**2-1) مدیریت سود** ................................................................................................11

[2-1-1) مقدمه 11](#_Toc398535734)

[2-1-2) مبانی نظری پژوهش](#_Toc398535735) **[....](#_Toc398535735)**[................................................................................... 11](#_Toc398535735)

[2-1-3) تاریخچه مدیریت سود 12](#_Toc398535735)

[2-1-4) نظریه‌های مدیریت سود 13](#_Toc398535736)

[2-1-5) تعریف مدیریت سود 17](#_Toc398535737)

[2-1-6) حدود و دامنه مدیریت سود 18](#_Toc398535738)

[2-1-7) انواع مدیریت سود 21](#_Toc398535739)

[2-1-8) انگیزه‌های مدیریت سود 23](#_Toc398535740)

[2-1-8-1) انعقاد قرارداد بین مالک و مدیر 24](#_Toc398535741)

[2-1-8-2) طرح‌های پاداش مدیران 24](#_Toc398535742)

[2-1-8-3) قرارداد با بستانکاران 25](#_Toc398535743)

[2-1-8-4) هزینه‌های سیاسی 25](#_Toc398535744)

[2-1-8-5) انگیزه‌های مالیاتی 26](#_Toc398535745)

[2-1-8-6) تغییرات در مدیران ارشد اجرائی 26](#_Toc398535746)

[2-1-8-7) انگیزه‌های مربوط به نخستین عرضه عمومی 27](#_Toc398535747)

[2-1-8-8) اندازه شرکت 27](#_Toc398535748)

[2-1-8-9) ساختار مالکیت 28](#_Toc398535749)

[2-1-8-10) جریان‌های نقد آزاد(FCF) 28](#_Toc398535750)

[2-1-8-11) سایر محرکها 29](#_Toc398535751)

[2-1-9) دیدگاههای موافقان و مخالفان مدیریت سود 29](#_Toc398535752)

[2-1-9-1) دیدگاه موافقان 29](#_Toc398535753)

[2-1-9-2)دیدگاه مخالفان ............................................................................................30](#_Toc398535754)

[2-1-10) ابزارهای مدیریت سود 30](#_Toc398535754)

[2-1-11)مدیریت سود وکیفیت افشاء 32](#_Toc398535755)

2-12) روشهای کشف مدیریت سود بر مبنای اقلام تعهدی ................................................33

**2-2) عدم تقارن اطلاعاتی** ......................................................................................38

[2-2-1) مقدمه](#_Toc398535757) 38

[2-2-2) شکل گیری مفهوم عدم تقارن اطلاعاتی 39](#_Toc398535758)

2-2-3) تعاریف عدم تقارن اطلاعاتی ...............................................................................40

[2-2-4) اقسام عدم تقارن اطلاعاتی 42](#_Toc398535759)

[2-2-4-1) گزینش نادرست 43](#_Toc398535760)

[2-2-4-1-1) غربال کردن 44](#_Toc398535761)

[2-2-4-1-2) علامت دادن 45](#_Toc398535762)

[2-2-4-2) خطر اخلاقی 45](#_Toc398535763)

[2-2-5) علل وقوع پدیده عدم تقارن اطلاعاتی 46](#_Toc398535764)

[2-2-5-1) آشوبگران و نقدبازان بازار 48](#_Toc398535765)

[2-2-5-2) اطلاعات نا متقارن(به ویژه وجوداطلاعات محرمانه)](#_Toc398535766) 48

2-2-6) اختلاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش سهام ..........................................................49

[2-2-6-1) اختلاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش مطلق سهام 49](#_Toc398535767)

[2-2-6-2) اختلاف قیمت پیشنهادی خرید وفروش نسبی سهام 50](#_Toc398535768)

[2-2-7) مبانی نظری تفاوت قیمت پیشنهادی خرید و فروش](#_Toc398535769) 50

2-3) چرخه عمر شرکت ..............................................................................................53

[2-3-1) مقدمه53](#_Toc398535770)

[2-3-2) چرخه عمر شرکت](#_Toc398535771) 54

2-3-3) مراحل چرخه عمر شرکت ..................................................................................54

[2-3-3-1) مرحله تولد یا ظهور 55](#_Toc398535772)

[2-3-3-2) مرحله رشد 55](#_Toc398535773)

[2-3-3-3) مرحله‌ی بلوغ 56](#_Toc398535774)

[2-3-3-4) مرحله افول یا سکون 56](#_Toc398535775)

[2-3-4) ارتباط بین مدیریت سود و عدم تقارن اطلاعات در چرخه عمر شرکت : 57](#_Toc398535776)

2-3-5) خلاصه فصل دوم ............................................................................................59

2-1) مدیریت سود

2-1-1) مقدمه:

واژه مربوط به تعدیل صورتهای مالی زیاد پرواضح نیست. برای مثال، اصطلاحاتی از قبیل دستکاری، تعدیل، اصلاح، هموارسازی و غیره معمولاً مترادف‌های مورد استفاده در ادبیات می‌باشند. برتون و استولی[[1]](#footnote-1) در سال 2001 از اصطلاح دستکاری حسابها برای تمامی تعدیلات و ثبتهای اختیاری صورت گرفته در صورت‌های مالی استفاده نمودند. در متون اصطلاحی که برای اصلاح حسابها استفاده می‌شود مدیریت سود می‌باشد.

بطور کلی، تأکید اصلی متون مدیریت سود، روی این دو موضوع است که آیا مدیریت سود واقع شده است؟ و دوم کی و چه زمانی مدیریت سود اتفاق افتاده است؟ بویژه اینکه مدیریت سود تلاش می‌کند تا درک نماید که چرا مدیران سودها را دستکاری می‌کنند و چگونه آنها این کارها را انجام می‌دهند و این رفتار مدیران چه عواقبی را به دنبال دارد؟

پاسخ به این سوالات، بخش اعظمی از تحقیقات تجربی را در حوزه حسابداری و گزارشگری مالی به خود اختصاص داده است. با این حال بسیاری از تحقیقات پیشین نشان می‌دهد که تفسیر نتایج بدست آمده پیرامون مدیریت سود یکی از موضوعات بحث برانگیز حوزه مالی و حسابداری محسوب می‌شود.

**2-1-2) مبانی نظری پژوهش**

برخی از سرمایه گذاران شامل افراد درون سازمانی از جمله مدیران، تحلیل گران و موسسه هایی که از این افراد اطلاعات دریافت می کنند به اخبار محرمانه دسترسی دارند. هر چه اطلاعات محرمانه بیشتر باشد، دامنه تفاوت قیمت های پیشنهادی خرید و فروش سهام بین سرمایه گذاران افزایش می یابد و در نتیجه بازده سرمایه گذارانی که به این گونه اطلاعات دسترسی ندارند، کاهش می یابد ( قائمی و وطن پرست،1384).

عدم تقارن اطلاعات میان مدیریت و افراد برون سازمانی نظیر سرمایه گذاران یکی از مسائل بارز در حوزه هاي مختلف از جمله بازار سرمایه است. نبود تقارن اطلاعاتی به بیانی ساده حاکی از آن است که همگان به طور یکسان به اطلاعات دسترسی ندارند و مدیریت بنا به موقعیت خود دارای اطلاعات بیشتری نسبت به دیگران است. عدم تقارن اطلاعات عامل اصلی در هدایت مدیران به سمت مدیریت سود است.

مدیریت سود به دو شکل مدیریت سود مبتنی بر ارقام حسابداری ( مدیریت اقلام تعهدی اختیاری ) و مدیریت واقعی سود ( دستکاری فعالیت های واقعی ) وجود دارد. دستکاری فعالیتهای واقعی شامل دستکاری جریان نقدی، تولید و هزینه های اختیاری است. نتایج حاصل نشان می دهد که بین عدم تقارن اطلاعاتی با جریان نقدی غیرعادی و تولید غیرعادی رابطه مستقیم وجود دارد.

ريچاردسون رابطه بين عدم تقارن اطلاعاتي و دستكاري اقلام تعهدي مورد مطالعه قرار داد، نتايج پژوهش وي نشان مي دهد كه بين عدم تقارن اطلاعاتی و مدیریت سود مبتنی بر اقلام تعهدی رابطه مستقیم وجود دارد.

بنابراین رابطه مستقیم بین عدم تقارن اطلاعاتی و مدیریت واقعی سود از طریق دستکاری فعالیت های واقعی است. پس در نتیجه گیری کلی می توان بیان کرد که بین عدم تقارن اطلاعاتی و هر دو نوع مدیریت سود رابطه مستقیم وجود دارد (احمدپور و همکاران، 1392).

2-1-3) تاریخچه مدیریت سود

در سالهای اخیر مقوله مدیریت سود از زوایای مختلف توسط محققان حسابداری مورد توجه قرار گرفته است. بخصوص پس از شنیدن خبرهایی درباره انجام موارد خلاف قاعده و عرف در حسابداری و به دنبال آن اعلام ورشکستگی شرکتهای بزرگ تجاری، مدیریت سود نزد استفاده کنندگان از اطلاعات مالی بویژه سهامداران اهمیت بیشتری پیدا کرده است به این دلیل که پس از آشکار شدن اعمال مذکور غالباً ارزش سهام شرکت در بازار کاهش یافته و در حالت افراطی منجر به ورشکستگی واحد تجاری گردیده است. در اینجا به چند نمونه از این اثرهای موارد خلاف قاعده و عرف اشاره می‌گردد:

الف) ورشکستگی شرکتهای بزرگ تجاری از قبیل انرون[[2]](#footnote-2)، ورلدکام[[3]](#footnote-3)، گلو بال کراسینگ [[4]](#footnote-4)و تایکو [[5]](#footnote-5) به دنبال اعمال مدیریت سود در حجم وسیع اتفاق افتاده است. ورشکستگی شرکت انرون را اولین شکست سالهای اخیر و بزرگترین ورشکستگی در تاریخ اقتصاد دنیا از بدو تاسیس واحدهای تجاری بزرگ دانسته اند.

ارزش سهام این شرکت در اواسط سال 2001 به شدت شروع به کاهش نمود و در دسامبر همان سال این شرکت رسماً اعلام ورشکستگی نمود و در این میان سرمایه گذاران بازار سرمایه‌ی دنیا را مات و مبهوت نمود. موضوع به قدری مهم بود که در کنگره‌ی آمریکا مورد بحث قرار گرفت و مدیران ارشد شرکت و حسابرسان آن تحت پیگرد قانونی قرار گرفتند.

ب) در سال 1998 پس از یک انتظار طولانی جهت ارائه صورتهای مالی، شرکت سان بیم[[6]](#footnote-6) در رابطه با عملکرد مربوط به سال 1997، اختلافی در حدود 65% بین سود واقعی و سود گزارش شده خود اعلام داشت. این شرکت افزایش حیرت انگیز سود در سال 1997 را ناشی از انعکاس غیر واقعی مخارج حاصل از تجدید ساختار در سال 1996 و همچنین شناسایی نابهنگام درآمدها اعلام کرد.

ج) در سال 1988 ارزش بازار سهام شرکت سای بیس[[7]](#footnote-7) بیش از 20% کاهش یافت. این امر هنگامی اتفاق افتاد که اقدامات مدیران مبنی بر گزارشات گمراه کننده و غیر واقعی میزان فروش شرکتهای تابعه ژاپنی افشا گردید. در قرارداد فروش عنوان شده بود که مشتریان می‌توانند نرم افزارهای خریداری شده را بعداً و بدون پرداخت جریمه عودت دهند. همانطور که ملاحظه می‌گردد بازهم همانند موارد قبلی دستکاری سود عامل اصلی تمام مشکلات محسوب می‌شود (فضل جو، 1387، 20).

2-1-4) نظریه‌های مدیریت سود

نظرات متفاوت در عرصه‌ی مدیریت سود هر یک نظریه‌ی یگانه ای را برای چرایی مبادرت شرکتها به مدیریت سود پیشنهاد می‌دهند. بنابراین، مانند هر عرصه با صحنه‌ی پژوهشی حسابداری دیگر، اتفاق نظر و اجماع در خصوص یک نظریه‌ی یگانه برای تبیین و پیش بینی مدیریت سود وجود ندارد. فهرست پربسامدترین نظریه‌های مدیریت سود عبارتند از:

* نظریه‌ی چشم داشت
* نظریه‌ی کارگزاری
* نظریه‌ی حساب شویی
* نظریه‌ی پذیرایی
* نظریه‌ی شرکت

به نظر می‌رسد تمام نظریه‌های مدیریت سود در سه چیز اشتراک دارند:

1)تمام آنها می‌کوشند رابطه بین مدیران شرکتها و گروه با گروه‌های استفاده کنندگان یا ذینفعان را نسبت به مدیریت سود تبیین کنند،

2)به این دلیل و به دلیل استفاده از دو مقدمه منطقی «انسان عقلایی» و« نفع شخصی» و محصول این دو، یعنی"بیشینه سازی مطلوبیت". همه‌ی این نظریه‌ها می‌کوشند رابطه مدیریت سود و ارزش را تبیین کنند،

3)تمام این نظریه‌ها در عصر یکه تازی حسابداری اثباتی پرداخته شده‌اند و بنابراین طبیعت اثباتی و استقرایی دارند و ازمشاهده و تجربه استفاده شده اند.

رانن و یاری[[8]](#footnote-8)(2008) نظریه‌ی شرکت را به عنوان یک نظریه‌ی مسلط می‌پذیرند و آن را در صدر نظریه‌های دیگر می‌نشانند. همه‌ی نظریه‌های مدیریت سود می‌کوشند رابطه درون شرکتی‌ها و برون شرکتی‌ها را نسبت به پدیده‌ی مدیریت سود تبیین کنند. بنابراین می‌توان نتیجه گرفت که نسبت پارادایمی بین نظریه‌ی شرکت رقبایش وجود دارد و از این رو نظریه‌های رقیب هر کدام در قالب رویکردهای نظریه‌ی شرکت قرار می‌گیرند.

هرکدام از نظریه‌ها بصورت خلاصه در زیر شرح داده شده اند:

**نظریه چشم داشت-** دو رویکرد به این نظریه وجود دارد: 1- نظریه‌ی چشم داشت اطلاعاتی و 2-نظریه‌ی چشم داشت ارزشی. هردو رویکرد ریشه در نظریه‌ی چشم داشت روانشناسی دارند.

برای اولین بار نظریه‌ی چشم داشت در حوزه‌ی حسابداری با رویکرد چشم داشت اطلاعاتی وام گرفته شد. اما سپس رویکرد ارزشی به این نظریه در کانون پژوهش‌های مدیریت سود قرارگرفت.

