملاء, وكذلك ظهور حالات استحواذ مكاتب ذات نصيب أكبر من السوق على مكاتب أخرى ذات نصيب أقل من السوق, وكذلك ظهور حالات اندماج على مستوى المكاتب العالمية المعروفة والذي ترتب عليه تقلص عدد المكاتب العالمية الكبيرة على المستوى العالمي وكذلك على المستوى المحلى بالسوق المصرى والتي كانت فى الماضى تصنف على أنها ثمانية مكاتب ثم تقلص عددها إلى خمسة مكاتب (خلال الفترة من 1980 إلى 1990) ثم أصبحت تصنف على أنها أربعة مكاتب فقط عقب إنهيار شركة آرثر أندرسون فى عام 2002 وهو ما اصطلح على تسميته(تركز سوق المراجعة)(Cullinan and Zheng; 2012. pp 6-7) مما دفع 2008 (GAO, pp 8-10) مكتب المحاسبة الحكومى الأمريكى إلى دراسة تركيز المنافسة فى سوق المراجعة والذي توصل من خلال دراسته إلى إنخفاض هذه المنافسة.

وعلى صعيد البيئة المصرية, فإن هذه البيئة تتسم بندرة شديدة (على حد علم الباحث) فى هذه النوعية من الأبحاث والتي تستهدف دراسة تركيز سوق المراجعة كأحد الظواهر التي قد تؤثر على جودة المراجعة, ومن ثم سيحاول الباحث دراسة تركيز سوق خدمات المراجعة المصرى ومعرفة أثره على سلوك مكاتب المراجعة ومن ثم جودة خدمة المراجعة المقدمة. ومن هنا يبرز سؤال مهم وهو إلى أى مدى يصل مستوى التركيز فى سوق خدمات المراجعة فى مصر؟ وكذلك بالتبعية هل سيؤثر هذا التركيز فى جودة خدمة المراجعة المقدمة ؟

مشكلة البحث

إن مكاتب المراجعة التي تعمل فى الأسواق فى ظل منافسة عالية من المحتمل أن تتجه ناحية الإحتفاظ بالعميل على حساب جودة المراجعة, أو إبداء المرونة والتساهل مع العميل فالخوف من فقد العميل يدفع المراجع إلى إبداء المرونة والتساهل معه, مما يزيد من إحتمالية أن الأخطاء المكتشفة لن تصوب ولن يبلغ عنها, أى أن ذلك يعنى إنخفاض فى مستوى جودة المراجعة. (Newton et al., 2013, p.36).

وهكذا وعلى هذا النحو فإنه من المنطقي أن يفترض أن جودة المراجعة سوف تنخفض عند زيادة المنافسة وانخفاض مستوى التركيز على عكس الفكر الإقتصادي المعروف (الذي يفترض زيادتها بزيادة المنافسة).

وقد يساعد مستوى التركيز المرتفع على حدوث تواطؤ ضمنى بين شركات المراجعة الرائدة التي تسيطر على السوق, (وليس من الضروري أن يكون التنسيق أو التواطؤ بينهم فى شكل علنى بل يمكن أن يتمثل فى توازى السلوكيات بعلم كل منهم), وبناء عليه فربما يؤدي ذلك إلى تخفيضات فى إختبارات المراجعة التقليدية كوسيلة للتعامل مع الضغوط التكاليفية التي تواجههم بغرض المحافظة على أو زيادة هوامش أرباحهم, فى مواجهة مقاومة العملاء لزيادة أتعاب المراجعة دونما حاجة الى رفع هذه الأتعاب, بما يعنى انخفاض فى جودة المراجعة, مع انخفاض المنافسة (Boone et al., 2012. pp1174-1175).

وفى نفس السياق, وبمفهوم عكسى ربما يؤدي إرتفاع تركيز سوق المراجعة إلى زيادة جودة عملية المراجعة, وذلك بناءً على وجهة النظر التي تقضى بأن مستوى التركيز قد يدفع العملاء من خلال الإستفادة من المزايا التي توفرها إقتصاديات الحجم والمجال, حيث أنه إذا إنتقلت مزايا إقتصاديات الحجم والمجال ووفورات التكاليف من مقدمى الخدمة إلى طالبها قد تتحسن جودة المراجعة فى ظل المستوى المرتفع من تركيز سوق المراجعة (Boone et al., 2012. p1175).

ومن المتوقع أيضاً أن يؤدي ارتفاع مستوى التركيز فى سوق المراجعة إلى زيادة رضا المراجع عن نفسه كنتيجة لإنخفاض الخيارات المتاحة أمام العملاء لإستبداله بمراجع آخر, الأمر الذي قد يجعل المراجع يتبع نهجاً أقل تشككاً وأكثر تساهلاً حيث يتراخى المراجع فى أداء عملية المراجعة ومن ثم يخفض إختبارات المراجعة التقليدية, ومن ثم تزداد إحتتمالات تلاعب الإدارة بالأرباح وهو ما يعد انخفاض فى جودة المراجعة (Eshleman, 2013, p. 1).

كذلك فإن شعور المراجع بالرضا عن النفس بجانب الأمان الوظيفى نتيجة إنخفاض إحتتمالية إستبداله بمراجع آخر يؤدي إلى شعور المراجع بالإكتفاء الذاتى حيث ينعدم الوعي لدى المراجع بالعيوب والأخطاء التي من المحتمل أن يقع فيها أثناء أداء عملية المراجعة, بالإضافة إلى اتباع إجراءات أقل تشدداً كإنعكاس لثقته بالعميل (Boone et al., 2012, p. 1174).

وعلى النقيض من ذلك من الممكن لسيطرة المكاتب الرائدة فى ظل تركيز عرض خدمات المراجعة فى يدها أن تجعل المراجع لا يسعى إلى إرضاء العميل وتزيد من استقلال المراجع

والتزامه بقيم وسلوكيات المراجعة كمهنة رقابية مستقلة, بالإضافة إلى أن انخفاض عدد الخيارات المتوافرة أمام العميل في ظل التركيز السوقي يخفض من احتمالات قيام العميل بتبديل المراجع الحالي بمراجع آخر أقل تشدداً وأكثر تساهلاً (تسوق الرأي), ومن ذلك يمكن القول أن تركيز سوق المراجعة قد يقوى المركز التفاوضي للمراجع في مواجهة العميل ويخفض من احتمالات رضوخ المراجع لإحتياجات العميل أثناء التفاوض بإدارة الأرباح لتحسين صورة الشركة وبالتالي يزيد من جودة المراجعة (Boone et al., 2012, p. 1175).

والغرض من هذه الدراسة التي يجريها الباحث هو دراسة هذه المسألة تجريبياً في البيئة المصرية وذلك باختبار كيف أن المنافسة في سوق المراجعة تؤثر في مستوى جودة المراجعة, ويمكن صياغة المشكلة البحثية من خلال التساولين التاليين :

أولاً : ما هي طبيعة المنافسة في سوق المراجعة المصري ؟

ثانياً : ما هي طبيعة العلاقة بين مستوى المنافسة وجودة المراجعة في البيئة المصرية ؟

هدف البحث

يهدف هذا البحث إلى الآتي :

دراسة طبيعة المنافسة في سوق المراجعة المصري وكذلك دراسة وإختبار طبيعة العلاقة بين المنافسة في سوق المراجعة المصري وجودة المراجعة.

أهمية البحث :

1 - توفير البيانات والمعلومات اللازمة عن سوق المراجعة ومستوى المنافسة فيها للجهات المهنية والتنظيمية للاسترشاد بها عند إتخاذ أي قرارات متعلقة بتنظيم المهنة أو تنظيم سوق المراجعة في مصر.

2 - أهمية الحصول على دليل مادي عملي يجسد ويحدد طبيعة وقوة هذه العلاقة بين المنافسة في سوق المراجعة وجودة المراجعة ودرجة هذا التأثير بينهما وإلى أي مدى يكون حجم وطبيعة هذه العلاقة.

فرضية البحث

حيث أنه من المتوقع أن يؤدي ارتفاع مستوى التركيز في سوق خدمات المراجعة إلى رضا المراجع عن نفسه نتيجة إنحسار عدد منافسيه وإنخفاض الخيارات المتاحة أمام العملاء لاستبداله بمراجع آخر, مما يجعل المراجع يتبع منهجاً أقل تشككاً وأكثر تساهلاً حيث يتراخى المراجع في أداء عملية المراجعة وبذلك يقلل إختبارات المراجعة التقليدية المعروفة, فتزداد احتمالات قيام

الإدارة بالتلاعب فى الأرباح أو زيادة معدلات الأخطاء الغير مكتشفه مما يؤدي إلى خفض مستوى جودة المراجعة, كما أن شعور المراجع بالرضا عن النفس بجانب الأمان الوظيفى يؤدي إلى شعور المراجع بالإكتفاء الذاتى حيث ينعدم الوعى لدى المراجع بالعيوب أو الأخطاء التى من الممكن أن يقع فيها أثناء أداء عمله, بالإضافة إلى إتباع إجراءات أقل صرامة كإعكاس لثقته بالعميل, ومن ناحية أخرى فإن زيادة سيطرة عدد محدود من شركات المراجعة (مستوى التركيز) على السوق يؤدي إلى خفض الدافع لدى شركات المراجعة لتطوير أدائها ومعرفتها وتحسين جودة الخدمات التى تقدمها كما ذكر سابقاً (Francis et al., 2013, p. 327).

وعلى العكس من ذلك من الممكن لسيطرة المكاتب الرائدة فى ظل تركيز المعروض من خدمات المراجعة فى يدها أن تجعل مكتب المراجعة لا يسعى إلى إرضاء العميل وتزيد من استقلال المراجع والتزامه بقيم وسلوكيات المراجعة كمهنة رقابية مستقلة, بالإضافة إلى أن إنخفاض عدد الخيارات المتاحة أمام العميل فى ظل تركيز السوق يخفض من احتمالات قيام العميل بتبديل المراجع الحالى بمراجع آخر أقل تشدداً وأكثر تساهلاً (مايعرف بقضية تسوق الرأى). ومن ذلك يمكن القول بأن تركيز سوق المراجعة قد يقوى المركز التفاوضى للمراجع أمام العميل ويخفض من احتمالات رضوخ المراجع لإحتياجات العميل أثناء التفاوض بإدارة الأرباح لتحسين صورة الشركة وبالتالي يزيد من مستوى جودة المراجعة. (Newton et al., 2013 , p.36).

