



ارزیابی توانایی و تبیین مدل‌های اقلام‌تعهدی اختیاری و مدل درآمد اختیاری برای کشف مدیریت سود

فریدون رهنمای رودپشتی^۱

صادق رضایی^۲

اله کرم صالحی^۳

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۳/۰۶/۰۵

تاریخ دریافت: ۱۳۹۳/۰۴/۰۳

چکیده

بر اساس تحقیقات قبلی مدیران ممکن است برای تأثیرگذاری روی ارزش بازار سهام و یا اهداف فرصت‌طلبانه، سود شرکت را از طریق مدل‌های اقلام‌تعهدی اختیاری یا درآمد اختیاری مدیریت کنند. هدف این تحقیق بررسی توانایی مدل‌های اقلام‌تعهدی اختیاری و درآمد اختیاری برای پیش‌بینی مدیریت سود در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران می‌باشد. همچنین تأثیرگذاری هر یک از این مدل‌ها بر ارزش بازار سهام و رابطه آن‌ها با شاخص عدم تقارن اطلاعاتی و شاخص Q توبین در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس بررسی شده است. روش تحقیق کتابخانه‌ای و همبستگی با استفاده از رگرسیون چندمتغیره می‌باشد. نمونه تحقیق شامل ۱۰۰۰ مشاهده در دوره زمانی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۹ است.

نتایج نشان می‌دهد که مدل‌های مدیریت سود مبتنی بر اقلام‌تعهدی اختیاری در مقایسه با مدل درآمد اختیاری توان بیشتری در پیش‌بینی مدیریت سود دارند و علاوه بر آن شاخص مدیریت سود حاصل از مدل‌های مبتنی بر اقلام‌تعهدی در مقایسه با مدل درآمدی، یک متغیر مربوط و تأثیرگذار بر ارزش بازار سهام شرکت می‌باشد. هیچ‌کدام از مدل‌های محاسبه مدیریت سود، همبستگی میان شاخص مدیریت سود با شاخص عدم تقارن اطلاعاتی را تأیید نمی‌کنند و تنها مدیریت سود محاسبه‌شده بر اساس مدل کازنیک با شاخص Q توبین رابطه معنادار دارد.

واژه‌های کلیدی: مدیریت سود، اقلام‌تعهدی اختیاری، اقلام درآمد اختیاری، شاخص مربوط بودن ارزش، شاخص عدم تقارن اطلاعاتی و شاخص Q توبین.

۱- استاد، گروه آموزشی حسابداری، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

۲- دانشیار گروه آمار دانشگاه صنعتی امیرکبیر

۳- دانشجوی دکتری، گروه آموزشی حسابداری، واحد علوم و تحقیقات، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران، نویسنده اصلی و مسئول مکاتبات.
a_k_Salehi@yahoo.com

۱- مقدمه

مدیریت سود یکی از مقوله‌های حسابداری است که بیش از ۵۰ سال در کانون توجه مطالعات محققین مالی قرار گرفته است (اتیک^۱، ۲۰۰۹: ۲-۵۹۱). به باور لو^۲ (۲۰۰۸: ۳۵۰) در میان موضوعات پژوهشی حسابداری و مالی شاید هیچ موضوعی به اندازه مدیریت سود مورد توجه قرار نگرفته است، چرا؟ زیرا مدیریت سود دارای ماهیتی شیطنت‌آمیز^۳، وسوسه‌انگیز^۴، متناقض^۵، پنهان‌کار^۶ و مفهومی اسرارآمیز و معماگونه^۷ است. وی معتقد است با وجودی که تحقیقات مدیریت سود در دو دهه اخیر خیلی پیشرفت کرده است، اما تا کنون خیلی از سئوالات مربوط به سود را نیز بدون پاسخ گذاشته است.

مدیران واحدهای تجاری به دلایل مختلف می‌کوشند تا از طریق کاربرد روش‌های گوناگون حسابداری، سود دوره مالی را مدیریت کنند تا وضعیت مورد نظر خود را از عملکرد دستگاه اقتصادی ارائه کنند (ثقفی و بهار مقدم، ۱۳۸۷: ۱۰۴). مدیریت سود بستگی به نیت و هدف مدیریت واحد اقتصادی دارد که می‌تواند اثرات اقتصادی مطلوب یا مخرب را به دنبال داشته باشد. چنانچه سود اعلان شده دارای محتوای اطلاعاتی باشد و با هدف کارایی مدیریت شود، می‌تواند چشم‌انداز روشنی از وضعیت مطلوب و آتی واحد تجاری را به ذینفعان مخابره و آن‌ها با اتکا به اطلاعات کیفی ارائه شده تصمیمات اقتصادی مطلوب‌تری اتخاذ خواهند نمود و تداوم فعالیت واحد تجاری پایدارتر خواهد بود و ارزش سهام آن نیز افزایش خواهد یافت اما اگر سود اعلان شده فاقد اطلاعات جدید باشد و صرفاً با اهداف فرصت‌طلبانه برای افزایش پاداش و انگیزه‌های شخصی مدیران، مدیریت شود باعث ضرر و زیان به ذینفعان خواهد شد.

هدف اصلی این مقاله نشان دادن توانایی و تبیین مدل‌های مختلف اقلام تعهدی و درآمدی برای کشف مدیریت سود است. این موضوع می‌تواند به تفسیر درستی از اندازه‌گیری مدیریت سود منجر شود. از آنجایی که شاخص مدیریت سود، به‌عنوان یک عامل تأثیرگذار می‌تواند بر عملکرد آتی شرکت‌ها اثرگذار باشد، بنابراین، در شرایط کنونی که نبودن ثبات اقتصادی در بازار ایران، حاکم بودن فضای مدیریت دولتی بر فضای شرکت‌ها تجاری بزرگ و نبودن رقابت آزاد و سالم در بازار و مهم‌تر از همه میزان تورم زیاد، باعث نوسان شدید قیمت‌ها، نوسان میزان فروش سالانه و اقلام تعهدی به‌ویژه حساب‌ها و اسناد دریافتی و پرداختی تجاری می‌شود (ثقفی و بهار مقدم، ۱۳۸۷: ۱۱۰) شناسایی مدیریت سود می‌تواند در جهت تقویت بازار سرمایه و توسعه اقتصادی کشور به کلیه ذینفعان و تصمیم‌گیرندگان حوزه اقتصادی اعم از مدیران، سهام‌داران، سرمایه‌گذاران، تحلیل‌گران مالی، دولت و سایر استفاده‌کنندگان اطلاعات حسابداری یاری رساند. علاوه بر این، تعیین نوع مدیریت سود بر اساس مدل مطلوب به تدوین‌کنندگان استانداردهای حسابداری جهت تنظیم سیاست‌های حمایتی برای بازار کارآمد و سیاست‌های محدودکننده برای جلوگیری از اقدامات فرصت‌طلبانه مدیران کمک خواهد نمود.

۲- مبانی نظری تحقیق

دیفوند^۸ (۲۰۱۰) معتقد است چندین عامل مهم در دو دهه اخیر باعث توجه و گسترش تحقیقات پژوهش‌گران در حوزه مدیریت سود بوده است. یکی از این عوامل مؤثر، صدور بیانیه‌ها و اظهارات مقامات کمیسیون بورس اوراق بهادار در طول دهه ۱۹۹۰ (مانند آرتورلوی^۹ در سال ۱۹۹۸) پیرامون اقدامات فرصت‌طلبانه مدیران برای مدیریت سود بود. این اقدامات باعث گردید که محققان مالی، حوزه مطالعات خود را بر کیفیت سود و گزارش‌های حسابرسی بیشتر متمرکز نمایند. رشد تحقیقات درباره کیفیت سود و به‌ویژه مدیریت سود و تقلب‌های فزاینده حسابداری در اوایل سال ۲۰۰۰ نهایتاً منجر به تصویب قانون ساربینز-اکسلی^{۱۰} (SOX) در سال ۲۰۰۲ شد. عامل دوم، ارائه مدل اقلام‌تعهدی اختیاری جونز^{۱۱} (۱۹۹۱) بود که خود مبنایی برای گسترش مدل‌های اندازه‌گیری دیگری در حوزه مدیریت سود گردید. علاوه بر موارد فوق، اخیراً تدوین و اجرای استانداردهای پذیرفته‌شده بین‌المللی نیز موجب بهبود و گسترش مطالعات کیفیت سود شده است. تدوین استانداردهای حسابداری باکیفیت بالا توسط هیئت استانداردهای بین‌المللی حسابداری^{۱۲} (IASB) و پذیرش عمومی استانداردهای گزارشگری مالی بین‌المللی^{۱۳} (IFRS) توجه پژوهش‌گران مالی را به سوی مبانی کیفیت سود و مقایسه روش‌های حسابداری در کشورهای گوناگون سوق داده است. سرانجام، وجود هزاران پایگاه اطلاعاتی جدید الکترونیکی مطالعات مربوط به سود را در حجم نمونه‌های بزرگ تسهیل نموده است درحالی‌که قبلاً به دلیل بالا بودن هزینه‌های جمع‌آوری اطلاعات در حوزه‌هایی مانند حاکمیت شرکتی، مزایا و پاداش مدیران، حسابرسی و محیط‌های بین‌المللی این مهم به‌آسانی میسر نبود (دیفوند، ۲۰۱۰: ۴۰۳). با این وجود تحقیقات در حوزه مدیریت سود همچنان ادامه دارد و محققین حسابداری و مالی کوشش می‌کنند تا ابهامات مطرح‌شده در این زمینه را از طریق تحقیقات تجربی بررسی و پاسخ لازم را ارائه نمایند.

در تحقیقات تجربی انجام‌شده تعاریف گوناگونی از مدیریت سود شده است و در این خصوص اجماعی بین محققین وجود ندارد. رونن و یاری^{۱۴} (۲۰۰۸) بر مبنای تحقیقات گذشته تعاریف مختلف مدیریت سود را به سه دسته سفید، خاکستری (بی‌رنگ) و سیاه طبقه‌بندی نمودند که در جدول یک نشان داده شده است (رونن و یاری، ۲۰۰۸: ۲۵).

پژوهش‌های حسابداری در حوزه مدیریت سود از جمله پژوهش‌های اثباتی حسابداری می‌باشد. تاکنون در خارج از کشور، پژوهش‌های اثباتی حسابداری از دو دیدگاه فرصت‌طلبانه و کارایی مورد بررسی قرار گرفته است. رویکرد فرصت‌طلبانه به دنبال آن است تا رفتار فرصت‌طلبانه مدیر در استفاده از خط‌مشی حسابداری را تشریح نماید و مدیریت از صلاح‌دید و قضاوت‌های شخصی در جهت منافع خود استفاده و سود را تحریف می‌کند اما در رویکرد کارایی فرض می‌شود که مدیریت سود به واسطه انتخاب خط‌مشی حسابداری، موجب کاهش هزینه‌های نمایندگی و کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین مدیر و سایر گروه‌های ذینفع می‌گردد و این موضوع در نهایت باعث افزایش ارزش شرکت می‌گردد. به عبارت دیگر اگر در نتیجه اعمال مدیریت سود، ارزش

شرکت افزایش یابد، مدیریت سود، کارا بوده است و در غیراین صورت مدیریت سود فرصت طلبانه یعنی به منظور تأمین منافع شخصی یا گروهی خاص بوده است (سابرامانیام^{۱۵}، ۱۹۹۶، اسکات^{۱۶} ۲۰۰۹).

