2 مقدمه پیش بینی مدیریت

ما با مبنا قرار دادن مدل "چسبندگی هزینه" که توسط اندرسن و همکارانش در سال 2003 پایه گذاری شد؛ در صدد آن برآمدیم که رفتار مدیران ایرانی را در نحوه ی پیش بینی های عائدی های سالانه، مورد بررسی قرار دهیم.

در ادامه تحقیق بر آن شدیم که نحوه ی پیش بینی فروش و هزینه ها را به تفکیک مورد بررسی قرار دهیم؛ زیرا عایدی ها، خود حاصل جبری فروش و هزینه هاست؛ و پیدا شدن هرگونه خطا در پیش بینی عایدها را می توان به خطا در پیش بینی فروش، خطا در پیش بینی هزینه ها و یا خطا درپیش بینی هر دو، نسبت داد.

از نظر تئوری، "بها" عبارت است ازفدا کردن منابع، به منظور ایجاد خدمت یا محصول برای فروش، با هدف بدست آوردن منافع در آینده (عثمانی، 1385).

ازآنجایی که فرآیند بودجه بندی با پیش بینی فروش شروع می شود (آتکینسن، بنکر و یانگ[[1]](#footnote-1)، 1997). عقل سلیم حکم می کند؛ که تنها در صورت انتظار از وجود فروش (بنگاه های تولیدی)، مدیران مبادرت به صرف هزینه کنند؛ پس عموما" باید انتظار داشت که، هزینه ها با افزایش انتظار فروش، افزایش یابند؛

و با کاهش انتظار فروش، هزینه ها نیزکاهش یابند. در واقع مدیران زمانی هزینه می کنند که اطمینان معقولی از منفعت آتی آن داشته باشند.

موارد بالا نشان می دهد که توجه به ارتباط بین فروش پیش بینی شده و هزینه های پیش بینی شده، فراهم کننده ی اطلاعات عمیق تری در رابطه با چارچوب رفتار پیش بینی مدیران از عائدی ها در اختیار ما قرار می دهد.

با توجه به بندهای 6 ، 7 و 8 ماده 7 دستورالعمل اجرایی افشای اطلاعات شرکت‌های ثبت شده نزد سازمان که در تاریخ 3/5/86 هجری شمسی، به تصویب هیئت مدیرۀ سازمان بورس و اوراق بهادار رسید.

بندها به شرح ذیل می باشند:

1. برنامه‌های آتی مدیریت و پيش‌بيني عملكرد سالانۀ شرکت اصلی و تلفیقی گروه حداقل 30 روز قبل از شروع سال مالي جديد و اظهارنظر حسابرس نسبت به آن حداکثر 20 روز پس از ارائه توسط ناشر.
2. پيش‌بيني عملكرد سالانۀ شرکت اصلی و تلفیقی گروه، بر اساس عملكرد واقعي3، 6 و 9 ماهه وسالانه، حداكثر 30 روز پس از پايان مقاطع سه ماهه و اظهارنظر حسابرس نسبت به پیش‌بینی براساس عملکرد واقعی 6 ماهه حداکثر 20 روز پس از ارائه آن توسط ناشر.
3. پيش‌بيني عملكرد حسابرسی شده در سایر مواردی که منجر به تغییر با اهمیت در پیش‌بینی عملکرد‌ می‌گردد، حداكثر 20 روز پس از ارائۀ اطلاعات حسابرسي نشده توسط ناشر.

دسترسی به پیش بینی های مدیریت در ایران، فراهم کننده ی فرصتی منحصر به فرد برای پی بردن به چگونگی رفتار مدیریت در رابطه با پیش بینی هزینه ها، فراهم می آورد.

طبق نظر اندرسن 2003، در زمانی که مدیران پیش بینی کاهش فروش را دارند، برای خود، شروع به برآورد میزان کاهش هزینه ها به همان میزان می کنند؛ حال آنکه هزینه به راحتی بالا رفتن، پایین نخواهد آمد؛ واین ناشی از چسبندگی هزینه است.

تحقیقات تجربی نشان می دهد که در زمان انتظار کاهش فروش در آینده توسط مدیریت، نرخ پیش بینی کاهش هزینه ها بزرگتر از نرخ واقعی کاهش هزینه ها، خواهد بود . به زبان ساده تر اگر مدیران پیش بینی کاهش فروش را داشته باشند، شاید به علت خوش بینی، خود خدمتی، درنظر نگرفتن چسبندگی هزینه ها، کمبود اطلاعات و یا سایر عوامل، انتظار دارند هزینه ها نیز سریع کاهش یابند (یاسوکاتا، 2013)؛ حال آنکه نه تنها پیش بینی آنها با واقعیت فاصله دارد ، بلکه در شرایط واقعی نیز به علت چسبندگی هزینه، هزینه ها به نسبت واقعی کاهش فروش، کاهش نمی یابند.

اگر؛انتظار(پیش بینی)کاهش فروش  *<*

*وهمچنین،*

در زمان انتظار افزایش فروش در آینده توسط مدیریت، نرخ پیش بینی افزایش هزینه ها کوچکتر از نرخ واقعی افزایش هزینه ها، خواهد بود . به زبان ساده تر اگر مدیران پیش بینی افزایش فروش را داشته باشند، شاید به علت خوش بینی، خود خدمتی[[2]](#footnote-2)، درنظر نگرفتن چسبندگی هزینه ها، کمبود اطلاعات و یا سایر عوامل، انتظار دارند هزینه ها به کندی افزایش یابند (علي پناه و مشايخي، 1392)؛ حال آنکه نه تنها پیش بینی آنها با واقعیت فاصله دارد، بلکه در شرایط واقعی، هزینه ها به رشد خود ادامه خواند داد. و این رفتار، باعث خطای مضاعف در پیش بینی، و کاهش مطلوبیت گزارشات پیش بینی مدیریت، خواهد شد.

اگر؛انتظار(پیش بینی)افزایش فروش  *>*

*2- 2 گسترش ادبیات رفتار هزینه و پیش بینی مدیریت*

*تفکر ایجاد ارتباط بین هزینه ها و فعالیت ها در اواخر دهه 1960 و اوایل 1970 میلادی، در آثار برخی از دانشمندان از جمله سولومون و استابوس ارائه گردید. پس از آن نظرات فراوانی در این زمینه ارائه شد. از جمله نظریه نوریین[[3]](#footnote-3) که عنوان می کند، هزینه ها در ارتباط با سطح فعالیت به ثابت و متغیر تقسیم می شوند و هزینه های متغیر، متناسب با تغییر در سطح فعالیت تغییر می کند (نورین و سدرستن[[4]](#footnote-4) ،1994). برآورد رفتار هزینه ها در ارتباط با سطح فعالیت با نادیده گرفتن چسبندگی هزینه ها گمراه کننده خواهد بود. در جایی دیگر مینتز می گوید اگر یک افزایش نامتناسب با فروش در هزینه های فروش، اداری و عمومی صورت گیرد، تحلیل گران صورت های مالی آن را به عنوان ضعف کنترلی مدیریت در نظر می گیرند. این تحلیل ممکن است گمراه کننده باشد. زیرا اگر هزینه های توزیع و فروش و عمومی واداری چسبنده باشند؛ با افزایش فروش، متناسب با آن حرکت می کنند اما با کاهش فروش متناسب با آن حرکت نمی کنند (مینتز[[5]](#footnote-5)، 1994). مطالعات اندرسن، بنکر و جان کرمن در سال 2003 نیز نشان دهنده رفتار چسبنده هرینه های توزیع و فروش بود.*

*سوبرامانیام و ویدنمایر[[6]](#footnote-6) 2003، شواهد چسبندگی را به رفتار مدیریتی نسبت داده می شود.*

*کوپر وکاپلان[[7]](#footnote-7) 2004، این رفتار هزینه ها را ناشی ازملاحظات و ویژگی های مدیریتی بر می شمارند. راجر[[8]](#footnote-8) 2005، نیز بیان می کند که رفتار خودخدمتی مدیران، باعث خوش بینی زیاد در پیش بینی مدیریت قبل از انتشار سهام می شود. کاتو[[9]](#footnote-9) 2009، نیز بیان می کند که می توان تمایلات خوش بینانه را در ابتدای دوره مالی، برای پیش بینی های هزینه را دید.*

*طبق مطالعاتی که در سال 2011 در بورس توکیو، ژاپن، انجام شد؛ نشان داد که پیش بینی مدیریت، مبنای بودجه بندی داخلی مدیران قرار می گیرد.*

*از نظر تئوری، اگر در سال آینده انتظار افزایش فروش داشته باشیم؛ تصمیم معقول این است که، مدیران، طرح افزایش هزینه ها را داشته باشند تا حاشیه سود به صفر میل کند (کم شود)؛ در واقع این کار باعث هموارسازی سود می شود. همواره این کار باعث جلوگیری از نوسان شدید سوددهی و در نتیجه کاهش ریسک سرمایه گذاران می شود (گراهام، هاروی و راجگپال[[10]](#footnote-10)، 2005).*