وبذلك يمكن إشتقاق فرضية الدراسة فى صورة فرض عدم كالاتى:

(لا توجد علاقة بين المنافسة فى سوق المراجعة المصرى وجودة المراجعة)

منهجية البحث

1 - مجتمع وعينة البحث

ويتحدد مجتمع الدراسة فى جميع الشركات المساهمة المقيدة فى البورصة المصرية ويقوم الباحث بسحب عينة عشوائية من هذا المجتمع من الشركات ذات البيانات المنشورة للفترة من عام 2014 : 2017, ويتم استخدام نموذج الإنحدار المتعدد, وتحليل الإنحدار اللوجستى الثنائى, معامل ارتباط بيرسون, للتوصل لنتائج الدراسة, وذلك من خلال حزمة البرامج الإحصائية SPSS فى التطبيق الإحصائى.

2- حدود البحث :

تقتصر الدراسة على الشركات ذات البيانات المنشورة وبالتالي يقتصر البحث على الشركات المساهمة والمقيدة بالبورصة المصرية ولها إكتتاب مفتوح وليس مغلقاً وتنتمى هذه الشركات إلى

11 قطاعا إقتصاديا مختلفا بعد استبعاد الشركات التي تنتمي إلى ستة قطاعات إقتصادية مختلفة وذلك للأسباب الآتية :

أ - يتم استبعاد قطاع البنوك نظراً لطبيعة عملها وطبيعة تقاريرها المالية والتي تجعل من تقدير حجم الإستحقاقات الإختيارية لها باستخدام نموذج (Jones) أمراً بالغ الصعوبة و نظراً لخضوع تلك الشركات لقوانين مختلفة عن غيرها من الشركات بجانب إختلاف خصائص البيئة التشغيلية المحيطة بتلك الشركات.

ب - تم استبعاد قطاعات (الغاز والبتروول والإعلام والتكنولوجيا والمرافق) نظراً لعدم إحتوائها على عددٍ كافٍ من الشركات, الأمر الذي يجعل أيضا من تقدير حجم الإستحقاقات الإختيارية لها باستخدام نموذج (Jones) أمراً بالغ الصعوبة أيضاً.

ج - كذلك تم استبعاد شركات قطاع الأعمال العام نظراً لخضوع تلك الشركات للمراجعة من قبل الجهاز المركزي للمحاسبات فقط دون مكاتب المراجعة الخاصة.

وكذلك تم تجنب إستخدام القوائم المالية الفترية, لإنعدام تأثيرها في مثل هذا النوع من الدراسة التي يجريها الباحث, وسيتم الإعتماد على البيانات المدرجة في القوائم المالية السنوية.

3 - بدائل القياس ومتغيرات الدراسة

المتغير المستقل وهو المنافسة في سوق المراجعة

إن المقياس المحدد لقياس المنافسة في سوق المراجعة والذي سوف يستخدم في هذه الدراسة هو مقياس (Herfindahl index) والذي يستخدم بشكل عام في دراسة المنافسة في سوق المراجعة, فهذا المقياس يحدد التباين للحصص السوقية لعدد من شركات المراجعة والتي لها تواجد في السوق. (Newton et al., 2013, p.38), (Kallapur et al., 2010, p.5).

والمنافسة competition في سوق المراجعة سيرمز لها بالرمز (COM) وهي تعبر عن الحصص السوقية لكل مكتب مراجعة منسوبة إلى إجمالي حصص السوق لكل المكاتب بعينة الدراسة ويتم قياسها بمربع نسبة حجم أصول شركات العملاء التي يراجعها مكتب المراجعة منسوبة إلى إجمالي قيمة الأصول لكل العملاء الموجودين بعينة الدراسة والتي تقوم مكاتب المراجعة بمراجعة حساباتها وقوائمها المالية على إعتبار أنها بديل معبر عن أتعاب المراجع, وذلك لكل سنة من سنوات الدراسة من 2014: 2017 (أبو الخير, 2000, ص. 18).

المتغير التابع وهو جودة المراجعة

جودة المراجعة في السوق المصري ويرمز لها في هذه الدراسة بالرمز AQ (Audit Quality) ويتم التعبير عنها بمقياسين, أولاً بنموذج (Jones) المعدل لقياس الإستحقاقات الإختيارية والتي يعد زيادة قيمتها المطلقة (أى الرقم سواء موجب أو سالب) تعبيراً عن إنخفاض في جودة المراجعة, وعلى النقيض يعتبر إنخفاض قيمتها المطلقة هي زيادة في جودة المراجعة. والإستحقاقات الإختيارية هي الفرق بين الأرباح والتدفقات النقدية وهي التي بنى عليها نموذج (Jones) ونموذج (Jones) المعدل, ومفهوم الإستحقاقات الإختيارية تعنى أن إدارة المنشأة قد تستخدم أساس الإستحقاق من خلال بعض بنود قائمة المركز المالى فى التحكم فى رقم أرباح المنشأة بالزيادة أو بالنقص لتحقيق منافع وأغراض ذاتية لها, فبغض النظر عن إشارتها فإن زيادتها تزيد من احتمالات وجود أخطاء أو تلاعب فى رقم الأرباح, ومن ثم تمثل انخفاض فى جودة المراجعة, وعلى العكس من ذلك فإن إنخفاض القيمة المطلقة للإستحقاقات الإختيارية أياً كان إشارتها فإنها تمثل زيادة فى قيمة جودة المراجعة ذلك بأنها تعنى عندئذ إنخفاض حجم الأخطاء والتلاعب فى أرباح المنشأة وهو ما يسمى إدارة الدخل (Boone et al., 2012).

والثانى هو القياس بحجم مكتب المراجعة الذى يتم التعبير عنه بأحد رقمين (1 , 0) حيث الرقم (1) لمكتب المراجعة إذا كان من الأربعة الكبار وتعنى زيادة جودة المراجعة بينما يأخذ الرقم (0) إذا لم يكن من الأربعة الكبار وتعنى إنخفاض مستوى جودة المراجعة وذلك استناداً إلى دراسات عديدة تثبت أن المراجعة تعتبر جيدة إذا كانت تتم لدى أحد مكاتب المراجعة الكبار, وعلى العكس من ذلك تعتبر عملية المراجعة تتم على مستوى غير جيد إذا كانت تتم لدى مكاتب مراجعة من غير الأربعة الكبار (Boone et al., 2012).

وسيتم تقدير الإستحقاقات الإختيارية كما يلي:

أولاً يتم تقدير إجمالي الإستحقاقات (TAC_{i,t}) من خلال المعادلة التالية:

إجمالي الإستحقاقات = صافي الدخل قبل البنود غير المنتظمة (الإستثنائية) - التدفقات النقدية التشغيلية.

ثانياً: يتم بعد ذلك تقدير الإستحقاقات الإختيارية (Discretionary Accruals) عن طريق طرح الإستحقاقات غير الإختيارية Nondiscretionary Accruals من إجمالي الإستحقاقات (TAC_{i,t}):

$$\frac{TA_{i,t}}{A_{i,t-1}} = \alpha_1 \left(\frac{1}{A_{i,t-1}} \right) + \alpha_2 \left(\frac{\Delta REV_{i,t} - \Delta REC_{i,t}}{A_{i,t-1}} \right) + \alpha_3 \left(\frac{PPE_{i,t}}{A_{i,t-1}} \right) + \varepsilon_{i,t}$$

حيث أن:

$TAC_{i,t}$: إجمالي الاستحقاقات للشركة i خلال الفترة t .

$\Delta REV_{i,t}$: التغير في إيرادات الشركة i فيما بين نهاية الفترة t ونهاية الفترة $t-1$.

$\Delta REC_{i,t}$: التغير في المدينين للشركة i فيما بين نهاية الفترة t ونهاية الفترة $t-1$.

$PPE_{i,t}$: إجمالي الآلات والمعدات والتجهيزات للشركة i خلال الفترة t .

$A_{i,t-1}$: إجمالي أصول الشركة i خلال الفترة $t-1$.

$\varepsilon_{i,t}$: البواقي (أخطاء الإنحدار)

ثالثاً: يتم تقدير الاستحقاقات غير الاختيارية من خلال المعادلة التالية

$$NDAC_{i,t} = \beta_1(1/A_{i,t-1}) + \beta_2(\Delta REV_{i,t} - \Delta REC_{i,t}) / A_{i,t-1} + \beta_3(PPE_{i,t} / A_{i,t-1})$$

رابعاً: يتم تقدير الاستحقاقات الاختيارية ($DAC_{i,t}$) عن طريق طرح الاستحقاقات غير الاختيارية من إجمالي الاستحقاقات، وتكون قيمة الاستحقاقات الاختيارية عبارة عن الباقي إحصائياً من تقدير النموذج، ويتم قسمة جميع متغيرات النموذج على إجمالي أصول الشركة في الفترة السابقة بهدف إلغاء أثر الفروق في أحجام الشركات وتمثل القيمة المطلقة للاستحقاقات الاختيارية الناتجة من نموذج (Jones) المعدل مقياساً لجودة المراجعة في شركات العينة.

$$DAC_{i,t} = TAC_{i,t} - NDAC_{i,t}, \text{ (عيفى, 2014, ص 307 – 308)}$$

المتغيرات الضابطة ومبررات إضافتها

يمكن من خلال استقراء الدراسات السابقة تحديد المتغيرات الأخرى (الضابطة) والتي قد ترتبط بالمنافسة وجودة المراجعة، وفيما يلي التعريف الإجرائي للمتغيرات الضابطة قرين كل منها.