جدول ۱- تعاریف مختلف مدیریت سود

سیاه	خاکستری	سفید
مدیریت سود عبارت است از روش زیرکانه‌ای که باعث ارائه نادرست گزارش‌های مالی گردد و یا شفافیت گزارش‌های مالی را کاهش دهد.	مدیریت سود عبارت است از انتخاب یک روش حسابداری که یا فرصت طلبانه (دارای حداکثر فایده مندی برای مدیریت) است و یا به‌طور اقتصادی کاراست.	مدیریت سود عبارت است از سودمندی توانایی انتخاب روش حسابداری که به‌موجب آن اطلاعات خصوصی مدیریت روی جریان نقد آتی تأثیری گذارد.
اسکیپر (۱۹۸۹)، لویت (۱۹۹۸)، هیلی و والن (۱۹۹۹)، تزور و باری (۱۹۹۹)، چوترو، بدرد و کورتیو (۲۰۰۱)، میلر و بنسون (۲۰۰۲).	فیلدز، لیز و وینسنت (۲۰۰۱)، اسکات (۲۰۰۳)	رونن و سادن (۱۹۸۱)، دمسکی، پاتل و ولفسون (۱۹۸۴)، سو (۱۹۹۰)، دمسکی (۱۹۹۸)، بنیش (۲۰۰۱)، سکندر و سابرامانیام (۲۰۰۱)

منبع: Ronen and Yaari (2008), Earnings Management

۲-۱- مدل‌های اندازه‌گیری مدیریت سود

برای اندازه‌گیری مدیریت سود از الگوهای متفاوتی استفاده می‌گردد. در این تحقیق از ۵ الگوی ارقام تعهدی اختیاری و یک الگوی درآمد اختیاری استفاده شده است که به شرح زیر می‌باشند:

الف) مدل‌های ارقام تعهدی

مجموع ارقام تعهدی (TA) به دودسته ارقام تعهدی اختیاری (DA) و غیر اختیاری (NDA) تفکیک می‌گردند. در این مدل‌ها ابتدا، ارتباط مجموع ارقام تعهدی برای یک دوره زمانی مشخص که به دوره رویداد معروف است، برآورد می‌گردد. پس از تخمین پارامترهای مدل از طریق مدل‌های سری زمانی یا مقطعی، ارقام تعهدی غیراختیاری (NDA) برای "دوره برآورد" حساب می‌شود و در مرحله آخر، پس از کسر نمودن ارقام تعهدی غیراختیاری از جمع ارقام تعهدی، ارقام تعهدی اختیاری (DA) به دست می‌آید. مدل‌های ارقام تعهدی مورد استفاده این تحقیق به شرح زیر می‌باشند که از طریق روابط (۱)، (۲)، (۳)، (۴) و (۵) قابل اندازه‌گیری هستند.

- مدل جونز^{۱۷} (۱۹۹۱)

$$\frac{TA_{it}}{A_{it-1}} = \alpha_i \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_{1i} \left(\frac{\Delta REV_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_{2i} \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \varepsilon_{it} \quad (1)$$

- مدل جونز تعدیل شده (دیچو، اسلوان و سوئینی^{۱۸}، ۱۹۹۵)

$$\frac{TA_{it}}{A_{it-1}} = \alpha_i \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \beta_{1i} \left(\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + \beta_{2i} \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \varepsilon_{it} \quad (2)$$

• مدل جریان نقد جونز توسعه یافته (مدل کازنیک^{۱۹} ۱۹۹۹)

$$\frac{TA_{it}}{A_{it-1}} = \alpha_{0i} \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \alpha_{1i} \left(\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + \alpha_{2i} \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \alpha_{3i} \left(\frac{\Delta CFO_{it}}{A_{it-1}} \right) + \varepsilon_{it} \quad (۳)$$

• مدل تطبیقی - عملکرد (کوتاری^{۲۰} و دیگران، ۲۰۰۵) یا کوتاری - جونز

$$\frac{TA_{it}}{A_{it-1}} = \alpha_0 + \alpha_i \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \alpha_{1i} \left(\frac{\Delta REV_{it}}{A_{it-1}} \right) + \alpha_{2i} \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \alpha_{3i} ROA_{i,t-1} + \varepsilon_{it} \quad (۴)$$

• مدل تطبیقی - عملکرد تعدیل شده یا کوتاری - جونز تعدیل شده

$$\frac{TA_{it}}{A_{it-1}} = \alpha_0 + \alpha_i \left(\frac{1}{A_{it-1}} \right) + \alpha_{1i} \left(\frac{\Delta REV_{it} - \Delta REC_{it}}{A_{it-1}} \right) + \alpha_{2i} \left(\frac{PPE_{it}}{A_{it-1}} \right) + \alpha_{3i} ROA_{i,t-1} + \varepsilon_{it} \quad (۵)$$

که در آن:

TA_{it-1} : جمع اقلام تعهدی (سود خالص قبل از اقلام غیرمترقبه منهای جریان‌های نقدی عملیاتی) شرکت i در سال t

A_{it-1} : جمع دارایی‌های شرکت i در سال $t-1$

ΔREV_{it} : تغییرات درآمد فروش شرکت i در سال t نسبت به سال $t-1$

PPE_{it} : مبلغ ناخالص اموال، ماشین‌آلات و تجهیزات شرکت i در سال t

ΔREC_{it} : تغییرات حساب‌ها و اسناد دریافتی شرکت i در سال t نسبت به سال $t-1$

ΔCFO : تغییر در جریان‌های نقد عملیاتی از سال $t-1$ تا سال t

ب) مدل درآمدی

کی لری^{۲۱} (۲۰۰۹: ۸۶) برای بررسی مدیریت سود به‌جای بررسی و شناخت هزینه‌ها از روش شناخت درآمد با بررسی حساب‌های دریافتی و درآمد انتقالی به دوره بعد استفاده نمود. او فرض کرد که حساب‌های دریافتی ناخالص بخشی از فروش‌های دوره جاری است، چون حساب‌های دریافتی به لحاظ فروش‌های این دوره به حساب آورده می‌شوند. وی همچنین فرض نمود که حساب‌های دریافتی ناخالص بخشی از جریان نقدی عملیاتی دوره بعد هستند زیرا حساب‌های دریافتی در دوره بعد برگردانده می‌شوند. این بدان معنی است که تغییر در حساب‌های دریافتی ناخالص ناشی از تغییرات در فروش‌های جاری و تغییرات در جریان نقدی عملیاتی آتی است. او هر دو متغیر فوق را در مدلش بکار برد تا بتواند هر یک از اجزای غیراختیاری را که از طرق دیگر قابل دستیابی نمی‌باشند را تعیین کند. بر مبنای این مفروضات، او زیر مدل زیر را تحت عنوان مدل درآمد اختیاری ارائه نمود (رابطه ۶).

$$\frac{\Delta GrossA / R_t}{A_{t-1}} = \alpha_0 + \alpha_1 \frac{1}{A_{t-1}} + \beta_1 \frac{\Delta S_t}{A_{t-1}} + \beta_2 \frac{\Delta CFO_{t+1}}{A_{t-1}} + \varepsilon_t \quad (۶)$$

که در آن: $\Delta GrossA / R_t$ تغییر در حساب‌های دریافتی ناخالص در طول سال t ، ΔS_t تغییر در فروش در طول سال t ، ΔCFO_{t+1} تغییر در جریان نقد عملیاتی در طول سال $t+1$ ، A_{t-1} مجموع دارایی‌ها در ابتدای سال مالی می‌باشد.

عواملی که تأثیرگذار روی قیمت سهام هستند بسیار زیاد و نامحدود می‌باشند. آن‌ها را می‌توان در شرکت، صنعت، کشور و در سطح بین‌الملل یا عوامل بازار و غیر بازار، عوامل اقتصادی و غیراقتصادی طبقه‌بندی نمود (راسل^{۲۲}، ۲۰۰۹: ۱۷۸). کلاگ و کلاگ^{۲۳} (۱۹۹۱) دو انگیزه اصلی برای مدیریت سود تعریف می‌کنند: تشویق سرمایه‌گذاران برای خرید سهام شرکت و افزایش ارزش بازار شرکت. هانتون^{۲۴} و دیگران (۲۰۰۶) دریافتند که مدیران برای رسیدن به پیش‌بینی تحلیل‌گران درگیر مدیریت سود می‌شوند و معتقدند که انجام چنین کاری موجب افزایش قیمت سهام شرکت می‌شود.

۳- پیشینه تحقیق

۳-۱- پژوهش‌های خارجی

اقلام تعهدی اختیاری برای آزمون و اندازه‌گیری مدیریت سود در مطالعات گوناگون مورد استفاده قرار گرفته است (دیفوند و جیمبالو^{۲۵}، ۹۹۴، ریس^{۲۶} و همکاران ۱۹۹۶، تئو^{۲۷} و همکاران ۱۹۹۸). نتایج این مطالعات متفاوت و گاهی متناقض بوده است. برای مثال، دیچو و دیگران (۱۹۹۵) پنج مدل اندازه‌گیری مدیریت سود از مدل‌های اقلام تعهدی را باهدف تعیین استانداردهای قدرت مدل، ارزیابی کردند. نتایج مطالعات آن‌ها نشان داد که مدل جونز تعدیل‌شده دارای بیشترین قدرت آزمون جهت کشف مدیریت سود می‌باشد. اما هنگامی که شیو و لین^{۲۸} (۲۰۰۴) به ارزیابی همین مدل‌ها پرداختند، نتایج تحقیق آن‌ها برتری مدل دی آنجلو و مدل هیلی در کشف مدیریت سود را گزارش نمود و با نتایج تحقیق یون^{۲۹} در بورس کره و اسلام^{۳۰} و دیگران در بورس بنگلادش نشان داد که مدل جونز تعدیل‌شده توانایی بسیار ضعیفی در کشف مدیریت سود دارد.

الربالی و البلوشی^{۳۱} (۲۰۰۸) در پژوهشی به ارزیابی شناسایی و توانایی مدل‌های اقلام تعهدی اختیاری در بورس اوراق بهادار کویت برای کشف مدیریت سود با استفاده از چهار مدل اقلام تعهدی اختیاری پرداختند. نتایج مطالعات آن‌ها در کشف مدیریت سود نشان داد هنگامی که از دست‌کاری هزینه‌ها استفاده شود، تقریباً هر چهار مدل دارای قدرت یکسانی هستند اما هنگامی که دست‌کاری از طریق درآمدها صورت می‌گیرد، مدل جونز بالاترین قدرت کشف اقلام تعهدی افزایش سود را دارد.