اسچیپر[[9]](#footnote-9) چشم انداز اطلاعاتی را در مقام عنصر کلیدی زیربنای مطالعه‌ی پدیده‌ی مدیریت سود قرار می‌دهد. بر این اساس چشم داشت اطلاعاتی در اثر عدم تقارن اطلاعاتی که در ساختارهای شرکتهای سهامی پیچیده بین مدیریت مسلط و گروه ذینفعان دور افتاده‌تر وجود دارد ایجاد می‌شود. وی معتقد است چشم داشت اطلاعاتی فرض می‌کند که افشاهای حسابداری دارای یک درونه یا باراطلاعاتی است که علائم فایده مندی را به ذینفعان استفاده می‌کنند.

بورگستیلر و دیچاو[[10]](#footnote-10) رویکرد ارزشی را به نظریه‌ی چشم داشت اتخاذ می‌کنند. طبق این رویکرد، تصمیم گیران یا ذینفعان ارزش را با توجه به یک مبلغ مرجع مانند سود استخراج می‌کنند تا سطوح مطلق ثروت. یعنی توابع ارزش گذاری افراد در دامنه‌ی زیان، محدب و در دامنه‌ی سود، مقعر است. این تلویحاً این مفهوم را می‌رساند که زیان‌ها ناخوشایند‌تر از سودها هستند. از این رو، ذینفعان بالاترین ارزش را وقتی بدست می‌آورند که ثروت از یک زیان به یک سود به نسبت یک نقطه‌ی مرجع حرکت می‌کند. مخلص کلام این است که اگر همه چیز ثابت بماند، سرمایه گذاران ترجیح می‌دهند در شرکت هایی سرمایه گذاری کنند که سود کوچکتر را گزارش می‌کنند تا شرکت هایی که دارای سود نوسانپذیر هستند. بنابراین تغییر در سود و سطح صفر سود دو نقطه مرجع گزارش کنند بنابراین پاداش دریافت خواهند کرد. به عبارتی سود در مقایسه با زیان و تغییر مثبت

در مقایسه با تغییر منفی به عنوان مرجع پاداش محسوب می‌شوند. این نظریه همچنین گزینه‌ی مناسبی برای نظریه‌ی مطلوبیت مورد انتظار است (کونس و مرسر[[11]](#footnote-11)، 2005، 185).

**نظریه‌ی کارگزاری**- دو رویکرد به این نظریه در نوشته‌های مدیریت سود مطرح است:

1)رویکرد سهامداران و 2) رویکرد ذینفعان.

طبق رویکرد سهامداران یا رویکرد سنتی به نظریه‌ی کارگزاری، تضاد منافعی بالقوه بین سهامداران و مدیران وجود دارد. مدیران می‌کوشند ثروت خود را بیشینه کنند. این ثروت با افزایش پاداش، افزایش ارزش اختیارنامه‌های سهام یا ارزش سهام، یا کسب موقعیت شغلی بهتر افزایش می‌یابد. تاکید بر سود کوتاه مدت و فدا کردن سود بلندمدت بهترین و کوتاه ترین افزایش ثروت است. بر این اساس مدیران، مشوق لازم را برای مدیریت سود دارند.

طبق رویکرد ذینفعان به نظریه‌ی کارگزاری، تضاد منافع به تمام گروه‌های ذینفعان تعمیم داده می‌شود. پرایور، ساروکإ و تریبو (2006) معتقدند بر اساس این رویکرد مدیران نه تنها با سهامداران، بلکه با دیگر گروه‌های ذینفعان شرکت رابطه دارند. آنان رابطه‌ی مثبتی را بین مدیریت سود و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت یافتند.

**نظریه‌ی حسابشویی**- جوردن و کلارک می‌گویند: نظریه‌ی حسابشویی یا استحمام یعنی اگر شرکتی در یک سال سود پایین را تجربه کند ممکن است سود آن سال را با شستن یا استحمام داراییها(تبدیل آنها به هزینه) کاهش دهد. بر این اساس اگر حساب شویی در چارچوب اصول حسابداری همگانی باشد مدیران بعداً از بابت حساب شویی هایی که قبلاً انجام داده‌اند جریمه و توبیخ نمی‌شوند. بعضی دیگر مانند زاروین[[12]](#footnote-12) معتقدند حساب شویی زمانی رخ می‌دهد که مدیران جدید جایگزین مدیران قبلی می‌شوند و برای اینکه بعداً عملکرد خوبی از خود نشان دهند حسابشویی اساسی راه می‌اندازند. مهمترین ضعف این نظریه این است که فقط بخشی از فعالیت‌های مدیریت سود را تبیین می‌کند (جوردن و کلارک،[[13]](#footnote-13)2004، 54).

**نظریه‌ی پذیرایی-** نظریه‌ی پذیرایی را برای تبیین مدیریت سود از ادبیات تأمین مالی وام گرفته اند.

راج گوپال و سیمپسون[[14]](#footnote-14) معتقدند مدیران با متورم کردن اقلام تعهدی از خوش بینی سرمایه گذاران نسبت به سود پذیرایی می‌کنند. براساس این نظریه سرمایه گذاران اشتهای بسیار زیادی برای سود غافلگیرکننده یا سورپرایز نشان می‌دهند ومدیران با متورم کردن اقلام تعهدی از این اشتها پذیرایی میکنند.به نظر آنان سه مقدمه و پیش فرض براساس این نظریه وجود دارد: 1) یک تقاضای غیرارادی برای شرکتها وجود دارد که به سودهای شگفت انگیز و غافلگیرکننده برای ارزشگذاری وزن بیشتری می‌دهند، 2)محدوده‌های تفاضل گیری سرمایه گذاران نیز نمی‌تواند این تقاضا را پس براند، 3)مدیران به مزایای کوتاه مدت پذیرایی، وزن بیشتری در مقابل هزینه‌های بلندمدت مربوط می‌دهند.

**نظریه‌ی شرکت-** مباحث این بخش عمدتا مبتنی برکار رانن ویاری است. این نظریه درمقایسه با نظریه‌های دیگر مسلط وعام است. از منظر دیگر می‌توان گفت چون شرکتها تولیدکنندگان و گزارشگران اطلاعات حسابداری هستند طبیعی است اهمیت سود از منظر نظریه‌ی شرکت پژوهیده یا کند و کاو سه نظریه‌ی شرکت عبارتنداز:

1)رویکرد هزینه‌ی قراردادها، 2)رویکرد تصمیم گیری و 3)رویکرد سیاسی-قانونی.

رویکرد هزینه‌ی قراردادها اهمیت قراردادها‌ی مدون و صوری را برجسته می‌کند. سود و دیگر اعداد حسابداری آماره‌های خلاصه ای به دست می‌دهند که برای طراحی قراردادهای اثربخش با ارزش اند. اما قرار دادها در شناسایی ومشخص کردن رویدادهای آینده ناتوان هستند. وقتی یک رویداد پیش بینی نشده رخ می‌دهند طرف‌های قراردادها ممکن است با قراردادهای قدیمی و تعدیل نشده با مشکل برخورد کنند و به دردسر بیفتند. در چنین وضیتی سود از وسیله، به هدف تبدیل می‌شود و شرکتها ممکن است سود را برای تبعیت از ارقام مشخص شده در قراردادشان مدیریت کنند.

رویکرد تصمیم گیری سودها را به عنوان اطلاعات با ارزش برای تصمیم گیرندگان درنظر می‌گیرند. اگر همه‌ی ذینفعان کاملا منطقی باشند مدیریت سود نمی‌تواند بدون اجازه‌ی صریح یا تلویحی سرمایه گذاران انجام شود. ازاین رو، یا مدیریت سود بی خطر است چون گزارش مدیریت شده حقیقت را برملا می‌کند، یاحقیقت رامخدوش می‌کند، اماخرابی حاصل، کمتراز هزینه‌ی استنباط و بیرون کشیدن حقیقت است.

**رویکرد سیاسی-قانونی** اذعان می‌کند که سهامداران ابزاری را برای کنترل اثربخش مدیران ندارند. اعداد سوداندازه‌ی عملکرد باارزشی هستند که فعالیت‌های شرکت را خلاصه می‌کنند و به سهامداران اجازه می‌دهند استفاده‌ی بهتری ازمجموعه‌ی ابزارهای محدودشان بکنند. مدیریت سود درمعنی خوب، فراهم اوردن نشانه ای برای ارزش اینده، ابزاری اثربخش برای پل زدن و برچیدن عدم تقارن اطلاعات بین مدیریت و سهامداران بدون ورود به جزئیات است. مدیریت سود به معنی بد، تخریب حقیقت، نتیجه‌ی حاکمیت ضعیف است (ثقفی و پوریانسب، 1385، 3).

2-1-5) تعریف مدیریت سود

مدیریت در راستای دستیابی به سود مستمر و پایدار، سعی می‌کند نوسان‌های دوره ای سود را حذف نموده، اقدام به برنامه ریزی سود با یک نرخ رشد ثابت نماید. این موضوع سبب به این می‌شود که دور نمای آتی شرکت، مطلوب به نظر آمده، عملکرد آن قابل قبول ارزیابی شود. اینگونه عملکرد از سوی مدیران در عبارتی ساده به عنوان "مدیریت سود" یاد می‌شود (مشکی و نوردیده، 1391، 105).

با بررسی‌های انجام شده در ادبیات دانشگاهی و حرفه ای از مدیرت سود تاکنون تعریف واحدی صورت نپذیرفته است و از دیدگاه‌های مختلف تعاریف متعددی از آنها بیان شده است. در اینجا به چند تعریف مهم از مدیریت سود به شرح ذیل اشاره می‌گردد:

الف) از دیدگاه شیپر[[15]](#footnote-15)(1989) مدیریت سود عبارتست از گزارشگری مالی جانبدارانه و همراه با سوء گیری که براساس آن مدیران از روی تعمد و با تصمیم قبلی، در فرآیند تصمیم گیری مالی مداخله می‌کنند تا برخی منافع خاص را عاید خود سازند (نوروش وهمکاران، 1384، 168 ).

همچنین ایشان درسال 1999 در کنفرانسی مدیریت سود را اقدامی از سوی مدیران واحد تجاری می‌دانند که انجام آن باعث تضعیف سودمندی گزارش‌های مالی در تصمیم گیری می‌شود.

ب) از دیدگاه هیلی ووالن[[16]](#footnote-16) (1999) مدیریت سود زمانی اتفاق می‌افتد که مدیران از قضاوتهای شخصی خود برای گزارشگری مالی استفاده می‌کنند و درنتیجه در ساختار مالی تغییراتی بوجود می‌آید. این تغییرات در گزارشگری مالی موجب گمراهی افراد ذینفع درباره عملکرد بنگاه اقتصادی می‌گردد و یا روی پیامدهای ناشی از قراردادهای واحد تجاری که به ارقام حسابداری گزارش شده وابسته است، اثر می‌گذارد (چی فونگ[[17]](#footnote-17)، 2009، 71 و84).

ج) مدیریت سود یعنی اینکه مدیر می‌تواند رویه ای از حسابداری را انتخاب نماید که به هدف خاصی دست یابد (ویلیام اسکات، 2003).

د) فرن و همکاران[[18]](#footnote-18) دستکاری سود توسط مدیر به منظور دستیابی به قسمتی از پیش داوری‌های مربوط به "سود مورد انتظار" (مانند پیش بینی‌های تحلیل گران، برآوردهای قبلی مدیریت و یا کاهش پراکندگی‌های سودها) را بعنوان مدیریت سود، تعریف می‌کند (دی جووج[[19]](#footnote-19)، 1999، 37).

ر) از نظر وایلد[[20]](#footnote-20) (2001) مدیریت سود به مداخله عمومی مدیریت در فرآیند تعیین سود که غالباً در راستای اهداف دلخواه مدیریت می‌باشد، اطلاق می‌گردد (چانگ و همکاران[[21]](#footnote-21)،2009، 153).

ز) از دیدگاه واتز و زیمرمن مدیریت سود یعنی اینکه مدیر، آزادی عمل خود بر روی ارقام حسابداری را با فرض وجود یا عدم وجود محدودیتهای موجود در یک زمینه بکار گیرد (فضل جو، 1387، 22)**.**

س) گای و همکاران(1996) فرض اندازه گیری عملکرد را مطرح کردند که بر اساس آن، مدیران با استفاده از مدیریت سود تلاش می‌کنند اثر رویدادهای اقتصادی جاری را در سودهای گزارش شده جاری به دقت منعکس کنند. در مقابل، آنها "فرض مدیریت فرصت طلبانه اقلام تعهدی" راتعریف کرده‌اند که بر اساس آن مدیران با بکارگیری مدیریت سود، صحت و دقت گزارشگری سود را کاهش می‌دهند (بهارمقدم و کوهی، 1389، 76).

2-1-6) حدود و دامنه مدیریت سود

به اعتقاد جیراکس[[22]](#footnote-22) (2004) مدیریت سود شامل طیف وسیعی است که از حسابداری محافظه کارانه[[23]](#footnote-23) شروع می‌شود و با هموارسازی سود[[24]](#footnote-24) و سپس تا حسابداری از نوع تخطی از اصول و قواعد و میثاق‌ها (یا حسابداری متهورانه[[25]](#footnote-25)) ادامه می‌یابد و در نهایت به حسابداری متقلبانه[[26]](#footnote-26) منتهی می‌شود. لذا حوزه و محدوده بسیار وسیعی برای قضاوت شخصی در حسابداری بوجود می‌آید که این امر موجب اغوای مدیران شده و در آنان ایجاد انگیزه می‌کند تا به دستکاری سود مبادرت ورزند (جیراکس، 2004، 10). هر کدام از این موارد مباحث وسیعی را می‌طلبد، اما از آنجا که عمده، موضوع تحقیق ما مدیریت سود است، فقط به توضیح مختصری از آنها اکتفا می‌کنیم.

**حسابداری محافظه کارانه**: محافظه کاری یکی از مشخصات اصلی گزارشگری مالی است. از دیدگاه تهیه کنندگان صورتهای مالی، محافظه کاری کوششی است برای انتخاب روشی از روش‌های پذیرفته شده حسابداری که به یکی از موارد زیر منتج می‌شود (شباهنگ، 1387، 54):

* شناخت کندتر درآمد فروش،
* شناخت سریعتر هزینه ها،
* ارزشیابی کمتر داراییها،
* ارزشیابی بیشتر بدهی‌ها .

در واقع هدف از محافظه کاری جلوگیری از تصمیم گیری‌های نادرست از سوی سرمایه گذاران بر استفاده کنندگان صورتهای مالی است. از دیدگاه تئوری نمایندگی که حقوق و مزایای مدیران به سود گزارش شده مرتبط می‌داند، مدیران انگیزه‌های قوی برای پنهان کردن اخبار بدی که موجب کم شدن سود می‌شود، دارند. بنابراین می‌توان محافظه کاری را سازوکاری برای کنترل انگیزه‌های مدیران به منظور گزینش بیش از واقع سود تلقی کرد، محافظه کاری از رفتار فرصت طلبانه مدیران (برای مدیریت سود شرکت) جلوگیری می‌کند و خطر اخلاقی را کاهش می‌دهد. رویه‌های حسابداری محافظه کارانه، مدیران را از خوش بینی بیش از حد در ارائه سود باز می‌دارد و طبعاً از پرداختهای اضافی (پاداش‌های اضافی) به مدیران جلوگیری می‌کند (مهرانی و همکاران، 1389، 49).