*این موضوع، که مدیران مانع ابراز سود بسیار بالا هستند وتمایل دارند که سود به آرامی تغییر کند در سال 2002 توسط لئونه ای جی[[11]](#footnote-11) ارائه گردید.*

*پس می توان انتظار داشت که اگر مدیران برای فروش، پیش بینی افزایش داشته باشند، برای پایین نگهداشتن هزینه ها تحت فشار نخواهند بود؛ و حتی شاید برای افزایش هزینه ها تشویق شوند؛ این در حالی است که به دلایل مختلف، در پیش بینی رشد هزینه ها ، دچار کم برآوردی می شوند.*

*اما مشکل زمانی شروع می شود که مدیران انتظار کاهش فروش دارند، در نتیجه سعی در کاهش هزینه ها خواهند داشت؛ اما از یک طرف، چسبندگی هزینه ها و از طرف دیگر، خوش بینی کاذب در نرخ کاهش هزینه ها (بعلت خوش بینی، انتظار دارند هزینه ها نیز به سرعت کاهش یابند) مانع از رعایت معیارهای از پیش تعیین شده ی مدیران می شود.*

*برای اثبات موارد بالا نیز، اندرس[[12]](#footnote-12)، بنکر[[13]](#footnote-13) در2002 و2010 بیان می کنند؛ که چسبندگی هزینه زمانی خود رانشان می دهد که فروش رو به کاهش می گذارد.*

*باید دقت شود که حتی اگر در بودجه بندی، چسبندگی هزینه ها مد نظر باشد؛ باز هم مدیران در رعایت معیارهای خود دچار چالش خواهند بود، زیرا حتی با فرموله گردن چسبندگی هزینه ها در رفتارخود، مجبور خواهند بود از*

*هزینه های لازم برای هموارسازی، چشم پوشی کنند (یاسوکاتا 2013).*

ياسوكاتا 2013 تاييد ميكند كه اگر مديران پيش بيني افزايش فروش در سال آتي داشته باشند؛ درگزارشات پیش بینی خود، نرخ رشد هزینه های عملیاتی را كمتر از واقع محاسبه و پيش بيني مي كنند. وبلعكس زماني كه پيش بيني كاهش فروش در سال آتي داشته باشند؛ نرخ كاهش هزینه های عملیاتی را بيشتر از واقع محاسبه و پيش بيني مي كنند.

ما نیز بر آن شدیم، تا با توجه به ادعای یاسوکاتا، کینجی[[14]](#footnote-14) 2013، و با توجه به توانایی های مدیران داخلی و اطلاعات در دسترس آنان، نحوه ی رفتار پیش بینی آنان را مورد توصیف و استنباط قرار دهیم، که در جای خود بصورت کامل توضیح داده خواهد شد.

3 – 2 مفهوم پیش بینی

1. پیش بینی عبارت است از؛ استفاده از داده های تاریخی، گذشته و حال برای تعیین جهت حرکت و تمایل آینده. پیش بینی ها توسط شرکت ها برای تعیین چگونگی اختصاص بودجه ها برای دوره های پیش رو استفاده می شود.

سرمایه گذاران از پیش بینی ها برای تعیین وقایع پیش روی شرکت، مانند انتظار از فروش و تغییرات در قیمت سهام در آینده استفاده می کنند؛ همچنین از آن بعنوان چارچوبی برای شرکت هایی که نگاهی بلندمدت به عملیات خود دارند؛ استفاده می شود.

تحلیلگران بازار سهام[[15]](#footnote-15) از شیوه های مختلفی برای پیش بینی وضعیت آینده بنگاهها، استفاده می کنند.

2. پیش بینی عبارت است از؛ تصویر سازی حقایقی که هنوز به وقوع نپیوستند.

"برآورد" واژه ای پیش پا افتاده برای پیش بینی است که به معنی محل قرار گیری تعدادی متغیر در زمانی معلوم در آینده است. "پیش گویی[[16]](#footnote-16) " نیز واژه ای مشابه اما بسیار کلی است.

در مباحث آماری زمانی که از واژه ی پیش بینی استفاده می شود؛ منظور روش های آماری چون سری زمانی[[17]](#footnote-17)، رگرسیون[[18]](#footnote-18)، برش متقاطع یا همان واکنش در اثر یک محرک[[19]](#footnote-19) است.

واژه ی پیش بینی کردن[[20]](#footnote-20) و پیش بینی[[21]](#footnote-21) زمانی کاربرد دارد که هدف، برآورد ارزشی خاص، در زمان مشخص در آینده است. در حالی که واژه ی پیش گویی[[22]](#footnote-22) زمانی کاربرد دارد که هدف شما برآورد عمومی از یک واقعه در آینده ی پیش رو است؛ بعنوان مثال مدت زمان وقوع زلزله در طی سال ها است. ریسک[[23]](#footnote-23) و تردید[[24]](#footnote-24) ، در مرکزیت پیش بینی و پیش گویی قرار دارند .

تفکر معمول این است که همواره باید درجه ای از عدم اطمینان یا تردید را ضمیمه پیش بینی ها نمود. در برخی موارد برای اصلاح پیش بینی ها نیازمند به روز کردن داده ای قبلی هستیم.

4- 2 دسته بندی روش های پیش بینی

1. روش های کیفی 2. روش های کمی

1. روش کیفی: فنون پیش بینی کیفی، انتزاعی هستند؛ و مبتنی بر عقاید و قضاوت های کارشناسان است. زمانی این روش کاربرد دارد که داده های گذشته، ناقص یا در دسترس نباشند. این روش ها معمولا" در تصمیم گیری های میان مدت یا بلند مدت مورد استفاده قرار می گیرند. از جمله روش های کیفی پیش بینی عبارتند از؛ روش دلفی[[25]](#footnote-25)، روش تحقیق بازار[[26]](#footnote-26) و روش قیاس چرخه حیات تاریخی[[27]](#footnote-27).

2. روش کمی: مدل های پیش بینی کمی، زمانی استفاده می شوند که، داده های آینده را تابعی از داده های گذشته در نظر می گیریم. این روش ها زمانی کاربرد دارند که داده ای گذشته در دسترس باشند. این مدل ها معمولا" برای تصمیم گیری های کوتاه مدت یا میان مدت مورد استفاده قرار می گیرند.

از جمله روش های کمی پیش بینی عبارتند از: تقاضای دوره ی گذشته[[28]](#footnote-28)، میانگین متحرک ساده و موزون N دوره[[29]](#footnote-29)،

هموارسازی نمایی ساده[[30]](#footnote-30)، شاخص های ضرایب فصلی[[31]](#footnote-31)

**مدل های پیش بینی علّی[[32]](#footnote-32):**

برخی روش های پیش بینی تلاش می کنند تا عوامل موثر بر وقوع یک پدیده را شناسایی کنند تا به واسطه ی آن، پیش بینی درستی را ارائه کنند. در برخی موارد بدون پی بردن به علت وقوع، ما می توانیم رابطه ای بین یک متغیر با متغیر دیگری را بدست آوریم و به کمک آن آینده را پیش بینی کنیم. همواره انسان برای تعریف یک پدیده ناشناخته ، سعی میکند که با استفاده از داشته های مفهومی قبلی خود به توصیف پدیده ی ناشناخته مبادرت ورزد.

از جمله روش های پیش بینی ارتباطی[[33]](#footnote-33) عبارتند از:

تجزیه و تحلیل رگرسیون[[34]](#footnote-34) .

نکته : مدل رگرسیونی هم در آمار پارمتریک و هم آمار ناپارامتریک[[35]](#footnote-35) ، قابل استفاده است

روش های قضاوتی پیش بینی عبارتند از : 1. پیش بینی های مرکب[[36]](#footnote-36) 2. روش دلفی 3. پیش بینی به وسیله قیاس[[37]](#footnote-37)

4. طرح سازه[[38]](#footnote-38) 5. پیمایش آماری[[39]](#footnote-39)

روش های هوش مصنوعی عبارتند از:

1. شبکه های عصبی مصنوعی

2. روش گروه اداره کننده داده

سایر روش های پیش بینی :

1. شبیه سازی

2. بازار پیش بینی

3. پیش بینی احتمالی

4. پیش بینی مجموع

5 – 2 اهداف گزارشات پیش بینی مدیریت و افشاء اطلاعات

در جوامعی که مردم پاسخ خواه و پیگیر حق و حقوق خود وعملکرد مسئولان هستند، تصمیمات و عملکردهای مسئولان و مدیران، ازدید مردم پوشيده نمی ماند و در آینده ی کاری و حمایت مردم از آنها تاثیر خواهد داشت؛ به همین دلیل مسئولان می کوشند پاسخگو باشند وبدین ترتیب، نظامها و فرایند های لازم به وجود می آیند

(يزدان پناه،1390).