اما تاکنون پژوهش‌های محدودی در حوزه مدیریت سود مبتنی بر اقلام درآمد اختیاری صورت گرفته است. از جمله این تحقیقات می‌توان به مطالعات پلامر و مست^{۳۲} (۲۰۰۱)، مارکوارت و وایدمن^{۳۳} (۲۰۰۴a)، کی ل^{۳۴} (۲۰۰۹) و استابن^{۳۴} (۲۰۱۰) اشاره نمود. کی ل^{۳۴} (۲۰۰۹) در تحقیقی نشان داد که مدیران ترجیح می‌دهند برای مدیریت سود از اقلام درآمدی بجای اقلام تعهدی استفاده نمایند زیرا این روش هزینه کمتری برای آنان دارد یا به عبارت دیگر پیامدهای نقدی آتی ندارد. وی شواهدی را یافت که نشان می‌دهد مدیران از

اقدام درآمد اختیاری (با استفاده از حساب‌های دریافتی و درآمد انتقالی به دوره‌های بعد) که روی افزایش سود اثر مثبت می‌گذارد، برای مدیریت سود استفاده می‌کنند.

استابن (۲۰۱۰) طی پژوهشی توانایی مدل‌های اقلام تعهدی و درآمدی برای کشف مدیریت سود واقعی و شبیه‌سازی شده را بررسی نمود. او برای مقایسه توانایی مدل‌های فوق در این پژوهش از چهار مدل اقلام تعهدی (جونز ۹۹۱، جونز تعدیل شده ۹۹۵، مدل دی چو و دو^{۳۵} ۲۰۰۲ و مکانیک^{۳۶} ۲۰۰۲ و مدل تطبیقی - عملکرد ۲۰۰۵) و دو مدل درآمدی (درآمد اختیاری و درآمد شرطی) استفاده نمود. نتایج تحقیق وی نشان می‌دهد که مدل‌های درآمدی دارای خطای کمتر، تشخیص بهتر و قدرت بیشتر نسبت به مدل‌های اقلام تعهدی اختیاری استفاده شده می‌باشند. استابن در این مطالعه نتیجه‌گیری نمود که مدل‌های درآمدی به احتمال بیشتر نسبت به مدل‌های اقلام تعهدی برای کشف ترکیبی از دست‌کاری در هزینه‌ها و درآمدها، توانا تر هستند.

اندازه شرکت یکی از متغیرهای تأثیرگذار بر مدیریت سود و به تبع آن ارزش شرکت است. استفاده سیاست‌مداران و قانون‌گذاران از ارقام سود، موجب مطرح شدن فرضیه هزینه سیاسی در تئوری اثباتی حسابداری (واتس و زیمرمن^{۳۷}، ۱۹۸۶) شده است. طبق این فرضیه شرکت‌های بزرگ، با استفاده از روش‌های حسابداری، سود را مدیریت می‌کنند. نوسانات منفی در میزان سود گزارش شده، ابزاری است که مدیران با استفاده از آن چهره شرکت را ضعیف نشان می‌دهند تا بتوانند بدین وسیله از اقدامات دیگران علیه شرکت بکاهند و استفاده از پارانهای دولتی را شدت بخشند. از طرف دیگر افزایش قابل توجه در سود شرکت‌های بزرگ، احتمال ایجاد هزینه‌های سیاسی ناخواسته نظیر افزایش دستمزد توسط اتحادیه‌های کارگری را به همراه دارد.

حبیب^{۳۸} (۲۰۰۵) معتقد است که شرکت‌های بزرگ‌تر در مقایسه با شرکت‌های کوچک‌تر، ابزارهای مدیریت سود بیشتری دارند در نتیجه، شرکت‌های بزرگ انگیزه بیشتری برای هموار کردن سود دارند. موسز^{۳۹} (۱۹۸۷)، بیٹی^{۴۰} و دیگران (۲۰۰۲) و ماتسوموتو^{۴۱} (۲۰۰۲) در تحقیقات خود به این نتیجه رسیدند که شرکت‌های بزرگ‌تر نسبت به شرکت کوچک‌تر از مدیریت سود بیشتر استفاده می‌کنند.

شرکت‌هایی که از نسبت بدهی به کل دارایی‌های زیادی برخوردار هستند به منظور اطمینان بخشی به اعتباردهندگان مبنی بر توانایی پرداخت اصل و بهره وام‌ها و اعتبارات دریافتی، به مدیریت سود می‌پردازند. موسز (۱۹۸۷) و ندوبیز و تستسکو^{۴۲} (۱۹۹۱) استدلال کردند که شرکت‌ها به منظور کاهش ریسک به مدیریت سود روی می‌آوردند. دالیوال^{۴۳} (۱۹۸۰) در تحقیق خود نشان داد شرکت‌های با نسبت بدهی زیاد، آن دسته از روش‌های حسابداری را انتخاب می‌کنند که سود گزارش شده را افزایش می‌دهد.

دی^{۴۴} (۱۹۸۸) بیان می‌کند که مدیریت سود معمولاً از استفاده مدیران از مزایای عدم تقارن اطلاعاتی ناشی می‌شود و دو مسئله مهم را مطرح نموده است. اول، برای افزایش پاداش مدیران که سرمایه‌گذاران آن را تأمین می‌کنند سود دست‌کاری می‌شود و دوم، سرمایه‌گذاران بالفعل تمایل دارند که بازار برداشت بهتری از ارزش شرکت داشته باشند.

۳-۲- پژوهش‌های داخلی

نتایج مطالعات انجام‌شده پیرامون ارزیابی مدل‌های کشف مدیریت سود با استفاده از اقلام تعهدی اختیاری در ایران نشان می‌دهد که در پژوهش مهرآذین (۱۳۸۷) از میان روش‌های رگرسیونی، روش اصلی جونز (۱۹۹۱) از توان تبیین مدیریت سود برخوردار است و در پژوهش‌های انجام‌شده توسط آقایی و چالاکی (۱۳۸۸) و بهار مقدم و کوهی (۱۳۸۹) و سجادی و دیگران (۱۳۹۱)، مدل کازنیک (۱۹۹۹) دارای توان تبیین بالاتری (قدرت توضیح دهنده) برای مدیریت سود در ایران می‌باشد. در همه این مطالعات از معیار R^2 تعدیل‌شده برای نشان دادن توان تبیین مدل استفاده شده است. اما تاکنون هیچ تحقیقی در خصوص استفاده از اقلام درآمدی برای بررسی مدیریت سود در ایران انجام نشده است.

بنی مهد و عرب عامری (۱۳۹۰) در پژوهشی اثر شاخص مدیریت سود بر بدهی را در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۰ تا ۱۳۸۶ مورد بررسی قرار دادند. در این پژوهش متغیرهای مستقل شامل شاخص مدیریت سود، اندازه شرکت، شاخص، نسبت دارایی ثابت، رشد فروش و متغیر وابسته نسبت بدهی می‌باشد. نتایج پژوهش نشان می‌دهد، مدیریت سود و اندازه شرکت با نسبت بدهی شرکت‌ها رابطه‌ای ندارند. اما شاخص سودآوری، رشد فروش رابطه‌ای منفی با نسبت اهرمی و نسبت دارایی ثابت رابطه‌ای مثبت با نسبت بدهی دارد. نتایج پژوهش رویکرد کارایی تئوری اثباتی حسابداری درباره مدیریت سود، در توضیح و پیش‌بینی بدهی را تأیید نمی‌نماید.

سجادی و دیگران (۱۳۹۱) در پژوهشی به بررسی نحوه اعمال اختیارات مدیریت در گزارشگری سودآوری آینده شرکت‌های بورسی پرداخته است. بر این اساس، نوع مدیریت سود در این شرکت‌ها از لحاظ فرصت‌طلبانه بودن و یا مؤثر بودن مورد بررسی قرار گرفته است. همچنین، در این تحقیق تأثیر پنج ویژگی اندازه، انحراف در فعالیت‌های عملیاتی، پیش‌بینی رشد سودهای آینده، قراردادهای بدهی و رشد مبلغ فروش شرکت نیز بر نوع مدیریت سود شرکت‌های بورسی بررسی شده است. نتایج تحقیق نشان می‌دهد که مدیران شرکت‌های بورسی از اختیارات خود برای انتقال اطلاعات محرمانه درباره سودآوری آینده شرکت استفاده می‌کنند و این مطابق با تعریف مدیریت مؤثر سود است. همچنین، نتایج دیگر فرضیه‌های تحقیق نشان می‌دهد که مدیریت مؤثر سود با انحراف در فعالیت‌های عملیاتی، قراردادهای بدهی و رشد مبلغ فروش رابطه مثبت و معنادار و با اندازه و پیش‌بینی رشد سودهای آینده شرکت رابطه منفی و معناداری دارد.

همچنین تحقیقات دیگری درباره نوع مدیریت سود در ایران انجام شده است که برخی از آن‌ها به کارا بودن مدیریت سود (مانند بهار مقدم و کوهی (۱۳۸۹) و اعتمادی و دیگران (۱۳۹۱)) و برخی دیگر به مدیریت سود فرصت‌طلبانه (مانند احمدپور و منتظری (۱۳۹۰) و رضایی و روشنی (۲۰۱۲)) اشاره دارند.

یافته‌های تحقیق پور حیدری و همی (۱۳۸۳)، حاکی از این است که در ایران با بزرگ‌تر شدن شرکت‌ها، فشارهای سیاسی بر شرکت‌ها افزایش نمی‌یابد و برعکس، شرکت‌های بزرگ‌تر به دلایل مختلف اقدام به دست‌کاری سود به منظور ارائه تصویر بهتری از عملکرد شرکت می‌کند. در نتیجه بین نسبت بدهی و مدیریت سود ارتباط مثبت معناداری وجود ندارد.

۴- دوره پژوهش و جامعه آماری

جامعه آماری مورد بررسی در این تحقیق شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۰ الی ۱۳۸۹ که تعداد آن‌ها ۱۰۰۰ سال شرکت مشاهده می‌باشد. از میان جامعه آماری فوق تعداد ۱۰۰ شرکت به روش تصادفی ساده از ۶ صنعت مختلف به شرح جدول ۲ انتخاب گردید.