التعريف الإجرائي والقياس للمتغيرات الضابطة	المتغيرات الضابطة	
	رمز المتغير	إسم المتغير
اللوغاريتم الطبيعي لإجمالي أصول الشركة في نهاية العام.	Size	حجم الشركة
ويعتبر تخصص مكتب المراجعة Specialization من العوامل التي يمكن أن يكون لها تأثير على جودة المراجعة ولذا يقوم الباحث بإدخاله في نموذج الدراسة حيث يتم قياسه كما ورد في أدبيات المراجعة بنسبة أصول عملاء المراجع في قطاع معين إلى إجمالي أصول ذلك القطاع، فإن كانت النسبة $< 10\%$ يعتبر المراجع متخصصاً في هذا القطاع ويأخذ المتغير القيمة (1) وإذا كانت النسبة $> 10\%$ يعتبر المراجع غير متخصص ويأخذ المتغير القيمة (0).	SPEC _{i,t}	التخصص القطاعي لمكتب المراجعة

(الإبياري، 2008، ص 15-16)

وفيما يلي ملخص للتعريف الإجرائي وكيفية قياس المتغيرات المستقلة و التابعة

التعريف الإجرائي للمتغيرات وأسلوب القياس	رمز المتغير	إسم المتغير
وهي المتغير التابع في الدراسة وتقاس بمقياسين مختلفين بالقيمة المطلقة للإستحقاقات الإختيارية ، وتقاس كذلك بحجم مكتب المراجعة سواء أكان يتبع الأربعة الكبار أو لا يتبعهم و عندئذ يأخذ القيم (1, 0).	AQ	جودة المراجعة
وهو المتغير المستقل في الدراسة وتعبر عن مستوى المنافسة حيث تقاس بمربع نسبة أصول شركات المراجع لإجمالي أصول شركات العينة كمقياس لجانب الطلب.	COM	المنافسة في سوق المراجعة

نموذج الدراسة

$$AQ_{i,t} = \beta_0 + \beta_1 COM_{i,t} + \beta_2 SIZE_{i,t} + \beta_3 SPEC_{i,t} + e_{i,t}$$

حيث تعبر β_0 عن المقدار الثابت وتعبر $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ عن معاملات المتغيرات الثلاثة

تعبر عن جودة المراجعة وتقاس بمقياسين مختلفين بالإستحقاقات الإختيارية كما ذكر سابقاً وتقاس كذلك بحجم مكتب المراجعة سواء أكان يتبع الأربعة الكبار أو لا يتبعهم و عندئذ يأخذ القيم (1, 0).

تعبر عن مستوى المنافسة حيث يقاس بمربع (نسبة أصول الشركات المساهمة التي يراجعها المراجع لإجمالي أصول شركات العينة) كمقياس للمنافسة في سوق المراجعة

مقياس (Herfindahl index)

تعبّر عن حجم شركة العميل كمتغير ضابط كما ذكر أعلاه ويقاس باللوغاريتم الطبيعي لحجم أصول شركة العميل في نهاية العام.

وتعبّر عن تخصص مكتب المراجعة كمتغير ضابط كما ذكر بالجدول السابق وتعبّر عن الخطأ العشوائى فى النموذج.

يتم استخدام مقياس (Herfindahl index) لقياس الإحتكار للتوصل إلى طبيعة السوق, وهو مؤشر شائع الاستخدام يعتمد على قياس مربع نسب الحصص السوقية لمكاتب المراجعة الداخلة فى العينة المختارة (n) حيث يحسب للمكاتب الأكبر حجماً على النحو التالى :

$$H = (s1)^2 + (s2)^2 + (s3)^2 + \dots + (sn)^2$$

يتم استخدام بيانات العينة موضع الدراسة من مكاتب المراجعة فى السوق المصرى وحساب نسب الحصص السوقية معبراً عنها بحجم أصول شركات العملاء التى يراجعها كل مكتب مراجعة كبديل معبر عن حجم أرباح أو إيرادات هذا المكتب وترتيبهم تنازلياً حسب الحجم ويتم إنتقاء عدد من المكاتب الأكبر حجماً عادة ما يكونون 4 حسب ما إعتاد الإقتصاديون المستخدمون لهذا المقياس وبذلك يعبر الرمز S عن نسبة الحصة السوقية لمكتب المراجعة منسوبة إلى إجمالى الأصول لكل المكاتب ثم الحصول على مربع هذه النسبة لكل مكتب على حدى من المكاتب الأربعة المختارة من العينة وبجمع هذه النسب كما فى المعادلة السابقة حيث يعبر الرمز H عن مجموع هذه النسب.

وبالتبع لن تصل النسبة H إلى الواحد الصحيح إلا إذا كان هناك مكتب واحد يسيطر على السوق ككل وبذلك فإن زيادة النسبة الناتجة H تعنى زيادة الإحتكار وزيادة سيطرة شركات العينة المختارة على سوق المراجعة وبالتالي إنخفاض مستوى المنافسة وبالعكس فإن إنخفاض قيمة النسبة الناتجة H تعنى أن هذه الشركات المأخوذة فى هذه العينة رغم أنها منتقاة من كبار المراجعين فى السوق إلا أن سيطرتها على السوق محدودة وتعنى إنخفاض مستوى الإحتكار وزيادة المنافسة (Newton et al., 2013, p.38), (أبو الخير, 2000, ص. 18).

مصادر الحصول على البيانات

من المعلوم أن الحصول على بيانات عن إسم مراجع الحسابات و حجم أصول شركة العميل التابع لمكتب المراجعة أو باقى بيانات حسابات القوائم المالية, هى من البيانات المنشورة, وبالشكل التقليدى الذى يتبعه الباحثون, والتي تكون متوفرة على بعض المواقع الإلكترونية ومنها موقع "مباشر مصر" لنشر المعلومات وهو الموقع الذى سيلجأ له الباحث للحصول على البيانات.

****المكاتب الأربعة المنتسبين للكبار عالمياً وهم:**

- 1- KPMGحازم حسن
 - 2- PRICE WATERHOUSE.....طارق منصور وشركاه
 - 3- DELOITTE AND TOUCHE صالح وبرسوم وعبد العزيز
 - 4- ERNST AND YOUNG.....المتضامنون للمحاسبة والمراجعة
- (الإيبارى 2008, ص. 17)

القسم الثانى : الدراسات السابقة

1- دراسة : أبو الخير, المدثر طه (أبو الخير, 2000, ص. 1-35), درجة التركيز فى سوق خدمات المراجعة دراسة ميدانية وتحليل مقارنة لطبيعة السوق فى مصر. الهدف من هذه الدراسة: تستهدف هذه الدراسة بحث طبيعة سوق المراجعة فى مصر ومدى قرابة من وضع المنافسة أو وضع الاحتكار, وكذلك أهدافاً أخرى تحليلية و ميدانية محددة, وتحديد العوامل المتحكمة فى سوق المراجعة, وتحليل الدراسات الميدانية والتي قد تناولت مقاييس هيكل سوق المراجعة ودرجة التركيز فى بيئات مختلفة للمراجعة. منهجية الدراسة : تقدم الدراسة إحصاءات وصفية عن الظاهرة موضع الدراسة, كما تستخدم مقياس هيرفنداهل إندكس لقياس الإحتكار, وقد تم سحب عينة من 161 مشاهدة من شركات المساهمة المصرية موزعة على سنوات الدراسة الثلاث عام 1997 , 1998 , 1999 , قام الباحث بحساب متوسط للجذر التربيعى لكلٍ من الأصول والإيرادات, للتوصل إلى طريقة أدق تعبر عن حجم عمل مكتب المراجعة كمقياس بديل لأتعب مكتب المراجعة. نتائج الدراسة : على الرغم من عدم توافر البيانات الكافية عن أتعب المراجع, إلا أن بدائل القياس المتحصل عليها من القوائم المالية للعملاء (مثل حجم الاصول أو الإيرادات) تعطى تقريباً نفس النتائج, حيث لا تختلف معنويًا عن البيانات المحسوبة على أساس الأتعب الفعلية للمراجع, ومن خلال الدراسة الميدانية لسوق المراجعة المصرى قام الباحث فى هذه الدراسة بترتيب مكاتب المراجعة العشرة الأولى ذات الحصص الأكبر فى السوق وذلك لكل سنة على حده من سنوات الدراسة الثلاث, وقد تبين من عرض نتائج الدراسة أن هناك خمسة مكاتب تستحوذ على النصيب

الأكبر من الحصص السوقية وتعتبر هذه المكاتب مستقرة خلال السنوات الثلاث، إلا أن ترتيبها قد يختلف من سنة لأخرى.

2- دراسة (الإبيارى, هشام فاروق, 2008, ص. 1 - 62), التخصص القطاعى لمراقبى

الحسابات والطبيعة الإقتصادية لسوق خدمة المراجعة فى مصر دراسة ميدانية. الهدف من هذه الدراسة: الهدف من هذه الدراسة هو التوصل لأدلة ميدانية عن مدى وجود التخصص القطاعى فى سوق المراجعة المصرى, وطبيعة المنافسة بين مقدمى خدمة المراجعة (مراجعى الحسابات) فى سوق المراجعة بقطاعاته المختلفة, وكذلك الكشف عن مدى ارتباط أتعاب المراجع بخصائص كل من المنشآت طالبة الخدمة بقطاعات النشاط المختلفة, ومنشآت المراجعة.

منهجية الدراسة : إتبع الباحث فى هذه الدراسة المنهج الإستقرائى لإستقراء الواقع الفعلى لسوق خدمات المراجعة فى مصر معتمداً فى هذا الشأن على النموذج الوصفى لوصف وتوضيح طبيعة سوق المراجعة على إعتبار أنه مناسباً لظاهرة البحث والتي تتمثل فى وصف السوق فى مصر. وإقتصر البحث على شركات المساهمة العاملة فى مصر دون غيرها من المنشآت الأخرى من خلال ما يتوافر من بيانات فعلية لازمة لهذه الدراسة, وكذلك إقتصر البحث على مراجعى الحسابات بالقطاع الخاص, دون مراجعى الجهاز المركزى للمحاسبات. تمت الدراسة على عينة من 190 شركة مساهمة تمثل إثنى عشر قطاعاً مختلفاً, وذلك عن بيانات عام مالى واحد فقط وهو عام 2007 لعدم تمكن الباحث من الحصول عن بيانات أخرى عن الشركات المذكورة.

نتائج الدراسة :

- 1- حصول بعض مراجعى الحسابات فى شركات العميل كبيرة الحجم على حصص سوقية كبيرة من (أتعاب المراجع أو من إجمالى الأصول), من منشآت قطاعات الأنشطة, مما يعد مؤشراً على وجود تخصص قطاعى للمراجعين كمقدمى للخدمة فى السوق المصرى.
- 2- وجود سيطرة لعدد محدود من مقدمى الخدمة أى المراجعين من الذين ينتمون لمكاتب المراجعة الكبيرة الحجم بكل قطاع نشاط على خدمة المراجعة للشركات العاملة فى هذا القطاع من النشاط, وهو ما يبين ضعف المنافسة بقطاعات النشاط موضع الدراسة.