با توجه به شکاف اطلاعاتی موجود بین مدیران و مردم، سازوکارهایی اندیشیده شده است که مردم به عنوان صاحبان اصلی شرکت، بتوانند ازتصمیم ها و نتایج فعالیتها و وضعیت شرکت اطلاع پیدا کنند. حسابداری و گزارشگری مالی، شاید از مهمترین سازوکار های شفاف سازی و هموار سازی اطلاعات از مسئولان و مدیران به مردم است؛ البته به طور اخص، منظور از شفافیت، حالتی است که مردم بتوانند به اطلاعات در مورد، تصمیمات و فعالیتهای شرکت دسترسی داشته باشند.

حق دانستن، یکی از حقوق اساسی انسان است که در اصل 19 بیانیه حقوق بشر نیز بر آن تاکید شده است و همه کشورها، ازجمله ایران آن را پذیرفته اند. حق دانستن، این فرض مهم را درخود دارد که آدمیان اساسا" موجوداتی خردورز، دارای قوه داوری و قادر به تشخیص صلاح خویش هستند و از همین رو حق دارند از محتوای تصمیم هایی که با سرنوشت آنها ارتباط دارد، آگاه شوند .شفافیت یعنی اطلاعات به میزان کافی ارائه و تامین گردد و این اطلاعات به شکلهای درخور فهم و اعتماد از طریق رسانه های همگانی عرضه شود. صداقت در گفتار و شفافیت در کردار باعث رهنمون شدن مخاطبان و افکار عمومی به سوی واقعیت است. از نتایج مهم شفاف سازی، ارتقای کیفیت تصمیم های گرفته شده، افزایش اعضای حلقه تصمیم گیری، کاهش فساد وسوء استفاده از موقعیت به منظور کسب منافع فردی یا جناحی و اطلاع قانونمند مردم از فرایندهای تصمیم گیری است. دریک شخصیت گزارشگر هر چقدر شفافیت بیشتر باشد، ابهام پاسخ خواهان کمتر و تقلب پاسخگو هم کمتر می شود. نبود شفافیت در بخش عمومی باعث می شود حلقه تصمیم گیری بسیار کوچک شود. با انجام اشتباه های بیشتر، مقامات ومدیران برای حفظ خود هرچه بیشتر در لاک دفاعی فرو می روند. از این رو به محرمانه تر کردن تصمیمات، دست می زنند. بدین سان، این حلقه را کوچکتر می کنند که نتیجه آن تنزل هرچه بیشتر کیفیت تصمیم گیری خواهد بود (زرگر،1391).

6 – 2 گزارشات پیش بینی مدیریت و استفاده کنندگان از این گزارشات

طبق ماده 45 از فصل پنجم قانون بازار اوراق بهادار جمهوری اسلامی ایران، تحت عنوان اطلاع رسانی در بازارهای اولیه و ثانویه بیان می کند؛ هر ناشري که مجوز انتشار اوراق بهادار خود را از "سازمان" دریافت کرده است، مکلف است؛ حداقل موارد زیر را طبق دستورالعمل اجرایی که توسط "سازمان" تعیین خواهد شد، به "سازمان "ارائه نماید:

1. صورت هاي مالی سالانۀ حسابرسی شده.

2. صورت هاي مالی میان دوره اي شامل صورت هاي مالی 6 ماهۀ حسابرسی شده، وصورت هاي مالی سه ماهه.

3. گزارش هیئت مدیره به مجامع و اظهارنظر حسابرس

4. اطلاعاتی که اثر با اهمیتی بر قیمت اوراق بهادار و تصمیم سرمایه گذاران دارد.

گزارشات پیش بینی مدیریت به علت تاثیر گذاری بر افق تصمیم گیری تحلیلگران بازار، سرمایه گذاران، مدیران و هرشخص حقیقی و حقوقی که نیازمند دریافت اطلاعات بیشتر به منظور کم کردن شکاف اطلاعاتی، علاوه برتصویب قانون در تاریخ 2/ آذر ماه /1384 توسط شورای نگهبان، برای اجرایی شدن این مهم، دستورالعمل اجرایی افشای اطلاعات شرکت‌های ثبت شده نزد سازمان که در تاریخ 3/5/1386 به تصویب هیئت مدیرۀ سازمان بورس و اوراق بهادار رسید.

طبق بند های 6- 7- و8 ماده 7 فصل سوم، دستورالعمل اجرایی افشای اطلاعات شرکت های ثبت شده، در نزد سازمان :

1. برنامه‌های آتی مدیریت و پيش‌بيني عملكرد سالانۀ شرکت اصلی و تلفیقی گروه حداقل 30 روز قبل از شروع سال مالي جديد و اظهارنظر حسابرس نسبت به آن حداکثر 20 روز پس از ارائه توسط ناشر.
2. پيش‌بيني عملكرد سالانۀ شرکت اصلی و تلفیقی گروه، بر اساس عملكرد واقعي3، 6 و 9 ماهه حداكثر 30 روز پس از پايان مقاطع سه ماهه و اظهارنظر حسابرس نسبت به پیش‌بینی براساس عملکرد واقعی 6 ماهه حداکثر 20 روز پس از ارائه آن توسط ناشر.
3. پيش‌بيني عملكرد حسابرسی شده در سایر مواردی که منجر به تغییر با اهمیت در پیش‌بینی عملکرد‌ می‌گردد، حداكثر 20 روز پس از ارائۀ اطلاعات حسابرسي نشده توسط ناشر. (سایت رسمی بورس اوراق بهادار تهران)

7- 2 فواید پیش بینی های مدیریت برای مدیران ، سرمایه گذاران و سایر اشخاص

پیش بینی های مدیریت از سود، یکی از مکانیزم های کلیدی افشای اختیاری است (برای شرکت های پذیرفته شده در بورس،افشای اجباری است) که به وسیله ی آن مدیران، انتظارات بازار از سود را تعدیل می کنند. با این وجود اطلاعات مدیران از چشم اندازهای سود شرکت، می تواند به دلیل عدم اطمینان های محیط اقتصادی و عملیاتی شرکت، همراه با خطا باشد. از طرفی مدیران ممکن است کاربرد انتخاب های حسابداری را در گرفتن تصمیمات عملیاتی یا پیش بینی های سود نادیده بگیرند. علاوه بر این، پیش بینی مدیران می تواند تحت تاثیر انگیزه های خود خدمتی به جای انگیزه های پیش بینی صحیح سود قرار گیرد. بنابراین پیش بینی مدیران از سود، الزاما" خالی از اشتباه نیست (سان، ژو؛ 2012).

ازطرفی مطالعات نشان می دهد؛ هدف پیش بینی های مدیریت، کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و متعاقبا" کاهش هزینه های نمایندگی است، همچنین پیش بینی ها همانند اصول محافظه کاری، می تواند ریسک دعاوی را نیز کاهش دهد (علی پناه، اسماعیل زاده و مشایخی، 1392).

آجینکیا و گیفت[[40]](#footnote-40) در سال 1984، "تئوری تعدیل انتظارات[[41]](#footnote-41) " را بیان کرد؛ طبق این تئوری، مدیران سعی می کنند در انتظارات سرمایه گذاران نفوذ کنند؛ و برای این کار از انتشار پیش بینی های مدیریت استفاده می کنند. (یاسوکاتا 2013)

این تئوری توسط کاتر وهمکارن در سال 2006 مورد بررسی قرار گرفت؛ و معلوم شد که انتشار گزارشات با اهداف ذکر شده بالا، همخوانی دارد و از اولین انگیزه های مدیریت است (کاتر، تونا و ویسوکی، 2006). در آمریکا مدیران براین باورند که انتشار پیش بینی های مدیریت، بهتر از اقامه دعوای قضای، خواهد بود. در واقع انتشار پیش بینی ها را کاهنده ریسک حقوقی می دانند ( یاسوکاتا، 2013).

در ایران نیز طبق قانون، فقط شرکت های پذیرفته شده در بورس، ملزم به انتشار گزارشات پیش بینی مدیریت هستند؛ و در سایر موارد جنبه اختیاری خواهد داشت.

همان گونه که قبلا" گفته شد؛ بحث چسبندگی هزینه ها، در مباحث رفتار هزینه، بسار نوپا است، وحتی به صورت رسمی در کتب دانشگاهی دیده نمی شود؛ ما تلاش کردیم که مدل پیش بینی مدیریت را با توجه به رفتار چسبنده ی هزینه ها، پایه ریزی کنیم، با روشی کاملا" بکر در ایران، اقدام به انجام تحقیق خود نمودیم.

در ادامه، کاملا" تشریح خواهد شد که چطور دو مفهوم چسبندگی هزینه و پیش بینی مدیریت را با هم ترکیب خواهیم کرد.