**هموارسازی سود:** عبارت از اقداماتی که مدیریت برای کاهش نوسانات سودهای گزارش شده حسابداری انجام می‌دهد. هموارسازی سود را می‌توان عمل آگاهانه مدیریت، به منظور تنظیم نوسانات سود شرکت تعریف کرد. مدیران با هموارسازی سود قادرند برای بازده سهام تأثیرگذاشته و با این روش به اهدافی نظیر امنیت شغلی، پاداش و افزایش ثروت سهامداران دست یابند. کم بودن نوسانات سود وضعیت مطلوب تری را در سرمایه گذاران جهت سرمایه گذاری در شرکت‌ها ایجاد می‌کند. مدیریت برخی از شرکت‌ها جهت با ثبات جلوه دادن سودآوری دست به دستکاری آگاهانه در اقلام صورتهای مالی می‌زنند تا توجه سرمایه گذارن را به سمت خود جلب نمایند. در واقع هموارسازی سود یکی از ابزارهای، موضوعی بزرگتر، تحت عنوان مدیریت سود است، به این مفهوم که مدیریت سود از روش‌های مختلفی بهره می‌گیرد که یکی از آنها هموارسازی سود است (آقایی و کوچکی، 1375، 32).

سودهای هموار به دو صورت می‌باشند:

1**)سودهایی که به منظور طبیعی هموار است:** این نوع از سودهای هموار به جریان‌های سودی اطلاق می‌شود که از فرآیندهای عملیاتی ذاتاً هموار بدست می‌آید. مثل صنایع آب و برق که معمولاً قیمت ثابتی دارد و با نرخی ثابت رشد می‌کنند.

**2) سودهایی که به طور طبیعی هموار نیستند و عمداً هموار شده اند:** این نوع سودها در نتیجه اقدامات و تصمیم‌های مدیریت هموار شده‌اند و به دو صورت می‌باشند:

الف- هموار سازی واقعی[[27]](#footnote-27): توسط مدیریت صورت می‌پذیرد و مدیریت برخی از رویدادها و صنایع اقتصادی را کنترل می‌کند و روی آن تأثیر میگذارد، به عبارتی تحت کنترل مدیریت است.

ب-هموارسازی مصنوعی[[28]](#footnote-28): ناشی از رویدادهای اقتصادی نمی‌باشد، بلکه از اقدام هایی است که اصلاحاً دست کاری حسابداری نامیده می‌شود و تأثیری بر جریان‌های نقدی ندارد (نورانی، 1386، 4).

یکی از اهداف اصلی در هموارسازی سود ایجاد یک جریان با ثبات‌تر به منظور پشتیبانی از سطح سود پرداختی بالاتر می‌باشد. جریان سود با ثبات‌تر می‌تواند به عنوان ریسک پایین‌تر درک شود که منجر به قیمت سهام بالاتر و هزینه‌های استقراض پایین‌تر می‌گردد. هدف دیگر هموارسازی سود تمایل مدیریت واحد تجاری برای افزایش قدرت پیش بینی سرمایه گذاران و کاهش ریسک شرکت می‌باشد. به دلیل افزایش ثبات سود و کاهش نوسانات آن سرمایه گذاران می‌توانند پیش بینی دقیق تری از سودهای آتی داشته باشند. از اهداف دیگر هموارسازی سود که از متون اقتصادی حاصل می‌شود می‌توان به ملاحظات هزینه‌های سیاسی، مالیات و قراردادهای بدهی اشاره نمود (پورحیدری و افلاطونی، 1385، 56).

**حسابداری متهورانه**: گزارشگری مالی متهوارانه به آن گروه از روش‌های حسابداری اطلاق می‌شود که با استفاده از آن موقعیت مالی شرکت به نحو مطلوب ارائه می‌شود. مدیران شرکت‌ها از طریق گزارشگری مالی متهورانه و سایر شکل‌های مدیریت سود می‌توانند سود گزارش شده را تغییر دهند و سود خاصی را بدست آورند. گاهی اوقات از حد نهایی و شدیدترین حالت‌های گزارشگری مالی متهورانه، به عنوان گزارشگری مالی متقلبانه نیز نام برده می‌شود (هاکن برک و نلس[[29]](#footnote-29)، 1996، 44).

**حسابداری متقلبانه:** تقلب به طور خاص به دو نوع تقسیم می‌شود: نوع اول، تقلبی است که یک سازمان به ارتکاب آن می‌پردازد. این نوع تقلب را اغلب کارکنان قسمت‌های مختلف، مشتریان و دیگر افراد مرتکب می‌شوند . دومین نوع تقلب به عنوان گزارشگری مالی متقلبانه با تقلب مدیریت شناخته می‌شود. برای نمونه، مسئولان اجرایی شرکت، اعضای هیئت مدیره یا افرادی که به عنوان مقامات صلاحیتدار شناخته می‌شوند، موجب تقلب مدیریت می‌گردند (وکیلی فرد و همکاران، 1388، 38).

در ادبیات حسابداری تعریف روشن از مدیریت سود مشکل است، زیرا مرز میان مدیریت سود و تقلب‌های مالی مشخص نمی‌باشد. تقلب مالی، حذف یا دستکاری عمدی واقعیات اصلی یا داده‌های حسابداری است که در کنار سایر داده‌های وجود، باعث تغییر قضاوت و یا تصمیم گیری استفاده کننده از داده‌ها خواهد شد. بنابراین مدیریت سود را می‌توان به دو شکل مدیریت سود "خوب" و مدیریت سود "بد" بررسی کرد.

در مدیریت سود "بد" که در اصل همان مدیریت سود نامناسب است، تلاش می‌شود عملکرد عملیاتی واقعی شرکت با استفاده از ایجاد ثبت‌های حسابداری مصنوعی یا تغییر برآوردها از میزان معقول، مخفی بماند. برای مثال، هیأت مدیره یک شرکت ممکن است تأثیرات یک حاشیه سود کم را با ثبت درآمدهای دوره بعد در این دوره یا کاهش هزینه‌های مطالبات سوخت شده، افزایش دهند. پنهان کردن روند عملیات واقعی با استفاده از تهاترهای حسابداری مصنوعی و افشاء نشده از مصادیق مدیریت سود "بد" می‌باشد که اغلب نیز امری غیرقانونی است .

درمقابل، مدیریت سود"خوب" نیز وجود دارد. یک فعالیت عاقلانه و مناسب که بخشی از فرآیند مدیریت مالی و اعاده ارزش سهامداران می‌باشد، از موارد مدیریت سود خوب به شمار می‌رود. مدیریت سود خوب جزئی از فرآیند روزمره اداره یک شرکت با مدیریت عالی، محسوب می‌شود که در طی آن مدیریت، بودجه معقول تعیین می‌نماید، نتیجه‌ها و شرایط بازار را بررسی می‌کند، در برابر تمامی تهدیدات و فرصت‌های غیرمنتظره واکنش مثبت نشان می‌دهد و تعهدات را در بیشتر یا تمامی موارد به انجام می‌رساند. یک شرکت نیاز به بودجه ریزی، داشتن هدف، سازماندهی عملیات داخلی و ایجاد انگیزه در کارکنانش در کنار ایجاد یک سیستم بازخورد، جهت آگاهی سرمایه گذارانش دارد . رسیدن به نتیجه‌های باثبات و قابل پیش بینی و رسیدن به روند مثبت سود با استفاده از محرک‌های طرح ریزی و عملیاتی خوب، نه غیرقانونی است و نه غیر اخلاقی، بلکه نشانه ای از مهارت‌ها و پیشرفت است که بازار در پی آن است و به آن پاداش می‌دهد. گاهی اوقات به این مدیریت سود"خوب"، مدیریت سود "عملیاتی" گفته می‌شود (دی جورج، 1999) که در آن مدیریت اقداماتی را در جهت تلاش برای ایجاد عملکرد مالی با ثبات (با استفاده از تصمیمات قابل قبول و داوطلبانه) انجام می‌دهد . نتایج نشان می‌دهد که مدیریت سود، بد نیست و در حقیقت مقوله ای مورد پذیرش و مورد نیاز در درون و برون شرکت توسط تمامی صاحبان سود بازار سرمایه می‌باشد (نوروش و همکاران، 1384، 170).

2-1-7) انواع مدیریت سود

هیلی و والن(1999) بیان می‌کنند که « مدیریت سود هنگامی رخ می‌دهد که مدیران از قضاوتهای شخصی خود در گزارشگری مالی استفاده کنند و ساختار معاملات را جهت تغییر گزارشگری مالی دستکاری نمایند. این هدف یا به قصد گمراه کردن برخی از صاحبان سود در خصوص عملکرد اقتصادی شرکت یا تأثیر بر نتایج قراردادهایی است که انعقاد آنها منوط به دستیابی به سود شخصی است». این محققان دو شکل از مدیریت سود را مستند می‌کنند:

1**)مدیریت سود مبتنی بر ارقام حسابداری و 2) مدیریت واقعی سود.** در حالت اول مدیریت از طریق اقلام تعهدی اختیاری به آرایش ارقام حسابداری مطابق با اهداف مطلوب خود می‌پردازد. اما در حالت دوم، مدیریت با اتخاذ برخی تصمیمات عملیاتی و به عبارت دیگر دستکاری فعالیت‌های واقعی به مدیریت واقعی سود روی آورده به سود مورد نظر خویش دست می‌یابد. همچنین مدیریت سود دارای شیوه‌های مختلفی است که هر کدام از آنها در قالب یکی از دو شکل بالا طبقه بندی می‌شوند:

الف) انتخاب رویه‌ی حسابداری: انتخاب رویه‌های حسابداری بر زمان بندی شناخت درآمدها و هزینه‌ها در محاسبه سود تأثیر می‌گذارد.. به عنوان مثال: رویه هایی که شناخت درآمدها را به جلو و تشخیص هزینه‌ها به تأخیر می‌اندازد، سود گزارش شده را افزایش می‌دهد.

ب) استفاده از رویه‌های حسابداری/ برآوردهای اختیاری: حتی بعد از اینکه مدیریت شرکت رویه‌های حسابداری را انتخاب کرد، هنوز این اختیار وجود دارد که چگونه اصول حسابدای به کار گرفته شوند. به عنوان مثال، در مورد برآورد عمر خدمات، ارزش اسقاط، عمر داراییهای نامشهود، نرخ سود حسابهای دریافتی و ... اختیار وجود دارد.

ج) زمان بندی رویه‌های حسابداری: مدیریت همچنین اختیار دارد که چه موقع و چگونه رویدادها را شناسایی کند. هنگامی که رویدادهای حسابداری نیازمند افشا در صورتهای مالی هستند. به عنوان مثال در مورد داراییهای معیوب و خراب، این اختیار وجود دارد که چه مقدار ازآن را مستهلک کنیم.

د) زمان بندی: زمانبندی تحصیل و خرید دارایی‌ها می‌تواند بر سود حسابداری تأثیر بگذارد. مدیریت می‌تواند زمان و مقدار سرمایه گذاری در هزینه‌های تحقیق و توسعه، تبلیغات و نگهداری را انتخاب نماید، هرسه مورد به عنوان هزینه‌ی دوره در دوره ای که تحمل می‌شود، شناسایی می‌شوند. مدیریت همچنین در مورد زمان بندی فروش اموال، ماشین آلات و تجهیزات برای تسریع بخشیدن یا به تأخیر انداختن شناخت سود و زیان تصمیم می‌گیرد.

مدیریت اقلام تعهدی اختیاری از طریق تغییر فعالیت‌های اقتصادی اساسی یک شرکت صورت نمی‌گیرد بلکه از طریق انتخاب روش‌های حسابداری و برآوردهای حسابداری انجام می‌شود. این در حالی است که دستکاری فعالیت‌های واقعی از طریق تغییر فعالیت‌های اساسی یک شرکت صورت می‌پذیرد، چه در داخل کشور و چه در خارج از کشور.

تفاوت اساسی بین مدیریت اقلام تعهدی اختیاری و دستکاری فعالیت‌های واقعی در زمانبندی مدیریت سود است. در مقایسه با مدیریت سود مبتنی بر ارقام حسابداری، هر دستکاری در فعالیت‌های واقعی باید در دوره ای از سال به وقوع بپیوندد. دستکاری فعالیت‌های واقعی هنگامی رخ می‌دهد که پیش بینی مدیران حاکی از آن است که سود در برآورده ساختن اهداف مورد نظرشان با شکست مواجه خواهد شد، مگر آنکه آنها اعمالی را صورت دهند که از رویه‌ی عادی شرکت نشأت می‌گیرد و یا هنگامی که برخی اعمال دیگر(استانداردهای حسابداری سختگیرانه) مدیریت اقلام تعهدی اختیاری را با محدودیت مواجه می‌سازند. از تفاوت‌های دیگر این دو شکل مدیریت سود می‌توان به این موضوع اشاره کرد که مدیریت اقلام تعهدی اختیاری در سال وقوع، نسبتاً مشخص است اما دستکاری فعالیت‌های واقعی به آسانی قابل تشخیص نیست (ناظمی، 1389، 115).

2-1-8) انگیزه‌های مدیریت سود

شرکت از دیدگاه قانونی یک شخصیت حقوقی مستقل و جداگانه محسوب می‌شود اما واتز و زیمرمن معتقدند که شرکت می‌تواند به عنوان مجموعه ای قراردادها میان طرفهای مختلف ترقی شود.

مهم ترین این قراردادها، قرارداد میان مدیران و سهامداران شرکت است که بدنبال جدائی مالکیت از مدیریت و بر پایه تئوری نمایندگی شکل می‌گیرد. سهامداران در قراردادهای خود با مدیران، اداره امور شرکت را به نمایندگان(مدیران) می‌سپارند و در مقابل حق پاسخ خواهی در خصوص عملکرد مدیران را برای خود حفظ می‌کنند. تعهد مدیریت به تلاش در راستای حداکثر کردن ثروت صاحبان سرمایه و تعهد سهامداران به جبران خدمات مدیران در قالب پرداخت حقوق و مزایای توافق شده به آنها در قبال انجام وظایف خود از شرایط اصلی این قرارداد است. حسابداری و حسابرسی در تمام این قبیل قراردادها هم در تعیین شرایط قراردادها و هم در نظارت در اجرای صحیح قرارداد نقش اساسی ایفا می‌کند. به عنوان مثال در قرارداد میان سهامداران و مدیریت شرکت، سود حسابداری به عنوان شاخص اندازه گیری عملکرد واحد اقتصادی شرکت که محصول فرایند حسابداری مالی است برای مقاصد مختلف نظیر طرح‌های جبران خدمات(پاداش) مدیریت و ارزیابی وظیفه مباشرت مدیریت نقش اساسی بازی می‌کند . بنابراین با توجه به اهمیت سود حسابداری و نقش تعیین کنترل آن در شرایط قرارداد میان سهامداران و مدیریت این فرض قوت می‌گیرد که به دلیل وجود تضاد منافع میان سهامداران و مدیران و انتظارات نفع شخصی، مدیران کیفیت سود را تحت تأثیر قرار می‌دهند (آیتریدیس و کادورینیس،[[30]](#footnote-30)2009، 165).