3- دراسة : مكتب المحاسبة الحكومى الأمريكى (GAO, 2008, p.8-163)

AUDITS OF PUBLIC CPMPANIES

Continued Concentration in Audit Market for Large Public Companies Does Not Call for Immediate Action ?

الهدف من هذه الدراسة:

فى ظل أوضاع تركيز سوق المراجعة فى الولايات المتحدة فقد استهدفت الدراسة :

1 - دراسة تركيز سوق مراجعة شركات المساهمة .

2 - دراسة إمكانية تنمية وتشجيع شركات المراجعة الصغيرة لتخفيف تركيز السوق.

إلا أنه كان من ضمن نتائج هذه الدراسة التوصل إلى نتائج تتعلق بتأثير المنافسة فى سوق المراجعة على جودة عملية المراجعة.

منهجية الدراسة: قام مكتب المحاسبة الحكومى الأمريكى فى سبيل ذلك ببحث استطلاعى لعينة عشوائية من 600 شركة مساهمة ذات الحجم الصغير والمتوسط والكبير, وذلك من خلال تعاملاتهم مع المراجعين, وكذلك بحث استطلاعى يشمل الأربعة مكاتب المراجعة الكبار وكذلك شركات المراجعة الأمريكية التى تراجع على الأقل شركة مساهمة واحدة, وقد أجريت الدراسة فى مدينتى نيويورك وواشنطن بالولايات المتحدة الأمريكية خلال الفترة من أكتوبر 2006 حتى يناير 2008.

نتائج الدراسة : وخلصت هذه الدراسة إلى أنه بالرغم من أن سوق المراجعة فى شركات المساهمة الصغيرة هو أقل تركيزاً, إلا أن الأربعة مكاتب المراجعة الكبار مازالت تسيطر على معظم شركات المساهمة الكبيرة فى سوق المراجعة, كما أشارت هذه الدراسة فى الفقرة الأولى من (ص 5) أنه لا تأثير لتركيز السوق على جودة المراجعة.

4 - دراسة (Kallapur et al., 2010, p.1-55)

الهدف من هذه الدراسة : دراسة العلاقة بين المنافسة فى سوق المراجعة وجودة المراجعة. منهجية الدراسة: تم إجراء الدراسة على مدن ألد MSA وهى عباره عن مدن وعواصم العالم الكبيرة ذات البيانات الإحصائية الكبيرة والمتوفرة وتم قياس المنافسة (التركز) بمقياس Herfindahl index وذلك بحساب مربع نسبة (حجم مكتب المراجعة إلى مجموع أحجام كل المكاتب بالعينة) وقد تم استخدام مقياس أتعاب مكتب المراجعة كمقياس معبر عن حجم مكتب المراجعة, وتم قياس جودة المراجعة بالإستحقاقات الإختيارية.

(Kallapur et al., 2010, p_6)

تم إختيار العينة من بين شركات العملاء الذين لديهم قاعدة بيانات عن هوية مكاتب المراجعة, وعلى وجه التحديد (إسم المكتب المتعاقد معه, أتعاب المكتب) وذلك خلال فترة السبع سنوات للفترة من عام 2000 حتى عام 2006 (Kallapur et al., 2010 ,p_14). كما تم تقسيم عينة الإختبار إلى عينتين فرعيتين.

نتائج الدراسة: جاءت نتيجة الدراسة مثبتة بأن هناك علاقة موجبة بين تركيز السوق في المراجعة وبين جودة المراجعة. (Kallapur et al., 2010 ,p_21).

5 - دراسة : (Boone et al., 2012, p.1171-1203)

الهدف من هذه الدراسة : هدفت الدراسة إلى دراسة العلاقة بين تركيز سوق المنافسة في المراجعة على المستوى المحلى فى منطقة مدن وعواصم العالم (MSA) Metropolitan Statistical Area وتغاضى المراجعين عن عمليات إدارة الدخل للفترة من 2003 إلى 2009 مع التركيز على العملاء ذوى تنبؤات الأرباح, والذين فقدوا أرباحهم المستهدفة بسبب إدارة الدخل (الإستحقاقات الإختيارية) وهو مايشير إلى جودة المراجعة.

منهجية الدراسة: إعتمدت الدراسة على عينة من العملاء فى مدن وعواصم الـ MSA للفترة من 2003 إلى 2009, و كانت العينة من 4779 مشاهدة (Boone et al., 2012, p.9)

وتم قياس تركيز السوق بحجم الأتعاب, و جودة المراجعة بالإستحقاقات الإختيارية مستخدمين نموذج جونز المعدل, المتغير التابع جودة المراجعة تأخذ القيمة إما (صفر) واما (1) حيث القيمة (1) عندما يكون قيمة الإستحقاقات الإختيارية بعد إجراء إدارة للدخل تساوى أو تتجاوز الأرباح المتوقعة والمجمع عليها قبل إدارة الدخل, بينما تأخذ القيمة (صفر) إذا كانت غير ذلك. (Boone et al., 2012, p3_4)

نتائج الدراسة : خلصت هذه الدراسة إلى أن الهيمنة الإحتكارية للمراجعين الأربعة الكبار فى السوق المحلى قد شجعت على التهاون فى أداء العمل فى المراجعة مؤدية إلى مرونة أكثر مع العميل وإنخفاض الشك المهنى فى المراجعة وإنخفاض جودة خدمة المراجعة أى أن هناك علاقة موجبة بين المنافسة فى سوق المراجعة وجودة المراجعة.

6 - دراسة : (Newton et al., 2013, p.31-67)

Does a Lack of Choice Lead to Lower Quality? Evidence from Auditor Competition and Client Restatements

الهدف من هذه الدراسة: والهدف من هذه الدراسة هو بحث العلاقة بين المنافسة فى سوق المراجعة و احتمالية التعديل فى التقارير المالية والذى يحدث نتيجة لفشل فى تطبيق المبادئ المحاسبية المتعارف عليها كتعبير عن جودة المراجعة.

منهجية الدراسة : إعتد الباحثون فى دراستهم على عينة إحصائية من 27043 مشاهدة من الشركات للفترة من 2000 إلى 2009 وأجريت الدراسة على المدن العالمية الكبيرة ذات البيانات الإحصائية المتوفرة (Metropolitan Statistical Areas (MSA كما استُخدم مقياس Herfindahl index لقياس المنافسة فى سوق وتم قياس جودة المراجعة بالتقارير المالية المعدلة.

نتائج الدراسة: خلصت هذه الدراسة إلى وجود علاقة عكسية بين المنافسة فى سوق المراجعة وجودة المراجعة مقاسة بمقياس التقارير المالية المعدلة إلا أن النتائج تتأثر بحجم مكتب المراجعة كمتغير ضابط.

التعليق على الدراسات السابقة :

تتميز الدراسة الحالية التى يجريها الباحث عن الدراسات السابقة ببعض المميزات حيث بعض هذه الدراسات مثل (دراسة أبو الخير, 200) ودراسة (الإبيارى, 2008) لم تتطرق أى منهما الى العلاقة بين المنافسة فى سوق المراجعة وجودة المراجعة كمثل ما هو الدراسة التى يجريها الباحث, كما أنها تعتمد على إحصاءات وصفية ولم تتطرق الى التوصل إلى نظرية تُستخدم فى التنبؤ أو توقع قيم المتغيرات, والبعض اعتمد على استخدام قوائم الاستقصاء وما يشوبها من عيوب وعدم الدقة مثل دراسة (مكتب المحاسبة الحكومى الأمريكى) , كما أن الدراسات السابقة الأجنبية طُبقت فى مدن وعواصم العالم ذات البيانات الإحصائية المتوفرة (منطقة الـ MSA) ولم تكن المدن المصرية مشمولة ضمن هذه الدراسات مما يميز الدراسة الحالية بأنها تطبيق فى بيئة مختلفة فى جمهورية مصر العربية, كما أن تلك الدراسات الأجنبية بعضها اعتمد على مقياساً واحداً لقياس جودة المراجعة بخلاف الدراسة الحالية التى اعتمدت على مقياسين وهما الإنتماء الى مكاتب المراجعة الى الكبار حيث يأخذ المتغير القيم (صفر , 1), والمقاس الثانى متغير متصل وهو مقياس جونز المعدل لقياس الإستحقاقات الإختيارية, مما يضيف على الدراسة الحالية مزيداً من الدقة.

القسم الثالث: المنافسة وأثرها على جودة المراجعة

ويتركز الحديث هنا على أنواع المنافسة فى سوق المراجعة وأثرها على جودة المراجعة, وذلك من خلال الأجزاء الآتية:

أولاً أنواع المنافسة

أ - المنافسة الكاملة: (الإيبارى, 2008, ص. 18)

ولكى تتحقق الصورة المثالية الكاملة للمنافسة الكاملة, فإن لها بعض الشروط يمكن إيجازها فيما يلى :

1- وجود عدد كبير من المنتجين والمشتريين للسلعة (أو الخدمة) فى السوق بحيث أن مساهمة المنتج فى جملة إنتاج السلعة فى السوق أو مساهمة المشتري بالشراء من السوق تعتبر جزء صغير جداً لا يؤثر فى حجم الطلب أو العرض الإجمالى وبذلك لا يستطيع أحداً منهم التحكم فى السوق أو فى سعر السلعة (أو الخدمة).

2 - تجانس المنتجات : وهو ما يعنى أننا نتحدث عن سلعة أو خدمة يعتبرها المشتري فنياً ونفسياً أنها متجانسة وليس بينها وبين السلع الأخرى أى فروق وبالتالي ينتج عن ذلك أن سعر السلعة ثابت وموحد فى السوق.

3 - حرية دخول السوق لأى منتج يرغب فى دخول السوق دون شروط تذكر.