با مد نظر قرار دادن مدل چسبندگی هزینه ها و مدل پیش بینی مدیریت، علاوه بر منطقی تر کردن محاسبات، مدلی را ایجاد خواهیم کرد که در آینده، استفاده کنندگان از پیش بینی های مدیریت، بتوانند ارقام پیش بینی شده هزینه توسط مدیران را تا حد مطلوبی تعدیل کنند و منافع اطلاعاتی خود را افزایش دهند. در مباحث سرمایه گذاری، همواره اطلاعات، با ارزش ترین دارایی های یک سرمایه گذار است؛ و این مهم، ما را برآن داشت تا در بهبود روش های تجزیه و تحلیل اطلاعات ارائه شده در پیش بینی مدیریت، قدمی برداریم.

8 – 2 خوش بینی مدیریت در پیش بینی عایدی

بین خوش بینی مدیریت و خود خودمتی مدیریت تفاوت وجود دارد. هر گاه تمایل مدیران، به سَمت کمتر نشان دادن هزینه ها و بیشتر نشان دادن درآمد باشد؛ در اصطلاح می گویند خوش بینی مدیریت صورت گرفته است، اما در خود خدمتی مدیریت، مدیران با توجه به اهداف مد نظر خود، تمایل دارند هزینه ها و درآمد را کمتر یا بیشتر از واقع نشان دهند.

هریبر و یانگ[[42]](#footnote-42)ضمن بررسی اثر اطمینان بیش از حد مدیران برسودهاي پیش بینی شده بوسیله ي مدیریت و مدیریت سود چنین نتیجه گیري می کنند که احتمال بیشتري وجود دارد که مدیران خوش بین در دستیابی به سودهاي پیش بینی شده با عدم موفقیت مواجه گردند. نتیجه ناشی ازتحقیق آنها نشان می دهد که اطمینان بیش از حد، خطاي ناشی از خوش بینی را، هم در قالب احتمال عدم دستیابی به سودهاي پیش بینی شده و هم در قالب مدیریت سود،افزایش میدهد.

کاچ 2002 نیز در تحقیقی با عنوان" بحران مالی وقابلیت اتکاي پیش بینی هاي سود مدیریت" دریافت که مدیران شرکتهاي داراي بحران مالی به رغم وجودجریمه هاي ناشی از گزارشگري گمراه کننده، انگیزه هاي زیادي براي انتشار پیش بینی هاي سود خوش بینانه دارند زیرا شرکت یا موقعیت آنها در شرکت ممکن است به اندازه اي طول نکشد که آنها با جریمه هاي ناشی ازگزارشگري نادرست مواجه گردند.

فرانکل و همکاران 1999 به بررسی ارتباط بین تمایل شرکتها به دستیابی به بازارهاي سرمایه وپیش بینی هاي سود می پردازند. نتایج تحقیق آنها نشان میدهد که پیش بینی هاي انجام شده در فاصله ي کمتر از 9 ماه قبل از انتشار سهام نسبت به پیش بینی ها ي انجام شده درفاصله بیشتر از 9 ماه داراي خوش بینی بیشتري است. نیز همچنین مارکواردت و ویدمن[[43]](#footnote-43)انتشار پیش بینی هاي سود خوش بینانه را قبل از دومین ارائه سهام،گزارش می نمایند.

باگینسکی[[44]](#footnote-44) 2002 نیز به بررسی اثرمحیط قانونی بر افشاي داوطلبانه پیش بینی هاي سود مدیریت می پردازند؛ آنها بیان می کنند که مدیران به دلیل هراس از بدهی هاي قانونی اولاً تمایلی به انتشار پیش بینی هاي سود داوطلبانه ندارند و ثانیاً در دوره هایی که با اخبار بدي همراه است، فراوانی پیش بینی سود بیشترمی شود.

روگرس و استوکن 2005 در تحقیق خود تحت عنوان "اعتبار پیش بینی هاي مدیریت " به بررسی انگیزه هاي مدیریت براي انحراف در پیش بینی و چگونگی اتکا سرمایه گذاران به این پیش بینی ها پرداختند. آنها بیان می کنند که تمایل مدیریت به ارائه نادرست اطلاعات آینده نگر، با توجه به توانایی بازار درکشف این تحریف ها متفاوت است. آنها اثر چهار عامل محیط قانونی، معاملات محرمانه داخلی، بحران مالی شرکت وتمرکز صنعت را بر پیش بینی هاي سود مدیریت مورد بررسی قرار داده اند. نتایج تحقیق آنها نشان میدهد؛ هنگامیکه براي سرمایه گذاران کشف تحریف ها مشکل باشد، مدیران قبل از انتشار سهام، پیش بینی هاي خوشبینانه تر و هنگام تحصیل سهام پیش بینی هاي بدبینانه تري ارائه می دهند. همچنین در این شرایط مدیران شرکت هاي داراي بحران مالی پیش بینی هاي خوش بینانه تري ارائه می دهند. علاوه بر موارد فوق یافته هاي تحقیق آنها بیانگر این است که هنگامی که رقباي بالقوه شرکتها درکشف تحریف ها با مشکل مواجه هستند، مدیران شرکتهایی که در صنایع متمرکز[[45]](#footnote-45) فعالیت می نمایند، پیش بینی هاي بدبینانه تري انتشار می دهند. نتایج این تحقیق بیانگر وجود ارتباط ضعیف بین انتشار پیش بینی هاي بدبینانه و خطر روبرو شدن با دعاوي حقوقی است.

پای و تورنتو[[46]](#footnote-46) 2003، دریافتند که تحلیلگران، در مورد شرکتهایی که اخبار بد گزارش می کنند در مقابل شرکتهایی که اخبار خوب ارائه می نمایند، بیشترگمراه می شوند وخطاي پیش بینی سود آنها نیز بالاتر می رود. آنها نتایج خود را بدین نحو تفسیر نمودند که تحلیلگران مالی قادر به ترکیب اثرحسابداري محافظه کارانه در پیش بینی هاي سود خود نمی باشند. مشابه با این نتایج، ماتسوناگا 2004 نیز دریافت که خطاي پیش بینی اولیه تحلیلگران، که با سطح حسابداري محافظه کارانه اعمال شده متناسب است و افزایش می یابد. نتایج پژوهشهاي قبلی نیزحاکی از این مطلب بود که پیش بینی هاي سود تحلیلگران معمولاً خوشبینانه است. همچنین این افراد دریافتند که پیش بینی هاي تحلیلگران در قبال شرکتهایی که محافظه کارانه تر هستند؛ خوشبینانه تر است.

مشایخ و شاهرخی 1386 در مقاله ای تحت عنوان "بررسی دقت پیش بینی سود توسط مدیران و عوامل موثر برآن" پیش بینی های 279 شرکت را شرکت را طی دوره 84-1381 (شامل 639مشاهده) مورد بررسی قرار دادند. نتایج این تحقیق نشان می دهد که پیش بینی های مدیران دارای انحراف خوش بینانه است و دقت پیش بینی با توجه به اندازه ی شرکت، سودده یا زیان ده بودن شرکت و نوع صنعت متفاوت است.

****9-2 تعریف تصمیم گیری****

تصمیم، انتخابی است که ازمیان گزینه های ممکن صورت می گیرد. تصمیم گیری فرآیندی است که از طریق آن یک راهکار به عنوان راه حل برای مسئله ای مشخص انتخاب می شود. **اهمیت تصمیم گیری را می توان** از تعاریف و تعابیری که از صاحب نظران، درباره اهمیت تصمیم گیری نوشته شده؛ دریافت.

تصمیم گیری همچون روح در کالبد، وظیفه ای، مدیریتی است که شامل برنامه ریزی سازماندهی، تجهیز منابع و امکانات هدایت و کنترل به منظور دستیابی به اهداف سازمان در راستای نظام ارزشی جامعه و سازمان می باشد که در یک رابطه مکمل شخصیت مدیریتی مدیر را شکل می دهد.