جدول ۲- صنایع مورد مطالعه

تعداد مشاهده	تعداد شرکت	نام صنعت
۱۱۰	۱۱	انواع فراورده غذایی و آشامیدنی
۲۱۰	۲۱	خودرو و ساخت قطعات
۲۲۰	۲۲	سایر محصولات کانی غیر فلزی
۱۱۰	۱۱	فلزات اساسی
۹۰	۹	ماشین آلات و تجهیزات
۲۶۰	۲۶	مواد و محصولات شیمیایی
۱۰۰۰	۱۰۰	جمع

منبع: یافته‌های پژوهشگر

برای جمع‌آوری داده‌ها در زمینه‌های چارچوب نظری تحقیق و پیشینه آن از کتاب‌های لاتین و فارسی، پایان‌نامه‌ها، مقالات و پایگاه‌های اطلاعاتی و سایت‌های اینترنتی استفاده شده است. داده‌های آماری تحقیق از صورت‌های مالی شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۰ الی ۱۳۸۹ به دست آمده است. صورت‌های مالی شرکت‌های فوق از پایگاه اطلاعاتی بورس اوراق بهادار تهران اخذ شده است. تجزیه و تحلیل داده‌های این تحقیق و آزمون فرضیات آن توسط نرم‌افزارهای Excel و SPSS انجام شده است. به این ترتیب که اطلاعات فراهم شده توسط پایگاه‌های اطلاعاتی ابتدا در نرم‌افزار Excel دسته‌بندی و مرتب‌سازی شده است و سپس به نرم‌افزار SPSS منتقل گردیده تا آزمون‌های آماری مورد نظر بر روی آن‌ها انجام شود. دانش آماری که در تحلیل آماری این تحقیق استفاده می‌شود، شامل آمار توصیفی جهت توصیف و ارائه مشخصات آماری متغیرها و پارامترها و آمار استنباطی شامل تخمین و برآورد ضرایب می‌باشد.

۵- متغیرهای پژوهش

در این تحقیق ارزش بازار سهام شرکت در پایان دوره مالی، شاخص Q، توبین و شاخص عدم تقارن اطلاعاتی به عنوان متغیرهای وابسته و سود خالص، ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام، شاخص سود، اندازه شرکت، نسبت بدهی و رشد فروش به عنوان متغیرهای مستقل در نظر گرفته می‌شوند. در ادامه چگونگی اندازه‌گیری این متغیرها توضیح داده می‌شود:

سود خالص: عبارت است از سود خالص بعد از مالیات که از صورت سود و زیان شرکت قابل استخراج است. برای همگن کردن داده‌ها در سطح همه شرکت‌ها این نسبت به جمع دارایی‌ها در پایان دوره تقسیم شده است.

ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام: عبارت است از تفاوت میان جمع دارایی‌ها و بدهی که از ترازنامه شرکت قابل استخراج است. برای همگن کردن داده‌ها در سطح همه شرکت‌ها این نسبت به جمع دارایی‌ها در پایان دوره تقسیم شده است.

شاخص سود: عبارت است از میزان اقلام تعهدی اختیاری یا درآمد اختیاری که از طریق روابط و مدل‌های مدیریت سود محاسبه می‌شود.

اندازه شرکت: متغیری است که اندازه و بزرگی شرکت را نشان می‌دهد. این متغیر بر اساس جمع دارایی‌های هر شرکت در هر سال اندازه‌گیری می‌شود. ابتدا میان جمع دارایی‌های همه شرکت‌های نمونه آماری تحقیق محاسبه شد. اگر شرکتی جمع دارایی‌های آن بزرگ‌تر از میانه باشد آن شرکت به‌عنوان شرکت بزرگ در نظر گرفته می‌شود و با عدد ۱ نشان داده می‌شود و اگر شرکتی جمع دارایی‌های آن کوچک‌تر از میانه باشد آن شرکت به‌عنوان شرکت کوچک در نظر گرفته می‌شود و با صفر نشان داده می‌شود. این متغیر به‌عنوان یک متغیر تعدیل‌کننده در نظر گرفته شده و بنابراین با مقدار یک و صفر نشان داده می‌شود.

نسبت بدهی: عبارت است از نسبت بدهی به جمع دارایی‌ها. ابتدا میان نسبت بدهی همه شرکت‌های نمونه آماری تحقیق محاسبه می‌شود. اگر شرکتی نسبت بدهی آن بزرگ‌تر از میانه باشد، عدد ۱ به آن شرکت اختصاص داده می‌شود و اگر در شرکتی این نسبت کوچک‌تر از میانه باشد مقدار صفر به آن شرکت اختصاص داده می‌شود. این متغیر به‌عنوان یک متغیر تعدیل‌کننده در نظر گرفته شده و بنابراین با مقدار یک و صفر نشان داده می‌شود.

رشد فروش: عبارت است از درصد افزایش یا کاهش فروش سال جاری نسبت به سال قبل. ابتدا میان رشد فروش همه شرکت‌های نمونه آماری تحقیق محاسبه می‌شود. اگر در یک شرکت رشد فروش بزرگ‌تر از میانه باشد، عدد ۱ به آن شرکت اختصاص داده می‌شود و اگر رشد فروش کمتر از میانه باشد، در آن صورت مقدار صفر برای شرکت در نظر گرفته می‌شود. این متغیر به‌عنوان یک متغیر تعدیل‌کننده در نظر گرفته شده و بنابراین با مقدار یک و صفر نشان داده می‌شود.

یکی از متغیرهای وابسته در این تحقیق، ارزش بازار شرکت در پایان دوره مالی است. برای همگن کردن داده‌ها در سطح همه شرکت‌ها این نسبت به جمع دارایی‌ها در پایان دوره تقسیم شده است. دیگر متغیرهای وابسته در این تحقیق عبارت هستند از شاخص Q توبین و شاخص عدم تقارن اطلاعاتی که به‌صورت زیر قابل اندازه‌گیری هستند.

شاخص Q توبین: عبارت است از کسری که صورت آن جمع ارزش بازار شرکت بعلاوه جمع بدهی‌ها و مخرج آن ارزش دفتری جمع دارایی‌ها است.

شاخص عدم تقارن اطلاعاتی : عبارت است از تفاوت قیمت فروش و قیمت خرید سهام شرکت تقسیم‌بر میانگین قیمت فروش و خرید سهام شرکت.

۶- فرضیه‌های تحقیق

با توجه به مبانی نظری و پیشینه پژوهش و همچنین در راستای اهداف پژوهش، فرضیه‌های پژوهش به‌صورت زیر بیان می‌شوند:

فرضیه اول: مدل‌های مدیریت سود مبتنی بر اقلام‌تعهدی در مقایسه با مدل درآمدی توان بیشتری در پیش‌بینی مدیریت سود رادارند.

فرضیه دوم: شاخص سود بر اساس مدل‌های اقلام‌تعهدی در مقایسه با مدل درآمدی یک متغیر مربوط و تأثیرگذار بر ارزش بازار شرکت است.

۷- تحلیل داده‌ها و آزمون فرضیه‌ها

داده‌های به‌دست‌آمده از صورت‌های مالی شرکت‌های نمونه پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال‌های ۱۳۸۰ الی ۱۳۸۹ در مورد متغیرهای وابسته و مستقل با توجه به ماهیت مقطعی- زمانی داده‌های متغیرهای تحقیق از طریق تحلیل پانلی با استفاده از نرم‌افزار SPSS شماره ۱۸ مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته‌اند. همچنین جهت بررسی رابطه بین متغیرهای مستقل و وابسته در هر سال از تحلیل همبستگی استفاده شده است.

۸- آماره‌های توصیفی تحقیق

در این بخش و قبل از انجام آزمون فرضیه آماره‌های توصیفی تحقیق به شرح جدول ۳ ارائه می‌شود.

جدول ۳- آماره‌های توصیفی تحقیق

شرح	تعداد مشاهده	میانگین	میانه	انحراف معیار	حداقل	حداکثر
اقلام‌تعهدی	۱۰۰۰	۰/۰۲۴۳	۰/۰۲۱۲	۰/۱۱۵۸	-۰/۴۵۷۰	۰/۵۷۹۱
تغییرات حساب‌های دریافتنی	۱۰۰۰	۰/۰۱۳۳	۰/۰۱۲۹	۰/۱۷۹۱	-۴/۰۱۹۱	۰/۵۵۸۹
تغییرات فروش	۱۰۰۰	۰/۱۰۴۸	۰/۰۸۷۵	۰/۲۱۳۹	-۱/۳۲۷۰	۱/۸۶۷۴
اموال ماشین‌آلات و تجهیزات	۱۰۰۰	۰/۳۵۴۴	۰/۳۲۶۸	۰/۱۸۴۷	۰/۰۳۶۳	۰/۹۲۸۷
نسبت سود به دارایی	۱۰۰۰	۰/۱۳۲۷	۰/۱۰۸۷	۰/۱۲۷۱	-۰/۳۱۲۷	۰/۷۶۱۳
تغییرات جریان نقدی عملیاتی	۱۰۰۰	۰/۰۱۰۷	۰/۰۰۰	۰/۱۲۳۶	-۰/۵۰۵۲	۰/۵۹۱۴
تفاوت بین تغییرات فروش و حساب‌های دریافتنی	۱۰۰۰	۰/۰۹۱۵	۰/۰۵۹۱	۰/۲۵۴۹	-۱/۱۱۲۳	۳/۹۴۳۴

شرح	تعداد مشاهده	میانگین	میانه	انحراف معیار	حداقل	حداکثر
نسبت بدهی	۱۰۰۰	۰/۶۷۶۰	۰/۶۸۰۰	۰/۱۵۶۷	۰/۲۰۰۰	۱/۷۲۰۰
رشد فروش	۱۰۰۰	۰/۱۹۰۲	۰/۱۳۸۲	۰/۴۹۶۶	-۱/۰۰۰۰	۹/۴۶۸۵
شاخص عدم تقارن اطلاعاتی	۱۰۰۰	۰/۰۷۴۰	۰/۰۴۹۶	۰/۳۲۹۶	-۰/۸۹۴۵	۱۰/۱۱۱۱
شاخص Qتوبین	۱۰۰۰	۵/۳۲۷۴	۴/۲۶۵۰	۱۷/۵۱۷۶	-۳۱۰/۰۲۰	۳۰۰/۲۲۰
ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام	۱۰۰۰	۰/۳۲۳۸	۰/۳۲۰۰	۰/۱۵۶۸	-۰/۷۲۰	۰/۸۰۰
سود خالص	۱۰۰۰	۰/۱۳۲۷	۰/۱۰۸۷	۰/۱۲۷۱	-۰/۳۱۳	۰/۷۶۱
نسبت ارزش بازار شرکت	۱۰۰۰	۰/۹۵۰۲	۰/۵۹۷۶	۱/۱۸۷۲	۰/۰۲	۱۱/۰۹
جمع دارایی‌ها (میلیون ریال)	۱۰۰۰	۲۰۵۸۸۷۳/۷	۳۳۱۴۸۳/۷	۱۲۳۳۰۰۰	۲۱۷۱۸	۳۳۱۱۳۳۳۵۱
جمع ارزش بازار شرکت (م.ریال)	۱۰۰۰	۸۷۲۸۵۰/۲	۲۲۹۱۱۷/۵	۲۴۶۰۸۰۰	۷۶۳۲	۲۹۶۸۱۶۰۰

منبع: یافته‌های پژوهشگر (ادامه جدول ۳)

همچنین آماره‌های توصیفی مدل‌های مختلف مدیریت سود در جدول ۴ ارائه شده است.

