

تأثیر افشای اطلاعات استراتژیک، غیرمالی و مالی بر مدیریت سود

بهزاد قربانی^۱

سیدجلال‌الدین حسینی غنچه^۲

زهرا محمدیلر^۳

تاریخ پذیرش: ۱۳۹۶/۰۶/۱۱

تاریخ دریافت: ۱۳۹۶/۰۴/۰۵

چکیده

در این مقاله تأثیر افشای اطلاعات استراتژیک، غیرمالی و مالی بر مدیریت سود شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران مورد بررسی قرار گرفته است. برای سنجش متغیرهای افشای اطلاعات استراتژیک، غیرمالی و مالی به پیروی از ریاحی و عرب (۲۰۱۱) از یک فرم امتیاز بندی ویژه (با اندکی تعدیل) و برای سنجش مدیریت سود از مدل کوتاری (۲۰۰۵) استفاده شده است. تحلیل داده‌های پژوهش از طریق مدل‌های رگرسیون خطی چند متغیره و با استفاده از داده‌های ترکیبی انجام شده است. تعداد ۱۰۴ شرکت نمونه آماری پژوهش را تشکیل داده‌اند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد افشای اطلاعات استراتژیک، غیرمالی و مالی اثر معناداری بر مدیریت سود دارد. بدین ترتیب که افزایش افشای اطلاعات مالی منجر به کاهش مدیریت سود شده است در حالیکه با افزایش افشای اطلاعات استراتژیک و غیرمالی مدیریت سود نیز افزایش یافته است. نتایج حاصل در بعد افشای اطلاعات مالی مطابق با یافته‌های جو و کیم (۲۰۰۷) و ریاحی و عرب (۲۰۱۱) می‌باشد.

واژه‌های کلیدی: افشای اطلاعات، اطلاعات استراتژیک، اطلاعات غیرمالی، اطلاعات مالی، مدیریت سود.

۱- استادیار گروه حسابداری، واحد خدابنده، دانشگاه آزاد اسلامی، خدابنده، ایران، نویسنده اصلی. dr.b_ghorbani@yahoo.com

۲- استادیار گروه حسابداری، واحد تاکستان، دانشگاه آزاد اسلامی، تاکستان، ایران

۳- کارشناس ارشد حسابداری، واحد تاکستان، دانشگاه آزاد اسلامی، تاکستان، ایران

۱- مقدمه

پر واضح است که هر جا سخن از تصمیم‌گیری است مبحث اطلاعات و نحوه دسترسی به آن مطرح می‌شود. در این راستا اطلاعاتی حائز اهمیت است که مفید باشد و به موقع افشا گردد و همچنین اطلاعات باید دارای اهمیت بوده و توان اثرگذاری بر تصمیم‌گیری‌های اقتصادی افراد را داشته باشد و منجر به تصمیم‌گیری بهینه شود (حسینی و بشیر حسینی، ۱۳۸۸، ۷۵). تصمیم‌گیری درست برای سرمایه‌گذاری در سطح بنگاه‌های اقتصادی و تخصیص بهینه منابع کمیاب در جامعه، مستلزم وجود اطلاعات مالی شفاف و قابل مقایسه است. وجود اطلاعات مالی شفاف و قابل مقایسه رکن اساسی پاسخگویی و تصمیم‌گیری اقتصادی آگاهانه و از ملزومات بی‌بدیل توسعه و رشد اقتصادی در بخش خصوصی و دولتی است. استفاده‌کنندگان از اطلاعات مالی، بالاخص سرمایه‌گذاران، برای تصمیم‌گیری در زمینه خرید و فروش سهام، ارزیابی عملکرد مدیران و دیگر تصمیمات اقتصادی مهم به اطلاعات نیاز دارند و سرمایه‌گذاران زمانی در یک واحد اقتصادی سرمایه‌گذاری می‌کنند، که درباره آن اطلاعات کافی داشته باشند (لشگری و نادری، ۱۳۸۸، ۷۷).

از دیدگاه استفاده‌کنندگان، اطلاعات مالی وقتی شفافیت و کیفیت اطلاعات ارائه شده بالاتر باشد، ریسک اطلاعاتی آن شرکت پایین‌تر است. سهامداران و اعتباردهندگان خواستار اطلاعات بیشتر و شفاف‌تری درباره شرکت هستند. افشای کامل همراه با شفافیت گزارشگری مالی می‌تواند شرایط مطمئنی ایجاد کند که اعتماد سرمایه‌گذاران را افزایش دهد. گزارش‌های قابل اتکا و بموقع باعث می‌شود که افراد بتوانند به درستی چشم اندازهای آتی شرکت را ارزیابی نمایند. این امر باعث کاهش ریسک سرمایه‌گذاری و همچنین افزایش نرخ بازده مورد انتظار می‌شود. در تلاش برای رسیدن به پیش‌بینی‌ها و انتظارات سرمایه‌گذاران راجع به آنالیزهای مالی، شرکت‌ها دریافتند که مدیریت سود راه حل خوبی است. ناکامی در رسیدن به پیش‌بینی‌های تحلیل‌گران و انتظارات سرمایه‌گذاران برای شرکت فاجعه‌بار می‌باشد. از لحاظ دسترسی به بودجه‌ها و فرصت‌های رشد کردن، شرکت‌هایی که از افشای بالاتری برخوردار هستند تمایل قوی‌تری دارند که سودها را به منظور رسیدن به پیش‌بینی‌های مالی تحلیل‌گران، مدیریت نمایند. این امر منجر به غیر موثق شدن افشا سازی‌ها می‌شود. شرکت‌هایی که شفاف نما هستند از تکنیک‌های مدیریت سود کوتاه مدت برای دستیابی به پیش‌بینی مورد اجماع تحلیل‌گران استفاده می‌کنند (ریاحی و عرب^۱، ۲۰۱۱، ۴۹).