**تصمیم** گرفتن به همان اندازه اهمیت دارد؛ که تصمیم به تصمیم نگرفتن می تواند اهمیت داشته باشد.چه موقع باید تصمیم گرفت که نبایدتصمیمی اتخاذ شود؟ موارد ذیل درعدم اتخاذ تصمیم ممکن است مطرح شود:

1) مسئله وارد نیست یا در حال حاضر موردی وجود ندارد.  
2) مسئله وارداست ولی مدیر نمی تواند تصمیم بگیرد زیرا اطلاعات کافی در دست نیست.  
3) مسئله مرتبط است و باید تصمیم گرفته شود ولی تصمیم باید به وسیله دیگری اتخاذ شود.  
4) مسئله مرتبط است و باید تصمیم گرفته شود و کسی جز او نباید درباره او تصمیم بگیرد ولی بهتر است تصمیمی گرفته نشود زیرا صلاحیت کافی برای اتخاذ تصمیم را ندارد.  
5) مسئله مرتبط است تصمیم باید گرفته شود علی رغم اینکه اطلاعات ندارد الزاما باید تصمیم بگیرد. (ذبیحی، وب سایت انجمن علمی دانشگاه الزهرا)

10-2 رفتار هزینه بر اساس نظریه جدید

برنامه ریزی و کنترل از وظایف مهم مدیریت است. اطلاعات مرتبط با هزینه ها که مدیران برای انجام این وظایف نیاز دارند ممکن است از اطلاعات طبقه بندی شده ی منعکس در صورتهای مالی قابل دریافت نباشد. اطلاعات مورد نیاز در این زمینه را نمی توان به سهولت از صورت های مالی استخراج کرد. گرایش هزینه ها به چگونگی واکنش هزینه ها در برابر تغییر در سطح فعالیت اشاره دارد. مدل های سنتی رفتار هزینه در ادبیات حسابداری بین هزینه های ثابت و متغیر، تنها با توجه به تغییرات سطح فعالیت تفاوت قائل می شود. در مورد هزینه های ثابت، فرض می شود که از سطح فعالیت مستقل باشند؛ و نیز در مورد هزینه های متغیر، فرض می شود بصورت خطی و در تناسب با تغییرات در سطح فعالیت تغییر کنند. در زیر مجموعه مدل سنتی رفتار هزینه ها، یک دسته از فرضیات قرار دارند که جدا از ساده سازی جهان واقعی، این مدل را از روشی که هزینه ها در واقعیت رفتار می کنند دور نگاه می دارد. برخی از فرضیات جدید ادعا می کنند که هزینه ها به طور متفاوت نسبت به تغییرات صعودی ونزولی سطح فعالیت، واکنش نشان می دهند؛ این ویژگی باعث شده که از آنها تحت عنوان هزینه های چسبنده یاد شود. در این تحقیق ما سعی کردیم؛ که توصیف نحوه ی پیش بینی مدیریت را با توجه رفتار واقعی و چسبندگی هزینه ها، مورد ارزیابی قرار دهیم.

11-2 پیش بینی مدیریت و خطای پیش بینی مدیریت

در زمینه پیش بینی مدیران تحقیقات فراوانی شده است؛ ولی در این بررسی مسائل نوین در رفتار هزینه، همچون مدل پیش بینی مدیران، رفتارچسبنده ی هزینه ها و تئوری تعدیل انتظارات مد نظر قرار نگرفته است؛ یکی از قدیمی ترین مطالعات در مورد پیش بینی سود توسط کرگ و مالکیل 1968 انجام شد؛ این دو محقق، دقت پیش بینی تحلیلگران با دقت پیش بینی های حاصله از مدل های سری زمانی را برای پنج شرکت سرمایه گذاری به مدت پنج سال مقایسه کردند و نتیجه گرفتند؛ عملکرد تحلیل گران نسبت به مدل های سری زمانی بهتر است.

ریچارد 1977 پیش بینی های تحلیل گران پیرامون سود هر سهم، 93 شرکت بورس نیویورک در طی سال های 1976-1972 جمع آوری کرد. ارزیابی دقت پیش بینی سود، با استفاده از اشتباه نسبی پیش بینی نشان داد، اشتباه نسبی پیش بینی تحلیل گران 24.1 درصد و اشتباه نسبی مدل های سری زمانی 38.9 درصد است. لذا دقت پیش بینی تحلیل گران بیشتر می باشد.

سود واقعی / (سود واقعی – سود پیش بینی شده) = اشتباه نسبی پیش بینی

رولاند 1978 پیش بینی مدیران را با پیش بینی تحلیل گران و همچنین هر یک را با پیش بینی مدل های سری زمانی مقایسه نمود. شواهد حاصله از پیش بینی های سال 1969 تا 1973 نشان داد؛ پیش بینی مدیران نسبت به تحلیلگران در صورتیکه قبل از پیش بینی مدیران اعلام شود نسبت به زمانی که این پیش بینی بعد از پیش بینی مدیران اعلام شود، از دقت کمتری برخوردار است. مقایسه این دو پیش بینی با مدل های سری زمانی حاکی از آن بود که پیش بینی تحلیلگران هنگامی که قبل از پیش بینی مدیران اعلام شود، برمدل های سری زمانی برتری ندارد.

معمولا" نسبت خطای پیش بینی عایدی را از فرمول ذیل محاسبه می کنند:

نسبت خطای پیش بینی **= (**

که در آن:

= عایدی پیش بینی شده در سال t

= عایدی واقعی در سال t

حال آنکه عایدی پیش بینی شده و واقعی، خود حاصل جبری درآمد و هزینه ها است؛ واشتباه در برآورد هر کدام از آنها می تواند بر کل نتیجه اثر بگذارد، و از طرفی در پیش بینی هزینه ها، درآمد آتی بستر کار قرار می گیرد و هزینه ها با توجه به آن برآورد می شوند؛ در نتیجه بررسی مجزای هر عامل، دقت نتایج حاصله در تحقیق را افزایش می دهد.

در ایران نیز درتحقیقی مشابه، توسط نوروش و غلام زاده 1382، رفتار سود حسابداری را با استفاده از مدل های سری زمانی بررسی کردند. آن ها نتیجه گرفتند؛ فرآیند ایجاد سود شرکت ها به عامل زمان بستگی ندارد و کاملا" تصادفی است. به عبارتی اکثرا" بر اساس میانگین متحرک می باشند.

در همان سال، مدرس و دیانتی در تحقیقی به دنبال مدلی برای پیش بینی جریان نقدی عملیاتی آتی واحدهای اقتصادی بودند. آن ها با بررسی 40 شرکت به این نتیجه رسیدند که پیش بینی جریان نقدی عملیاتی با استفاده از جریان نقدی عملیاتی تاریخی امکان پذیر نیست بلکه به کمک سودهای تاریخی می توان تا حدودی این پیش بینی را انجام داد. البته استفاده هم زمان ازجریان نقدی عملیاتی تاریخی و سود تاریخی به بهبود مدل پیش بینی کمک می کند. هم چنین استفاده از دارایی ها و بدهی های جاری تاریخی علاوه بر جریان های نقدی عملیاتی تاریخی و سود تاریخی، درصد خطای پیش بینی را در سطح شرکت تا حد زیادی کاهش می دهد ( مدرس و دیانتی، 1382).

سرمایه گذاران، نیازمند اطلاعاتی درمورد وضعیت آتی شرکت می باشند زیرا ارزش جاری شرکت و سهام آن به جریان سود آتی بستگی دارد که از جانب شرکت به سوی سهامداران جریان خواهد یافت. پس همواره بررسی دقت برآوردهای مدیریت از شرایط آتی، حائزاهمیت خواهد بود.

قاسمی 1384 دقت پیش بینی سود مدیران را با پیش بینی بر مبنای روش باکس- جنکیز مورد بررسی قرار داد. بررسی شواهد حاصله از 48 شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران در طی سال های1382-1368 نشان داد؛ دقت پیش بینی مدیریت به مراتب بالاتر از مدل سری زمانی باکس- جینکز است (قاسمی، 1384).

البته در سال 1384 تحقیقی توسط ابوالقاسمی ارائه شد، که نتایج عکس تحقیق فوق را در پی داشت؛ که شاید ناشی از اختلاف جامعه آماری باشد؛ زیرا در تحقیق ابوالقاسمی، تنها 12 شرکت سیمان که در یک طبقه ی صنعت قرار می گیرفتند، مورد ارزیابی قرار گرفتند؛ که با توجه به اهمیت فصول سال در گروه صنعت سیمان، آهک وگچ ، چنین نتیجه ای حاصل شده است (ابوالقاسمی، 1384).

یک سال بعد نیز تحقیقی توسط بهرامیان ارائه شد، که درآن دقت پیش بینی سود هر سهم، شرکت هایی را که برای اولین بارسهام شان در بورس اوراق بهادارتهران عرضه عمومی می گردد و شرکت هایی که در بورس اوراق بهادار افزایش سرمایه می دهند، را ارزیابی کرد. نتایج این تحقیق برای دوره زمانی 81-1379 شامل 81 شرکت نشان داد؛ خطای پیش بینی سود با دوره پیش بینی و نوسانات شاخص کل بورس رابطه مستقیمی دارد و در مورد ارتباط با اندازه شرکت، عمر شرکت، درجه اهرم مالی، اظهارنظر حسابرس و طبقه صنعت رابطه معنی داری دیده نشد (بهرامیان، 1385).