4 - العلم الكامل بأحوال السوق : بما يعنى أن المستهلك أو المشتري على علم ودراية بما هو سائد من أسعار للسلعة فى السوق وكذلك مستوى جودة هذه السلعة (أو الخدمة) ويستطيع أن يميز بين السعر المرتفع والمنخفض لنفس هذه السلعة,

5 - حرية الانتقال الكاملة : ففى سوق المنافسة الكاملة ولكى نضمن إنتشار سعر عام واحد للسلعة أو الخدمة فإننا نفترض أنه لا توجد عقبات أمام إنتقال المستهلك أو المنتج أو السلعة أو عوامل الإنتاج من مكان لآخر. (الإيبارى, 2008, ص. 18)

ب - الإحتكار :

والإحتكار يعنى أن يكون هناك منتج واحد فى السوق لإنتاج هذه السلعة أو الخدمة ولا يوجد غيره, وبالتالي فإن إنتاج أو صناعة هذه السلعة قائم على منتج واحد فقط وهو على عكس المنافسة الكاملة (حيث يوجد منتجين عدة لنفس السلعة أو الخدمة) ويعد ذلك شرطاً أساسياً فى الإحتكار, ومحتكر السلعة يتمتع بميزة وهى قدرته منفرداً على إتخاذ قرار بتحديد سعر بيع السلعة

أو الخدمة حيث أن المحتكر يستطيع أن يحدد سعراً مرتفعاً أو منخفضاً للسلعة التي ينتجها وهي ميزة يفتقدها المنتج في حالة المنافسة الكاملة. (الخبوطلى, 2018, ص 200 : 2002)
** تحديد طبيعة سوق المراجعة :

ولقد استقر الرأي في الفكر المحاسبي على أن سوق المراجعة لا يعد من قبيل أسواق المنافسة الكاملة وذلك لعدم تجانس خدمة المراجعة, ولقلة عدد مقدمى الخدمة فى مصر. ولذلك فإن هذا السوق ينحصر فى أحد نوعين من أنواع المنافسة وهما إما إحتكار القلة, وإما المنافسة الإحتكارية ويورد الباحث توضيحاً لكلا النوعين فيما يلى :

(الإيبارى, 2008, ص. 17-18)

1 - إحتكار القلة:

وهو عبارته عن هيكل تنافسى يتسم بوجود قلة من مقدمى الخدمة يسيطرون على السوق أو على الجزء الأكبر من السوق. ويظهر إحتكار القلة من إنخفاض عدد مقدمى خدمة المراجعة فيقل عدد المتنافسين ويؤثر سلوك وقرارات كل منهم على سلوك وقرارات الآخرين من المتنافسين مما يؤدي إلى ردود أفعال تشعل المنافسة بينهم.

2 - المنافسة الإحتكارية :

لكى نصف سوق المراجعة بأنه سوق منافسة إحتكارية فإنه يجب أن يتوافر فيه بعض السمات والدلائل من أهمها ما يلى:

- 1 - تعدد مقدمى خدمة المراجعة وكذلك تعدد طالبي خدمة المراجعة (نسبياً) ولا يصل إلى العدد الكبير كما هو الحال فى المنافسة الكاملة, (وهو ما يتضح من خلال مقارنة حجم السوق فى مصر بحجم السوق فى الدول الأجنبية, حيث السوق المصرى يعد محدود جداً).
- 2 - عدم تجانس خدمة المراجعة المقدمة, (وهو ما يتضح من السرد السابق والذى يكشف عن عدم تجانس هذه الخدمة وإختلافها من مكتب لآخر).
- 3 - أن يسلك الجانبان - طالب الخدمة وعارض الخدمة - سلوكاً اقتصادياً رشيداً حيث طالب الخدمة حريص على الحصول على المنفعة الكافية مقابل ما ينفقه مقابل هذه الخدمة, وعارض الخدمة (مكتب المراجعة) حريص على تعظيم دالة منفعة.

4 - ليس بالضرورة أن يتوافر (لدى جميع الأطراف بالسوق) المعرفة التامة بأحوال السوق (سواء بين المراجعين وبعضهم البعض) أو (سواء بين شركات العملاء وبعضهم البعض) أو حتى بين مقدمى الخدمة (المراجعين) وطالبي الخدمة (العملاء) (الخبوطلى, 2018, ص. 02)

ويعتقد الباحث أن قرار هيئة سوق المال رقم (96) لسنة 2006 والذي قصر الإشتغال بمهنة المراجعة للشركات المساهمة المقيدة بالبورصة المصرية على أعداد محدودة - كما ذكر سابقاً - أدى إلى تحقق الشرط الأول من شروط المنافسة الإحتكارية من حيث قلة عدد المتعاملين فى السوق, بالإضافة إلى محدودية السوق بالمقارنة بالدول الأجنبية, وكذلك عدم تجانس الخدمة المقدمة كما أورد الباحث مسبقاً, أضف إلى ذلك أن كل أطراف التعامل تعمل فى مجال المال والأعمال سواء المراجعين أو شركات العملاء طالبي خدمة المراجعة بما يحقق الشرط الثالث وهو أن يكون كل طرف يقظاً إلى تعظيم دالة منفعة فيسلك سلوكاً إقتصادياً رشيداً, وذلك بخلاف من يشتغلون ببعض المهن الأخرى (غير مجال المال والأعمال) مثل المهن الزراعية والطب أو مجالات حرفية - بما يجعل هؤلاء المراجعين وعملائهم الأكثر إحتماً لأن يسلكوا السلوك الإقتصادى الرشيد كما هو فى الشرط الثالث, أما الشرط الرابع بعدم توافر المعرفة التامة بأحوال السوق فهى عملية نسبية تتوقف على حجم المعلومات وتوقيت الحصول عليها, هذا بالإضافة إلى أن تنوع شركات العملاء لدى المراجع الواحد فى مجالات مختلفة (من منشآت تجارية إلى مقاولات إلى قطاع السياحة..... الخ) يجعل من إختلاف طبيعة نشاط كل عميل بمنأى عن الأخر بما يعنى عدم وجود ضرورة للتواصل بينهم خاصة مع إختلاف طبيعة أعمال المراجعة لدى كل منهم.

وبناءً على الاستنتاجات المنطقية السابقة فإن الباحث يرجح أن يكون سوق المراجعة فى مصر هو سوق منافسة إحتكارية على الأرجح. (أبو الخير, 2000, ص. 16)

ثانياً : أثر المنافسة فى سوق المراجعة على جودة المراجعة:

من وجهة النظر الإقتصادية وللوهلة الأولى عندما نرى لفظ المنافسة ولفظ الجودة فمن المتوقع أن يكون هناك علاقة موجبة ما بين المنافسة فى سوق المراجعة وجودة المراجعة أى أن المنتجين (أى المراجعين) عندما يتنافسون فإن كلاً منهم سيسعى إلى تحسين جودة الخدمة التى يقدمها رغبة فى جذب المزيد من العملاء فى السوق, إلا أن الواقع أحياناً ما يثبت غير ذلك, إذ ورد فى بعض الدراسات السابقة أن زيادة المنافسة تؤدي إلى تراجع فى مستوى جودة المراجعة ,

والبعض الآخر توصل الى وجود علاقة طردية موجبة كما هو المنطق فى الفكر الإقتصادى.

(Newton et al., 2013, p.36)

ومن المتوقع أن يؤدي إرتفاع مستوى التركيز (أى إنخفاض مستوى المنافسة) فى سوق خدمات المراجعة إلى رضا المراجع عن نفسه وذلك نتيجة إنخفاض الخيارات المتاحة أمام عملائه لاستبداله بمراجع آخر, الأمر الذى يجعل المراجع يتبع أثناء أداء عمله نهجاً أقل تشككاً وأكثر تساهلاً حيث يتراخى المراجع فى أداء عملية المراجعة ومن ثم يخفض من إختبارات المراجعة التقليدية, مما يزيد من إحتتمالات قيام الإدارة بالتلاعب بالأرباح (Eshleman, 2013, p. 1) كما أن شعور المراجع بالرضا عن النفس إلى جانب الأمان الوظيفى يؤدي شعور المراجع بالإكتفاء الذاتى حيث ينعدم الوعي عند المراجع بالعيوب أو الأخطاء التى من المحتمل أن يقع فيها أثناء أداء عملية المراجعة, ذلك بالإضافة إلى إتباع إجراءات أقل صرامة كإنعكاس لثقتته بالعمل (Boon et al., 2012, p. 1174). كما أنه من ناحية أخرى فإن زيادة سيطرة عدد محدود من شركات المراجعة (إنخفاض مستوى المنافسة) على السوق يؤدي إلى إنخفاض الدافع لدى شركات المراجعة للقيام بتطوير أدائها ومعرفتها وتحسين جودة خدمة المراجعة التى تقدمها (Francis et al., 2013, p. 327).

كذلك قد يساعد مستوى المنافسة المنخفض على حدوث تواطؤ ضمنى بين شركات المراجعة الرائدة التى تسيطر على السوق وليس من الضرورى أن يكون التنسيق أو التواطؤ بينهم فى شكل علنى ظاهر بل يمكن أن يتمثل فى توازى وتشابه السلوكيات بعلم كل منهم, ومن ثم فربما يؤدي ذلك إلى تخفيضات فى إختبارات المراجعة التقليدية المتعارف عليها كوسيلة للتعامل مع الضغوط التكاليفية التى يواجهونها بهدف المحافظة على أو زيادة هوامش الربح, فى مواجهة معارضة العملاء زيادة أتعاب المراجعة, دون الحاجة إلى رفع هذه الأتعاب.

(Boone et al., 2012, pp. 1174-1175)

وعلى صعيد آخر, تقضى وجهة النظر المضادة لهذا الإتجاه بأن تركز سوق المراجعة يمكن أن يؤدي إلى زيادة جودة المراجعة بدلاً من إنخفاضها, ذلك بأنه فى ظل زيادة تركز السوق تنخفض تلك الخيارات المتاحة أمام العملاء طالبي الخدمة, ومن ثم قد يؤدي ذلك إلى خفض حاجة المراجع إلى إرضاء العميل أو الرضوخ لشروطه, وزيادة إلتزام المراجع بمبادئ الحيطة والنزاهة والسلوكيات والقيم المهنية للمراجعة بإعتبارها وظيفة رقابية مستقلة, كما أن خفض الخيارات المتاحة أمام العملاء تخفض من تكلفة تقرير المراجع عن رأيه بمصداقية وشفافية وذلك نظراً

لإنخفاض احتمال قيام العميل باستبدال مراجع آخر أكثر تساهلاً منه (وهو ما يسمى بظاهرة تسوق الرأي), إن ذلك الوضع يزيد من قوة وحيدة المراجع أمام العميل ويعزز من استقلاله وحياده ولا يشجع عقلية المراجع على التفاوض, وبالتالي فمن المتوقع ألا يرضخ المراجع وينحاز إلى حاجة العميل لإدارة الأرباح (Boone et al., 2012, p. 1175).