سرمایه‌گذاران و تحلیل‌گران تمایل بالایی به افشای اطلاعات (عموماً اطلاعات مالی و در کنار آن‌ها اطلاعات غیرمالی و اطلاعات مربوط به استراتژی‌های شرکت) از جانب شرکت دارند تا از این طریق بتوانند آینده را بررسی نمایند، ولی با توجه به تئوری نمایندگی و جدایی مالکیت از مدیریت،

ممکن است با توجه به خواسته‌های متفاوت بین مالکان و مدیران، صورت‌های مالی و یادداشت‌های همراه آن نشان دهنده تمامی واقعیت‌های شرکت نباشد و در این بین یکی از متغیرهایی که می‌تواند تحت تأثیر سطوح افشای اطلاعات قرار گیرد مدیریت سود می‌باشد. از آنجایی که سرمایه‌گذاران جهت انجام تصمیم‌گیری‌های منطقی‌تر اصولاً ترجیح می‌دهند به جای سود مدیریت شده با سود واقعی شرکت روبرو شوند لذا این پژوهش به دنبال این است که آیا افزایش افشای اطلاعات توسط شرکت‌ها می‌تواند توانایی مدیران جهت اعمال مدیریت بر سود را دستخوش تغییر قرار دهد یا خیر؟

۲- مبانی نظری و پیشینه پژوهش

افشا، انتقال و ارائه اطلاعات اقتصادی اعم از مالی و غیرمالی، کمی یا سایر اشکال اطلاعات مرتبط با وضعیت و عملکرد مالی شرکت است. این افشا در صورتی که به واسطه یک منبع مقرراتی و وضع‌کننده قوانین الزامی شده باشد، افشای اجباری گفته می‌شود و در صورتی که افشای اطلاعات تحت تأثیر قوانین خاصی نباشد، افشای اختیاری تلقی می‌شود. هم‌چنین، افشا به طور ضمنی بیانگر ارائه حداقلی از اطلاعات در گزارش‌های شرکت است به نحوی که بتوان به وسیله آن ارزیابی قابل قبولی از ریسک‌ها و ارزش نسبی شرکت به عمل آورد و کاربران اطلاعات را در این زمینه یاری نماید (أسو آسناه، ۲، ۱۹۹۸، ۶۰۵).

بخش عمده‌ای از افشا مربوط به اطلاعات مالی است. با این حال بخشی از افشا اطلاعات مربوط به اطلاعات استراتژیک (از قبیل اطلاعات کلی شرکت، استراتژی شرکت و استدلال مدیریت و آنالیز و...)، و بخشی نیز مربوط به اطلاعات غیرمالی (نظیر اطلاعات مربوط به ساختار هیئت مدیره و اطلاعات مربوط به کارکنان و ...) می‌شود.

مدیریت سود

در ادبیات موجود، فرضیه‌ها و نظریه‌های متفاوتی برای توضیح مدیریت سود توسط مدیران و پیامدهای آن مورد استفاده قرار گرفته که عبارت‌اند از: فرضیه مکانیکی^۱، فرضیه بازار کارآ، تئوری اثباتی و نظریه رفتار فرصت طلبانه مدیران. فرضیه مکانیکی که در دهه ۱۹۶۰ مطرح گردید، بیانگر آن بود که استفاده کنندگان صورت‌های مالی، منابع اطلاعاتی به غیر از گزارش‌های مالی شرکت‌هایی را مورد استفاده قرار نمی‌دهند و سرمایه‌گذاران صرفاً براساس ارزش‌های ظاهری منعکس در اطلاعات مالی شرکت‌ها تصمیم‌گیری می‌کنند. طبق این فرضیه سرمایه‌گذاران ممکن است به طور سیستماتیک به وسیله گزینه‌ها و روش‌های حسابداری همراه شوند. رقیب فرضیه

مکانیکی، فرضیه بازار کاراً نامیده می‌شود. فرضیه بازار کاراً، پارادایم حاکم بر تحقیقات حسابداری مالی در دهه ۱۹۷۰، بیانگر آن است که قیمت‌های بازار تمام اطلاعات در دسترس را به طور کامل منعکس می‌نمایند (ولکر^۴، ۱۹۹۵) در شکل نیمه قوی فرضیه بازار کاراً که پذیرفته‌ترین سطح آن است گفته می‌شود که بازار می‌تواند اثر تغییرات حسابداری مصنوعی را تشخیص دهد، لذا مدیریت نمی‌تواند با این نوع تغییرات به طور سیستماتیک بازار را گمراه نماید. مطالعات زیادی وجود دارد که در آن‌ها از فرضیه‌های مکانیکی و بازار کاراً استفاده شده، لیکن محققین در تأیید پیش بینی‌های هر یک با شکست مواجه شده‌اند (برنارد و توماس^۵، ۱۹۸۹). علاوه بر این، هم فرضیه مکانیکی و هم فرضیه بازار کاراً به دلیل ساده بودن مبانی که بر آن‌ها استوار هستند مورد انتقاد قرار گرفته‌اند. برای مثال یکی از انتقادات این است که برخلاف مبانی سرمایه‌گذاران از نظر توانایی کسب اطلاعات حسابداری و تجزیه و تحلیل آن‌ها، هم سطح و متجانس نیستند. به دلیل فقدان شواهد پشتیبانی کننده برای هر یک از این فرضیه‌ها، مشخص نیست که چرا شرکت‌ها به تغییرات حسابداری مصنوعی یا به عبارتی مدیریت سود مبادرت می‌ورزند. در پاسخ به این سؤال واتر و زیمرمن^۶ (۱۹۷۸) تئوری اثباتی خود را به عنوان جایگزینی برای توضیح تغییرات حسابداری مصنوعی مطرح نمودند. تئوری اثباتی انگیزه‌هایی به غیر از انگیزه‌های مرتبط با بازار سرمایه را برای توضیح مدیریت سود توسط مدیران مطرح می‌نماید. برای این کار، تئوری اثباتی فرضیه‌های قبلی را نقض نمی‌کند، بلکه به جای آن برای بکارگیری گزینه‌های متفاوت حسابداری، بر انگیزه‌های قراردادی داخلی شرکت تأکید می‌کند. مطابق تئوری اثباتی حسابداری، از آنجاییکه متغیرهای حسابداری مبنایی را برای تصمیم‌گیری مربوط به تخصیص منابع، جبران خدمات مدیریت و اجتناب از نقض قراردادهای بدهی فراهم می‌کنند، مدیریت می‌تواند از طریق برآوردها و گزینش رویه‌های حسابداری سود را مدیریت نموده و بر نتایج و پیامدهای این تصمیم‌ها تأثیر گذارد. بنابراین، تئوری اثباتی سمت وسوی تحقیقات مدیریت سود را از آزمون انگیزه‌های مبتنی بر بازار سرمایه به طرف دلایل قراردادی داخلی شرکت برای تغییرات حسابداری مصنوعی سوق داد. اما مطالعات اخیر درباره مدیریت سود مجدداً تأکید خود را از تئوری اثباتی به سمت انگیزه‌های بازار سرمایه ای نظیر رفتار فرصت طلبانه مدیران تغییر داده‌اند از جمله می‌توان به مطالعه درباره^۷ کوشش‌های مدیران برای تحت تأثیر قراردادن عرضه‌های سهام از طریق مدیریت سود و با هدف تحقق بخشیدن به انتظارات تحلیل‌گران مالی اشاره کرد (تیو و وانگ^۷، ۱۹۹۸). تعریف مدیریت سود ارائه شده توسط هیلی و واهلن^۸ (۱۹۹۹) مطابق با این تغییر جهت است طبق این تعریف مدیران به صورت عمدی برای ایجاد ابهام در ارزش ذاتی شرکت با تاثیرگذاری بر تخصیص منابع، در گزارشگری مالی از قضاوت استفاده می‌کنند. در مجموع شواهد اخیر نشان می‌دهد که مدیریت سود