به دلیل پراکندگی سهامداران، آنها دخالت جدی در امور شرکت ندارند و در نتیجه مدیر به دنبال منافع شخصی خود است . قراردادن سود و فروش به عنوان معیار پرداخت پاداش به مدیران سبب همسویی منافع آنها با سهامداران نمی‌شود. در صورت معیار بودن سود برای پرداخت پاداش، مدیریت از طریق روشهای حسابداری و سایر تکنیکها، به دستکاری سود دست می‌زند.

در زیر چندین انگیزه مدیریت طبقه بندی شده است:

2-1-8-1) انعقاد قرارداد بین مالک و مدیر

بنابر مفروضات علم اقتصاد یک فرد عقلایی به دنبال منفعت شخصی خودش است. در رابطه مالک و مدیر نیز فرض می‌شود که طرفین به دنبال منافع شخصی خود هستند بعلاوه مدیران ممکن است به اطلاعاتی دسترسی داشته باشند که مالکان از آن بی خبرند(عدم تقارن اطلاعات[[31]](#footnote-31)). در نتیجه امکان رفتار فرصت طلبانه مدیر وجود دارد. این امر هزینه ای را در بر دارد که به آن هزینه نمایندگی می‌گویند. اگر مکانیزم پاداش برقرار نباشد مالک با تصوری که از رفتار فرصت طلبانه مدیر دارد دستمزد کمتری می‌دهد (فضل جو، 1387، 23).

2-1-8-2) طرح‌های پاداش مدیران

پاداش مدیران ممکن است براساس یک حقوق ثابت باشد، در این صورت مدیران کمتر ریسک می‌پذیرند و در پروژه هایی که ریسک بالائی دارند و ممکن است به نفع مالکان باشد، سرمایه گذاری نمی‌کنند. روش دیگر پرداخت پاداش مدیران می‌تواند مبتنی بر نتایج عملکرد او باشد. برای مثال ممکن است پاداش یک مدیر براساس مقدار سود، فروش یا بازده دارائی‌ها باشد که همه آنها خروجی سیستم حسابداری هستند. همچنین می‌توان پاداش مدیر را برمبنای قیمت بازار سهام شرکت پرداخت کرد . با توجه به دیدگاه فرصت طلبانه، سود حسابداری همیشه معیار بیطرفانه از عملکرد شرکت یا ارزش آن نیست.

هیلی در سال 1985 دریافت هنگامی که برنامه‌های پاداش به گونه ای است که بعد از حد مشخصی از سود به مدیران پاداش تعلق می‌گیرد مدیران در جهت بیشتر کردن سود دوره جاری روشهای حسابداری را انتخاب می‌کنند ولی اگر سود به حد مشخص شده نمی‌رسد مدیران، روشهایی را بکار می‌برند که سود دوره جاری را کمتر کند اما سود دوره‌های بعد را افزایش دهد2. همچنین استراتژیهای سرمایه گذاری که باعث افزایش ارزش شرکت می‌شوند همیشه جریانات نقدی سالانه یکسانی ایجاد نمی‌کنند بلکه ممکن است در سالهای اولیه عواید کمتری داشته باشند . طرح‌های پاداش مبتنی بر سود حسابداری ممکن است باعث شود مدیران این استراتژیها را انتخاب نکنند و رویداد کوتاه مدت باشد (دیگان، 2004).

در تحقیق دیگری خوش طینت و خانی (1382) نشان داده‌اند پرداخت پاداش بر مبنای سود نمی‌تواند اقدام صحیحی در جهت همسو سازی منافع مدیران و سایر گروه‌ها از جمله مالکان باشد . حاجیوند (1376) در بررسی خود در سال‌های 72 تا74 در بین شرکت‌های سیمان نشان داد که قراردادن سود و فروش به عنوان معیار پرداخت پاداش به مدیران سبب همسویی منافع آنها با سهامداران نمی‌شود. در صورت معیار بودن سود برای پرداخت پاداش به مدیران، مدیریت از طریق روشهای حسابداری و سایر تکنیکها به دستکاری سود دست می‌زند (مرادی، 1386، 102).

2-1-8-3) قرارداد با بستانکاران

وقتی گروهی به سازمان دیگری پول قرض می‌دهند این احتمال است که آن سازمان به گونه ای فعالیت کند که امکان برگشت آن پول وجود نداشته باشد. قرض دهندگان این موضوع را پیش بینی می‌کنند و به دنبال تضمین از طرف مقابل خواهند بود زیرا شرکت ممکن است بخواهد در پروژه‌های پرخطر سرمایه گذاری کند در این صورت اگر سود بالایی نصیب شرکت گردد قرض دهنده سهمی از این سود اضافی ندارد(برعکس سهامداران) و چنانچه سرمایه گذاری شرکت زیانده باشد، قرض دهنده حتی سود مورد قرارداد را نیز کسب نمی‌کند.

پت[[32]](#footnote-32) پیش بینی می‌کند که شرکتهای دارای نسبتهای اهرمی بالا، روشهای حسابداری را به کار می‌گیرند که منجر به افزایش دارائی‌ها و یا کاهش بدهیها شود در نتیجه سود شرکت افزایش یابد تا خطر تخلف از قرارداد بدهی[[33]](#footnote-33) کاهش یابد (مرادی، 1386، 102).

2-1-8-4) هزینه‌های سیاسی

شرکت‌های بزرگ گاهی اوقات تحت نظارت گروه‌های مختلف(کارگران، مصرف کنندگان، دولت و ...) قرار می‌گیرند. آنها ممکن است چنین جلوه دهند که آن شرکتها سود بالایی ایجاد می‌کنند اما سهم عادلانه سایر بخشهای جامعه را پرداخت نمی‌کنند (مثلاً دستمزد پایین، قیمت بالای محصولات، مالیات کم) به این منظور و برای کاهش هزینه‌های مربوطه شرکت‌های بزرگ سعی می‌کنند روشهای حسابداری استفاده کنند که سود گزارش شده را کم کنند. اما این بدان معنا نیست که افراد درگیر در فرآیند سیاسی به راحتی با تغییر یک روش حسابداری فریب می‌خورند. بلکه از جنبه اقتصادی این دیدگاه چنین برمی آید که در بازارهای سیاسی منفعت حاصل از عمل انفرادی بسیار کم است و برای افراد مقرون به صرفه نیست تا به تحقیق درباره‌ی علتها بپردازند. پس منطقاً ترجیح می‌دهند که بی اطلاع باقی بمانند. اما با تشکیل اتحادیه‌ها هزینه‌ی این کار بین اعضا سرشکن می‌گردد این امر امکان پذیر می‌شود .

اما از دیدگاه "پت" گروه‌ها و افراد درگیر در فعالیت‌های سیاسی نیز به دنبال منافع شخصی خود هستند نه منفعت عمومی. وقتی رسانه‌ها خبر از سودآوری یک شرکت را می‌دهند کمتر به روشهای حسابداری آن اشاره می‌کنند (دیگان، 2004).

در این راستا پورحیدری و همتی(1383) معتقدند که با افزایش اندازه شرکتها، مدیریت انگیزه بیشتری جهت افزایش سود در جهت ارائه تصویری بهتر از عملکرد خود به سهامداران و مسئولین دارند. شرکتهایی که از تعداد بیشتری کارمند برخوردارند فشارهای سیاسی وارده بر آنها بیشتر است. در نتیجه مدیریت این نوع واحدها جهت کاهش فشار وارده اقدام به کاهش سود می‌نمایند.

2-1-8-5) انگیزه‌های مالیاتی

مالیات بردرآمد واضح ترین محرک برای مدیریت می‌باشد. مقامات مالیاتی مایلند که قوانین حسابداری خودشان را برای محاسبه مالیات سود در کاهش فضای مانور شرکتها تحمیل کنند. اما صرفه جویی مالیاتی می‌تواند انگیزه مناسبی برای مدیریت سود تلقی گردد (اسکات[[34]](#footnote-34)، 2003).

در تحقیق پورحیدری و افلاطونی(1385) در طی سال‌های 1380 و 1383 نشان دادند که هموارسازی سود با استفاده از اقلام اختیاری توسط مدیران شرکتهای ایرانی صورت می‌گیرد و مالیات بر درآمد و انحراف در فعالیت‌های عملیاتی محرک‌های اصلی برای هموار نمودن سود با استفاده از اقلام اختیاری می‌باشد .

2-1-8-6) تغییرات در مدیران ارشد اجرائی

پیش بینی طرح پاداش این است که به بازنشستگی رسیدن مدیران ارشد اجرائی، موجب اتخاذ سیاست حداکثر کردن سود خواهد شد تا پاداش خود را افزایش دهند و یا اینکه مدیران برای جلوگیری یا به تأخیر انداختن تشنجات ناشی از عملکرد نامطلوب شرکت‌ها اقدام به مدیریت سود در جهت بالا بردن سود نمایند. این محرک‌ها برای مدیران ارشد اجرائی جدید نیز وجود دارد به خصوص اگر در هر گونه کاهش ارزش، مدیران ارشد اجرائی سابق مقصر قلمداد شوند.

از طرف دیگر در مواردی که انتظار می‌رود سودهای آتی دارای رابطه ضعیفی با سودهای جاری باشد مدیران دست به هموارسازی سود می‌زنند و سود را ذخیره می‌کنند دلیل این هموار سازی طبق بررسی دیفوند و پارک[[35]](#footnote-35) امکان التهاب و تشنجات علیه مدیریت هنگام ضعیف بودن سود جاری بدون توجه به عملکردهای سود آوری قبل می‌باشد. در نتیجه هموارسازی سود برای جلوگیری از گزارش سود کم، امنیت شغلی را زیاد می‌کند (دیفوند، 1994، 155).

2-1-8-7) انگیزه‌های مربوط به نخستین عرضه عمومی

شرکتهایی که برای نخستین بار اوراق بهادار خود را عرضه عمومی می‌کنند ارزش بازار مشخص ندارند. هاگز در سال 1986 تحلیلی را ارائه نمود به این مضمون که اطلاعاتی مانند سود خالص می‌تواند راهنمایی برای سرمایه گذاران در مورد ارزش شرکت باشد. از طرفی دنتو[[36]](#footnote-36)، کلارکسون[[37]](#footnote-37)، ریچاردسون[[38]](#footnote-38) و سفسیک[[39]](#footnote-39) به شواهدی در مورد اینکه بازار نسبت به سودهای پیش بینی شده به عنوان راهنمایی برای تعیین ارزش شرکت شدیداً عکس العمل نشان می‌دهد، پی بردند. این موضوع این احتمال را مطرح می‌کند که مدیران شرکت به امید اینکه ارزش بازار سهام شرکت خود را افزایش دهند سود گزارش شده را مدیریت می‌کنند (کین لو[[40]](#footnote-40)، 2008، 354).

ابراهیمی و حسنی آذر(1385) با بررسی 30 شرکت عرضه کننده اولیه سهام در بین سال‌های 78 تا 80 نشان دادند که مدیران سود شرکتها را در سال قبل از عرضه اولیه و سال عرضه اولیه سهام به عموم مدیریت می‌کنند. همچنین آنان نشان دادند که بین اقلام تعهدی جاری اختیاری سال اول شرکتها و عملکرد بلند مدت قیمت سهام در سه سال آتی رابطه مثبت وجود دارد .

2-1-8-8) اندازه شرکت

براساس پژوهشهای انجام شده، در شرکتهای بزرگتر انگیزه‌ی مدیران برای دستکاری سود بیشتر و بالعکس در شرکتهای کوچکتر انگیزه مدیران برای اعمال مدیریت سود کمتر است.(موسز، 1978، می‌چلسون و دیگران 1995 و زمی ژسکی و دیگران 1981) . به عبارت دیگر بین اندازه شرکت و مدیریت سود رابطه معنادار مثبتی وجود دارد، زیرا شرکتهای بزرگ به دلیل اینکه در قبال افراد بیشتری پاسخگو هستند و نهادهای بیشتری- اعم از دولتی و غیر دولتی- شرکتهای بزرگتر را مورد کنترل قرار می‌دهند، آنها در صورت داشتن عملکرد نامطلوب بیشتر مورد مؤاخذه قرار می‌گیرند. لذا مدیران شرکتهای بزرگتر انگیزه بیشتری برای اعمال مدیریت سود دارند.

در مقابل عده ای بر این باورند که هر چه اندازه شرکت بزرگتر باشد، به دلیل اینکه بیشتر در معرض رسیدگی‌های دقیق‌تر قرار می‌گیرند، مدیریت سود کمتر است. برخی محققان نیز در پژوهش‌های خود به شواهدی مبنی بر تأثیر اندازه‌ی شرکت بر مدیریت سود دست نیافته‌اند (گوان[[41]](#footnote-41)، 2001، 40).

2-1-8-9) ساختار مالکیت

در تحقیقات اثباتی حسابداری، مسئله‌ی ساختار مالکیت و رابطه‌ی آن با مدیریت سود به طور اعم، از دو دیدگاه مورد بررسی قرار گرفته است. **دیدگاه اول** میزان و درصد سهام متعلق به مدیران در مقایسه با میزان سهام سایر افراد و نهادها را مطرح می‌کند. براساس این دیدگاه، انگیزه‌ها و محرک‌های انحراف از GAAP و اعمال مدیریت سود، با میزان درصد سهام متعلق به سهامداران افزایش می‌یابد(بنیش[[42]](#footnote-42)، 1997). در **دیدگاه دوم**، انگیزه‌های مدیریت سود بر مبنای افق زمانی سرمایه گذاران در خصوص نگهداری سهام، مورد ارزیابی قرار می‌گیرد. چنانچه ساختار مالکیت شرکت، عمدتاً از افرادی تشکیل شود که افق سرمایه گذاری کوتاه مدت دارند، انگیزه‌ها جهت دستکاری سود توسط مدیریت بنگاه اقتصادی افزایش می‌یابد و بالعکس. در صورتیکه سهامداران عمده شرکت دارای افق سرمایه گذاری بلندمدت باشند، این محرکها و انگیزه‌ها کاهش می‌یابد (داروغ و همکاران[[43]](#footnote-43)، 1998، 20).