جدول ۴- آماره‌های توصیفی شاخص مدیریت سود بر اساس مدل‌های مختلف

شرح	مدل	تعداد مشاهده	میانگین	میانه	انحراف معیار	حداقل	حداکثر
مدل‌های مبتنی بر ارقام تعهدی (ترازنامه‌ای)	جوز	۱۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۷	۰/۱۱۳۹	-۰/۴۸۷۹	۰/۵۲۴۶
	جوز تعدیل شده	۱۰۰۰	۰/۰۰۰۰	-۰/۰۰۰۷	۰/۱۱۵۳	-۰/۴۸۸۸	۰/۵۴۴۷
	کازنیک	۱۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۰۹	۰/۰۹۵۷	-۰/۳۶۸۸	۰/۴۶۳۹
	کوتاری براساس مدل جوز	۱۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۲۸	۰/۱۰۶۷	-۰/۴۵۸۵	۰/۵۳۲۵
	کوتاری براساس جوز تعدیل شده	۱۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۳۰	۰/۱۰۷۱	-۰/۴۵۳۷	۰/۵۴۱۹
مدل درآمدی	کی لر	۱۰۰۰	۰/۰۰۰۰	۰/۰۰۲۴	۰/۱۷۵۳	-۲/۹۸۹۰	۰/۵۵۸۰

منبع: یافته‌های پژوهشگر

میانگین مدیریت سود در همه مدل‌ها برابر صفر است. یعنی مدل‌های مختلف تفاوت چندانی برای اندازه‌گیری مدیریت سود باهم ندارند.

۹- آزمون فرضیه‌ها

فرضیه اول به صورت زیر بیان می‌شود:

H_0 = مدل‌های مدیریت سود مبتنی بر اقلام تعهدی در مقایسه با مدل درآمدی توان بیشتری در پیش‌بینی مدیریت سود را ندارند.

H_1 = مدل‌های مدیریت سود مبتنی بر اقلام تعهدی در مقایسه با مدل درآمدی توان بیشتری در پیش‌بینی مدیریت سود را دارند.

در جدول ۵، مقدار آماره F و R^2 تعدیل شده مدل‌های محاسبه مدیریت سود مبتنی بر اقلام تعهدی بیشتر از آماره‌های مذکور در مدل درآمدی است. بنابراین در سطح اطمینان ۹۵ درصد، می‌توان گفت که مدل‌های مدیریت سود مبتنی بر اقلام تعهدی در مقایسه با مدل درآمدی توان بیشتری در پیش‌بینی مدیریت سود دارند. از این رو فرض صفر آماری H_0 رد و فرض مقابل آن یعنی فرض H_1 را می‌توان تأیید نمود.

جدول ۵ - مقایسه آماره‌های توان پیش‌بینی مدل‌های مختلف اندازه‌گیری مدیریت سود

شرح	مدل	آماره F	سطح معنی داری	دوربین واتسون	R2 تعدیل شده
مدل‌های مبتنی بر اقلام تعهدی	چونز	۲۱/۵۸	۰/۰۰۰	۱/۹۳	۵/۸
	چونز تعدیل شده	۹/۸۳	۰/۰۰۰	۱/۹۱	۲/۶
	کازنیک	۱۱۹/۳۶۱	۰/۰۰۰	۱/۹۲	۳۲/۶
	کوتاری بر اساس چونز	۴۴/۱۲۹	۰/۰۰۰	۱/۹۴	۱۴/۷
مدل درآمدی	کوتاری بر اساس چونز تعدیل شده	۴۲/۴۰۲	۰/۰۰۰	۱/۹۲	۱۴/۲
	کی لر	۱۴/۶۶۵	۰/۰۰۰	۱/۹۴	۳/۹

منبع: یافته‌های پژوهشگر

فرضیه دوم به صورت زیر بیان می‌شود:

H_0 = شاخص مدیریت سود بر اساس مدل‌های اقلام تعهدی در مقایسه با مدل درآمدی یک متغیر مربوط و تأثیرگذار بر ارزش بازار شرکت نیست.

H_1 = شاخص مدیریت سود بر اساس مدل‌های اقلام تعهدی در مقایسه با مدل درآمدی یک متغیر مربوط و تأثیرگذار بر ارزش بازار شرکت است.

۱۰- آزمون نرمال بودن متغیر وابسته

آزمون فرضیه دوم بر اساس مدل ارزش‌گذاری اولسون^{۴۵} (۱۹۹۵) به شرح رابطه (۷) می‌باشد. این مدل بر مبنای معیار "مربوط بودن ارزش"^{۴۶} طراحی شده است. در تحقیقات انجام شده توسط فرانکیس و اسکیر^{۴۷} (۱۹۹۹)، بارث، بیور و لاندسمن^{۴۸} (۲۰۰۱) و مارکوآردت و وایدمن (۲۰۰۴b) از این معیار به عنوان

ارتباط بین اطلاعات حسابداری و ارزش‌های بازار یا بازده تعریف شده است. در این روش هرچه میزان ضریب همبستگی تعدیل شده بیشتر باشد، سود متغیر مربوط تری با ارزش است.

$$MV = a_0 + a_1 NI + a_2 BV + a_3 Size + a_4 lev + a_5 Sg + a_6 (Size \times NI) + a_7 (Lev \times NI) + a_8 (Sg \times NI) + a_9 Em + \mu \quad (7)$$

که در آن: MV ارزش بازار شرکت، NI سود خالص شرکت، BV ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام، $Size$ اندازه شرکت، Lev نسبت بدهی، Sg رشد فروش، Em شاخص مدیریت سود، μ خطای مدل می‌باشد. هم‌چنین به منظور بررسی بیشتر اثر شاخص مدیریت سود بر شاخص Q توبین و عدم تقارن اطلاعاتی، مدل رگرسیون خطی تک متغیره‌ای به صورت روابط (۸) و (۹) تدوین و مورد آزمون قرار می‌گیرد:

$$Tobin = \beta_0 + \beta_1 Em + \varepsilon \quad (8)$$

$$IA = \lambda_0 + \lambda_1 Em + \varepsilon \quad (9)$$

که در آن‌ها: $Tobin$ شاخص Q توبین و IA شاخص عدم تقارن اطلاعاتی است.

برای آزمون فرضیه دوم ابتدا باید نرمال بودن متغیر وابسته مدل مورد بررسی قرار گیرد. بدین منظور از آزمون کلموگروف-اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن متغیر وابسته مدل یعنی نسبت ارزش بازار شرکت استفاده می‌گردد. نتایج آزمون در جدول ۶ نشان داده شده است. همان‌گونه که ملاحظه می‌شود مقادیر سطح معنی‌داری برای متغیر وابسته بیشتر از ۰.۵ است. یعنی داده‌ها برای متغیر وابسته از توزیع نرمال پیروی می‌کند.

جدول ۶- آزمون کلموگروف-اسمیرنوف

ارزش بازار	شرح
۱۰۰۰	تعداد
۰/۹۵۰۲	میانگین
۱/۱۸۷۱۹	انحراف معیار
۰/۲۲۰	قدر مطلق
۰/۲۰۹	مثبت
-۰/۲۲۰	منفی
۰/۹۴۵	آماره کلموگروف-اسمیرنوف
۲۶/۸۱۰	سطح معنی‌داری

منبع: یافته‌های پژوهشگر

۱۱- هم خطی میان متغیرهای مدل

معمولاً هم حرکتی و یا هم خطی میان متغیرهای مستقل وجود دارد. اما اگر این هم خطی زیاد باشد، مدل مناسب نخواهد بود. یکی از روش‌های آزمون هم خطی محاسبه ماتریس همبستگی است. در این

ماتریس ضریب همبستگی بین هر زوج از متغیرهای مستقل محاسبه می‌شود. عدم همبستگی متغیرهای مستقل به معنای این است که ضریب همبستگی بین هر زوج از متغیرهای مستقل مساوی صفر است. اما در عمل بدست آوردن ضریب همبستگی صفر ممکن نیست و به‌عنوان یک قاعده می‌توان ضرایب همبستگی کمتر از ۵۰ درصد بین هر زوج متغیرهای مستقل را قابل قبول دانست و نگران وجود هم خطی نبود. در این تحقیق چون تمام ضرایب برآورد شده معنی‌دار و قابل تفکیک پذیر هستند، بیانگر این موضوع است که هم حرکتی میان متغیرهای مستقل مدل حاد نیست. نتایج هم حرکتی میان متغیرهای مدل در جدول ۷ ارائه شده است. این جدول نشان می‌دهد که هر زوج از متغیرهای مستقل دارای هم خطی حاد نیستند.

جدول ۷- هم خطی میان متغیرهای مستقل مدل

Size	Lev	Sg	NIsg	NIlev	NIsize	NI	Bv	
-۰/۰۱۱	-۰/۳۶۴	۰/۰۰۶	۰/۰۰۱	-۰/۰۱۲	۰/۰۲۴	۰/۴۷۴	۱	ضریب همبستگی پیرسون
۰/۷۲۹	۰/۰۰۰	۰/۸۴۷	۰/۹۷۶	۰/۷۰۷	۰/۴۵۷	۰/۰۰۰		سطح معنی‌دار
۱۰۰۰	۱۰۰۰	۱۰۰۰	۱۰۰۰	۱۰۰۰	۱۰۰۰	۱۰۰۰	۱۰۰۰	تعداد مشاهده
۰/۰۹۸	-۰/۲۹۳	۰/۱۵۷	-۰/۰۴۶	-۰/۰۴۷	-۰/۰۰۶	۱		ضریب همبستگی پیرسون
۰/۰۰۲	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰	۰/۱۴۲	۰/۱۳۴	۰/۸۶۰			سطح معنی‌دار
۱۰۰۰	۱۰۰۰	۱۰۰۰	۱۰۰۰	۱۰۰۰	۱۰۰۰	۱۰۰۰		تعداد مشاهده
-۰/۰۱۶	۰/۰۰۳	۰/۰۲۱	۰/۳۵۱	۰/۱۷۴	۱			ضریب همبستگی پیرسون
۰/۶۱۴	۰/۹۲۷	۰/۵۰۱	۰/۰۰۰	۰/۰۰۰				سطح معنی‌دار
۱۰۰۰	۱۰۰۰	۱۰۰۰	۱۰۰۰	۱۰۰۰	۱۰۰۰			تعداد مشاهده
-۰/۰۵۷	۰/۰۲۹	۰/۰۲۲	۰/۳۲۹	۱				ضریب همبستگی پیرسون
۰/۰۷۲	۰/۳۵۲	۰/۴۷۹	۰/۰۰۰					سطح معنی‌دار
۱۰۰۰	۱۰۰۰	۱۰۰۰	۱۰۰۰	۱۰۰۰				تعداد مشاهده
-۰/۰۰۳	۰/۰۲۵	-۰/۰۵۰	۱					ضریب همبستگی پیرسون
۰/۹۳۱	۰/۴۳۷	۰/۱۱۷						سطح معنی‌دار
۱۰۰۰	۱۰۰۰	۱۰۰۰	۱۰۰۰					تعداد مشاهده
۰/۰۸۴	۰/۰۲۴	۱						ضریب همبستگی پیرسون
۰/۰۰۸	۰/۴۴۸							سطح معنی‌دار
۱۰۰۰	۱۰۰۰	۱۰۰۰						تعداد مشاهده
۰/۰۲۰	۱							ضریب همبستگی پیرسون
۰/۵۲۸								سطح معنی‌دار
۱۰۰۰	۱۰۰۰							تعداد مشاهده
۱								ضریب همبستگی پیرسون
								سطح معنی‌دار
۱۰۰۰								تعداد مشاهده