به یک رویه عمومی در بین شرکت‌ها تبدیل شده و چاره جویی برای محدود کردن آن به یکی از اولویت‌های مقام‌های ناظر بازارهای سرمایه بدل گردیده است (نوروش و حسینی، ۱۳۸۸، ۱۱۸).
 ن چن و همکاران^۹ (۲۰۱۳) در پژوهشی به بررسی تأثیر قوانین افشا بر مدیریت سود ناشی از معاملات با اشخاص وابسته پرداختند و به این نتیجه رسیدند که به دنبال قوانین افشای تصویب شده در مدیریت سود شرکت‌های تایوانی که دارای معاملات اشخاص وابسته با شرکت‌های چینی بوده‌اند، کاهش رخ داده است.

ریاحی و عرب (۲۰۱۱) در پژوهشی به رابطه بین افشای مکرر و مدیریت سود پرداختند. یافته‌های پژوهش نشان می‌دهد که ارتباط منفی و معنادار بین افشا اطلاعات و مدیریت سود وجود دارد. به عبارت دیگر، اگر میزان افشاگری افزایش یابد، مدیریت سود کاهش می‌یابد.

نانسون و همکاران^{۱۰} (۲۰۱۰) در پژوهشی به بررسی رابطه بین افشای محیطی شرکت، راهبری شرکتی و مدیریت سود پرداختند و دریافتند که ارتباط معناداری بین مدیریت سود و افشای محیطی وجود ندارد ولی ویژگی‌های راهبری شرکتی می‌تواند بر این رابطه مؤثر باشد.

جو و کیم^{۱۱} (۲۰۰۷) در طی تحقیقی نشان دادند که افشاکردن شفاف‌نمایی را افزایش می‌دهد. از این رو انگیزه برای مدیریت سود کم می‌شود، چون افزایش شفافیت به سرمایه‌گذاران کمک می‌کند تا مدیریت سودها را فاش کنند.

لوبو و زو^{۱۲} (۲۰۰۱) در پژوهشی به رابطه بین کیفیت افشا و مدیریت سود پرداختند. که یافته‌های آن‌ها نشان می‌دهد که بین کیفیت افشای شرکتی و مدیریت سود ارتباط منفی وجود دارد. ارتباط منفی منطبق با نظریه مدیریت سود فرصت طلبانه است.

خورشیدی و همکاران (۱۳۹۲) در مقاله‌ای به بررسی تأثیر کیفیت افشا بر انواع مدیریت سود پرداختند. نتایج پژوهش بیانگر رابطه معنادار و منفی بین سطح کیفی افشا و مدیریت سود اقلام تعهدی و واقعی سود است.

فخاری و هدایت تبار (۱۳۹۰) در پژوهش خود به بررسی اثر افشا بر مدیریت سود پرداختند. در این پژوهش آن‌ها برای اندازه‌گیری افشا، از فهرست افشایی که وزن‌دهی آن بر اساس نظر خبرگان بود، استفاده کردند و ارتباط آن را با حجم اقلام تعهدی غیرعادی، به منزله شاخص مدیریت سود، مورد بررسی قرار دادند. نتایج آن‌ها ارتباط منفی بین کیفیت افشا و مدیریت سود را گزارش داد.

نوروش و همکاران (۱۳۸۴) در تحقیقی به بررسی رابطه بین کیفیت افشا شرکتی (شامل قابلیت اتکا و به موقع بودن) و مدیریت سود بررسی پرداختند. یافته‌های این تحقیق نشان می‌دهد که بین کیفیت افشای شرکت و مدیریت سود رابطه منفی معنادار وجود دارد، همچنین بین به موقع بودن افشای شرکت و مدیریت سود نیز رابطه منفی معنی‌دار وجود دارد.

بداعی و بزاززاده (۱۳۸۶) در تحقیق خود به بررسی رابطه بین کیفیت افشا و مدیریت سود در دوره زمانی ۱۳۸۲ تا ۱۳۸۴ پرداخته‌اند. نتایج حاصل از آزمون‌های بعمل آمده ایشان در تحقیق در بررسی مقطعی سال به سال، تنها برای سال ۸۴ حاکی از وجود یک رابطه منفی و معنادار بین کیفیت افشا و مدیریت سود می‌باشد و در مجموع سه سال نیز نتایج نشان دهنده عدم وجود رابطه معنادار است.

۳- فرضیه‌های پژوهش

سوالی که در این پژوهش مطرح شده عبارت است آیا افشای اطلاعات استراتژیک، غیرمالی و مالی بر مدیریت سود تأثیر معناداری دارد؟ از آن جا که افشای اطلاعات شرکت‌ها از طریق افشای اجباری یا اختیاری انجام می‌شود بر همین اساس فرضیه‌های پژوهش حاضر به صورت زیر تدوین و مورد آزمون قرار می‌گیرد:

فرضیه اصلی:

افشای اطلاعات بر مدیریت سود تأثیر معناداری دارد.

فرضیه‌های فرعی:

- ۱) افشای اطلاعات استراتژیک بر مدیریت سود تأثیر معناداری دارد.
- ۲) افشای اطلاعات غیرمالی بر مدیریت سود تأثیر معناداری دارد.
- ۳) افشای اطلاعات مالی بر مدیریت سود تأثیر معناداری دارد.

۴- روش شناسی پژوهش

پژوهش حاضر از نظر هدف اجرا کاربردی و از نظر روش اجرا توصیفی — علی است که بر اساس اطلاعات واقعی بازار سهام و صورت‌های مالی شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران انجام می‌پذیرد. در این پژوهش با برداشت مستقیم اطلاعات مورد نیاز از صورت‌های مالی منتشر شده از طریق سایت‌های مرتبط (نظیر سامانه جامع اطلاع‌رسانی ناشران اوراق بهادار^{۱۳})، مجموع داده‌های مورد نیاز برای آزمون فرضیه‌ها جمع‌آوری شده است. در تجزیه و تحلیل اطلاعات با توجه به نیاز، از مدل‌های رگرسیون خطی چند متغیره با داده‌های ترکیبی و برای تجزیه و تحلیل داده‌ها از نرم افزار Eviews استفاده شده است.