2-1-8-10) جریان‌های نقد آزاد(FCF)

مدیران از طریق شناسایی فرصتهای رشد مناسب در راستای تحلیل ایجاد ارزش برای سهامداران، جریانهای نقد آزاد را در پروژه هایی با ارزش فعلی خالص(NPV) مثبت سرمایه گذاری کرده و به این ترتیب باعث افزایش ثروت سهامداران خود می‌گردند. اما با توجه به تئوری تضاد منافع بین مدیران و مالکان، مدیران لزوماً وجوه مذکور را در پروژه هایی با (NPV) مثبت سرمایه گذاری نمی‌کنند و ممکن است برخی از مدیران تمایل داشته باشد حتی در پروژه هایی با (NPV) منفی سرمایه گذاری نمایند تا در کوتاه مدت به برخی از منافع شخصی خود برسند.

جنسن[[44]](#footnote-44) (1986) مشکل مذکور را در قالب نظریه معروف خود برای اولین بار بیان نمود. او هزینه‌های ناشی از جریان‌های نقد آزاد را هزینه هایی دانست که در پروژه‌های با(NPV) منفی سرمایه گذاری شده اند. از نظر جنسن مدیران واحدهای تجاری با جریان‌های نقد آزاد بالا و رشد کم سود را مدیریت می‌نمایند تا سودهای کم و زیان‌های ناشی از سرمایه گذاری در پروژه هایی با (NPV) منفی را از بین ببرد و در کوتاه مدت به برخی از منافع شخصی خود دست یابند. بنابراین انتظار می‌رود که جریان‌های نقد آزاد بتواند به عنوان محرکی به منظور مدیریت سود تلقی شود (جنسن، 1986، 325).

2-1-8-11) سایر محرکها

انگیزه هایی که برای مدیریت سود می‌تواند وجود داشته باشد عبارتند از تلاش برای به حداکثر رساندن قیمت سهام برای سهامداران موجود نسبت به سهامداران بالقوه، در جائیکه سود گزارش شده عامل مهم تعیین کننده قیمت سهام در نظر گرفته می‌شود. کمتر از واقع نشان دادن سود توسط مدیریت در جایی که انتظار می‌رود خرید سهام شرکت توسط مدیریت اتفاق بیفتد و به حداقل رساندن سود به وسیله افزایش اقلام تعهدی هزینه تا اینکه حمایت درست را در مقابل رقابت خارجی جلب نماید. محققین معتقدند کشف اینکه آیا سود برنامه ریزی شده است یا خیر؟ مشکل است (آقایی و کوچکی، 1375، 33).

کلاگ و کلاگ[[45]](#footnote-45)، انگیزه اصلی مدیریت را از دستکاری سود، تشویق سرمایه گذاران برای خرید سهام شرکت و به تبع آن افزایش ارزش بازار آن بیان کرده اند (مرادی، 1386، 102).

2-1-9) دیدگاههای موافقان و مخالفان مدیریت سود

2-1-9-1) دیدگاه موافقان

برخی از محققان محدوده هایی از مدیریت سود را موجه تشخیص داده و آن را برای سرمایه گذاران و سایر افراد ذینفع سودمند دانسته‌اند. با استفاده از تئوری CAPM هنگامی که سودهای گزارش شده هموار شوند، محاسبه‌ی ارزش فعلی جریان‌های نقدی آتی و همچنین تعیین ارزش متعارف دارائی‌ها راحت‌تر خواهد بود. پژوهش انجام شده توسط می‌چلسون و دیگران(1995) نشان می‌دهد شرکت هایی سود هموارتری دارند بطور قابل توجهی، متوسط بازده سالیانه بالاتری نسبت به شرکت هایی که هموارسازی سود را انجام نداده اند، دارند. هپ ورث2(1953) معتقد است آرایش سود یک عمل عقلایی و منطقی است که از طریق آن مدیران تلاش می‌کنند با بکارگیری ابزارهای خاص در حسابداری، سودشان را هموار سازند. ترومن و دیگران[[46]](#footnote-46) (1988) در تشریح فواید هموارسازی سود برای شرکتها می‌گویند. (فضل جو، 1387، 29) :

**"هموارسازی سود واریانس سودهای مشاهده شده را می‌کاهد و بدین ترتیب هزینه‌ی استقراض را کاسته و برروابط میان شرکت، مشتریان، فروشندگان و کارکنان اثر مساعده دارد."**

**2-1-9-2) دیدگاه مخالفان**

از سوی دیگر مخالفان پدیده هموارسازی و مدیریت سود، هموارسازی را نوعی تحریف در اهداف گزارشگری می‌دانند.

ایم هاف[[47]](#footnote-47) (1981) معتقد است، وقتی متغیرها برای کسب سودهای هموار دستکاری می‌شوند، به نظر می‌رسد که افشا به اندازه‌های کافی صورت نمی‌پذیرد. بیدل من[[48]](#footnote-48) (1977) اعتقاد دارد که هموارسازی سود، تجزیه و تحلیل صورتهای مالی را با مشکل مواجه می‌سازد. مک هوگ[[49]](#footnote-49) آرایش سود را نوعی دستکاری در اطلاعات صورتهای مالی می‌داند. برن استین[[50]](#footnote-50) عنوان می‌کند که اصولاً آرایش سود یک عمل سفسطه آمیز بوده که در محدوده GAAP صورت می‌پذیرد (فضل جو، 1387، 29).

2-1-10) ابزارهای مدیریت سود

به اعتقاد شیام ساندر[[51]](#footnote-51)(1997) ابزارهای مدیریت سود را می‌توان به 5 طبقه‌ی زیر تقسیم بندی کرد:

**الف) تعیین حوزه عملی حسابداری معاملات به صورت اختیاری :**

نحوه عمل حسابداری معاملات خاص، مواردی مانند تعمیر و به روز کردن تجهیزات و ماشین آلات، زمان بندی ثبت یک فروش و حذف موجودیها، تجهیزات و ماشین آلات می‌باشد که به انتخاب مدیریت بنگاه اقتصادی صورت می‌گیرد. بدیهی است در زمان انجام این اقدامات با هدف مدیریت سود، یک مشاهده کننده خارج از واحدهای تجاری، نمی‌تواند به آسانی آن را آشکار ساخته و افشاء نماید.

**ب)انتخاب اصول حسابداری :**

اصول پذیرفته شده حسابداری به مدیران اجازه می‌دهد، برای ثبت بسیاری معاملات از بین دو یا چند روش موجودی کالا(انتخاب یک روش از روشهای fifo و lifo و میانگین و ...) برای محاسبه استهلاک دارائی‌های استهلاک پذیر(روشهای مستقیم و روشهای شتابی)، مخارج استخراج نفت و گاز(روشهای مخارج کامل و روشهای موفقیت آمیز)، حسابداری قراردادهای بلندمدت(روش کار تکمیل شده یا روش درصد پیشرفت کار). به هر حال در مورد انتخاب اصول حسابداری انتخاب اولیه و تغییر در اصول و روشهای کاربردی اصول حسابداری برای افراد خارج از واحد تجاری قابل مشاهده است. بسیاری از پژوهشهای تجربی انجام شده در رابطه با مدیریت سود، مربوط به استفاده از این نوع ابزار می‌باشد.

**ج) تعدیل برآوردهای حسابداری :**

تعدیل برآوردهای حسابداری، قابلیت انعطاف بیشتری به مدیران واحدهای تجاری می‌دهد. منظور نمودن ذخیره جهت مطالبات مشکوک الوصول، برآورد عمر اقتصادی دارائی‌ها و تعیین نرخ تنزیل برای تعهدات بازنشستگی، نمونه ای از ابزارهای سنتی است که مدیران برای سال‌های متمادی، به منظور اعمال مدیریت سود از آنها استفاده می‌کنند. در سالهای اخیر تجدید ساختار نیز به عنوان یک پدیده نسبتاً جدید، مورد استفاده مدیران قرار گرفته است .

**د) تعیین قیمتهای انتقالی کالاها و خدمات :**

واحدهای تجاری چند ملیتی که مالیات آنها به صورت مضاعف شناسائی می‌شود، از انگیزه لازم برخوردارند تا نه تنها تلاش کنند نرخهای بالای مالیات بردرآمد آنها کاهش یابد، بلکه نسبت به هموار سازی سود نیز مبادرت ورزند. در گروه شرکتها یا شرکتهای چندملیتی، قیمتهای انتقال کالاها و خدمات، در میان واحدهای اقتصادی فرعی شرکت‌های مادر یکی از ابزارهای جذاب مدیریت سود تلقی می‌شود.

**ه) تصمیمات اقتصادی اساسی و بااهمیت:**

در برخی از وقایع و رویدادهای مالی و اقتصادی مانند آگهی و تبلیغات، پرداختهای مربوط به طرح‌های بازنشستگی، پاداش مدیران اجرایی، هزینه‌های تحقیق و توسعه، تحصیل یا فروش بخش هایی از واحدهای اقتصادی و فروش اموال یا سرمایه گذاریها می‌تواند این انگیزه وجود داشته باشد که تغییرات مورد نظر در این اقلام، سود واحد تجاری را درکوتاه مدت تحت تأثیر قرار دهد. رونن و سادان[[52]](#footnote-52)، در یکی از پژوهشهای خود روشهای هموارسازی سود را به شرح زیر طبقه بندی کرده اند (بهارمقدم، 1385، 25).

**قبلاً گفتیم که هموارسازی سود جزئی از مدیریت سود است اکنون بجاست که ابزارهای هموارسازی سود را نیز در این قسمت بیان کنیم. ابزارهای هموارسازی سود عبارتند از:**

**1)هموارسازی سود از طریق زمانبندی رویدادها**

مدیران بنگاههای اقتصادی می‌توانند زمان شناسایی و ثبت رویدادهای مالی را طوری انتخاب کنند تا بردرآمدها و سود گزارش شده، در تاریخ مورد نظر اثر بگذارند. به عبارت دیگر رویدادهای مالی در زمان واقعی خود شناسایی و ثبت نمی‌شوند و به دوره‌های دیگر منتقل می‌گردند مانند ثبت رویداد فروش، به عنوان پیش دریافت و یا ثبت پیش دریافت به عنوان فروش کالا و یا تعیین زمان مناسب برای شناسایی هزینه‌های تحقیق و توسعه و فروش دارائی‌های ثابت؛ زمان بندی رویدادها باعث کمتر یا بیشتر از میزان واقعی نشان دادن درآمدها یا هزینه ها، حسب مورد می‌گردد.

**2) هموارسازی سود از طریق انتخاب روشهای تخصیص**

انتخاب برخی از روشهای جدید و یا تغییر روشهای موجود، می‌تواند منجر به دستکاری سود شود . به عنوان نمونه بعضی از روشهای منظور نمودن ذخیره جهت مطالبات مشکوک الوصول و با ذخیره جهت کالاهای ناباب با میزان درآمد و فروش کالا ارتباط مستقیم و تنگاتنگ دارند و برخی دیگر متناسب با میزان درآمد منظور نمی‌شوند و یا انتخاب برخی روش‌های استهلاک، مانند روش ساعات کارکرد و یا روش تعداد محصول تولید شده، با میزان استفاده و کارکرد اموال ماشین آلات و یا تعداد محصول تولید شده بیشتر باشد، هزینه استهلاک نیز به همان نسبت بیشتر خواهد بود و در نهایت سود گزارش شده، یک روند متناسب را طی می‌کند. در صورتی که انتخاب روشهایی مانند روش خط مستقیم و یا روشهای نزولی باعث می‌شود که هزینه استهلاک محاسبه شده با میزان درآمد و فروش کالا، ارتباط منطقی نداشته باشد. نمونه دیگر از این باب، به هزینه منظور نمودن برخی از مخارج سرمایه ای یا بالعکس می‌باشد لذا مدیران در این محدوده نیز از اختیارات زیادی برخوردارند تا بر اعداد و ارقام حسابداری اعمال کنترل نمایند .

**3)هموارسازی سود از طریق طبقه بندی**

مدیران می‌توانند از طریق تغییر مکانی اعداد و ارقام مندرج در صورت سود وزیان، سود گزارش شده را براساس اهداف خویش دستکاری نمایند. نشان دادن بعضی از هزینه‌های اداری و تشکیلاتی به عنوان بخشی از بهای تمام شده کالا و کم کردن سود عملیاتی و بالعکس، نمونه ای از حالت مذکور می‌باشد . همچنین عادی، غیرعادی یا غیرمترقبه تلقی کردن برخی از اقلام سود و زیان منجر به افزایش یا کاهش سود خالص عملیاتی می‌گردد (آقایی و کوچکی، 1375، 45).

2-1-11) مدیریت سود و کیفیت افشاء

سود گزارش شده در شرکت ها، همواره بعنوان یکی از معیارهای تصمیم گیری مالی مورد توجه بوده است. اما هرگاه اهداف مدیران و مالکان همسو نباشد مدیریت ممکن است صورتهای مالی در جهت منافع خود تهیه نمایند. استفاده کنندگان از اطلاعات مالی نیز همواره از عدم تقارن اطلاعات حسابداری ناراضی بوده‌اند و همواره به دنبال اطلاعاتی هستند که بتوانند جهت تصمیم گیری‌های منطقی از آن استفاده نمایند. دو مکانیسم اصلی وجود دارد که شکاف اطلاعاتی بین مدیران و سرمایه گذاران را تعدیل می‌نماید. اول عرف و استانداردهای پذیرفته شده حسابداری که توانایی مدیریت برای تحریف اطلاعات مالی را محدود می‌سازد، اگر چه هنوز مدیران قادرند به دلیل دانش و تخصص، برتری اطلاعاتی را حفظ نمایند و دوم حسابرسان که با رسیدگی به برآوردهای مدیریت و ارقام و اعداد گزارش شده اعتبار صورتهای مالی را افزایش می‌دهند. این مکانیزم‌ها هنوز نارسائی‌های خاص خود را دارند و نتوانسته‌اند به طور کامل شکاف اطلاعات بین مدیران و سرمایه گذاران را برطرف کنند. افشاء اطلاعات راهکاری است جهت از بین بردن عدم تقارن اطلاعات بین مدیران و سرمایه گذاران از طریق تعدیل تضاد منافع موجود (ایزدی نیا، 1377، 112).

بینش(2001) به وجود دو دیدگاه در مورد مدیریت سود اشاره می‌کند. دیدگاه «فرصت طلبانه[[53]](#footnote-53)» که بیان می‌دارد مدیران در پی گمراه کردن سرمایه گذاران هستند و دیدگاه «تبادل اطلاعات[[54]](#footnote-54)» که بیان می‌دارد که اختیارات مدیر ابزاری است برای وی تا تا انتظارات شخصی اش را در مورد جریانات نقد آتی شرکت به سرمایه گذاران ارائه کنند.