منبع: یافته‌های پژوهشگر

۱۲- آزمون فرضیه دوم

بر اساس مدل تحقیق، هرکدام از شاخص‌های مدیریت سود به‌عنوان متغیر مستقل به‌صورت جداگانه وارد مدل می‌شوند و سطح معنی‌داری آن موردبررسی قرار می‌گیرد. نتایج به‌صورت جدول ۸ ارائه شده است. در این جدول، سطح معنی‌داری همه شاخص‌های مدیریت سود مبتنی بر ارقام تعهدی برابر صفر و کوچک‌تر از پنج درصد است. اما سطح معنی‌داری شاخص مدیریت سود مبتنی بر ارقام درآمدی، برابر ۳۱/۱ درصد و بزرگ‌تر از پنج درصد است. بنابراین با اطمینان ۹۵ درصد می‌توان اظهار داشت که شاخص مدیریت سود حاصل از مدل‌های مدیریت سود مبتنی بر ارقام تعهدی در مقایسه با مدل درآمدی، یک متغیر مربوط و تأثیرگذار بر ارزش بازار شرکت است. بنابراین فرضیه H_0 رد و فرض مقابل آن یعنی H_1 پذیرفته می‌شود. از آنجایی که ضریب شاخص مدیریت سود در جدول ۸ منفی است، بنابراین مدیریت سود اثر منفی بر ارزش بازار شرکت دارد.

جدول ۸- آزمون مربوط بودن شاخص مدیریت سود

مدل‌ها	مدل درآمدی - کی لر			مدل جونز			مدل جونز تعدیل شده		
	ضرایب	آماره T	سطح معنی‌داری	ضرایب	آماره T	سطح معنی‌داری	ضرایب	آماره T	سطح معنی‌داری
Constant	۰/۶۲۶	۵/۰۵۷	۰/۰۰۰	۰/۵۶۳	۴/۵۴۰	۰/۰۰۰	۰/۵۴۷	۴/۴۰۹	۰/۰۰۰
BV	-۱/۶۳۸	-۵/۸۶۰	۰/۰۰۰	-۱/۵۸۷	-۵/۷۱۲	۰/۰۰۰	-۱/۵۸۹	-۵/۷۲۸	۰/۰۰۰
NI	۷/۳۸۱	۳۱/۰۲۷	۰/۰۰۰	۷/۶۴۱	۳۱/۰۹۱	۰/۰۰۰	۷/۶۸۷	۳۱/۱۶۴	۰/۰۰۰
Size	-۰/۱۹۳	-۳/۷۰۲	۰/۰۰۰	-۰/۱۸۰	-۳/۴۷۲	۰/۰۰۱	-۰/۱۷۹	-۳/۴۵۶	۰/۰۰۱
Lev	۰/۰۲۰	۰/۲۴۳	۰/۸۰۸	۰/۰۲۳	۰/۲۸۸	۰/۷۷۳	۰/۰۲۳	۰/۲۹۱	۰/۷۷۱
Sg	۰/۰۱۰	۰/۱۹۸	۰/۸۴۳	۰/۰۱۱	۰/۲۱۱	۰/۸۳۳	۰/۰۲۹	۰/۵۵۶	۰/۵۷۸
Size × NI	-۰/۴۰۳	-۱/۴۲۵	۰/۱۵۵	-۰/۳۳۸	-۱/۲۰۲	۰/۲۳۰	-۰/۳۳۵	-۱/۱۹۱	۰/۲۳۴
Lev × NI	-۰/۰۸۹	-۰/۳۳۳	۰/۷۴۰	-۰/۱۰۸	-۰/۴۰۴	۰/۶۸۶	-۰/۱۰۹	-۰/۴۱۱	۰/۶۸۱
Sg × NI	-۰/۱۸۹	-۰/۷۶۳	۰/۴۴۵	-۰/۱۸۳	-۰/۷۴۶	۰/۴۵۶	-۰/۱۷۹	-۰/۷۳۱	۰/۴۶۵
Em	-۰/۱۴۹	-۱/۰۱۴	۰/۳۱۱	-۰/۹۱۲	-۳/۸۰۰	۰/۰۰۰	-۱/۰۰۹	-۴/۲۰۶	۰/۰۰۰
Constant	۰/۰۵۱۱	۴/۱۰۷	۰/۰۰۰	۰/۵۹۵	۴/۸۳۶	۰/۰۰۰	۰/۵۸۹	۴/۷۸۷	۰/۰۰۰
BV	-۱/۶۰۴	-۵/۸۰۶	۰/۰۰۰	-۱/۵۸۴	-۵/۷۰۱	۰/۰۰۰	-۱/۵۸۴	-۵/۷۱۰	۰/۰۰۰
NI	۷/۹۵۸	۳۰/۴۳۳	۰/۰۰۰	۷/۳۵۷	۳۱/۱۴۴	۰/۰۰۰	۷/۳۴۹	۳۱/۱۳۷	۰/۰۰۰
Size	-۰/۱۷۴	-۳/۳۵۷	۰/۰۰۱	-۰/۱۸۴	-۳/۵۳۶	۰/۰۰۰	-۰/۱۸۳	-۳/۵۳۳	۰/۰۰۰
Lev	۰/۰۲۳	۰/۲۹۳	۰/۷۶۹	۰/۰۲۴	۰/۲۹۷	۰/۷۶۶	۰/۰۲۴	۰/۲۹۹	۰/۷۶۵
Sg	۰/۰۲۷	۰/۵۱۱	۰/۶۰۹	۰/۰۲۲	۰/۴۱۴	۰/۶۷۹	۰/۰۳۶	۰/۶۸۹	۰/۴۹۱
Size × NI	-۰/۲۹۵	-۱/۰۵۲	۰/۲۹۳	-۰/۳۳۹	-۱/۲۰۶	۰/۲۲۸	-۰/۳۳۶	-۱/۱۹۷	۰/۲۳۱

مدل‌ها	مدل درآمدی - کی لر			مدل جونز			مدل جونز تعدیل شده		
	ضرایب	آماره T	سطح معنی‌داری	ضرایب	آماره T	سطح معنی‌داری	ضرایب	آماره T	سطح معنی‌داری
Lev × NI	-۰/۱۱۴	-۰/۴۲۹	۰/۶۶۸	-۰/۱۰۸	-۰/۴۰۴	۰/۶۸۶	-۰/۱۰۹	-۰/۴۱۱	۰/۶۸۱
Sg × NI	-۰/۱۶۱	-۰/۶۵۸	۰/۵۱۱	-۰/۱۸۲	-۰/۷۴۲	۰/۴۵۸	۰/۱۸۱	-۰/۷۳۷	۰/۴۶۱
Em	-۱/۵۵۷	-۵/۰۱۰	۰/۰۰۰	-۰/۹۵۵	-۳/۹۵۹	۰/۰۰۰	-۱/۰۲۳	-۴/۲۳۶	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های پژوهشگر (ادامه جدول ۸)

جدول ۹ - آماره‌های F و R² تعدیل شده مدل‌های مختلف مدیریت سود

مدل‌ها	آماره F	سطح معنی‌داری	R ² تعدیل شده (درصد)
مدل درآمدی - کی لر	۱۲۵/۸	۰/۰۰۰	۵۲/۹
مدل جونز	۱۲۹/۰۷۲	۰/۰۰۰	۵۳/۶
مدل جونز تعدیل شده	۱۲۹/۸۴	۰/۰۰۰	۵۳/۷
مدل کازنیک	۱۳۱/۶۱	۰/۰۰۰	۵۴/۱
مدل کوتاری جونز	۱۲۹/۳۶	۰/۰۰۰	۵۳/۶
مدل کوتاری جونز تعدیل شده	۱۲۹/۹	۰/۰۰۰	۵۳/۷

منبع: یافته‌های پژوهشگر

۱۳- سایر یافته‌های تحقیق

بر اساس نتایج جدول ۵ می‌توان گفت که مدل کازنیک به دلیل آن که F بزرگ‌تری نسبت به بقیه مدل‌های تعهدی دارد، مدل مناسب‌تری برای اندازه‌گیری مدیریت سود برای نمونه تحقیق، محسوب می‌شود. هم‌چنین نتایج جدول ۱۰ نشان می‌دهد که:

- ۱) میان مدل‌های مختلف تعهدی مدیریت سود همبستگی و رابطه معنی‌دار وجود دارد.
 - ۲) از میان مدل‌های مختلف تعهدی مدیریت سود تنها مدل جونز تعدیل شده و مدل کازنیک با مدل درآمدی همبستگی و رابطه معنی‌دار دارند.
- هیچ‌کدام از مدل‌های مختلف مدیریت سود اعم از تعهدی و درآمدی با شاخص عدم تقارن اطلاعاتی رابطه معنی‌دار ندارد. یعنی مدیریت سود موجب کاهش عدم تقارن اطلاعاتی نمی‌شود.