12-2 عوامل موثر بر دقت سود پیش بینی شده

نمایه بالا عوامل موثر بر خطای پیش بینی عایدی را نشان میدهدکه تا کنون مورد ارزیابی قرار گرفته اند.(لطفی و حاجی پور، 1389)

حال آنکه به علت جدید بودن بحث رفتار چسبنده ی هزینه و ارتباط آن با خطای پیش بینی مدیریت، بصورت مجزا ارزیابی خاصی در ایران، با مدنظرقرار دادن این عامل، صورت نگرفته است؛ این درست است که اندازه و ساختارشرکت، در چسبنده شدن هزینه ها موثر اند؛ اما در این تحقیق، ما با استفاده از ترکیب مدل چسبندگی هزینه ها، و مدل پیش بینی هزینه ها، میزان دقت پیش بینی هزینه ها را مورد ارزیابی قرار دادیم، دراین مدل با دخالت دادن میزان فروش واقعی و پیش بینی، سعی در منطقی تر کردن روش محاسبه دقت هزینه ها قدم گماردیم؛ این کار گام مناسبی در بررسی دقت برآورد مدیریت از شرایط آتی عایدی ها، هزینه ها و فروش است. در فصل سوم، به تفضیل نحوه ی بکار گیری متغییر های موجود در گزارشات پیش بینی مدیریت و صورت های مالی تحقق یافته را توضیح خواهیم داد.

تئوری نمایندگی، به تبیین چگونگی ایجاد مشکلات نمایندگی بین کارفرما (سهامدار) و کارگزار (مدیر) در اثر عدم تقارن اطلاعاتی می پردازد. در این راستا، ساختارهای نظارتی موثر با ایجاد توازن اطلاعاتی به جلوگیری از ایجاد تضاد منافع بین مدیران و سهامدارن کمک می کنند. به عبارتی این ساختارها به مدیریت، انگیزه های لازم را برای اقدامات مکفی جهت افزایش افشائات شرکت می نماید. بنابراین، بازده بالاتر شرکت در گرو بهبود ساختارهای کنترلی و به تبع آن پیش بینی دقیق تر وضعیت آتی شرکت است. زیرا این امر به کاهش هزینه های نمایندگی، ارزش یابی بالاتر سهام و در نتیجه عملکرد بهتر در درازمدت منجر می شود. عوامل گوناگونی در کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و به تبع آن دقت پیش بینی در شرکت ها تاثیر می گذارند. که برخی از مطالعات مربوط به شرح زیر است:

کیل و نیکلسون 2003 اعتقاد دارند، اندازه شرکت اعم از جمع دارایی ها، جمع فروش و ارزش بازارحقوق صاحبان سهام و ارزش شرکت، ارتباط مستقیمی با هم دارند. بدیهی است اندازه شرکت تعیین کننده حجم وگستردگی فعالیت یک شرکت است. شرکت های بزرگ تر به دلیل ارتباطات بیشتر با ذی نفعان و وجود مکانیزم های کنترلی بیشتر، از ریسک تجاری کمتری برخوردارند. از طرفی، واتز و زیمرمن1990 عنوان کردند؛ که شرکت های بزرگ به دلیل تحمل هزینه های سیاسی بیشتر، ناچار به افشای بیشتری نیز هستند؛ پس می توان نتیجه گرفت، اندازه شرکت، کمک مثبتی به دقت پیش بینی های ارائه شده مدیریت کند. البته در ایران تحقیقی توسط ملکیان- اسفندیار و همکاران 1392 در این رابطه انجام شد؛ ولی رابطه معنی داری در رابطه با اندازه شرکت و دقت پیش بینی، حاصل نشد.

1-12-2 ساختار سرمایه

ساختار سرمایه نیز یکی دیگراز موارد موثر در دقت پیش بینیدر شرکت مطرح است؛ اهرمی بودن ساختار سرمایه می تواند ریسک زا باشد، اهرم مالی عبارت است از، وجود هزینه های ثابت در فهرست هزینه های شرکت؛ در علم فیزیک، هر چه اهرم در دست شما هرچه بزرگتر و بلندتر باشد، توان مکانیکی شما نیز بیشتر می شود یا به عبارت ساده تر، انرژی کمی را که شما به جسم وارد می کنید؛ به علت وجود اهرم، انرژی وارده به جسم مضاعف شده و به تبع آن واکنش جسم بالاتر می رود. در علم اقتصاد نیز، هرچه ساختار سرمایه شرکت، اهرم بالاتری داشته باشد، توان ریسکی شدن شرکت را بیشتر می کند؛ زیرا اگر درجه اهرم مالی زیاد باشد، با کاهش نسبتا" اندک سود قبل ازبهره و مالیات، سود هر سهم ، با واکنش بیشتری کاهش یابد. پس می توان این احتمال را داد که بین اهرم مالی ودقت پیش بینی سود رابطه منفی وجود دارد (ملکیان و احمدپور، 1392). این فرضیه را مورد آزمون قرار داند، و به وجود رابطه منفی بین اهرم مالی و دقت پیش بینی مدیریت، اذعان نمودند.

2-12-2 رابطه طول عمر شرکت، و تاثیر آن بر دقت پیش بینی مدیران

در رابطه طول عمر شرکت، و تاثیر آن بر دقت پیش بینی مدیران نیز مورد ارزیابی قرار گرفت، و نتیجه آن، پی بردن به رابطه منفی بین عمر شرکت و دقت پیش بینی ها شد؛ در واقع با افزایش طول عمر شرکت، از میزان دقت پیش بینی ها کاسته می شود؛ در حالی که فرض غالب این بود که به علت افزایش تجربیات شرکت با گذشت زمان، میزان خطای پیش بینی، کمتر خواهد شد. شاید علت این پیش فرض غلط، شاید توجه نکردن به افزایش چسبندگی هزینه ها با افزایش عمر شرکت، به علت افزایش حجم دارایی ها ی شرکت بوده باشد؛ زیرا کردستانی 1391 معتقد است، هر چه میزان دارایی ها بیشتر باشد، چسبندگی بهای تمام شده کالای فروش رفته و هزینه های فروش، عمومی و اداری، بیشتر می شود. باید توجه کرد که افزایش چسبندگی، می تواند باعث ایجاد خطای مضاعف، در پیش بینی مدیریت، شود.

3-12-2 نوع اظهار نظر حسابرس نسبت به گزارشات پیش بینی مدیریت

نوع اظهار نظر حسابرس نسبت به گزارشات پیش بینی مدیریت نیز یکی دیگر از عوامل موثر بر دقت پیش بینی مدیریت است؛ همانطور که قبلا" نیز عنوان شد؛ طبق بند 6، 7 و8 ماده 7 فصل سوم، دستورالعمل اجرایی افشای اطلاعات شرکت های ثبت شده، در نزد سازمان، گزارشات پیش بینی مدیریت همواره باید مورد حسابرسی قرار گرفته باشد، برطبق تحقیق ملکیان و همکاران بین اظهار نظر مثبت حسابرس نسبت به گزارشات پیش بینی مدیریت و دقت پیش بینی مدیریت رابطه مثبت وجود دارد.

13-2 فرضیه انتظارات تطبیقی و تاثیر گزارشات پیش بینی مدیریت بر آن

فریدمن واضع فرضیه انتظارات تطبیقی نبود، اما با کارهای مهم و تاثیرگذار او بود که فرضیه انتظارات تطبیقی برای مدت زمانی به فرضیه مسلط و معروف در مورد انتظارات در محافل آکادمیک اقتصاد بدل گشت. فریدمن فرضیه انتظارات تطبیقی را در نظریه‌پردازی‌های خود در حوزه‌های مختلف اقتصاد وارد نمود که یکی از مهم‌ترین آنها ورود انتظارات تطبیقی به نظریه مصرف بود.

با ورود فرضیه انتظارات تطبیقی به نظریه اقتصادی، نتایج متفاوت از آنچه اقتصاددانان کینزی با نظریه عموما" ایستای انتظارات ارائه می‌کردند، پدیدار گشت. ایده اصلی انتظارات تطبیقی ساده است؛ شخص انتظارات خود در هر دوره زمانی در مورد هر متغیر اقتصادی مانند تورم، نرخ بهره، نرخ ارز و مانند آن را با توجه به تفاوت میان مقدار واقعی آن متغیر در دوره گذشته و آنچه که در مورد آن انتظار داشت، تغییر خواهد داد؛ فرد این تغییر در انتظاراتش را با جبران بخشی از این تفاوت میان مقدار واقعی متغیر و مقدار انتظاری آن در دوره گذشته، صورت می‌دهد. بنابراین شکل‌گیری انتظارات فعالان اقتصادی طی زمان، تطبیقی خواهد بود به این معنی که انتظارات به مرور زمان و با توجه به تغییرات مقدار واقعی متغیرها، تغییر نموده و خطاها در برآورد و پیش‌بینی متغیرها به صورت مستمر و البته تدریجی و گام به گام اصلاح می‌گردد. بنابراین افراد انتظارات خود را در دوره جاری از مقدار یک متغیر در صورتی افزایش خواهند داد که مقدار واقعی آن متغیر از مقدار انتظاری آن در دوره گذشته، بیشتر باشد و در صورتی کاهش خواهند داد که مقدار واقعی آن متغیر از مقدار انتظاری آن در دوره گذشته کمتر باشد؛ البته میزان تصحیح خطا به معنای میزان تغییر انتظارات در واکنش به تفاوت میان مقدار واقعی و انتظاری یک متغیر در دوره گذشته به سرعت تعدیل انتظارات بستگی دارد.