لوبو و ژو[[55]](#footnote-55)(2001) میزانی که شرکتها به مدیریت سود می‌پردازند را به عنوان عامل تعیین کننده مهمی جهت تصمیم گیری در ارتباط با میزان افشاء اطلاعات معرفی می‌نمایند. تجزیه و تحلیل‌های تجربی ارائه شده توسط این محققین بیانگر وجود رابطه منفی بین کیفیت افشاء و مدیریت سود در حالت وجود مدیریت سود فرصت طلبانه، همچنین وجود رابطه منفی بین کیفیت افشاء و مدیریت سود در حالت وجود مدیریت سود ناشی از تبادل اطلاعات است .

گلوستن و میلگرام[[56]](#footnote-56)(1985) در ارتباط با رابطه بین افشاء شرکت و عدم تقارن اطلاعات، مدلی ارائه نموده‌اند که این مدل بیانگر رابطه معکوس بین افشاء شرکت و عدم تقارن اطلاعات می‌باشد. بطوری که هرچه سطح افشاء شرکت افزایش می‌یابد عدم تقارن اطلاعات کاهش پیدا می‌کند .

ترومن و تیتمن[[57]](#footnote-57)(1988) به روش تحلیل نشان دادند که وجود عدم تقارن اطلاعات بین مدیریت و سهامداران، وضعیت ضروری برای مدیریت سود است. ومیزان مدیریت سود با سطح عدم تقارن اطلاعات افزایش می‌یابد. در واقع می‌توان چنین گفت که هر چه کیفیت افشاء اطلاعات بهتر باشد، عدم تقارن اطلاعات کاهش یافته و بدنبال آن مدیریت سود نیز کاهش خواهد یافت (بداغی، 1387، 178).

**2-1-12) اندازه گیری مدیریت سود**

روشهای کشف مدیریت سود بر مبنای اقلام تعهدی

در بررسی‌های انجام شده روی مدیریت سود، اقلام تعهدی نقش بسیار مهمی دارند. اقلام تعهدی حاصل کسر جریان‌های نقد عملیاتی از سود شرکت می‌باشد، بنابراین با فرض اینکه نتوان جریان‌های نقدی را دستکاری نمود تنها راه دستکاری سود افزایش یا کاهش اقلام تعهدی است. اقلام تعهدی می‌تواند به دو بخش اقلام تعهدی اختیاری و غیراختیاری تقسیم گردد . اقلام تعهدی غیراختیاری به طور متعارف به سطح فعالیت بستگی داشته و تحت کنترل مدیران نمی‌باشد در حالی که اقلام تعهدی اختیاری تحت کنترل مدیران بوده و توسط آنان به راحتی قابل دستکاری است (حسنی آذر، 1385).

لذا تفکیک اقلام تعهدی اختیاری از کل اقلام تعهدی به عنوان معیاری از مدیریت سود و اعمال آن در واحدهای تجاری از اهمیت خاصی برخوردار است. یک عامل بنیادی در آزمون مدیریت سود در شرکت ها، تخمین عامل اختیار و اعمال نظر مدیران در تعیین سود است. بررسی ادبیات مبتنی بر مدیریت سود، بیانگر وجود رویکردهای متفاوت با شناسه ای مختلف در تخمین و اندازه گیری اختیار مدیریت در تعیین سود گزارش شده است. یکی از مهم ترین این رویکردها، مبتنی بر کاربرد اقلام تعهدی اختیاری بعنوان شاخصی برای تعیین و کشف مدیریت سود در واحدهای تجاری است .

هیلی[[58]](#footnote-58) (1985)، دی آنجلو[[59]](#footnote-59)(1986) و جونز[[60]](#footnote-60)(1991)، در طی انجام مطالعلاتی در زمینه مدیریت سود، با بکار گیری اقلام تعهدی برای کشف مدیریت سود اقدام به ارائه مدل هایی کرده‌اند که در تحقیقات بعدی، بارها آزموده شده اند. در حال حاضر پنج مدل اساسی جهت جداسازی بخش اختیاری از کل اقلام تعهدی و نیز اندازه گیری مدیریت سود توسط اندیشمندان در این حوزه ارائه شده است. با توجه به اهمیت این مدل‌ها در ادامه به شرح و توصیف آنها پرداخته می‌شود :

**الف)مدل هیلی**

این مدل در سال 1985 ارائه شده است. در این مدل فرض می‌شود که بخش غیراختیاری اقلام تعهدی از یک فرایند میانگین تبعیت می‌کند. در مدل هیلی برای محاسبه اقلام تعهدی اختیاری ابتدا اقلام تعهدی غیراختیاری از طریق فرمول زیر محاسبه می‌شود:

1) = 1 NDA

که در آن:

NDAt: اقلام تعهدی غیراختیاری درسال t

TA: کل اقلام تعهدی

A: کل ارزش دفتری دارایی‌های شرکت

n : تعداد سالها در دوره برآورد

λ : عبارتست از سال اندیس که دارای بازده (t-1 , …,t-n. t-n +1) میباشند.

پس از تعیین NDA اقلام تعهدی اختیاری (DA) برای سال t به شرح زیر محاسبه می‌شود:

2) DA1 = -

**ب) مدل دی آنجلو**

این مدل در سال 1986 ارائه شده است. در این مدل فرض براین است که NDA در هر دوره مالی برابر با کل اقلام تعهدی سال قبل. مدل دی آنجلو می‌تواند به عنوان یک حالت خاص از مدل هیلی تصور شود که در آن دوره پیش بینی برای NDA تنها به مشاهدات دوره قبل محدود شده است. این مدل به شرح زیر بیان شده است :

1)

که در آن:

TAt-1: کل اقلام تعهدی در سال t-1

TAt-2: کل داراییهای شرکت درسال t-2

پس از محاسبه، اقلام تعهدی اختیاری به شرح زیر محاسبه می‌شود:

2) *-*

**ج)مدل جونز**

جونز تفاوت سود و وجوه نقد حاصل از عملیات را بعنوان اقلام تعهدی شناسایی کرده است. در این رویکرد، عقیده حاکم آن است که اطلاعات موجود در وجوه نقد حاصل از عملیات، معیاری عینی‌تر برای ارزیابی عملکرد واقعی اقتصادی واحد تجاری است و از این رو کمتر می‌تواند مورد دستکاری مدیریت قرار گیرد. جونز در مدلی که در سال1991 برای بررسی مدیریت سود در واحدهای تجاری ارائه کرد، فرض کرد که اقلام تعهدی غیراختیاری[[61]](#footnote-61) در طول زمان ثابت هستند درحالیکه واقعا چنین نیست. در این مدل که سعی در تفکیک اقلام تعهدی اختیاری[[62]](#footnote-62)و غیراختیاری دارد، سعی شده است که تأثیر شرایط اقتصادی یک واحد تجاری بر اقلام تعهدی غیراختیاری را کنترل کند. در مدل جونز ابتدا کل اقلام تعهدی به شرح زیر محاسبه می‌گردد :

1) = –– + – TAi,t

که در آن:

TAi,t : کل اقلام تعهدی شرکتi در سالt

CA i,tΔ : تغییر در داراییهای جاری شرکت i بین سالt و t-1

C i,tΔ : تغییر در بدهی‌های جاری شرکت i بین سال t و t-1

CASH i,tΔ :تغییر در وجه نقد شرکت i بین سالt و t-1

STD i,tΔ : تغییر در حصه جاری بدهی‌های بلندمدت شرکت i بین سال t و t-1

DEPi,t: هزینه استهلاک شرکت i در سالt

پس از محاسبه کل اقلام تعهدی، پارامترهای ƴ, β , α به منظور تعیین اقلام تعهدی غیراختیاری، از طریق فرمول زیر برآورد می‌شوند :

2)

که در آن :

TAi.t: کل اقلام تعهدی شرکتiدرسالt

REV i,tΔ : تغییر در درآمد فروش شرکتiبین سال t و t-1

i,t PPE : اموال، ماشین آلات و تجهیزات ناخالص شرکت i در سال t

Ai,t-1 : کل ارزش دفتری داراییهای شرکت i در سال t-1

i,tɛ : اثرات نامشخص اثرات تصادفی

ƴ,β, α : پارامترهای برآورد شده شرکت i

پس از محاسبه پارامترهای ƴ,β, α از طریق روش حداقل مربعات(OLS) طبق فرمول ذیل اقلام تعهدی غیر اختیاری به شرح زیر تعیین می‌شود :

3)

که در آن:

NDAi,t: اقلام تعهدی غیراختیاری شرکت iدر سال t

در مرحله آخر، اقلام تعهدی اختیاری(DA) به شرح زیر حساب می‌شود:

4) DAi,t=TAi,t - NDAi,t

لازم به یادآوری است که مجموع اقلام تعهدی به روش زیر محاسبه می‌شود :

5) TA=NI - CFO

که در آن:

TA: کل اقلام تعهدی

CFO: وجه نقد حاصل از عملیات

NI: سود خالص می‌باشد (جیانکسین و مانو گاپتا[[63]](#footnote-63)1، 2009، 1654).

**د)مدل صنعت**

این مدل درسال 1991 توسط دچو و اسلن ارائه شده است همانند مدل دی آنجلو در این مدل نیز فرض ثابت بودن NDA در طول زمان تعدیل شده است. در این مدل فرض می‌شود که اختلاف شاخص‌های مربوط به اقلام تعهدی غیر اختیاری در صنایع مختلف یکسان بوده و نیز فرض می‌گردد که انحراف در تعیین بخش غیراختیاری اقلام تعهدی، در شرکت هایی که در یک صنعت هستند، معمولی است. مدل صنعت برای محاسبه NDA به شرح زیر است:

)

که در آن:

NDAt : اقلام تعهدی غیراختیاری درسالt

Median(TAt/At-1) : ارزش میانه کل اقلام تعهدی برای تمام شرکت‌های نمونه کنترلی در سالt که از طریق جمع کل دارائی‌ها هم وزن شده‌اند .

1 , β2β : پارامترهای خاص شرکت هستند که با استفاده از OLS مشاهدات برآورد می‌شوند. (فضل جو، 1387، 34(

**د) مدل تعدیل شده جونز**

یک فرض تلویحی به کار برده شده در مدل جونز این است که درآمدها جزء اقلام غیراختیاری هستند. مد نظر قرار دادن این فرض اگر سود واحد تجاری از طریق درآمدها و اقلام اختیاری درآمد حاصل شود، در این صورت کاربرد مدل جونز باعث انتقال سود مدیریت حاصل شده از اقلام تعهدی اختیاری خواهد شد(بهارمقدم، 1384) . این مسئله محدودیت هایی را برای کاربرد مدل جونز به وجود آورد. دیچو و همکاران[[64]](#footnote-64)(1995) با ارائه مدلی که از آن پس "مدل تعدیل شده جونز" نام گرفت، این مدل را با مدل‌های جونز، هیلی و دی آنجلو و نیز مدل صنعت، مورد مقایسه قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که مدل تعدیل شده جونز از قدرت بیشتری برای کشف مدیریت سود در نهادهای تجاری برخوردار است. بنابراین در تحقیق حاضر برای بررسی مدیریت سود در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران از مدل تعدیل شده جونز استفاده می‌شود (چی فونگ، 2009، 7184).

به نظر دیچو و همکاران در مدل جونز بطور ضمنی فرض بر آن است که اقلام درآمد، نه در زمان برآورد پارامترهای مدل(دوره رویداد) و نه در زمان مدیریت تخمین سود(دوره برآورد)، مورد اعمال نظر و دستکاری مدیریت قرار نمی‌گیرند. آنها با نقض این فرض، تغییرات فروش (درآمد) را در دوره برآورد، نشأت گرفته از مدیریت سود می‌دانند. بنابراین با وارد کردن تغییرات حسابهای دریافتنی به این منظور در مدل اولیه جونز، "مدل تعدیل شده جونز" را که تعدیل مدل شماره (3) جونز است به شرح زیر ارائه دادند :

دررابطه یادشده RECΔ معرف حسابهای دریافتنی است (چانگ و همکاران، 2009، 154).

**2-2) عدم تقارن اطلاعاتی**

2-2-1) مقدمه

با توجه به جنبه های اقتصادی اطلاعات، گزارشگری مالی و سیستم حسابداری نقش حیاتی را در بازار سرمایه ایفا می کند، هدف اصلی گزارشگری مالی تأمین نیازهای اطلاعاتی سرمایه گذاران است. سرمایه گذاران و استفاده کنندگان با استفاده از اطلاعات حسابداری عملکرد آتی شرکت را پیش بینی و از آن برای ارزش گذاری شرکت استفاده می کنند. تصمیم گیری دقیق از جانب اشخاص، شرکت ها، دولت و غیره برای توزیع مناسب و کارآیی منابع مالی امری اجتناب ناپذیر است. برای این گونه تصمیم گیری ها، تصمیم گیرندگان باید اطلاعاتی قابل اتکا در اختیار داشته باشند. در واقع، هدف حسابداری کمک به این تصمیم گیرندگان است؛ از سوی دیگر، سرمایه گذاری از موارد ضروری و اساسی در فرآیند رشد و توسعه اقتصادی کشور است.

یکی از عوامل موثر در تصمیم گیری، اطلاعات مناسب و مرتبط با موضوع تصمیم است. در صورتی که اطلاعات مورد نیاز به صورتی نامتقارن بین افراد توزیع شود(انتقال اطلاعات به صورت نابرابر صورت گیرد)، می تواند نتایج متفاوتی را نسبت به موضوعی واحد سبب شود. بنابراین، قبل از این که خود اطلاعات برای فرد تصمیم گیرنده مهم باشد، این کیفیت توزیع اطلاعات است که باید به صورت دقیق مورد ارزیابی قرار گیرد.