وفي نفس السياق, قد يؤدي إنخفاض المنافسة وزيادة التركيز في سوق خدمات المراجعة إلى زيادة جودة عملية المراجعة, بناءً على وجهة النظر التي تقضى بأن مستوى التركيز قد يكون نافعا للعملاء من خلال الاستفادة من المزايا التي توفرها إقتصاديات الحجم والمجال ذلك بأنه إذا انتقلت مزايا إقتصاديات الحجم والمجال ووفورات التكاليف من مقدمى الخدمة إلى طالبيها فقد تتحسن جودة المراجعة في ظل المستوى المرتفع من تركيز السوق.

وجهة نظر الباحث :

بُنيت نظريات علم الإقتصاد في العرض والطلب ومنحنيات تحديد السعر على أساس علاقة ثنائية مابين البائع والمشتري أو ما بين المنتج والمستهلك. أما في الوضع الحالى في دراسة العلاقة مابين المنافسة في سوق المراجعة وجودة المراجعة فالعلاقة تدخل فيها طرف ثالث وهو الإدارة, حيث هناك طرف منتج للخدمة وهو مكاتب المراجعة وطرف ثانى مستهلك للخدمة وهو الأطراف الخارجية والتي هي في حاجة إلى توفير المصادقية والثقة في القوائم المالية التي أعدها وإعتمدها إدارة المنشأة محل المراجعة, والطرف الثالث هو إدارة المنشأة والتي تقوم بدفع الأجر لمراجع الحسابات (وليس هذا فحسب وإنما أيضاً تقوم باختيار مراجع الحسابات والتعاقد معه على أداء الخدمة) مما يكون سبباً (أو على الأقل من المتوقع أن يكون سبباً) في إحداث خللاً في هذه العلاقة الإقتصادية ما بين المنتج والمستهلك لخدمة المراجعة, ويتوقع الباحث أن هذه العلاقة الثلاثية هي السبب المجهول وراء تضارب نتائج الدراسات السابقة في هذا الشأن.

القسم الرابع: الدراسات الإختبارية

قام الباحث بإختيار عينة عشوائية من 100 شركة مساهمة من الشركات المقيدة بالبورصة المصرية, وبفحص هذه الشركات لتحديد مدى ملاءمتها لإجراء الدراسة, حيث ثبت أن بعضاً منها غير صالح وعددها 57 شركة والبعض الآخر يصلح لإجراء الدراسة وعددها 43 شركة بيانهم جميعاً كالتالى :

عدد الشركات	البيان
43 شركة	بياناتها متاحة وصالحة للاستخدام لإجراء الدراسة.
12 شركة	ذات بيانات غير متاحة لبعض سنوات الدراسة.
18 شركة	ذات قوائم مالية إتضح بها مراجعة مشتركة لأكثر من مراجع حسابات, للعام الواحد مما يصعب معه إدخال البيانات على البرنامج الإحصائى spss مرتين لنفس السنة.
16 شركة	ذات قوائم مالية منشورة مجمعة وليست مستقلة.
2 شركة	يراجع حساباتها الجهاز المركزى للمحاسبات, وهو ما لا يصلح لحساب المنافسة, حيث لا يعد الجهاز فى وضع تنافس مع مكاتب المراجعة.
9 شركة	نشاطها فى مجال البنوك والخدمات المالية, حيث يصعب معها تطبيق نموذج جونز المعدل.

100 شركة مساهمة إجمالى عدد الشركات بالعينة.
وبدراسة أعداد وأسماء المراجعين وجد أن عددهم 35 مراجع يقومون بمراجعة 43 شركة بعينة الدراسة فى خلال 4 سنوات موضع الدراسة, بإجمالى عدد سنوات 172 سنة
4سنوات × 43 شركة = 172 سنة, موزعين على عدد 8 قطاعات بالعينة وهم :
قطاع العقارات 9 شركات, و قطاع خدمات ومنتجات صناعية وسيارات 7 شركات, و قطاع أغذية ومشروبات 6 شركات, و قطاع موارد أساسية 2 شركة, و قطاع رعاية صحية وأدوية 4 شركات, و قطاع التشييد والبناء 7 شركات, و قطاع السياحة والترفيه 4 شركات و قطاع الكيماويات 4 شركات, بإجمالى عدد الشركات بكل القطاعات 43 شركة.
تم إدخال البيانات على البرنامج الإحصائى spss (بمعرفة المتخصصين فى الإحصاء بمعهد البحوث الإحصائية بجامعة القاهرة), وخلص الباحث إلى النتائج التالية:

أولاً : تحديد طبيعة سوق خدمات المراجعة فى البيئة المصرية

تم ترتيب أعلى حصص سوقية لعدد 4 مكاتب مراجعة من المكاتب العاملة بالسوق المصرية والواردة فى عينة الدراسة, حيث تم ترتيبهم تنازلياً لكل سنة من سنوات الدراسة على حده, كما تم تطبيق مقياس (Herfindahl index) لتحديد مستوى المنافسة أو الإحتكار للتوصل إلى طبيعة السوق فى البيئة المصرية, بحساب مربع نسبة الحصص السوقية لأكبر أربعة مكاتب مراجعة فى السوق, حيث يعتمد هذا المقياس على حساب نسب الحصص السوقية لمكاتب المراجعة الداخلة فى العينة المختارة (n) حيث يحسب للمكاتب الأكبر حجماً على النحو التالى :

$$H = (s1)^2 + (s2)^2 + (s3)^2 + \dots + (sn)^2 \quad (\text{أبو الخير, 2000, ص. 18})$$

نتيجة القياس بمؤشر الإحتكار للأربعة مكاتب الكبار فى السوق المحلى المصرى

م	اسم المراجع	الارقام حسب السنوات بالدراسة			
		2017	2016	2015	2014
1	المتضامنون للمحاسبة والمراجعة	0.1032	0.0941	0.1116	0.1094
2	نصر أبو العباس وشركاه	0.0203	0.0257	0.0149	0.0182
3	مجدى حشيش وشركاه	0.0131	0.0161	0.0128	0.0151
4	هشام أحمد حسبو	0.0103	0.0068	0.0109	0.0072
	جملة مربع الحصص السوقية لكل سنة	0.1469	0.1427	0.1502	0.1499

(تم تقريب الأرقام لاربعة أرقام عشرية للتبسيط)

وتم حساب نسب الحصص السوقية معبراً عنها بحجم أصول شركات العملاء التى يراجعها كل مكتب مراجعة كبديل معبر عن حجم أرباح أو إيرادات هذا المكتب وترتيبهم تنازلياً حسب الحجم ويتم إنتقاء عدد من المكاتب الأكبر حجماً عادة ما يكونون 4 مكاتب وفقاً لما إعتاد عليه الإقتصاديون المستخدمون لهذا المقياس وبذلك يعبر الرمز S عن نسبة الحصص السوقية لمكتب المراجعة منسوبة إلى إجمالى الأصول لكل المكاتب ثم تم الحصول على مربع هذه النسبة لكل مكتب على حده من المكاتب الأربعة المختارة من العينة وبجمع هذه النسب كما فى المعادلة السابقة حيث يعبر الرمز H عن مجموع هذه النسب.

وبالتبع لن تصل النسبة H إلى الواحد الصحيح إلا إذا كان هناك مكتب واحد يسيطر على السوق ككل وبذلك فإن زيادة النسبة الناتجة H تعنى زيادة الإحتكار وزيادة سيطرة شركات العينة

المختارة على سوق المراجعة وبالتالي انخفاض مستوى المنافسة وبالعكس فإن انخفاض قيمة النسبة الناتجة H تعنى أن هذه الشركات المأخوذة فى هذه العينة (رغم أنها منتقاة من كبار المراجعين فى السوق) إلا أن سيطرتها على السوق محدودة وتعنى انخفاض مستوى الإحتكار وارتفاع مستوى المنافسة. (Newton et al., 2013, p.38)

وكما يتضح من الأرقام أعلاه نتائج حساب مؤشر الإحتكار, فنجد أنه لم يقترب من الواحد الصحيح لأى سنة من سنوات الدراسة, بما يعد مؤشراً على أن سوق المراجعة فى مصر لا يعتبر سوق إحتكار.

كما أن خدمة المراجعة خدمة غير متجانسة تختلف جودتها من المكاتب الكبيرة عنها فى المكاتب الصغيرة وكذلك باختلاف التخصص ما بين القطاعات المختلفة, فهى بذلك لا تعد من قبيل سوق المنافسة الكاملة لإنشاء وجود الشرط الأساسى للمنافسة الكاملة وهو تجانس الخدمة المقدمة ولذلك يعتبر سوق المراجعة فى البيئة المصرية هو أقرب ما يكون لسوق المنافسة الإحتكارية. وفيما يتعلق بهذه الجزئية طبيعة السوق فى مصر فإن نتائج الدراسة الحالية تأتية متسقة مع دراسة (أبو الخير, 2000) كما أنها تأتى متسقة أيضاً مع نتائج دراسة (GAO, 2008) بالولايات المتحدة الأمريكية.

والجدير بالذكر هنا أن مكاتب المراجعة الأربعة الكبار فى عينة هذه الدراسة فى السوق المحلى تختلف عن المكاتب الأربعة الكبار فى السوق الدولى, وهو ما يتماشى مع دراسة

(Marsha et al., 2016, Non big 4 local market leadership and its effect on competition)

والتي بينت أنه لا يشترط أن يكون المكاتب الأربعة الكبار فى سوق المراجعة العالمى هى نفسها ذات المكاتب الكبار فى السوق المحلى, فأحياناً ما نجد فى بعض الدول مكاتب مراجعة فى السوق المحلى (من غير الأربعة الكبار) ذات حصة سوقية كبيرة تنافس المكاتب الأربعة الكبار فى السوق العالمى.

ثانياً : إختبارات فروض الدراسة

أ - نتائج الإحصاءات الوصفية لمتغيرات الدراسة :

قام الباحث بإيجاد أهم الإحصاءات الوصفية لمتغيرات الدراسة الكمية, والتي تشمل المنافسة فى سوق المراجعة وحجم الشركة وجودة المراجعة (مقاسةً بمقياس جونز المعدل) وذلك لاستكشاف طبيعة عينة الدراسة وإتجاهات المتغيرات المستخدمة فى إختبار الفروض,

وأضح أن جودة المراجعة المقاسة بمقياس جونز المعدل بلغ متوسط العينة (0.22) بإشارة موجبة وبقيمة تزيد عن الوسيط البالغ (0.067) وبتباين معياري عن المتوسط مقداره: (0.66)، وهو ما يشير إلى أن جودة المراجعة تعتبر منخفضة نسبياً في معظم الشركات الممثلة لعينة الدراسة.