۵- جامعه آماری و انتخاب نمونه

جامعه آماری این پژوهش، کلیه شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سالهای ۱۳۸۸-۱۳۹۲ می‌باشد و تعداد ۱۰۴ شرکت که دارای ویژگی‌های زیر بودند، طبق روش حذف سیستماتیک بعنوان نمونه انتخاب شدند:

- (۱) دوره مالی آن‌ها منتهی به پایان اسفند باشد.
- (۲) جزء شرکت‌های سرمایه‌گذاری، لیزینگ، بانک‌ها، بیمه‌ها و صندوق‌های بازنشستگی نباشد.
- (۳) اطلاعات موردنیاز برای انجام این پژوهش را در دوره زمانی مورد نظر به طور کامل ارائه کرده باشد.
- (۴) شرکت‌هایی که در دوره مورد نظر در پژوهش فعالیت مستمر داشته باشند.
- (۵) سال مالی خود را در طی دوره‌های موردنظر تغییر نداده باشد.
- (۶) تا پایان اسفند ۱۳۸۷ در بورس پذیرفته شده باشد.

۶- مدل پژوهش و نحوه اندازه‌گیری متغیرهای پژوهش

برای آزمون فرضیه اصلی تحقیق از مدل ۱ استفاده شده است.

(۱)

$$EM = \alpha_0 + \alpha_1 DISC + \alpha_2 SIZE + \alpha_3 LEV + \alpha_4 INST + \alpha_5 CFO + \varepsilon$$

برای آزمون فرضیه‌های فرعی تحقیق از مدل ۲ استفاده شده است.

(۲)

$$EM = \alpha_0 + \alpha_1 DISC(SI) + \alpha_2 DISC(NFI) + \alpha_3 DISC(FI) + \alpha_4 SIZE + \alpha_5 LEV + \alpha_6 INST + \alpha_7 CFO + \varepsilon$$

منبع	نحوه محاسبه	علامت اختصاری	نوع متغیر	نام متغیر
کوتاری (۲۰۰۵)	<p>جهت محاسبه مدیریت سود ابتدا کل اقلام تعهدی (TAC) هر دوره به شیوه ذیل محاسبه میگردد</p> $TAC_{i,t} = OI_{i,t} - CFO_{i,t}$ <p>سپس با استفاده از رگرسیون OLS حساسیت کل اقلام تعهدی نسبت به رشد درآمدها، اموال، ماشین آلات و تجهیزات ناخالص و نرخ بازده دارایی‌ها سنجیده می‌گردد.</p> <p>رگرسیون ذیل باید برای هر سال به منظور کنترل تفاوت‌های ساختار دارایی‌ها و عملیات شرکت‌ها استفاده گردد:</p> $TAC_{i,t} / Tai_{t-1} = a (1 / Tai_{t-1}) + b [(\Delta SALE_{i,t} - \Delta RECI_{t-1}) / Tai_{t-1}] + c (PPE_{i,t} / Tai_{t-1}) + d (ROAI_{i,t} / Tai_{t-1}) + \epsilon_t$ <p>سپس با استفاده از ضرایب رگرسیون در معادله ۲ که برای شرکتهای هر صنعت و هر سال برآورد شده اند، اقلام تعهدی غیر اختیاری را برای تک تک شرکت‌های همان صنعت و همان سال محاسبه میکنیم:</p> $NDAC_{i,t} / Tai_{t-1} = a (1 / Tai_{t-1}) + b [(\Delta SALE_{i,t} - \Delta RECI_{t-1}) / Tai_{t-1}] + c (PPE_{i,t} / Tai_{t-1}) + d (ROAI_{i,t} / Tai_{t-1}) + \epsilon_t$ <p>در نهایت اقلام تعهدی اختیاری برای هر شرکت و در هر سال، با کاستن اقلام تعهدی غیر اختیاری از کل اقلام تعهدی واقعی آن شرکت و در سال مورد نظر محاسبه میگردد:</p> $Dai_{t} = TAC_{i,t} - NDAC_{i,t}$	DA	وابسته	مدیریت سود
ریاحی و عرب (۲۰۱۱)	با استفاده از فرم امتیاز دهی اندازه گیری می‌شود.	SI NFI FI	DIS	مستقل
	برابر است با لگاریتم طبیعی جمع کل دارایی‌های شرکت	Size	کنترلی	اندازه شرکت
	برابر است با کل بدهی تقسیم بر کل دارایی شرکت در دوره جاری	LV	کنترلی	اهرم مالی
	برابر است با مجموع سهام در اختیار بانک‌ها، بیمه‌ها، شرکت‌های سرمایه گذاری و هلدینگ تقسیم بر کل سهام منتشره شده شرکت	INST	کنترلی	مالکیت نهادی
	برابر است با حاصل تقسیم جریان نقد عملیاتی به فروش	CFO	کنترلی	نسبت جریان نقد عملیاتی به فروش

منبع: ریاحی و عرب (۲۰۱۱)

برای محاسبه متغیر مستقل از فرم امتیازبندی زیر با اقتباس از ریاحی و عرب (۲۰۱۱) استفاده شده است. لازم به ذکر است که این جدول با توجه به گزارش‌های مالی شرکت‌ها اندکی بومی سازی شده است.