2-2-2) شکل گیری مفهوم عدم تقارن اطلاعاتی

عدم تقارن اطلاعاتی، از موضوعات مهم و اساسی در ادبیات مالی است که در دهه‌ی 1970 توسط سه محقق بزرگ اقتصادی، جورج اکرلوف[[65]](#footnote-65)، مایکل اسپنس[[66]](#footnote-66) و جوزوف استیلیتز[[67]](#footnote-67) (برندگان جایزه نوبل اقتصاد در سال 2001) مطرح شد. در آن زمان، میان محافل مالی و اقتصادی دنیا همواره سوال هایی به این شرح مطرح بود :

1. چرا کسانی که قصد خرید اتومبیل دست دوم دارند، ترجیح می‌دهند به واسطه مراجعه کنند نه فروشنده؟
2. چرا موسسه‌ها با وجود اطلاع از وضع مالیات برسود سهام، بین سهامداران خود سود تقسیم می‌کنند؟
3. چرا نرخ بهره در کشورهای جهان سوم، اغلب بیش از حد بالاست؟

برندگان جایزه نوبل پاسخ مشترکی برای سوالات مطرح شده ارائه کردند و با استفاده از فرضیه واقع بینانه عدم تقارن اطلاعاتی به بسط نظریه خود پرداختند و برای سوالات فوق، پاسخ هایی به شرح زیر ارائه نمودند:

1. فروشندگان اطلاعات بیشتری نسبت به خریداران درباره کیفیت اتومبیل دارند .
2. مدیران شرکت، بیش از سهامداران از وضعیت سودآوری موسسه مطلع می‌باشند .
3. وام گیرندگان بهتر از وام دهندگان درباره توانایی خود برای بازپرداخت اقساط در آینده اطلاع دارند .

اکرلوف نشان داد که عدم تقارن اطلاعاتی می‌تواند موجب افزایش گزینش مغایر(نادرست) در بازارها شود که این امر قبل از وقوع معامله برای افراد بوجود می‌آید. اسپنس نشان داد که تحت شرایط خاصی واسطه‌های مطلع با انتقال اطلاعات محرمانه به افراد غیرمطلع، مشکلات ناشی از گزینش نادرست را برطرف می‌نمایند. همچنین استیلیتز بیان کرد، بهتر از کارگزار مطلع، به جمع آوری اطلاعات می‌پردازد (قائمی و وطن پرست،1384،88).

مقاله اکرلوف (1970) با عنوان «بازار نابسامان»، اولین تحلیل رسمی از بازاری را معرفی می‌نماید که با مشکل گزینش نادرست روبرو است. وی نوعی بازار را معرفی کرد که به اصطلاح رایج، فروشنده نسبت به خریدار اطلاعات بیشتری دارد. البته حسابداران برای کاهش مشکل گزینش مغایر، سیاست افشای کامل را پذیرفته‌اند تا میزان اطلاعات در اختیار عموم افزایش یابد. شرکت هایی که براساس اطلاعات نهانی از سودآوری بالای خود مطلع می‌باشد، سود سهام پرداخت می‌کند و بازار آن را علامتی برای خبر خوب تلقی می‌کند و قیمت بالاتری برای سهام آن قائل می‌شود و از این طریق با بالا رفتن قیمت سهام، مالیات پرداختی بر روی سود سهام را جبران می‌کنند (قائمی و وطن پرست، 1384).

**2-2-3) تعاریف عدم تقارن اطلاعات**

اطلاعات مایه حیات بازارهای سرمایه و هسته مرکزی فرضیه بازار کار است. سرمایه گذاران در تصمیمات سرمایه گذاری خود به اطلاعات منتشره شرکت‌ها تکیه کرده و میزان کمی و کیفی و زمان ارائه این اطلاعات نشان دهنده قوت و ضعف بازار است. چون در یک بازار کارا قیمت‌های سهام بر پایه تمامی اطلاعات در دسترس بدست می‌آیند، ناکافی بودن اطلاعات به خودی خود در شکل گیری نادرست قیمت‌ها نمود یافته و این حالت به گونه ای در قیمت گذاری اریب یا غیر واقعی در بازار می‌انجامد. ( جونز، 2000) وجود اطلاعات کافی در بازار و انعکاس به موقع و سریع آنها در قیمت اوراق بهادار ارتباط تنگاتنگی با کارایی بازار دارد. بورس اوراق بهادار موظف به ایجاد یک بازار کاراست به گونه ای که هر لحظه بتوان اوراق بهادار را به قیمت عادلانه مورد معامله قرار داد. افزایش سطح کارایی بازار موجب بهبود سازوکار کشف قیمت و در نتیجه قیمت گذاری بهینه و افزایش امکان پیش بینی منطقی روند قیمت‌ها می‌شود. هرگاه قیمت‌های تعیین شده در یک بازار اوراق بهادار بازتاب دهنده تمامی اطلاعات مربوط در دسترس باشد قیمت‌های مزبور را می‌توان با معیارهای مناسب برای تخصیص بهینه سرمایه‌های کمیاب به شمار آورد و در واقع قیمت‌ها بازتاب دهنده درستی از واقعیت‌های اقتصادی حکمفرما در ساز و کار عرضه و تقاضای بازار می‌باشد. به علاوه انتشار صحیح و به موقع اطلاعات بازار موجب ایجاد ذهنیت نسبت به برقراری عدالت در بازار و انسجام بیشتر آن می‌شود، همچنین بهبود شفافیت به نوبه خود موجب افزایش رقابت بین فعالان بازار می‌شود و مناسبات موجود میان اعضای بازار و سرمایه گذاران تقویت و امر نظارت و اجرای قوانین را آسان می‌کند (جهانخانی وصفاریان، 1382).

زمانی که یکی از طرفین معامله نسبت به طرف دیگر، دارای مزیت اطلاعاتی باشد می‌گویند سیستم اقتصادی از دیدگاه اطلاعات، نامتقارن است. در تئوری حسابداری، مسئله نامتقارن بودن اطلاعات دارای اهمیت زیادی است زیرا بازارهای اوراق بهادار دستخوش تهدیدهای ناشی از مسئله عدم تقارن اطلاعاتی قرار می‌گیرند و این به دلیل وجود اطلاعات درون سازمانی است. حتی اگر قیمت به طور کامل تمام اطلاعات موجود در بازار و دسترس همگان را منعکس کند، بازهم این احتمال وجود دارد که افراد درون سازمان، نسبت به افراد خارج از سازمان، دارای اطلاعات بیشتری باشند. در این زمان، این افراد از مزیت داشتن اطلاعات استفاده می‌کنند و به منافع بیشتری دست می‌یابند. زمانی که سرمایه گذاران خارجی از این موضوع آگاه شوند، بدیهی است مبالغی را که آماده بودند(در صورت وجود اطلاعات کامل) برای اوراق بهادار پرداخت کنند، نمی‌پردازند و بدین گونه در برابر زیان‌های احتمالی ناشی از وجود اطلاعات محرمانه، واکنش نشان می‌دهند (اسکات، 2003).

**در دنیایی با تقارن اطلاعاتی فرض می‌شود که مدیران و بازار درباره شرکت اطلاعات یکسان دارند یا هیچ اطلاعات خاصی درباره شرکت ندارند. بنابراین مدیران و بازار، عدم اطمینان درباره شرکت را تحمل می‌کنند. اما در دنیایی با عدم تقارن اطلاعاتی مدیران درباره شرکت، اطلاعات بیشتر و بهتری نسبت به بازار، به دلیل دارا بودن اطلاعات خصوصی و محرمانه، در اختیار دارند. یعنی به اطلاعات خاصی از شرکت قبل از اطلاع بازار دسترسی دارند. اطلاعات خاص شرکت، در طول زمان از طریق رویدادهای افشا کننده اطلاعات به بازار انتقال می‌یابد، بازار تا قبل از افشاء مقداری عدم اطمینان درباره شرکت دارد. عدم تقارن اطلاعاتی شرکت برابر است با کل عدم اطمینان درباره شرکت، زیرا احتمال می‌رود مدیران و بازار به یک اندازه از تأثیر متغیرهای بازار بر ارزش شرکت آگاهی داشته باشند. واکنش بازار به اعلان سود می‌تواند اولین معیار عدم تقارن اطلاعاتی شرکت از طریق افشای اطلاعات باشد. عدم تقارن اطلاعاتی می‌تواند بر حسب محیط اطلاعاتی، کثرت اعلان‌های عمومی و تعداد معاملات شرکت تعیین شود و همچنین تحت تأثیر رفتار مدیران یا بازار قرارگیرد. به عنوان نمونه، وقتی اعلان عمومی خبری درباره شرکت انجام می‌گیرد با فرض ثابت بودن سایر عوامل، ممکن است بازار درباره وضع واقعی شرکت آگاه‌تر شود و عدم تقارن اطلاعاتی کاهش یابد. حجم معاملات سهام شرکت، معیار دیگری برای عدم تقارن اطلاعاتی است که اغلب در ادبیات مالی به آن اشاره می‌شود. زمانی که حجم و تعداد معاملات سهام شرکت بالا می‌رود با فرض ثابت بودن سایر عوامل، ارزش بازار شرکت حاوی اطلاعات بیشتری خواهد بود، بنابراین احتمال کاهش عدم تقارن اطلاعاتی وجود دارد. عدم تقارن اطلاعاتی در همه بازارهای سرمایه صرف نظر از دامنه کارآمدی آنها وجود دارد. با این حال دامنه آن بستگی مستقیمی به کفایت افشای اطلاعات حسابداری دارد و با افشای مناسب اطلاعات حسابداری میزان آن کاهش خواهد یافت ولی در شرایط کنونی قابل حذف شدن نیست (وکیلی فرد مهد، 1388).**

2-2-4) اقسام عدم تقارن اطلاعاتی

عدم تقارن اطلاعاتی با توجه به شیوه اثرگذاری روی افراد مختلف و پیامدهای آن به دو نوع گزینش نادرست و خطر اخلاقی تقسیم می‌شود. شکل زیر حوزه تاثیرگذاری هر یک از این اقسام عدم تقارن اطلاعاتی را تشریح می‌کند:

**عدم تقارن اطلاعاتی**

**خطر اخلاقی**

**گزینش نادرست**

خطر اخلاقی در مباحث حسابداری در نتیجه واگذاری اداره امور واحد تجاری توسط مالک به مدیر رخ می دهد. در این واگذاری مدیر از جانب سهامداران وکالت دارد تا منابع واحد تجاری را در راستای حداکثر نمودن ثروت آنها بکار گیرد. در این میان بدلیل نبود اطلاعات کافی و عدم امکان مشاهده فعالیتهای مدیر توسط سهامداران، مدیر ممکن است بدلیل وجود تضاد منافع به جای آنکه در راستای منافع سهامداران فعالیت نماید، با انجام رفتارهای فرصت طلبانه سعی در تامین منافع شخصی خود باشد. مثلا برای ایجاد انگیزه لازم در مدیریت جهت فعالیت مسئولانه تر در شرکت، بخشی از حقوق و مزایای وی را بصورت پاداش براساس درصدی از سود شرکت قرار داده می شود ولی مدیر ممکن است برای تامین منافع شغلی خود از رویه هایی در گزارشگری مالی استفاده کند که اثر افزایشی بر سود دارند. از آنجایی که تشخیص و مشاهده رفتارهای فرصت طلبانه مدیر، از جمله رفتارهای مذکور برای سهامداران مشکل است لذا یک نوع نابرابری اطلاعاتی میان مدیران و سهامداران ودیگر مشارکت کنندگان در بازار بوجود می آید.

گزینش نادرست حالتی از نابرابری اطلاعات است که به موجب آن یک گروه یا بیش از یک گروه مزیت اطلاعاتی بیشتری نسبت به سایر گروه ها در یک معامله دارند. گزینش نادرست معمولاً میان فروشنده و خریدار در یک معامله رخ می دهد و نتیجه معامله به ضرر یکی از طرفین معامله می شود. مثلاً فروشنده سهام شرکتی اطلاعاتی از آینده شرکت و یا صنعتی که شرکت در آن فعالیت می کند در اختیار دارد که به موجب آن اطلاعات، سهام شرکت در آینده سقوط خواهد کرد، اما خریدار سهام از این موضوع اطلاعاتی ندارد. در صورت انجام معامله سهام میان فروشنده و خریدار، ممکن است خریدار در آینده زیان کند، به عبارت دیگر انتخاب خریدار در خرید سهام آن شرکت، انتخاب منفی و نادرستی بوده است.

یکی از اهداف اولیه ارائه اطلاعات حسابداری طبق چارچوب های نظری ایران و ایالات متحده و بین المللی ،ارائه اطلاعات مناسب جهت قادر ساختن استفاده کنندگان برای ارزیابی نحوه ایفای وظیفه مباشرت مدیریت می باشد .

نقش حسابداری جهت تقلیل پیامدهای منفی این نوع نابرابری اطلاعاتی، تدوین و تجویز رویه ها و استانداردهای مناسب برای اطمینان از ارائه منصفانه و برابر اطلاعات برای همه مشارکت کنندگان در بازار برای یاری رساندن به ایشان حین تصمیم گیری که یکی از اهداف اساسی تدوین و ارائه چارچوب نظری مبتنی بر مدل سودمندی اطلاعات برای تصمیم گیری است.

**جدول (2-1) اقسام و پیامدهای وقوع عدم تقارن اطلاعاتی و نقش و مسئولیت حسابداری جهت مدیریت آنها (وکیلی فرد مهد،1388)**

**2-2-4-1) گزینش نادرست**

گزینش نادرست بدان سبب بوجود می‌آید که برخی اشخاص(مدیران شرکت، نیروهای درون سازمانی و ...) در مورد شرایط کنونی و چشم انداز آینده شرکت، در مقایسه با افراد برون سازمانی، اطلاعات بیشتری دارند. مدیران و سایر نیرو‌های درون سازمانی می‌توانند از راه‌های گوناگون از این مزیت اطلاعاتی بهره مند شوند که به هزینه یا زیان افراد برون سازمانی تمام خواهد شد. برای مثال، آنها می‌توانند با نوعی تعصب و یکسونگری بر فرآیند افشای اطلاعات(و رساندن آنها به سرمایه گذاران) اعمال نفوذ نمایند. وجود چنین وضعی بر توان سرمایه گذارانی اثر خواهد گذاشت که می‌خواهند برای سرمایه گذاری تصمیماتی معقول اتخاذ کنند، از این گذشته، اگر سرمایه گذاران نگران احتمال وجود تعصب یا یکسونگری در افشای اطلاعات باشند، نسبت به خرید اوراق بهادار شرکت‌ها تمایل نشان خواهند داد و در نتیجه بازار سرمایه و بازار نیروی کار مدیریت نمی‌توانند بدان گونه که باید و شاید عمل نمایند. از این دیدگاه می‌توانیم حسابداری مالی وگزارشگری(صورتهای مالی، اعلان سود فصلی و ...) را بعنوان سازوکاری بدانیم که می‌توان بدان وسیله مسئله‌های مربوط به گزینش نادرست را حل کرد و از این طریق اطلاعات درون سازمانی(محرمانه) را به اطلاعات برون سازمانی تبدیل نمود.

«گزینش نادرست، وضعیتی است که در سیستم اقتصادی، یک یا چند نفر از طرف‌های قرارداد یا یک معامله بالقوه نسبت به طرف دیگر، دارای مزیت اطلاعاتی است.»