ب - التحليل الإحصائي لفرضية الدراسة :

وتنص فرضية الدراسة على أنه " لا توجد علاقة ذات دلالة إحصائية بين المنافسة في سوق المراجعة المصري وجودة المراجعة "

ويتفرع من هذا الفرض أربعة فروض فرعية تختلف باختلاف المقياس المستخدم لقياس جودة المراجعة سواء القياس بمقياس جونز المعدل، أو القياس بالإنتماء للأربعة مكاتب مراجعة الكبار، وتم عمل اختبار اعتدالية البيانات لمتغير جودة المراجعة طبقاً لنموذج جونز المعدل باستخدام اختبار كولوموجروف سمرنوف اتضح للباحث أن البيانات غير طبيعية حيث قيمة الدلالة تساوي الصفر وهي أصغر من 5% و لذلك تم أخذ اللوغاريتم الطبيعي لتحويل البيانات إلى طبيعية، وبعمل جودة توفيق البيانات لإختبار الإعتدالية للبيانات المحولة اتضح أن البيانات طبيعية لأن الدلالة أكبر من 5%، وبدراسة الارتباط بين المنافسة في سوق المراجعة وجودة المراجعة طبقاً لقياس الجودة بمقياس جونز المعدل اتضح للباحث وجود ارتباط ذات دلالة إحصائية حيث أن قيمة المعنوية 0.028 وهي أقل من 5% مما يعني وجود ارتباط بين المنافسة في سوق المراجعة واللوغاريتم الطبيعي لجودة المراجعة، ومما سبق يمكننا رفض فرض العدم والقائل بعدم وجود علاقة ارتباط بين المتغير المستقل (المنافسة) والمتغير التابع لوغاريتم جودة المراجعة، وقبول الفرض البديل القائل بوجود علاقة ارتباط بينهما.

ويتفرع من فرضية الدراسة 4 فرضيات فرعية يتم اختبارها كما يلي :

الفرض الفرعي الأول:

"لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمنافسة في سوق المراجعة على جودة المراجعة عند قياس جودة المراجعة بالإنتماء للأربعة مكاتب مراجعة الكبار"

حيث قام الباحث باستخدام تحليل الإنحدار اللوجستي، وتم الحصول على النتائج التالية من

برنامج SPSS وبرنامج EVEIWS:

بعمل اختبار كفاية النموذج بالكامل وجودته (Goodness of fit) من خلال اختبار كا2

اتضح أن قيمة كا2 تساوي 71.034 وهي معنوية عند مستوى دلالة 0.01 كما اتضح أن قيمة

الدلالة Sig=0.00 وهي تعادل قيمة F Test في تحليل الإنحدار الخطي , أي أن النموذج كفاء وذات جودة عالية ومقبول إحصائياً.

- X هي المتغير المستقل (المنافسة في سوق المراجعة)

- P هي احتمال أن تكون المراجعة جيدة أي تأخذ القيمة واحد

- معدل المنافسة في سوق المراجعة بلغ 56.045 , أي عند زيادة المنافسة في سوق المراجعة بوحدة واحدة يزيد احتمال جودة المراجعة مقارنة بعدم جودة المراجعة 56.045 ضعف.
- إشارة المعامل موجبة وتشير إلى وجود علاقة موجبة طردية بين المنافسة في سوق المراجعة و جودة المراجعة.
- معادلة النموذج المقدر:

$$\text{Log}[P/(1-P)] = -2.501 + 56.045 * X$$

مما سبق نستطيع رفض الفرض العدمي وقبول الفرض البديل القائل أن المنافسة في سوق المراجعة تؤثر بشكل كبير على جودة المراجعة عند القياس بحجم مكتب المراجعة.
الفرض الفرعي الثاني:

"لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمنافسة في سوق المراجعة على جودة المراجعة عند قياسها بنموذج جونز المعدل"

تم استخدام نموذج الإنحدار المصمم لتحليل بيانات البائل Generalized Linear model مع دالة الربط اللوغاريتمية (LOG (mean) وتم الحصول على النتائج التالية من برنامج SPSS:
تقدير النموذج حيث قيمة الإحصاءة Wald تساوي 13.28 وهي دالة إحصائياً حيث بلغت قيمة الدلالة 0.00 أي أقل من 0.01 مما يعني معنوية معامل المتغير المستقل (المنافسة في سوق المراجعة) مما يشير إلى معنوية النموذج.

- X هي المتغير المستقل (المنافسة في سوق المراجعة)

- معدل المنافسة في سوق المراجعة بلغ 11.911 , أي عند زيادة المنافسة في سوق المراجعة بوحدة واحدة يزيد احتمال جودة المراجعة 11.911 وحدة.
- إشارة المعامل موجبة وتشير إلى وجود علاقة موجبة طردية بين المنافسة في سوق المراجعة و جودة المراجعة.
- معادلة النموذج المقدر:

$$\text{Logarithm}(\text{متوسط جودة المراجعة}) = - 2.21 + 11.91 * \text{سوق المنافسة}$$

$$\text{Log (Mean } y) = -2.2+11.91 *X$$

حيث :

X المنافسة في سوق المراجعة , y جودة المراجعة طبعا لجونز المعدل
مما سبق نستطيع رفض الفرض العدمي وقبول الفرض البديل القائل أن المنافسة في سوق
المراجعة تؤثر بشكل كبير على جودة المراجعة طبقا للقياس بنموذج جونز المعدل.
الفرض الفرعي الثالث:

"لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمنافسة في سوق المراجعة وحجم الشركة والتخصص القطاعي
على جودة المراجعة طبقاً لمكاتب المراجعة"
واتضح للباحث أن جميع المتغيرات المستقلة دالة إحصائياً عند مستوى معنويه 1% ما عدا الثابت
وهو غير معنوي
- معادلة النموذج المقدر:

$$\text{Log [P/(1-P)]} = 541.378+76.407*X1 + 0.936*X2 + 3.742 * X3$$

حيث

X1: المنافسة في سوق المراجعة , X2: حجم الشركة , X3: التخصص القطاعي
تم عمل إختبار كفاية النموذج بالكامل وجودته (Goodness of fit) من خلال إختبار كا2 وإختبار
omnibus لكفاءة النموذج واتضح ان قيمة كا2 تساوي 90.797 وهي معنوية عند مستوى
دلالة 0.01 كما اتضح أن قيمة الدلالة Sig=0.00 وهي تعادل قيمة F Test في تحليل الانحدار
الخطي , أي أن النموذج كفاء وذات جودة عالية ومقبول إحصائياً, كما تم الحصول على نسبة
التباين المفسر في نموذج الانحدار اللوجستي وقد بلغت قيمة معامل التحديد (Nagelkerke R
(Square) 65.1% وهي توضح أن 65.1% من التغيرات في جودة المراجعة ترجع إلى المنافسة
في سوق المراجعة , وهي تعادل قيمة معامل التحديد في الإندار الخطي.
الفرض الفرعي الرابع:

"لا يوجد أثر ذو دلالة إحصائية للمنافسة في سوق المراجعة وحجم الشركة والتخصص القطاعي
على جودة المراجعة طبقاً لنموذج جونز المعدل"
تم عمل إختبار كفاية النموذج بالكامل وجودته (Goodness of fit) من خلال إختبار
Omnibus Test واتضح للباحث أن قيمة كا2 تساوي 25.33 وهي معنوية عند مستوى دلالة

0.01 كما اتضح أن قيمة الدلالة Sig=0.00 وهي تعادل قيمة F Test في تحليل الانحدار الخطي , أي أن النموذج كفاء وذات جودة عالية ومقبول إحصائياً.
نتائج تحليل الانحدار:

اتضح من نتائج تحليل الانحدار أن جميع المتغيرات المستقلة غير دالة إحصائياً عند مستوي معنويه 1% من خلال الانحدار المتعدد الذي يأخذ تأثير حجم الشركة والتخصص القطاعي, رغم أن المنافسة في سوق المراجعة لها تأثير في حالة إهمال تأثير المتغيرات الرقابية (حجم الشركة والتخصص القطاعي).

وبذلك نخلص من هذه الدراسة الاختبارية أن هناك علاقة موجبة بين المنافسة في سوق المراجعة المصري وجودة المراجعة سواء تم القياس بحجم مكتب المراجعة أو تم القياس بمقياس جونز المعدل, بأخذ لوغار يتم القيمة المستخرجة من مقياس جونز المعدل.
الخاتمة والخلاصة

تأتى نتيجة هذه الدراسة متسقة مع دراسة (Boone et al., 2012) والتي خلصت أيضاً إلى نفس نتائج الدراسة الحالية من أن هناك علاقة موجبة بين المنافسة في سوق المراجعة وجودة المراجعة (ويظهر ذلك بوضوح عند اعطاء قيم متزايدة للمتغير المتصل المستقل المنافسة, فنجد قيمة لوغار يتم جودة المراجعة في المعادلة يقترب من الصفر, بما يعنى تزايد في جودة المراجعة) رغم إختلاف بيئة التطبيق من أنها كانت فى منطقة (M.S.A) عواصم ومدن الدول الأوروبية ذات البيانات الإحصائية المتوفرة, أما الدراسة الحالية فهي مطبقة فى البيئة المصرية, وهذه النتيجة تؤيد وجهة النظر التى تقول بأن تركيز سوق المراجعة وخفض الخيارات المتاحة أمام العملاء للإختيار ما بين المراجعين, يؤدي إلى تهاون المراجعين فى أداء عمل المراجعة نتيجة للإحساس بالأمان الوظيفي, وإنخفاض الشك المهني, كما يؤدي بالمراجعين إلى تخفيض نطاق إختبارات المراجعة, بما يعنى أن زيادة المنافسة وإنخفاض مستوى التركيز يؤدي إلى زيادة جودة المراجعة, وكذلك تأتى نتيجة هذه الدراسة متمشية مع المنطق والفكر الإقتصادي, حيث زيادة المنافسة بين منتجي الخدمة تدفعهم إلى زيادة جودة هذه الخدمة المقدمة.