برای روشن‌تر شدن بحث، نحوه شکل‌گیری انتظارات به صورت تطبیقی را با یک مثال تشریح می‌کنیم. تصور نمایید که انتظارات شما به صورت تطبیقی شکل‌ می‌گیرد و شما قصد دارید تا انتظارات خود در مورد مقدار هزینه در سال جاری را شکل بدهید. به علاوه، فرض کنید که نرخ رشد هزینه را که برای سال گذشته انتظار (پیش بینی ابتدای سال گذشته) داشتید، برابر 10‌درصد بوده است. اگر نرخ رشد هزینه واقعی در سال گذشته 18‌درصد بوده باشد، براساس فرضیه انتظارات تطبیقی، شما انتظارات خود را از میزان رشد هزینه در سال جاری به بیش از 10‌درصد افزایش خواهید داد؛ البته این افزایش تا 18‌درصد نرخ نخواهد داد، بلکه با توجه به سرعت تعدیل انتظارات شما، افزایش خواهد یافت. برای مثال اگر سرعت تعدیل انتظارات، 5/0 باشد (به این معنی که در هر دوره شما نیمی از خطای پیش‌بینی دوره گذشته را اصلاح می‌کنید)، نرخ رشد هزینه انتظاری شما در سال جاری به 14‌درصد افزایش خواهد یافت، اما اگر نرخ رشد هزینه واقعی سال گذشته 6‌درصد بوده باشد، براساس فرضیه انتظارات تطبیقی، شما انتظارات خود را از میزان رشد هزینه در سال جاری به کمتر از 10‌درصد کاهش خواهید داد؛ با فرض سرعت تعدیل انتظارات به اندازه 5/0، نرخ هزینه انتظاری شما در سال جاری به 8‌درصد کاهش خواهد یافت و در نهایت اگر نرخ رشد هزینه سال گذشته دقیقا به اندازه 10‌درصد بوده باشد، آنگاه براساس فرضیه انتظارات تطبیقی، شما دلیلی برای تغییر انتظارات رشد هزینه خود نداشته و انتظارات خود را از هزینه جاری در سطح 10‌درصد باقی خواهید گذارد .

اما سوال این است که در سال بعد و سال‌های بعد چه اتفاقی خواهد افتاد؟ برای روشن شدن موضوع، سناریوی اول را پیگیری می‌نماییم. با توجه به وقوع رشد 18‌درصدی هزینه در سال گذشته، شما انتطارات خود برای سال جاری را به 14‌درصد افزایش خواهید داد. فرض کنید نرخ رشد هزینه واقعی در سال جاری در سطح 18‌درصد باقی بماند، آنگاه نرخ رشد هزینه مورد انتظار شما برای سال بعد چه خواهد بود؟ پاسخ روشن است، با فرض سرعت تعدیل 5/0، نرخ رشد هزینه مورد انتظار شما در سال بعد به 16‌درصد افزایش خواهد یافت. به همین ترتیب در دو سال، رشد مورد انتظار شما به 17‌درصد افزایش خواهد یافت. بنابراین با فرض اینکه تورم واقعی در سطح 18‌درصد تثبیت شود، فرآیند تصحیح خطای پیش‌بینی بر اساس فرضیه انتظار تطبیقی ادامه خواهد یافت تا اینکه در نهایت نرخ رشد هزینه مورد انتظار شما به سطح 18‌درصد رسیده و در همان سطح تثبیت شود. این فرآیند یک ویژگی و نتیجه جالب از فرضیه انتظارات تطبیقی را روشن می‌نماید: اگر چه ممکن است مردم به طور موقت و در کوتاه‌مدت به واسطه تغییر در متغیرهای اقتصادی مانند تورم، اشتباه کنند و فریب بخورند، اما خطاهای خود را به تدریج و طی زمان اصلاح خواهند کرد و در نهایت در بلندمدت فریب نخواهند خورد. این نتیجه همان مضمون مورد علاقه فریدمن از سخن آبراهام لینکلن است: ((اندکی از مردم را می‌توان برای همیشه فریب داد. همه مردم را نیز می‌توان برای مدت اندکی فریب داد. اما نمی‌توان همه مردم را برای همیشه فریب داد.))

فرضیه انتظارات تطبیقی ویژگی جالب دیگری هم دارد که به لحاظ نظری جذاب است؛ به لحاظ ریاضی می‌توان فرضیه انتظارات تطبیقی را به نحوی فرمول‌بندی کرد که انتظارات فرد از یک متغیر اقتصادی، تنها تابعی از مقادیر گذشته آن باشد؛ در این صورت، هرچه مشاهدات به دوره جاری نزدیک‌تر باشند، سهم بیشتری در تعیین مقدار انتظاری متغیر خواهند داشت و مشاهدات دوره‌های خیلی دور سهم اندکی را در تعیین مقدار انتظاری خواهند داشت.

سوال مهم در مورد فرضیه انتظارات تطبیقی این است که این فرضیه تا چه حد در شکل‌دهی صحیح به انتظارات کارآ است؟ آیا پیش‌بینی فعالان اقتصادی از متغیرهای مختلف که به صورت تطبیقی شکل می‌گیرد، با واقعیت‌های اقتصادی تطابق مناسبی دارد؟ مشکل اساسی فرضیه انتظارات تطبیقی این است که این فرضیه در شکل‌دهی انتظارات دچار خطای سیستماتیک است، به این معنی که خطاها می‌تواند طی زمان انباشته گردد. اگر رفتار یک متغیر اقتصادی به صورت نوسان حول یک مقدار میانگین باشد، فرضیه انتظارات تطبیقی عدم کارآیی خود را چندان نمایان نخواهد ساخت؛ اما در شرایطی که یک متغیر اقتصادی دارای یک روند صعودی یا نزولی باشد، آنگاه عدم کارآیی فرضیه انتظارات تطبیقی در شکل‌دهی به انتظارات راجع به آن متغیر به نحو بارزی آشکار خواهد گشت و خطاهای پیش‌بینی به صورت سیستماتیک روی هم انباشت خواهد شد و پیش‌بینی‌هایی که بر اساس فرضیه انتظارات تطبیقی شکل می‌گیرد، مقدار چنین متغیری را به صورت سیستماتیک کمتر از حد (در حالت روند صعودی) یا بیشتر از حد (در حالت روند نزولی) برآورد خواهد کرد. مهم‌ترین علت اصلی این خطای سیستماتیک بروز خطای سیستماتیک در فرضیه انتظارات تطبیقی این است که طبق این فرضیه انتظارات راجع به یک متغیر، صرفا بر اساس مقادیر گذشته آن متغیر صورت می‌گیرد و هیچ بهره‌برداری از سایر اطلاعات در دسترس در حال حاضر و در آینده برای شکل‌دهی بهتر به انتظارات صورت نخواهد گرفت. برای مثال فرض کنید که اطلاعاتی در دسترس است که بر مبنای آن دولت قرار است تا رشد حجم پول را در سال جاری به میزان 10‌درصد افزایش دهد؛ آیا چنین اطلاعاتی برای شکل‌دهی مناسب به انتظارات قابل بهره‌برداری نیست؟ روشن است که بر اساس فرضیه انتظارات تطبیقی، پاسخ این سوال منفی است! در واقع رشد حجم پول، ابتدا باید اثر خود را بر نرخ واقعی تورم بر جای گذارد و سپس در دوره زمانی بعد، با توجه به افزایش نرخ تورم، انتظارات تورمی در یک پروسه زمانی، فرآیند تطبیق خود با نرخ تورم جدید را آغاز کند.

بطور اخص در این تحقیق ، مطالعه دقت پیش بینی مدیریت، و انتخاب روشی مناسب و منطقی برای بدست آوردن خطا در پیش بینی های گزارش شده توسط آنان، حتی می تواند ابزار لازم برای تعدیل تطبیقی را برای تصمیم گیرندگان، فراهم آورد. زیرا تعدیل انتظارت، زمانی معنی خواهد داشت؛ که میزان اشتباه در دوره های قبل، بدرستی مورد مطالعه قرار گرفته باشد. هدف ما نیز بهبود درک گزارشات پیش بینی مدیریت است تا بستر لازم برای افزایش دقت این نوع گزارشات فراهم آید؛ یا دست کم، ضعف های پیش بینی مدیریت، آشکارتر شوند.

14-2 خلاصه فصل

در این فصل به منظور بسط مفهوم و تبیین رفتار پیش بینی مدیریت، موضوعات مرتبط را که برای رسیدن به هدف خاص این فصل، که همان ارائه تعریفی مفصل از عنوان پژوهش و تعریف مفاهیمی که ما را به درک بهتر موضوع هدایت می کند؛ برسیم.

این فصل در واقع، مفاهیم نظری پژوهش را تبیین میکند، تا بستر لازم برای عملیاتی کردن آن فراهم آید.