فرم امتیاز بندی طراحی شده	
بخش اول: افشا اطلاعات استراتژیک	SI
اطلاعات کلی شرکت	
تاریخ تأسیس، ساختار سازمانی/نمودار سازمانی، توصیف کلی شغل/فعالیت، محصولات اصلی، بازار اصلی، سرمایه و ترکیب سهامداران	۱ تا ۶
استراتژی شرکت	
اظهار اهداف شرکت، استراتژی کنونی، تأثیر استراتژی بر نتایج کنونی، استراتژی آتی، تأثیر استراتژی بر نتایج آتی	۷ تا ۱۱
استدلال مدیریت و آنالیز	
محیط رقابتی، محیط و مسائل حقوقی، تجزیه تحلیل ریسک شرکت، تغییر در مخارج، تغییر در میزان فهرست اموال، تغییر در بازار سهام، تغییر در فروش/سود	۱۲ تا ۱۸
مجموع امتیازات افشای اطلاعات استراتژیک برابر با ۱۸ می‌باشد.	
بخش دوم: اطلاعات غیر مالی	NFI
اطلاعات مربوط به ساختار هیئت مدیره، اطلاعات مربوط به نیروی انسانی، گزارش عملکرد زیست محیطی، گزارش فعالیت‌های اجتماعی شرکت، برگزاری دوره‌های آموزشی شرکت، اطلاعات مربوط به خدمات پس از فروش، تعداد کارمندان	۱۹ تا ۲۵
مجموع امتیازات افشای اطلاعات غیر مالی برابر با ۷ می‌باشد.	
بخش سوم: اطلاعات مالی	FI
نسبت نقدینگی، نسبت بدهی، نسبت فعالیت، تغییرات سرمایه در گردش، تغییرات در ساختار سرمایه و سیاست تأمین مالی، بازده دارایی‌ها، بازده حقوق صاحبان سهام، پیش بینی درآمدها، پیش بینی گردش پول، مشتریان اصلی، تأمین کنندگان، گزارش تغییرات قیمت، پردازش اطلاعات مالی	۲۶ تا ۳۸
مجموع امتیازات افشای اطلاعات مالی برابر با ۱۳ می‌باشد.	
مجموع کل امتیازات افشای اطلاعات برابر با ۳۸ می‌باشد.	

منبع: ریاحی و عرب (۲۰۱۱)

برای امتیازدهی به موارد فوق ابتدا افشاهای شرکت‌های نمونه، در قالب گزارش‌های سالیانه اطلاعات استراتژیک، غیرمالی و مالی مورد بررسی قرار می‌گیرد. برای هر یک از موارد ذکر شده اگر اطلاعات وجود داشته باشد ۱ در غیر اینصورت صفر داده می‌شود و بعد اقدام به امتیازبندی شرکت‌ها برای فرضیه اصلی بر اساس: $\frac{dj}{38}$ و برای فرضیه‌های فرعی بر اساس: $\frac{SI}{18}$ ، $\frac{NFI}{7}$ ، $\frac{FI}{13}$ می‌شود.

۷- یافته‌های پژوهش

۷-۱- آمار توصیفی

اطلاعات مربوط به کمینه، بیشینه، میانگین، میانه و انحراف معیار هر یک از متغیرها در جدول ۱ آمده است.

جدول ۱- آمار توصیفی متغیرهای پژوهش

نسبت جریان نقد عملیاتی به فروش	مالکیت نهادی	اهرم مالی	اندازه شرکت	اطلاعات مالی	اطلاعات غیرمالی	اطلاعات استراتژیک	امتیاز افشا	مدیریت سود	
۰/۷۶۳۹۲	۰/۷۶۲۶۵	۰/۵۹۲۲۱	۱۳/۷۷۵۰	۰/۸۵۴۲۶	۰/۶۰۸۵۱۶	۰/۶۱۸۹	۰/۶۷۸۱۳	-۰/۰۳۵۶۴	میانگین
۰/۸۰۱۳۴	۰/۸۳۱۵	۰/۶۱۱۶	۱۳/۶۴۴۹	۰/۸۴۶۱۵	۰/۵۷۱۴۲۹	۰/۵۵۵۵۵۶	۰/۶۵۷۸۹	-۰/۰۱۱۴	میانه
۴/۱۶۱۰۱	۰/۹۱۵۷۳	۰/۸۲۷۴	۱۹/۶۱۸۰	۱	۰/۸۵۷۱۴۳	۱	۰/۸۹۴۷۳	۱/۶۰۴۴۵	حداکثر
-۵/۸۷۰۲	۰/۰۰۸۱۷	۰/۰۸۹۱	۱۰/۸۱۵۸	۰/۶۹۲۳۰	۰/۵۷۱۴۲۹	۰/۵	۰/۵۷۸۹۴	-۱۱/۷۲۹۳	حداقل
۱/۲۵۶۷۸	۰/۲۲۳۸۴	۰/۱۷۶۵	۱/۴۲۶۷۰	۰/۰۸۷۳۴	۰/۰۸۱۷۴۹	۰/۱۶۶۱۲	۰/۰۸۳۲۳	۰/۵۹۹۷	انحراف معیار

منبع: یافته‌های پژوهشگر

۷-۲- آزمون نرمال بودن

به منظور بررسی نرمال بودن توزیع باقیمانده‌های رگرسیون از آزمون جارکو- برا استفاده شد که نتایج آن در جدول ۲ نشان داده شده است.

جدول ۲- نتایج آزمون نرمال بودن

نسبت جریان نقد عملیاتی به فروش	مالکیت نهادی	اهرم مالی	اندازه شرکت	اطلاعات مالی	اطلاعات غیرمالی	اطلاعات استراتژیک	امتیاز افشا	مدیریت سود	
۲۹۳/۸۹۲۵	۲۹۸/۱۱۲۹	۱۲/۶۷۴	۶۸/۶۲۷۷	۴/۰۹۹۶	۵۹۷/۶۳۱	۱۳۹/۵۰۶	۱۰۶/۷۷۵	۱۶۷۳۶۵	جارکو-برا
۰/۰۸۶۹۶	۰/۱۴۳۲۹	۰/۱۷۶۹	۰/۱۵۶۳۲	۰/۱۲۸۷	۰/۲۳۱۲	۰/۱۸۳۶۲	۰/۱۷۴	۰/۱۴۵۳	سطح خطا

منبع: یافته‌های پژوهشگر

همانطور که در جدول مقدار آماره جارکو - برانشان داده شده است مقدار سطح معناداری متغیرها بیشتر از ۰/۰۵ است. بنابراین فرضیه صفر مبنی بر نرمال بودن توزیع باقیمانده‌ها تأیید می‌گردد.

۳-۷- ناهمسانی واریانس (آزمون وایت)

برای بررسی همسانی واریانس خطاها از آزمون وایت استفاده می‌شود که نتایج آن در جدول ۳ نشان داده شده است.