جدول ۱۰- ضریب همبستگی پیرسون مدل‌های اندازه‌گیری سود و عدم تقارن اطلاعاتی

عدم تقارن اطلاعاتی	مدل درآمدی کی لر	کوئاری جونز تعدیل شده	کوئاری جونز	کازنیک	جونز تعدیل شده	جونز	
-۰/۰۰۹ ۰/۷۸۳ ۱۰۰۰	۰/۰۳۴ ۰/۲۸۹ ۱۰۰۰	۰/۹۲۴ ۰/۰۰۰ ۱۰۰۰	۰/۹۳۷ ۰/۰۰۰ ۱۰۰۰	۰/۸۱۷ ۰/۰۰۰ ۱۰۰۰	۰/۹۹۱ ۰/۰۰۰ ۱۰۰۰	۱ ۱۰۰۰	ضریب همبستگی جونز سطح معنی‌داری تعداد مشاهده
-۰/۰۱۰ ۰/۷۶۳ ۱۰۰۰	۰/۰۶۵ ۰/۰۳۹ ۱۰۰۰	۰/۹۲۹ ۰/۰۰۰ ۱۰۰۰	۰/۹۳۰ ۰/۰۰۰ ۱۰۰۰	۰/۸۳۰ ۰/۰۰۰ ۱۰۰۰	۱ ۱۰۰۰		ضریب همبستگی جونز تعدیل‌شده سطح معنی‌داری تعداد مشاهده
-۰/۰۱۳ ۰/۶۸۵ ۱۰۰۰	۰/۱۵۰ ۰/۰۰۰ ۱۰۰۰	۰/۶۸۸ ۰/۰۰۰ ۱۰۰۰	۰/۶۹۱ ۰/۰۰۰ ۱۰۰۰	۱ ۱۰۰۰			ضریب همبستگی کازنیک سطح معنی‌داری تعداد مشاهده
۰/۰۱۶ ۰/۶۰۵ ۱۰۰۰	۰/۰۴۶ ۰/۱۴۶ ۱۰۰۰	۰/۹۹۵ ۰/۰۰۰ ۱۰۰۰	۱ ۱۰۰۰				ضریب همبستگی کوئاری جونز سطح معنی‌داری تعداد مشاهده
۰/۰۱۶ ۰/۶۱۰ ۱۰۰۰	۰/۰۲۶ ۰/۴۱۴ ۱۰۰۰	۱ ۱۰۰۰					ض. ه کوئاری جونز تعدیل‌شده سطح معنی‌داری تعداد مشاهده
۰/۰۲۶ ۰/۴۲۰ ۱۰۰۰	۱ ۱۰۰۰						ضریب همبستگی درآمدی کی لر سطح معنی‌داری تعداد مشاهده
۱ ۰/۰۰۰ ۱۰۰۰							ض. ه عدم تقارن اطلاعاتی سطح معنی‌داری تعداد مشاهده

منبع: یافته‌های پژوهشگر (ادامه جدول ۱۰)

جدول ۱۱ نیز نشان می‌دهد تنها مدل کازنیک با شاخص توپین رابطه مثبت دارد.

جدول ۱۱- ضریب همبستگی پیرسون مدل‌های اندازه‌گیری سود و شاخص توپین

شاخص توپین	مدل درآمدی کی لر	کوئاری جونز تعدیل شده	کوئاری جونز	کازنیک	جونز تعدیل شده	جونز	
۰/۰۱۸ ۰/۵۷۴ ۱۰۰۰	۰/۰۳۴ ۰/۲۸۹ ۱۰۰۰	۰/۹۲۴ ۰/۰۰۰ ۱۰۰۰	۰/۹۳۷ ۰/۰۰۰ ۱۰۰۰	۰/۸۱۷ ۰/۰۰۰ ۱۰۰۰	۰/۹۹۱ ۰/۰۰۰ ۱۰۰۰	۱ ۱۰۰۰	ضریب همبستگی جونز سطح معنی‌داری تعداد مشاهده

شاخص توبین	مدل درآمدی کی لر	کوئاری جونز تعدیل شده	کوئاری جونز	کازنیک	جونز تعدیل شده	جونز	
۰/۰۲۱ ۰/۴۹۷ ۱۰۰۰	۰/۰۶۵ ۰/۰۳۹ ۱۰۰۰	۰/۹۲۹ ۰/۰۰۰ ۱۰۰۰	۰/۹۳۰ ۰/۰۰۰ ۱۰۰۰	۰/۸۳۰ ۰/۰۰۰ ۱۰۰۰	۱ ۱۰۰۰		ضریب همبستگی جونز تعدیل شده سطح معنی داری تعداد مشاهده
۰/۰۷۷ ۰/۰۱۵ ۱۰۰۰	۰/۱۵۰ ۰/۰۰۰ ۱۰۰۰	۰/۶۸۸ ۰/۰۰۰ ۱۰۰۰	۰/۶۹۱ ۰/۰۰۰ ۱۰۰۰	۱ ۱۰۰۰			ضریب همبستگی کازنیک سطح معنی داری تعداد مشاهده
-۰/۰۳۹ ۰/۲۱۴ ۱۰۰۰	۰/۰۴۶ ۰/۱۴۶ ۱۰۰۰	۰/۹۹۵ ۰/۰۰۰ ۱۰۰۰	۱ ۱۰۰۰				ضریب همبستگی کوئاری جونز سطح معنی داری تعداد مشاهده
-۰/۰۳۹ ۰/۲۱۴ ۱۰۰۰	۰/۰۲۶ ۰/۴۱۴ ۱۰۰۰	۱ ۱۰۰۰					ض. ه کوئاری جونز تعدیل شده سطح معنی داری تعداد مشاهده
-۰/۰۰۸ ۰/۷۹۵ ۱۰۰۰	۱ ۱۰۰۰						ضریب همبستگی درآمدی کی لر سطح معنی داری تعداد مشاهده
۱ ۰/۰۰۰ ۱۰۰۰							ضریب همبستگی شاخص توبین سطح معنی داری تعداد مشاهده

منبع: یافته‌های پژوهشگر (ادامه جدول ۱۱)

۱۴- نتایج تحقیق

نتایج حاصل از آماره‌های توصیفی نشان می‌دهد میانگین مدیریت سود در همه مدل‌ها برابر صفر است. یعنی مدل‌های مختلف تفاوت چندانی برای اندازه‌گیری مدیریت سود باهم ندارند. اما توان پیش‌بینی مدل‌های اقلام تعهدی در مقایسه با مدل درآمدی بهتر است. هم‌چنین مدل کازنیک در میان مدل‌های اقلام تعهدی توان بیشتری برای پیش‌بینی مدیریت سود دارد. این یافته مطابق نتایج تحقیقات انجام شده توسط آقایی و چالاک (۱۳۸۸) و بهار مقدم و کوهی (۱۳۸۹) و سجادی و دیگران (۱۳۹۱) می‌باشد. لازم به ذکر است در مطالعات یادشده تنها از مدل‌های اقلام تعهدی استفاده شده است و پیرامون مدل‌های درآمدی مطالعه‌ای صورت نگرفته است. هم‌چنین نتایج نشان می‌دهند تمام شاخص‌های مدیریت سود که از مدل‌های مبتنی بر اقلام تعهدی محاسبه می‌شوند، می‌توانند بر ارزش بازار شرکت اثرگذار باشند. اما این اثرگذاری در شاخص مدیریت سود مبتنی بر اقلام درآمدی مشاهده نمی‌شود. لازم به توضیح است به دلیل آن‌که ضریب مدیریت سود در جدول ۸ منفی است. بنابراین میان شاخص مدیریت سود مبتنی بر اقلام تعهدی و ارزش بازار شرکت رابطه‌ای معکوس و منفی وجود دارد. یعنی مدیریت سود موجب کاهش ارزش شرکت می‌شود.

این موضوع بیان‌گر آن است که مدیریت سود موجب افزایش ارزش شرکت نمی‌شود، بلکه موجب کاهش ارزش شرکت می‌شود. بنابراین مدیریت سود مغایر با رویکرد کارایی مدیریت سود است. بر اساس این رویکرد، هرگاه مدیران شرکت، سود را برای افزایش ارزش شرکت مدیریت کنند در آن صورت مدیریت سود، پدیده‌ای مناسب و خوب است و از دیدگاه تئوری اثباتی از کارایی لازم برخوردار است. شواهد پژوهش نشان می‌دهد که مدیریت سود در شرکت‌های نمونه تحقیق، بر اساس رویکرد فرصت‌طلبانه انجام می‌شود و نه رویکرد کارایی. چون مدیریت سود باعث کاهش ارزش شرکت می‌شود. این یافته مشابه نتایج تحقیق مارکوآردت و وایدمن (۲۰۰۴b) و اعتمادی و دیگران (۱۳۹۱) و مغایر با نتایج تحقیق بهار مقدم و کوهی (۱۳۸۹)، احمدپور و منتظری (۱۳۹۰)، سجادی و دیگران (۱۳۹۱) و رضایی و روشنی (۲۰۱۲) است. بر اساس جدول ۸، در تعیین ارزش شرکت، سود حسابداری رابطه‌ای مثبت با ارزش بازار شرکت دارد و موجب افزایش آن می‌شود. سود حسابداری در مقایسه با ارزش دفتری حقوق صاحبان سهام رابطه‌ای بسیار قوی‌تر در پیش‌بینی ارزش سهام شرکت دارد. اندازه شرکت رابطه‌ای منفی با ارزش بازار شرکت دارد. اما رشد فروش و نسبت بدهی تأثیری بر ارزش بازار شرکت ندارند. بر اساس نتایج این پژوهش می‌توان به تدوین‌کنندگان استانداردهای حسابداری پیشنهاد نمود استانداردهای حسابداری را تدوین نماید، تا آن استانداردها رفتار فرصت‌طلبانه مدیریت را در مدیریت سود محدود نماید.

در فرضیه اول تأیید شد که مدل‌های مدیریت سود مبتنی بر اقلام تعهدی در مقایسه با مدل درآمدی توان بیشتری در پیش‌بینی مدیریت سود را دارند. از این رو به استادان و پژوهش‌گران حسابداری پیشنهاد می‌شود تا در اندازه‌گیری شاخص مدیریت سود، مدل‌های مبتنی بر اقلام تعهدی را استفاده نمایند.

آزمون فرضیه دوم نشان داد که شاخص مدیریت سود بر اساس مدل‌های اقلام تعهدی در مقایسه با مدل درآمدی یک متغیر مربوط و تأثیرگذار بر ارزش بازار شرکت است. بنابراین، به تحلیل‌گران مالی پیشنهاد می‌شود در تحلیل ارزش بازار شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار، شاخص مدیریت سود را در هر شرکت محاسبه و آن را در تحلیل‌های خود مدنظر قرار دهند.

با توجه به موضوع بررسی‌شده در این پژوهش، پیشنهادهای زیر برای انجام تحقیقات آتی ارائه می‌گردد:

- مقایسه مدل‌های اندازه‌گیری مدیریت سود با مدل‌های اندازه‌گیری محافظه‌کاری حسابداری
- رابطه مدیریت سود و حق‌الزحمه حسابرسی
- رابطه مدیریت سود، کیفیت گزارشگری مالی و نظام راهبری شرکت‌ها

فهرست منابع

۱) آقایی، محمدعلی و پری چالاک، (۱۳۸۸). "بررسی رابطه بین ویژگی‌های حاکمیت شرکتی و مدیریت سود در شرکت‌های پذیرفته‌شده در بورس اوراق بهادار تهران" تحقیقات حسابداری، سال اول، شماره چهارم، (زمستان)، صص. ۷۷-۵۴.