منابع و ماخذ

منابع فارسی

1. ابوالقاسمی، م.، 1384، *بررسی کاربرد مدل های مختلف سری زمانی پیش بینی سود در صنعت سیمان،* پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده علوم اداری دانشگاه شهید بهشتی.

2. بامنی مقدم، م.، 1390، *آمار و کاربرد آن در مدیریت*، ج اول، و دوم، انتشارات شرح، تهران.

3. بهرامیان، م.، 1385، *میزان عدم صحت پیش بینی سود شرکت ها در عرضه اولیه و افزایش سرمایه،* پایان نامه کارشناسی ارشد، دانشکده حسابداری و مدیریت دانشگاه علامه طباطبایی.

4. زرگر، ی.، 1391، *شفافیت در بخش عمومی،* حسابرس، شماره 59، صص 1- 6.

5. علی پناه، ص. و بیتا مشایخی، 1392، *خطای پیش بینی مدیریت از سود و تاثیر حسابداری محافظه کارانه بر آن،* فصلنامه دانش حسابداری و حسابرسی مدیریت، سال دوم، شماره 5، صص25-36.

6. قاسمی، ق.، 1384، *مقایسه دقت پیش بینی سود توسط مدیریت با سری زمانی باکس –جینکیز،* پایان نامه کارشناسی ارشد، حسابداری و مدیریت دانشگاه علامه طباطبایی.

7. کردستانی، غ. و سید مرتضی مرتضوی، 1391، *بررسی تاثیر تصمیمات سنجیده مدیران بر چسبندگی هزینه ها، فصلنامه بررسی های حسابداری و حسابرسی، دوره ی 19، شماره 67، صص73-90.*

8. لطفی، ا.، میثم حاجی پور، 1389، *تاثیر محافظه کاری بر خطای مدیریت در پیش بینی سود،* مجله حسابداری مدیریت، سال سوم، شماره چهارم، صص 17-32.

9. مدرس، ا. و زهرا دیانتی دیلمی، 1382، *بررسی کاربرد مدل سری زمانی چند متغیره در پیش بینی جریان های نقدی عملیاتی،* شماره 34، صص 77-110.

10. مشکی، م. فتاحی، 1390، *تاثیر محافظه کاری حسابداری بر ریسک کاهش قیمت سهام،* فصلنامه بورس اوراق بهادار، شماره 16، صص 119-136.

11. ملکیان، ا.، احمد احمد پور، و محمد رحمانی نصرانی، 1389، *عوامل موثر بر دقت سود پیش بینی شده توسط شرکتها: شواهدی از بازار بورس و اوراق بهادار تهران*، شماره 61، صص 21-36.

12. نراقی، ن.، 1370، *روش های تحقیق و چگونگی ارزشیابی آن در علون انسانی*، انتشارت بدر، ص 77.

13. نوروش، ا. و مهدی غلام زاده، 1382، *بررسی رفتار سود حسابداری با استفاده از سری زمانی باکس-جنکیز،* فصلنامه بررسی های حسابداری و حسابرسی، شماره 31، صص3-16.

14. یزدان پناه، ا.، 1390، *شفافیت و پاسخگویی دو روی یک سکه،* روزنامه وطن امروز، کد خبر10400.

منابع لاتین

1. Abarbanell, J. S., Lanen, W., And Verrecchia, R. (1995). *Analysts Forecasts As Proxies For Investor Beliefs In Empirical Research.* JournalOf Accounting Andeconomics, 20: 31-60

2. Anderson, M. Banker, R., And Janakiraman, S. (2003). *Are Selling, General, And Administrative Costs Sticky?.* Journal Of Accounting Research,41, 47-63.

3. Atkinsont, A. A, R. D. Banker, R. S. Kapalan, And S. M. Young. 1997. *Management Accounting.* 2nd Ed. New Jerey: Prentice-Hall, Inc.

4. Banker, R. Mashruewala, R. 2010*. Management Optimism And Cost Behaviore*. SSRN Elibrary.

5. Cong, G. (2008) . *The Association Between Management Earnings Forecast Errors Accruals.* Ssrn Elibrary.

6. Cotter, J. Tuna, I. And Wysocki. 2006. *Expectations Management And Beatable Targets: How Do Analyts React To Explicit Earning Guidance?.* Contermporary Accounting Reaearch 23 (3): 593-624.

7. Cragg, J. And Malkiel, B. (1968). *The Consensus And Accuracy Of Some Predictions Of The Groth Of Corporate Earnings.* The Journal Of Finance 23 (March 1968), Pp: 48-67.

8. Graham, J. Harvey, And Rajgopal. 2005. *The Economic Implications Of Corporate Financial Reporting.* Journal Of Accounting And Economics 40 (1-3). 3-37

9. Kato, K. Skinner, And Kunimura. 2009. *Management Forecasts In Japan: An Empirical Study Of Forecasts That Are Effectively Mandated.* The Accounting Review 84 (5): 1575-1606

10. Lipe, R. (1990). *The Relation Between Stock Returns And Accounting Earninggiven Alternative Information.* The Accounting Review, 65: 49-71

11. Mintz, S. L. 1994. *Spotlight On Sg&A. Cfo 10(December): 63-65.* Online- [Www.Ssrn.Com](http://www.ssrn.com)

12. Noreen, E. And N. Soderstrom (1994). *Are Overhead Costs Strictly Proportional To Activity?: Evidence From Hospital Departments.* Journal Of Accounting And Economics 17 (1-2), 255-278.

1. Atkinson, Banker & Young [↑](#footnote-ref-1)
2. self - serving [↑](#footnote-ref-2)
3. Noreen, E [↑](#footnote-ref-3)
4. Noreen & Soderstrom [↑](#footnote-ref-4)
5. Mintz [↑](#footnote-ref-5)
6. Suberamaniam & Weidenmier [↑](#footnote-ref-6)
7. Cooper R., & Kaplan R. [↑](#footnote-ref-7)
8. Rogers, J. L [↑](#footnote-ref-8)
9. Kato , K [↑](#footnote-ref-9)
10. Graham, Harvey & Rajgopa [↑](#footnote-ref-10)
11. Leone A.J [↑](#footnote-ref-11)
12. Anderson, M, R [↑](#footnote-ref-12)
13. Banker ,R ,D [↑](#footnote-ref-13)
14. Kenji Yasukata [↑](#footnote-ref-14)
15. Stock analysts [↑](#footnote-ref-15)
16. Prediction [↑](#footnote-ref-16)
17. Time Series [↑](#footnote-ref-17)
18. Regression [↑](#footnote-ref-18)
19. Cross – sectional [↑](#footnote-ref-19)
20. Forecast [↑](#footnote-ref-20)
21. Forecasting [↑](#footnote-ref-21)
22. Prediction [↑](#footnote-ref-22)
23. Risk [↑](#footnote-ref-23)
24. Uncertainty [↑](#footnote-ref-24)
25. Delphi Method [↑](#footnote-ref-25)
26. Market Research [↑](#footnote-ref-26)
27. Historical Life-Cycle analogy [↑](#footnote-ref-27)
28. Last Period Demand [↑](#footnote-ref-28)
29. Simple and Weighted N-Period Moving Averages [↑](#footnote-ref-29)
30. Simple Exponential Smoothing [↑](#footnote-ref-30)
31. Multiplicative Seasonal Indexes [↑](#footnote-ref-31)
32. Causal [↑](#footnote-ref-32)
33. Relationship [↑](#footnote-ref-33)
34. Regression analysis [↑](#footnote-ref-34)
35. در مقابل آمار پارامتریک که فرض اساسی آن نرمال بودن جامعه آماری و پیروی کردن از توزیع احتمال (Probability Distribution) است؛ در آمار ناپارامتریک که بیشتر در علوم رفتاری و انسانی مطرح می شود، توزیع جامعه آماری آزاد است و بدین خاطر به آن توزیع آزاد میگویند(رنجبران، هادی). [↑](#footnote-ref-35)
36. Composite Forecasts [↑](#footnote-ref-36)
37. Forecast by analogy [↑](#footnote-ref-37)
38. Scenario Building [↑](#footnote-ref-38)
39. Statistical Surveys [↑](#footnote-ref-39)
40. Ajinkya & Gift [↑](#footnote-ref-40)
41. Expectations Adjustment Theory [↑](#footnote-ref-41)
42. Hribar & Yang [↑](#footnote-ref-42)
43. Marquardt and Weidman [↑](#footnote-ref-43)
44. Baginski [↑](#footnote-ref-44)
45. صنایع متمرکز، صنایعی هستند که تمرکز خاص اقتصادی - تجاری - سیاسی روی آن انجام می شود؛ به عنوان مثال افغانستان روی صنعت نساجی متمرکز است وبه دلیل بهره وری بهتر از این صنعت نسبت به دیگرصنایع، روی آن متمرکز است [↑](#footnote-ref-45)
46. Pae & Thornton [↑](#footnote-ref-46)