توصيات الباحث

1 - لابد من وضع آليات معينة لجعل العلاقة فى مجال المنافسة فى سوق المراجعة وجودة المراجعة علاقة ثنائية الأطراف وليست علاقة ثلاثية الأطراف, بمعنى أن تدخل الإدارة فى تحديد أتعاب المراجع وأيضاً فى قرار إختيار المراجع يجعل من الإدارة طرفاً ثالثاً فى هذه العلاقة

- الإقتصادية ما بين المراجع منتج الخدمة وبين الأطراف الخارجية المستفيدين من تقرير المراجع (مستهلكي الخدمة) إذلابد من أن تشارك الأطراف الخارجية بالرأى فى إختيار المراجع.
- 2 - لابد من وضع قواعد من قبل المؤسسات المهنية والتنظيمية, لتحديد أتعاب مراجع الحسابات, بحيث تكون مبنية على أسس ومعايير معينة لضمان جعل موضوع الأتعاب بمنأى عن تحكيمات إدارة منشأة العميل, وتفادى ضغوط الإدارة أو تواطؤ المراجع مع العميل, وبذلك نقلل المساحة التفاوضية ما بين المراجع والعميل, وبذلك تقتصر المنافسة على الجودة فقط.
- 3 - قيام الجهات التنظيمية بعقد مؤتمرات ولقاءات دورية مع المراجعين لمناقشة مشكلات العمل والحفاظ على التواصل مع المراجعين.
- 4 - عقد دورات تدريبية بشكل دائم للناشئين من المراجعين مع إحياء مبادئ الحيطة والنزاهة.

المراجع

- أبو الخير, مدثر طه (2000), درجة التركيز فى سوق خدمات المراجعة, مجلة التجارة والتمويل كلية التجارة, جامعة طنطا, (1):1-35.
- أبو العز, محمد سعيد (2014), مناهج وطرق البحث الإمبريقي فى المحاسبة والأعمال, كلية التجارة جامعة الزقازيق.
- الخربوطلى, ماجد (2018), مبادئ الاقتصاد, معهد مصر العالى للتجارة والحاسبات, المنصورة.
- الشافعى, جلال (2015), دراسات متقدمة فى المراجعة الحديثة, كلية التجارة, جامعة الزقازيق مهيب للطباعة.
- الطار, حسن عبد الحميد (2014), دراسات متقدمة فى المراجعة, الجزء الأول, كلية التجارة, جامعة الزقازيق.
- الطار, حسن عبد الحميد (2015), دراسات متقدمة فى المراجعة, الجزء الثانى, كلية التجارة, جامعة الزقازيق.
- حماد, أحمد هانى بحيرى (2013) نظرية المحاسبة, كلية التجارة, جامعة الزقازيق, الطبعة الثانية, :16-17.
- عنانى, محمد عبد السميع (2012), موضوعات مختارة فى التحليل الاحصائى للبيانات, كلية التجارة جامعة الزقازيق.

يوسف, ناجى نجيب (2014), الإطار الفلسفى للمراجعة ونظرية التأكد, كلية التجارة جامعة الزقازيق.

الإبيارى, هشام فاروق (2008), التخصص القطاعى لمراقبى الحسابات والطبيعة الاقتصادية لسوق خدمة المراجعة فى مصر دراسة ميدانية, مجلة التجارة والتمويل, كلية التجارة, جامعة طنطا, (2):1-62.

التويجرى, عبد الرحمن على (2008), جودة خدمة المراجعة: دراسة ميدانية تحليلية للعوامل المؤثرة فيها من وجهة نظر المراجعين, مجلة جامعة الملك عبد العزيز, الاقتصاد والادارة, السعودية, (1):219-254.

العتانى, هبه عبد القادر (2012), تركيز السوق وأثاره على تنظيم مهنة المراجعة, مجلة جامعة الملك عبد العزيز, الاقتصاد والإدارة, السعودية, (1):3-46.

بركات, خالد سعيد (2007), حجم مكتب المراجعة والعلاقة المدركة بين خصائص المراجع الخارجى وجودة المراجعة فى السوق المصرى, مجلة البحوث التجارية, كلية التجارة, جامعة الزقازيق, (2,1) 29:189-229.

حسنين طارق محمد, وأحمد السباعى قطب (2003), دراسة تحليلية لعوامل ونماذج قياس جودة الرقابة الخارجية على الحسابات, مجلة المحاسبة والادارة والتأمين, كلية التجارة, جامعة القاهرة, (60).

رضوان, عباس أحمد (2017), تركيز سوق المراجعة وأثره على جودة الارباح المحاسبية, المجله المصرية للدراسات التجارية, (41):259-294.

سامى, مجدى محمد (2011), أثر استراتيجية المراجعة على جودة عملية المراجعة, مجلة التجارة والتمويل, كلية التجارة جامعة طنطا, (2):1-23.

عامر, شكرى أحمد (2016), ترشيد الحكم الشخصى فى المراجعة وأثره على جودة عملية المراجعة, مجلة الإقتصاد والتجارة, كلية الإقتصاد والعلوم السياسية, جامعة الزيتونة, ليبيا (8): 167-147.

عباس, شرين عبد الله (2009), دراسة تحليلية لطبيعة المنافسة فى سوق خدمات المراجعة وأثرها على التوجه التسويقى لمهنة المراجعة فى مصر, مجلة المال والتجارة, مصر, (483):36-28.

عبد الرحمن, محمد كمال الدين محمد (2012), قياس علاقة التوافق بين شركات المراجعة المتخصصة والمنافسة المكانية على التسعير فى أسواق المراجعة الخارجية, *المجلة العلمية للبحوث والدراسات التجارية*, مصر, (2): 49-103.

عفيفى, هلال عبد الفتاح (2014), العلاقة بين ادارة الارباح وعدم تماثل المعلومات: هل هناك تأثير للافصاح الاختيارى, دراسة تحليلية اختبارية على الشركات المساهمة المصرية,

مجلة البحوث التجارية, كلية التجارة, جامعة الزقازيق, (36): 265-344

عابى خليفة, ويعقوبى محمود (2017), دراسة للعوامل المؤثرة على جودة المراجعة الخارجية للحسابات, *مجلة الدراسات الاقتصادية والمالية*, جامعة الوادى (7): 202-2013

أبو سالم, سيد سالم محمد (2012), العلاقة بين مستوى تطبيق آليات حوكمة الشركات وادارة الدخل (دراسة اختبارية), رسالة ماجستير كلية التجارة جامعة الزقازيق.

الأهدل, عبد السلام سليمان قاسم (2008), العوامل المؤثرة على جودة المراجعة الخارجيه فى الجمهورية اليمنية: دراسه نظريه - ميدانيه, رسالة ماجستير, متاح على

http://www.4shared.com/get/Kz5_B761-html

بيانونى, احمد عز الدين عماد الدين (2015), العوامل المؤثرة على جودة المراجعة ومراجعة الجودة فى منظمات الأعمال, رسالة دكتوراة, كلية الدراسات العليا, جامعة أم درمان الاسلامية, 1- 378.

نشوان, اسكندر محمود حسين (2010), جودة خدمة المراجعة والعوامل المؤثرة فيها من وجهة نظر مراجعي الحسابات الفلسطينيين, كلية التجارة جامعة عين شمس (14): 169-

224

Almeida, B. M., and A. M. Silva, 2015, Competition in the Portuguese legal audit market: An empirical analysis from 2010.to 2014, *Review of Applied Management Studies*, 13: 110-121.

Benston, G. 1979, The market of Public accounting serinces: Demand supply and regulation, *The accounting Journal*: 2-44.

Bigus, J., and R. C. Zimmermann, 2008, Non- audit fees market leaders and concentration in the german audit market: A descriptive

- analysis, *International Journal of Auditing*, 12: 159-179
- Boone, J. P. et al. 2012, Audit market concentration and auditor tolerance for Earnings Management, *Contemporary Accounting Research*, 29(4): 1171-1203.
- Cullinan, C., and X. Zheng, 2012, Barriers to entry to the big firm audit market: evidence from market reaction to switches to second tier audit firms, *research in accounting regulation* 24 (1): 6-14
- Deangelo, L. E. 1981. Auditor size and Audit Quality. *Journal of Accounting and Economics*. (3):pp. 183-199.
- Marsha, B. k., B. W Mayhew, and , J. J. Schmidt, 2016, Non big 4 local market leadership and its effect on competition, *The Accounting Review* 91(3): 907-931.
- Newton, N. J. et al. 2013, Does a Lack of choice lead to lower quality? Evidence from Auditor Competition and Client Restatements, *Auditing: A Journal of practice & theory*, 32: 31-67.
- Niskanen, Mervi, Karjalainen, Jukka Tapani and Niskanen, Jyrki, 2009, Demand for Audit Quality in Small Private Firms: Evidence on Ownership Effects:, *International Journal of Auditing* Volum15, issue, 1, pp 43-65.
- Numan, W., and M. Wlekens, 2012, An empirical test of spatial competition in the audit market, *Journal of accounting and economics* 53 : 450-465
- Yan, H., and S. Xie, 2016, How does auditors, Work stress affect audit quality?, *China Journal of Accounting Research*: 305 – 319.
- Dang, Li., 2004, Assessing Audit Quality .p.h.d Drixel University,

- Available at Idea. Library. Drexel.
Edu/Bitstreanal1860/296/8/Li_Dang_Thesis.Pdf.
- Eshleman, J. 2013. The effect of audit market concentration on audit pricing and audit quality: The role of the size of the audit market. PhD Thesis. Faculty of the Louisiana state University and Agricultural Mechanical College. North Carolina State University
- Francis, J., Michas, P. and Seavey, S. 2013. Does audit market concentration harm the quality of audit earnings? Evidence from audit markets in 42 countries. *Contemporary Accounting Research*. 30(1). pp. 325–355.
- Government Accountability Office (GAO). 2008, Audits of Public Companies: Continued Concentration in Audit Market for Large Public Companies Does Not Call For Immediate Action, GAO: 8-163
- Kallapur, S. et al. 2010, Audit market concentration and audit quality, Working paper, Indian school of business, National University of Singapore, Singapore Management University.
- Lai, Yang, Stokes, Donald J., Taylor, Stephen L., and Wong. Leon, 2009, "Audit Quality, Accounting Attributes and The Cost of Equity Capital", Available At SSRN : <http://Ssr.com/Abstract=1481823>.
- Qiang, W. 2010, Audit market competition audit pricing and audit quality, Xiamen University, People's Republic of China.
- Watts, R., and J. Zimmermann, 1986, *Positive Accounting Theory*, prentice hall Englewood cliffs.