- ۲) احمدپور احمد و هادی منتظری، (۱۳۹۰)، "نوع مدیریت سود و تأثیر اندازه‌ی شرکت، ساختار مالکیت و حاکمیت شرکتی بر آن" مجله‌ی پیشرفت‌های حسابداری دانشگاه شیراز، دوره‌ی سوم، شماره‌ی دوم، پیاپی ۶۱/۳، (پاییز و زمستان)، صص ۳۵-۱.
- ۳) اعتمادی، حسین و منصور مومنی و حسن فرج زاده دهکردی (۱۳۹۱)، "مدیریت سود، چگونه کیفیت سود شرکت‌ها را تحت تأثیر قرار می‌دهد؟" مجله پژوهش‌های حسابداری مالی، سال چهارم، شماره ۲، شماره پیاپی (۱۲)، (تابستان)، صص. ۱۲۲-۱۰۱.
- ۴) بنی مهد، بهمن و عبدالرضا عرب عامری، (۱۳۹۰)، "بررسی رابطه میان شاخص مدیریت سود و بدهی"، پایان‌نامه کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات.
- ۵) بهارمقدم، مهدی و علی کوهی، (۱۳۸۹)، "بررسی نوع مدیریت سود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، مجله‌ی دانش حسابداری، سال اول، شماره ۲، (پاییز)، صص. ۹۳-۷۵.
- ۶) پورحیدری، امید و داود همتی، (۱۳۸۳) "بررسی اثر قراردادهای بدهی، هزینه‌های سیاسی، طرح‌های پاداش و مالکیت بر مدیریت سود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار"، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، شماره ۳۶، صص. ۶۳-۳۶.
- ۷) ثقفی، علی و مهدی بهارمقدم، (۱۳۸۷)، "محرک‌های مؤثر بر مدیریت سود"، مجله توسعه و سرمایه، سال اول، شماره ۲، (پاییز و زمستان)، صص. ۱۲۵-۱۰۳.
- ۸) سجادی، سیدحسین، محسن دستگیر، علی حسین حسین زاده و محمد امید اخگر، (۱۳۹۱)، "بررسی شیوه‌های استفاده از اختیارات مدیریت در گزارش‌گری سودآوری آینده و تأثیر ویژگی‌های شرکت‌ها بر شیوه‌های استفاده از اختیارات مزبور" دانش حسابداری، سال سوم، شماره ۸، صص. ۳۰-۷.
- ۹) مهرآذین، علیرضا، (۱۳۸۷)، "ارزیابی اقلام تعهدی در کشف مدیریت سود"، رساله دکتری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم و تحقیقات
- 10) Algharaballi Eiman and Saad Albuloushi, (2008), "Evaluating the Specification and Power of Discretionary Accruals Models in Kuwait", Journal of Derivatives & Hedge Funds, Volume 14 Numbers 3/4, PP. 251-264
- 11) Atik Asuman, (2009), "Detecting Income-smoothing Behaviors of Turkish Listed Companies through Empirical Tests Using Discretionary Accounting Changes", Critical Perspectives on Accounting, 20, PP. 591-613
- 12) Barth, M., W. Beaver and W. Landsman, (2001), "The Relevance of the Value Relevance Literature for Financial Accounting Standard Setting: Another View", Journal of Accounting and Economics, Vol. 31, PP. 77-104.
- 13) Beatty, A., B. Ke, and K. Petroni, (2002), "Earnings Management to Avoid Earnings Declines Across Publicly and Privately Held Banks", The Accounting Review, 77 (July), PP. 547-570.
- 14) Caylor, R., (2009), "Strategic Revenue Recognition to Achieve Earnings Benchmarks", Journal of Accounting and Public Policy, Forthcoming.
- 15) Dechow, Patricia, Richard Sloan, and Amy P. Sweeney. (1995), "Detecting Earnings Management", The Accounting Review, 70, 2, PP. 193-225.
- 16) DeFond, M. L., Jiambalvo, J., (1994), "Debt Covenant Effects and the Manipulation of Accruals", Journal of Accounting and Economics, 17, PP. 145-176.

- 17) DeFond Mark L. ,(2010), "Earnings Quality Research: Advances, Challenges and Future Research" , Journal of Accounting and Economics ,50 ,PP. 402–409
- 18) Dhaliwal, D.S. ,(1980), "The Effect of the Firm's Capital Structure on the Choice of Accounting Methods" , Accounting Review, 55, 78-84.
- 19) Dye, R. ,(1988), "Earnings Management in an Overlapping Generations Model", Journal of Accounting Research, 26: 195-235.
- 20) Francis, J. and K. Schipper ,(1999), "Have Financial Statements Lost Their Relevance?", Journal of Accounting Research, Vol. 37, PP. 319–52.
- 21) Habib, A. ,(2005), "Firm-specific Determinants of Income Smoothing in Bangladesh: An Empirical Evaluation" , Advances in International Accounting , 18, PP. 53-71.
- 22) Hunton, J. E., R. Libby and C. Mazza ,(2006), "Financial Reporting Transparency and Earnings Management", Accounting Review, 81.
- 23) Islam Md. Aminul, Ruhani Ali and Zamri Ahmad ,(2011), "Is Modified Jones Model Effective in Detecting Earnings Management? Evidence from A Developing Economy" , International Journal of Economics and Finance, Vol. 3, No. 2
- 24) Jones, J. J. ,(1991), "Earnings Management During Import Relief Investigation" , Journal of Accounting Research, 29,PP. 193–228.
- 25) Kasznik , Ron ,(1999), "On the Association between Voluntary Disclosure and Earnings Management", Journal of Accounting Research, 37,PP.57–81.
- 26) Kellog, I., & Kellog , L. B. ,(1991), "Fraud Window Dressing and Negligence in Financial Statement" , Colorado: McGrow Hill.
- 27) Kothari, S.P. , Andrew L. Leone , and Charles E. Wasley ,(2005), "Performance Matched Discretionary Accrual Measures" , Journal of Accounting and Economics, 39 , 1,PP. 163–197.
- 28) Lo , Kin ,(2008), "Earnings Management and Earnings Quality" , Journal of Accounting and Economics , 45,PP. 350–357
- 29) Marquardt, C. and C. Wiedman ,(2004a), "How Are Earnings Managed? An Examination of Specific Accruals", Contemporary Accounting Research, 21,PP. 461–491
- 30) Marquardt Carol A. and Christine I. Wiedman ,(2004b), "The Effect of Earnings Management on the Value Relevance of Accounting Information" , Journal of Business Finance & Accounting, 31(3) & (4), PP. 297-332.
- 31) Matsumoto, D. A. ,(2002), "Management's Incentives to Avoid Negative Earnings Surprises", The Accounting Review, 77 (July),PP. 483–514.
- 32) Moses, O. D. ,(1987), "Income Smoothing and Incentives", the Accounting Review, 62 (April),PP. 358-375.
- 33) Ndubizu, G. A. and Tsetsekos, G. P. ,(1991), "Functional Currency Smoothing and Managerial Incentives: An Empirical Test" ,The International Journal of Accounting, 27, PP.27-37.
- 34) Ohlson, J. ,(1995), "Earnings, Book Values, and Dividends in Security Valuation" ,Contemporary Accounting Research, Vol. 11, pp. 661–87.
- 35) Plummer, E., and D. Mest ,(2001), "Evidence on the Management of Earnings Components". Journal of Accounting, Auditing & Finance, 6,PP. 301–323.
- 36) Rees, Lynn L., Susan Gill, and Richard Gore ,(1996), " An Investigation of Asset Write-downs and Concurrent Abnormal Accruals" , Journal of Accounting Research , 34,PP. 157–169.
- 37) Rezaei Farzin and Maryam Roshan ,(2012), "Efficient or Opportunistic Earnings Management with Regards to the Role of Firm Size and Corporate Governance Practices", Interdisciplinary Journal of Contemporary Research in Business, VOL 3, NO 9, (JANUARY),PP.1312-1322

- 38) Ronen Joshua and Yaari, Varda Lewinsein ,(2008), "Earnings Management: Emerging Insights in Theory, Practice, and Research" , Springer Science+Business Media, LLC.
- 39) Russell O. C. Somoye , Akintoye Ishola R. and Oseni Jimoh E. ,(2009), "Determinant of Equity Prices in the Stock Markets" , International Research Journal of Finance and Economics, 30,PP. 177-189.
- 40) Scott , William ,(2009), "Financial Accounting Theory" , Fifth Edition , Prentice Hall , chapter 11, PP. 402-428
- 41) Shiue, M.-J. & Lin, C.-J. ,(2004), "The Study of Earnings Management Detecting Models: A Case of Firms in Financial Distress" , Taiwan Accounting Review, 5(1),PP. 105-130.
- 42) Stubben Stephen R. ,(2010), "Discretionary Revenues as a Measure of Earnings Management". The Accounting Review,85(2),PP. 695-717.
- 43) Subramanyam, K.R. ,(1996), "The Pricing of Discretionary Accruals", Journal of Accounting and Economics, 22, 1-3,PP. 249-281.
- 44) Teoh, S.H., Welch, I., Wong, T.J.,(1998a), "Earnings Management and the Underperformance of Seasoned Equity Offerings", Journal of Financial Economics, 50,PP.63-69.
- 45) Teoh, S.H. , Welch , I. , Wong, T.J.,(1998b), "Earnings Management and the Long-run Market Performance of Initial Public Offerings" , Journal of Finance, 53,PP. 1935-1974.
- 46) Watts, R. and J. Zimmerman ,(1986), "Positive Accounting Theory", Englewood Cliffs, New Jersey: Prentice-Hall.
- 47) Yoon, S., G. Miller & Jiraporn P. ,(2006), "Cash from Operations and Earnings Management in Korea", Journal of International Financial Management and Accounting, PP. 85-109.

یادداشت‌ها

1. Atik
2. Lo
3. Wrongdoing
4. Mischief
5. Conflict
6. Cloak and dagger
7. Mystery
8. Defond
9. Arthur Levitt
10. Sarbanes-Oxley Act
11. Jones
12. International Accounting Standards Board (IASB)
13. International Financial Reporting Standards (IFRS)
14. Ronen & Yaari
15. Subramanyam
16. Scott
17. Jones
18. Dechow, Sloan and Sweeney
19. Kasznik
20. Kothari
21. Caylor
22. Russell
23. Kellog & Kellog
24. Hunton

25. Jiambalvo
26. Rees
27. Teoh
28. Shiu & Lin
29. Yoon
30. Islam
31. Algharaballi & Albuloushi
32. Plummer & Mest
33. Marquardt & Wiedman
34. Stubben
35. Dechow & Dichev
36. McNichols
37. Watts & Zimmerman
38. Habib
39. Moses
40. Beatty
41. Matsumoto
42. Ndubizu & Tsetsekos
43. Dhaliwal
44. Dye
45. Ohlson
46. Value Relevance
47. Francis & Schipper
48. Barth & Beaver & Landsman