جدول ۳- آزمون وایت

سطح معناداری (p-value)	مقدار آماره	نوع آزمون وایت	فرضیه
۰/۳۶۱	۱/۰۹۶	آزمون F	فرضیه اصلی
۰/۰۸۲	۸۸۱/۶۱	آزمون ضریب لاگرانژ	
۰/۳۱۵	۱/۱۷۴	آزمون F	فرضیه‌های فرعی
۰/۰۸۲	۱۳۰۵/۹۷	آزمون ضریب لاگرانژ	

منبع: یافته‌های پژوهشگر

همانطور که در جدول نشان داده شده است، مقدار آزمون F در فرضیه اصلی برابر ۱/۰۹۶ و سطح معناداری آن برابر ۰/۳۶۱ و مقدار آزمون ضریب لاگرانژ برابر ۸۸۱/۶۱ و سطح معناداری ۰/۰۸۲ می‌باشد. از آنجایی که مقدار این دو آماره (آماره F و ضریب لاگرانژ) کمتر از ارزش بحرانی در جداول آماری مربوطه است. فرضیه صفر مبنی بر همسانی واریانس خطاها تأیید می‌گردد. مقدار آزمون F در فرضیه‌های فرعی برابر ۱/۱۷۴ و سطح معناداری آن برابر ۰/۳۱۵ و مقدار آزمون ضریب لاگرانژ برابر ۱۳۰۵/۹۷ و سطح معناداری ۰/۰۸۲ می‌باشد. از آنجایی که مقدار این دو آماره (آماره F و ضریب لاگرانژ) کمتر از ارزش بحرانی در جداول آماری مربوطه است. فرضیه صفر مبنی بر همسانی واریانس خطاها تأیید می‌گردد.

۴-۷- آزمون معناداری مدل‌های پژوهش

نتایج حاصل از آزمون معناداری مدل‌های پژوهش در جدول ۴ نشان داده شده است:

جدول ۴- معناداری پژوهش

مدل‌های تحقیق	مبنای آزمون مدل	مجموع مربعات	میانگین حسابی	آزمون F	سطح معناداری
فرضیه	فرضیه اصلی	۱۷۹۴۱	-۰/۰۳۵	۸۸۸	۰/۰۰۰
	فرضیه‌های فرعی	۱۷۹۳۳	-۰/۴۰۷	۴۹۴۰۷۸	۰/۰۰۰

منبع: یافته‌های پژوهشگر

همانگونه که از جدول ۴ (جدول معناداری پژوهش) مشخص است مقدار P-Value آماره F مدل رگرسیونی برابر با ۰/۰۰۰ است که با توجه به سطح خطای ۵٪، کل مدل تخمین زده شده تأیید می‌گردد.

۷-۵- آزمون‌های فرضیه اصلی

افشای اطلاعات بر مدیریت سود شرکت تأثیر معناداری دارد.

۷-۵-۱- آزمون F لیمر

به منظور بررسی استفاده از روش داده‌های تابلویی با اثرات ثابت در مقابل روش داده‌های تلفیقی، از آزمون F لیمر استفاده شده است. که نتایج آن در جدول ۵ نشان داده شده است. فرضیات این آزمون به صورت زیر است:

جدول ۵- نتایج حاصل از آزمون F لیمر

مبنای مدل	روش پذیرفته شده	آماره F	سطح خطا
اثرات امتیاز افشای اطلاعات بر مدیریت سود	روش داده‌های تلفیقی	۴/۵۱	۰/۰۸۶

منبع: یافته‌های پژوهشگر

همانطور که در جدول فوق مشاهده می‌گردد، با توجه به اینکه، آماره F تمامی مدل‌ها در سطح خطای ۱٪ معنادار نمی‌باشد، روش داده‌های تلفیقی بر روش داده‌های تابلویی ارجحیت دارد.

۷-۵-۲- آزمون نیکویی برازش

جدول ۶ نتایج رگرسیونی که فرضیه اصلی پژوهش را مورد آزمون قرار می‌دهد را نشان می‌دهد.

جدول ۶- نتایج آزمون نیکویی برازش فرضیه اصلی

آزمون هم خطی		آزمون نیکویی برازش			
VIF	Tolerance	سطح معناداری	آماره t	ضرایب متغیرها	نام متغیر
		۰/۰۰۰	-۴/۱۱	-۱/۵۵۷	عرض از مبدأ
۱/۰۹۳	۰/۹۱۴	۰/۰۰۰	۲/۱۲	۰/۰۳۴	افشای اطلاعات
۱/۱۲۴۱	۰/۸۸۹	۰/۰۰۰	۱/۳۷	۰/۱۱۶	اندازه شرکت
۱/۰۵۲	۰/۹۵	۰/۰۰۰	-۸/۱۶	-۰/۲۲۳	اهرم مالی
۱/۰۳۱	۰/۹۷۱	۰/۰۰۰	۹/۰۹	۰/۰۳۴	مالکیت نهادی
۱/۰۰۳	۰/۹۹۶	۰/۰۰۰	۲/۸۱	۴/۲۸	نسبت جریان وجوه نقد عملیاتی به فروش
۰/۰۷۵۸		ضریب تعیین تعدیل شده		۰/۰۷۵۹	ضریب تعیین
۰/۰۰۰		سطح معنی داری آماره F		۱/۹۳۲	آماره دوربین واتسون

منبع: یافته‌های پژوهشگر

با توجه به نتایج از آنجا که ضرایب VIF تمامی متغیرها بین اعداد ۱ تا ۵ می‌باشد می‌توان نتیجه‌گیری نمود که ارتباط و همبستگی بین متغیرهای توضیحی در حد ضعیف می‌باشد. همچنین ضریب تعیین تعدیل شده، نشان می‌دهد که ۷٪ از تغییرات متغیر وابسته، توسط متغیرهای پژوهش، قابل توضیح هستند و مقدار آماره دوربین واتسون $1/932$ که نشان دهنده عدم وجود خود همبستگی پیاپی است ($2/000 < du < 1/932 < 1/801 = du - 4$). سطح معنی داری آماره F مدل رگرسیونی نیز برابر با ۰/۰۰۰ است که با توجه به سطح خطای ۵٪ کل مدل تخمین زده شده تأیید می‌گردد.

نتایج برای فرضیه اصلی نشان می‌دهد که ضریب مثبت و معناداری در سطح خطای ۵٪ برای افشای اطلاعات وجود دارد. ($PV=0/000, a_1=0/034$) این یافته‌ها حاکی از این هستند که بر خلاف انتظار، در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران با افزایش افشای اطلاعات، مدیریت سود نیز افزایش می‌یابد.

نتایج حاصل از آزمون متغیر کنترلی بیانگر اثر مثبت و معنادار اندازه شرکت، مالکیت نهادی و نسبت جریان وجوه نقد عملیاتی بر مدیریت سود و اثر منفی و معنادار اهرم مالی بر مدیریت سود شرکت می‌باشد.

۶-۷- آزمون‌های فرضیه‌های فرعی

۶-۷-۱- آزمون F لیمر

به منظور بررسی استفاده از روش داده‌های تابلویی با اثرات ثابت در مقابل روش داده‌های تلفیقی، از آزمون F لیمر استفاده شده است. که نتایج آن در جدول ۷ نشان داده شده است. فرضیه‌های این آزمون به صورت زیر است:

جدول ۷- نتایج حاصل از آزمون F لیمر

سطح خطا	آماره F	روش پذیرفته شده	مبنای مدل
۰/۰۸۶	۴/۵۱	روش داده‌های تلفیقی	اثرات اجزای امتیاز افشای اطلاعات بر مدیریت سود

منبع: یافته‌های پژوهشگر

همانطور که در جدول فوق مشاهده می‌گردد، با توجه به اینکه، آماره F تمامی مدل‌ها در سطح خطای ۱٪ معنادار نمی‌باشد، روش داده‌های تلفیقی بر روش داده‌های تابلویی ارجحیت دارد.

۶-۶-۲- آزمون نیکویی برازش

جدول ۸ نتایج رگرسیونی که فرضیه‌های فرعی پژوهش را مورد آزمون قرار می‌دهد نشان می‌دهد. با توجه به جدول از آنجا که ضرایب VIF تمامی متغیرها بین اعداد ۱ تا ۵ می‌باشد می‌توان نتیجه‌گیری نمود که ارتباط و همبستگی بین متغیرها در حد ضعیف می‌باشد و متغیرهای پژوهش با یکدیگر در همبستگی نمی‌باشند. ضریب تعیین تعدیل شده، نشان می‌دهد که ۹۸٪ از تغییرات متغیر وابسته، توسط متغیرهای پژوهش، قابل توضیح هستند و مقدار آماره دوربین واتسون $1/637 < du = 1/725 < 1/592$ می‌باشد که نشان دهنده عدم وجود خود همبستگی پیاپی است. همچنین سطح معنی داری آماره F مدل رگرسیونی برابر با ۰/۰۰۰ است که با توجه به سطح خطای ۵٪ کل مدل تخمین زده شده تأیید می‌گردد.

جدول ۸- نتایج آزمون نیکویی برازش فرضیه‌های فرعی

آزمون هم خطی		آزمون نیکویی برازش			
VIF	Tolerance	سطح معناداری	آماره t	ضرایب متغیرها	نام متغیر
		۰/۰۰۰	-۱۲۰۴/۵۱	-۱/۵۵۶	عرض از مبدأ
۱/۰۹۳	۰/۹۱۴	۰/۰۰۰	۲۶/۸۳۱	۰/۰۱۷	اطلاعات استراتژیک
۱/۱۰۴	۰/۹۰۵	۰/۰۰۰	۱۸۲/۷۶۴	۰/۱۴۸	اطلاعات غیر مالی
۱/۰۲۱	۰/۹۸۱	۰/۰۰۰	-۷۴/۷۳۱	-۰/۰۳۷	اطلاعات مالی
۱/۲۱۶	۰/۸۲۲	۰/۰۰۰	۱۳۴۳/۲۳۵	۰/۱۱۳	اندازه شرکت
۱/۰۶۸۱	۰/۹۳۶	۰/۰۰۰	-۴۷۳/۳۶۲	-۰/۲۱۷	اهرم مالی
۱/۰۳۴	۰/۹۶۶	۰/۰۰۰	۵۲/۳۷۳	۰/۰۲۶	مالکیت نهادی
۱/۰۰۶	۰/۹۹۴	۰/۵۱۱	۰/۶۵۶	۱/۷۴	نسبت جریان وجوه نقد عملیاتی به فروش
۰/۹۸۴۶۰۴		ضریب تعیین تعدیل شده	۰/۹۸۴۶۰۶		ضریب تعیین
۰/۰۰۰		سطح معنی داری آماره F	۱/۶۳۷۱		آماره دوربین واتسون

منبع: یافته‌های پژوهشگر

- ✓ افشای اطلاعات استراتژیک بر مدیریت سود شرکت‌ها تأثیر دارد. نتایج نشان می‌دهد که ضریب مثبت و معناداری در سطح خطای ۵٪ برای افشای اطلاعات استراتژیک وجود دارد. ($PV=0/000, a_1=0/017$) این یافته‌ها، حاکی از این هستند که با افزایش افشای اطلاعات استراتژیک، مدیریت سود شرکت نیز افزایش می‌یابد.
- ✓ افشای اطلاعات غیر مالی بر مدیریت سود شرکت‌ها تأثیر دارد. نتایج برای فرضیه نشان می‌دهد که ضریب مثبت و معناداری در سطح خطای ۵٪ برای افشای اطلاعات غیرمالی وجود دارد. ($PV=0/000, a_2=0/148$) این یافته‌ها، حاکی از این هستند که با افزایش افشای اطلاعات غیرمالی، مدیریت سود شرکت نیز افزایش یافته است.
- ✓ افشای اطلاعات مالی بر مدیریت سود شرکت‌ها تأثیر دارد. نتایج برای فرضیه نشان می‌دهد که ضریب منفی و با اهمیتی در سطح خطای ۵٪ برای افشای اطلاعات مالی وجود دارد. ($PV=0/000, a_3=-0/371$) این یافته‌ها، حاکی از این هستند که افشای اطلاعات مالی بر مدیریت سود شرکت تأثیر معکوس دارد و به عبارتی با افزایش افشای اطلاعات مالی، مدیریت سود شرکت نیز کاهش می‌یابد.

۷ متغیرهای کنترلی

نتایج حاصل از آزمون متغیر کنترلی بیانگر اثر مثبت و معنادار اندازه شرکت و مالکیت نهادی بر مدیریت سود شرکت و اثر منفی و معنادار اهرم مالی بر مدیریت سود می‌باشد و همچنین نتایج بیانگر عدم تأثیر نسبت جریان وجوه نقد عملیاتی بر مدیریت سود شرکت‌ها می‌باشد.

۸- بحث و نتیجه گیری

نتایج حاصل از آزمون فرضیه اصلی نشان داد که بر خلاف انتظار افشای اطلاعات تأثیر مثبت و معناداری بر مدیریت سود شرکت‌ها دارد که این نتیجه چالش برانگیز است. علت این نتیجه شاید این باشد که مدیران شرکت‌ها با افزایش افشای اطلاعات برای خود ایجاد هایل می‌نمایند و در پی این افشا آزادانه اقدام به مدیریت سود می‌نمایند. انتظار بر این بود که افزایش افشای اطلاعات منجر به کاهش مدیریت سود گردد که این گونه نشده است. حال باید بررسی شود که افشای کدام اطلاعات منجر به چه نتیجه ای شده است. نتایج حاصل از فرضیه فرعی اول بیانگر تأثیر مثبت افشای اطلاعات استراتژیک بر مدیریت سود شرکت می‌باشد نتایج حاصل از فرضیه فرعی دوم نیز بیانگر تأثیر مثبت افشای اطلاعات غیرمالی بر مدیریت سود شرکت می‌باشد. نتایج حاصل از فرضیه فرعی ۳ بیانگر تأثیر منفی و معنادار افشای اطلاعات مالی بر مدیریت سود شرکت می‌باشد. این نتایج بیانگر این است که با اینکه افشای اطلاعات استراتژیک و غیرمالی نه تنها نتوانست مانع مدیریت سود شود بلکه باعث افزایش آن نیز شد. علی‌ایه‌الحال افزایش افشای اطلاعات مالی منجر به کاهش مدیریت سود می‌شود. این نتیجه مطابق با انتظار است زیرا افشای بیشتر اطلاعات مالی دست مدیران را در اقدام برای مدیریت سود بسته‌تر نگه می‌دارد و آن را با محدودیت مواجه می‌سازد. نتایج حاصل مطابق با جو و کیم (۲۰۰۷) و ریاحی و عرب (۲۰۱۱) می‌باشد. با توجه به یافته‌های پژوهش پیشنهاد می‌شود سرمایه‌گذارانی که به دنبال سهام شرکت‌هایی هستند که در آن‌ها مدیریت سود کمتر اتفاق افتاده است می‌توانند سراغ شرکت‌هایی بروند که افشای بیشتری در مورد اطلاعات مالی خود انجام می‌دهند با این حال نتایج این پژوهش نشانگر این بوده است که افزایش افشای اطلاعات استراتژیک، غیرمالی کمکی در کاهش مدیریت سود نمی‌نماید و این امر نیز می‌تواند مورد نظر فعالان بازار بورس اوراق بهادار قرار گیرد.

فهرست منابع

- ۱) بداعی، حمید و حمیدرضا بزاززاده، (۱۳۸۶)، "رابطه بین مدیریت سود و کیفیت افشا،" مجله مطالعات تجربی حسابداری مالی، شماره ۱۷، صص ۱۷۳-۲۱۲.
- ۲) بشیر حسینی، سید محمد و محمد حسینی، (۱۳۸۸)، "بررسی رابطه سطح افشا اطلاعات حسابداری و نوسانات قیمت سهام در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، پژوهشنامه اقتصاد کسب و کار، شماره ۲، صص ۷۵-۸۴.
- ۳) خورشیدی، علیرضا، احمد خدای پور و علی شیرزاد، (۱۳۹۲)، "اثر کیفیت افشا بر انواع مدیریت سود، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی"، شماره ۴، صص ۲۱-۳۸.
- ۴) فخاری، ح و هدایت تبار، (۱۳۹۰)، "مطالعه رابطه بین کیفیت افشا و مدیریت سود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس"، نهمین همایش سراسری حسابداری ایران، زاهدان، دانشگاه سیستان و بلوچستان، ۲۱ و ۲۲ اردیبهشت.
- ۵) لشگری، زهرا و شیرزاد نادری، (۱۳۸۸)، "بررسی رابطه سطح افشا و بازده سهام شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران"، پژوهشنامه حسابداری مالی و حسابرسی، شماره ۳، صص ۷۷-۷۸.
- ۶) نوروش، ایرج و سید علی حسینی، (۱۳۸۸)، "بررسی رابطه بین کیفیت افشا (قابلیت اتکا و به موقع بودن) و مدیریت سود"، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، شماره ۵۵، صص ۱۱۷-۱۳۴.
- 7) Bernard V.L, Thomas J.K, (1989), "Post-Earnings- Announcement Drift: Delayed Price Response or Risk Premium?", Journal of Accounting Research, No.27, PP. 1-48.
- 8) Gerald J. Lobo, and Jian Zhou, (2001), "Disclosure Quality and Earnings Management", Asia-Pacific Journal of Accounting and Economics, 8(1), PP. 1-20.
- 9) Healy, P. & Wahlen,j, (1999), "A Review of the Earnings Management Literature and its Implications for Standard Setting", Accounting Horizons, No.17, PP.365-383.
- 10) Nan, S., Aly, S., Khaled, H., Murya, H, (2010), "Corporate Environmental Disclosure, Corporate Governance and Earnings Management", Managerial Auditing Journal. 25(7), PP.679-700.
- 11) Nen-Chen, R.H., Jeng, C., Ying, W, (2013), "Effect of Disclosure Regulation on Earnings Management through Related-Party Transactions: Evidence from Taiwanese Firms Operating in China", Journal of Accounting and Public Policy, 32 (4), PP. 292-313.
- 12) Owusu-Ansah, S, (1998), "The Impact of Corporate Attributes on the Extent of Mandatory Disclosure and Reporting by Listed Companies in Zimbabwe", The International Journal of Accounting, 33(5), PP. 605-629.

- 13) Riahi, Y. Mounira Ben ARAB, (2011), "Disclosure Frequency and Earnings Management an Analysis in the Tunisian Context", Journal of Accounting and Taxation, Vol.3(3), PP.47-59
- 14) Teoh S.H, Welch I Wong T.J, (1998), "Earning Management and the Post-Issue Performance of Seasoned Equity Offerings", Journal of Financial Economics, Vol. 50, PP. 63-99
- 15) Welker, M, (1995), "Disclosure Policy, Information Asymmetry, and Liquidity in Equity Markets Contemporary", Accounting Research; Spring, PP.801-827.
- 16) Watts r., Zimmerman J.L, (1978), "Towards a Positive Theory of the Determination of Accounting Standards", The Accounting Review, Vol. 53, PP.112-134.
- 17) Xiong, Y, (2006), "Earning Management and its Measurement", A Theoretical Perspective, the Journal of American Academy of Business, Vol.9, PP. 214-219

یادداشت‌ها

- ¹ Riahi & Arab
- ² Owusu Ansah
- ³ Mechanical Hypothesis
- ⁴ Welker
- ⁵ Bernard & Thomas
- ⁶ Watta & Zimmerman
- ⁷ Teoh & Wong
- ⁸ Healy & Wahlen
- ⁹ Nen-chen et.al
- ¹⁰ Nonson, Khaled, Murya
- ¹¹ Jo & Kim
- ¹² Lobo & Zhou
- ¹³ www.Codal.ir