تیمور کوران[[68]](#footnote-68)(2004) شکل خاصی از گزینش نادرست را در کشورهایی که هر دو دسته بانک‌های اسلامی(تامین مالی مشارکتی) و غیر اسلامی(ربوی) درآنها فعال هستند، شناسایی کرد. در صنعت بانکداری افراد متقاضی اخذ تسهیلات با توجه به سودآوری آتی موضوع اخذ تسهیلات به دو شیوه تأمین مشارکتی و سهیم کردن بانک در سود احتمالی پروژه و یا دریافت وام و پرداخت بهره ثابت و از پیش تعیین شده بدون توجه به سودآوری پروژه اقدام به اخذ وام می‌نمایند. در این حوزه، این موضوع این گونه نمود پیدا می‌کند که کارآفرینانی که پروژه مورد نظرشان از ضریب ریسک بالاتری برخوردار است و احتمال عدم موفقیت آنها جدی است، خواهان جلب مشارکت بانک هستند، برعکس، کارآفرینانی که پروژه‌های مورد نظرشان نسبتاً مطمئن و دارای چشم انداز سود بالاست، رغبتی به شیوه تأمین مالی مشارکتی و سهیم کردن بانک در سود احتمالی پروژه نشان نمی‌دهند و بیشتر خواهان دریافت وام و پرداخت بهره ثابت و از پیش تعیین شده هستند. در واقع، این مشکلی است که بانک‌ها قبل از عقد قرارداد و در مرحله انتخاب پروژه با آن مواجه هستند. بانک‌های انگلوساکسون در مقایسه با بانک‌های اسلامی بسیار کمتر با این پدیده مواجه می‌شوند؛ زیرا ماهیت پروژه‌ها برای این دسته از بانک‌ها مهم نیست و آنها بیشتر به «معتبر» وام گیرنده و توانایی وی به بازپرداخت اصل و فرع وام دریافتی می‌اندیشند تا «صداقت وی در تعریف درست و صادقانه پروژه مورد نظر» (عدم تقارن اطلاعاتی ناشی از مشخص نبودن کیفیت پروژه وام گیرنده). به دیگر سخن با توجه به اینکه دغدغه نخست بانک‌های انگلوساکسون، بر خلاف بانک‌های اسلامی اعتبار وام گیرنده است نه سودآوری پروژه، نگرانی آنها از مواجهه با پدیده گزینش نادرست، جدی نیست. دقیقا با بیانی مشابه اما معکوس می‌توان نشان داد که چرا بانک‌های اسلامی همواره نگران پدیده گزینش نادرست هستند. به اعتقاد کوران در کشورهای اسلامی بنگاه‌ها مجاز به انتخاب بین بهره و شراکت در سود و زیان هستند و برای بانک‌های این کشورها. مشکل «گزینش نادرست» را بوجود می‌آید. بنگاه هایی که انتظار کسب سود زیر متوسط دارند، اشتراک در سود وزیان را ترجیح می‌دهند تا در صورت ورشکستگی زیان‌های خود را به حداقل برسانند. در حالیکه بنگاه‌های با انتظار سود بالای متوسط، وام با بهره را ترجیح می‌دهند تا منافع خود را در صورت موفقیت حداکثر سازند.

ما می‌توانیم گزارشگری مالی را ابزاری بدانیم که بوسیله آن، شدت مسئله گزینش نادرست کاهش می‌یابد ودر نتیجه، فعالیت بازار اوراق بهادار بهبود خواهد یافت. حسابداران برای حل مسئله گزینش نادرست درصدد برآمده‌اند، رویه هایی را مانند افشای کامل اطلاعات اجرا درآورند و بدان وسیله دامنه مجموعه اطلاعاتی را گسترش دهند که در اختیار همگان قرار می‌گیرد. همچنین به هنگام بودن اطلاعات می‌توانند از توان افرادی بکاهد که اطلاعات درون سازمان یا محرمانه دارند و آنان نتوانند در سایه وجود مزیت اطلاعاتی به سودهایی دست یابند، بدیهی است از آنجا که ارائه گزارش‌های مالی پر هزینه است، این احتمال وجود دارد که مسئله اطلاعات محرمانه به طور کامل حل نشود (اسکات، 2003).

برای حل مشکل گزینش نادرست معمولاً از طریق برابر سازی اطلاعات[[69]](#footnote-69) بین اشخاص اقدام می‌شود. در مورد اقدام برابرسازی اطلاعات به عنوان یکی از روش‌های محدود کردن مشکل انتخاب نادرست باید گفت که هر دو طرف مطلع و غیرمطلع می‌توانند عدم تقارن اطلاعاتی را کاهش داده یا از بین ببرند. غربال کردن و علامت دادن از روش برابرسازی اطلاعات است.

2-2-4-1-1) غربال کردن[[70]](#footnote-70)

غربال کردن اقدامی است که توسط فرد غیرمطلع انجام می‌شود تا وی به تمام یا بخشی از اطلاعات که فرد مطلع دارد دست یابد. مثلاً خریدار یک ماشین دست دوم که از فروشنده آن اطلاعات کمتری دارد، با چندبار سوار شدن ماشین می‌توانند از کیفیت و کارکرد موتور و اجزای آن اطلاعات بدست آورد. در بازار سرمایه، سرمایه گذاران می‌توانند با بررسی شاخصه‌های عملکرد شرکت‌های مختلف و مقایسه با رقبا و ... به غربال کردن شرکت‌ها بپردازند و نهایتا سهام شرکت را به قیمت مناسب خریداری کرده و از بازده مناسبی بهره مند شوند.

2-2-4-1-2) علامت دادن

علامت دادن[[71]](#footnote-71) اقدامی است که توسط فرد مطلع انجام می‌شود تابرای فرد کمتر مطلع اطلاعات بفرستد تا از بروز انتخاب نادرست جلوگیری شود. به عنوان مثال در شرکت‌های سهامی بیمه افراد هنگام بیمه شدن با ارائه آزمایش پزشکی و تایید از سوی پزشک معتمد شرکت بیمه به شرکت از سلامت خود علامت دهی می‌کنند. در بازار سرمایه، مدیران شرکت‌ها با ارائه شاخص‌های اصلی عملکرد، مقایسه اطلاعات مالی پیش بینی شده، بودجه‌ها و تجزیه و تحلیل انحرافات، عملکرد مالی ادواری(رشد درآمد، سودآوری و ...) گزارش‌های مقایسه ای با رقبا و ... می‌توانند به سهامداران در خرید سهام به قیمت مناسب علامت دهند. البته علامت دهی وقتی کارآمد است که دقیق و معتبر باشد چون در غیر این صورت طرف مقابل(شخص کمتر مطلع)آن را نمی‌پذیرد.

2-2-4-2) خطر اخلاقی

بر اساس تحقیقات دمب[[72]](#footnote-72) و بودن[[73]](#footnote-73) (1997) استفاده از واژه‌ی خطر اخلاقی به قرن 17 بر می‌گردد و در اواخر قرن 19 به طور گسترده در مؤسسات بیمه انگلستان استفاده می‌شده است. در ابتدا استفاده از این واژه به طور ضمنی بر کلاه برداری و رفتارهای غیر اخلاقی فرد بیمه شده دلالت داشته است. براین اساس، اگر خانه‌ها کاملاً تحت پوشش بیمه باشد صاحب خانه‌ها ممکن است به اندازه کافی در مراقبت و محافظت خانه‌های خود کوشش نکنند. پلتزمن[[74]](#footnote-74)(1975)، هولمشتروم[[75]](#footnote-75)(1979) و پاولی[[76]](#footnote-76)(1968) نخستین کسانی بودند که این مسئله را تحت مطالعات تجربی و در مورد صنعت بیمه مورد بررسی قرار دادند. خطر اخلاقی به این دلیل به وجود می‌آید که مالکیت بیشتر واحدهای تجاری بزرگ از سیستم اعمال کنترل(مدیریت بر این شرکت ها) متمایزاست(نظریه نمایندگی). در واقع برای سهامداران و بستانکاران غیرممکن است که بر همه کارهای مدیریت ارشد و کیفیت کار او(که از جانب آنها انجام می‌دهد) نظارت مستقیم داشته باشند. از این رو امکان دارد مدیر وسوسه شود کم کاری کند و گناه کاهش عملکرد را به عواملی نسبت دهند که ورای کنترل وی می‌باشند. بدیهی است هنگامی که چنین وضعی رخ دهد، برای سرمایه گذاران و عملیات کارای سیستم اقتصادی، نتیجه‌های وخیمی به همراه خواهد داشت. از این دیدگاه، می‌توان سود خالص را شاخص یا معیاری از سنجش عملکرد در شرکت دانست. این دیدگاه به ما کمک می‌کند که با دو روش مکمل بتوانیم مسئله خطر اخلاقی را حل کنیم. نخست می‌توان در قراردادهای مربوط به حقوق، پاداش و مزایای مدیریت اجرایی، سود خالص را منظور کرد و بدین گونه برای بهبود عملکرد مدیر، در وی ایجاد انگیزه کرد. دوم، از مجرای سود خالص می‌توان بازار نیروی کار مدیریت و بازار بورس اوراق بهادار را آگاه ساخت، به گونه ای که اگر مدیر کم کاری کند با گذشت زمان، شاهد کاهش سود، از دست رفتن شهرت و کاهش یافتن ارزش خواهد بود (اسکات، 2003).

خطر اخلاقی هم در زمان بستن قرارداد و هم پس از بستن قرارداد وجود دارد. حتی در مواردی که عدم تقارن اطلاعات در زمان بستن قرارداد وجود ندارد، طرفین قرارداد اغلب انتظار دارند که عدم تقارن اطلاعات در زمانی پس از بستن قرار به وجود آید. به عنوان مثال هنگامی که مالک یک بنگاه یک مدیر را استخدام می‌کند، مالک بنگاه نمی‌تواند مشاهده کند که مدیر در انجام کار خود چه مقدار تلاش کرده است. همچنین مدیر بنگاه در رابطه با فرصتهایی که پیش روی بنگاه قرار دارد، اطلاعاتی بیشتری نسبت به مالک بنگاه دارد. پس با توجه به اینکه انتظار می‌رود پس از بسته شدن قرارداد عدم تقارن اطلاعات وجود داشته باشد، طرفین قرارداد به دنبال قراردادی هستند که این مشکلات را تا حد امکان از بین ببرد ( سلانی، 1997).

«از دیدگاه خطر اخلاقی، یک یا چندنفر از طرفهای قرارداد و معامله بالقوه می‌تواند شاهد انجام شدن خواسته‌های خود در معامله باشد، ولی طرف دیگر نمی‌تواند شاهد چنین رخدادی باشد.»

2-2-5) علل وقوع پدیده عدم تقارن اطلاعاتی

در بازارهای سرمایه، زمانی می‌توان قیمت سهام را به عنوان معیاری مناسب جهت تخصیص بهینه سرمایه‌ها تلقی نمود که قیمت‌های مزبور بازتاب دهنده کلیه اطلاعات مربوط و در دسترس باشند. از آنجا که در بازارهای کارا قیمت سهام براساس اطلاعات در دسترس تعیین می‌شود، عدم کفایت اطلاعات نیز در شکل گیری قیمت‌ها جلوه نموده و موجب قیمت گذاری غیرواقعی در بازار می‌شود. به طور کلی کارایی بازار در سه حالت: 1- کارایی ضعیف 2- کارایی نیمه قوی 3- کارایی قوی قابل مشاهده است. بازارهایی که در حالت کارایی ضعیف قرار دارند که در آنها قیمت‌های جاری یک سهم، نشان دهنده روند گذشته آن نبوده و لذا با تجزیه و تحلیل حرکات گذشته قیمت، امکان پیش بینی مطلوبی از روند آتی آن وجود ندارد و الگوی رفتاری گذشته قیمت قابل تعمیم به زمان حال و آینده نیست. در چنین حالتی قیمت سهام فاقد حافظه تاریخی بوده و تحلیل تکنیکال [[77]](#footnote-77) تقریباً کاربردی ندارد.

بازارهایی که در آن قیمت‌های جاری بازتاب دهنده کاملی از اطلاعات منتشر شده هر یک از سهام است و تلاش برای بدست آوردن و تحلیل اطلاعات موجب ایجاد مزیت نسبی سرمایه گذاری نمی‌شود، حالت کارایی نیمه قوی برقرار است. دربازار با کارایی نیمه قوی، استفاده از تحلیل‌های بنیادی[[78]](#footnote-78) نیز نمی‌تواند منجر به افزایش بازدهی سرمایه گذاری، صورت‌های مالی و گزارشهای حسابرسی، اعلان سود هر سهم و نظایر آن منجر به کمبود نرخ‌های بازدهی بالاتر سرمایه گذاری نخواهد شد.

وضعیت کارایی قوی زمانی وجود خواهد داشت که تمامی اطلاعات اعم از منتشر شده یا منتشر نشده (اطلاعات محرمانه) در قیمت‌های بازار منعکس شده باشند. در این وضعیت، با استفاده از اطلاعات نهایی نمی‌توان نرخ بازدهی بالاتری بدست آورد و بازار بر حسب کیفیت اطلاعات بازدهی دارد. تحقیقات متعدد اشکال ضعیف و نیمه قوی فرضیه کارایی بازار را تایید می‌کنند. بر اساس این دو حالت از فرضیه، برای انتخاب اوراق بهاداری که طی چند دوره دارای میانگین بازده غیر متعارف باشند، صرفا نمی‌توان به اطلاعات عام منتشر شده تکیه کرد. این بدان معنا نیست که سرمایه گذاران نمی‌توانند به بازده غیر متعارف دست یابند، بلکه این احتمال وجود دارد که در پی دوره هایی خاص، عده ای سرمایه گذار از طریق شانس به چنین بازده هایی برسند و عده ای نیز با شناسایی اوراق بهاداری منتفع گردند که اشتباهی قیمت گذاری شده اند. در بازار کارا، اوراق بهادار در صورتی به طور صحیح قیمت گذاری می‌شوند که بلافاصله، بدون تعصب و بطور کامل همه اطلاعات موجود را منعکس کنند. در واقع منعکس کننده چکیده ای از تجزیه و تحلیل سرمایه گذاران و تحلیل گران مالی از اطلاعات گذشته و حال، در قیمتهای اوراق بهادار باشند. در بازار کارا ممکن است اوراق بهادار اشتباه قیمت گذاری شده باشند. به عنوان مثال، قیمت سهامی به دلایل مختلف(انتشار شایعات یا اطلاعات نادرست) ممکن است منعکس کننده‌ی ارزش ذاتی سهام مذکور نباشد. این اطلاعات نادرست ممکن است منجر به هزینه‌های انتخاب نادرست گردد، زیرا اگر یکی از طرفین انجام معامله دارای اطلاعات نهانی(منتشر نشده) یا محرمانه در مورد ارزش ذاتی سهام شرکت باشد، می‌توان از این اطلاعات برای منافع خویش بهره برداری کند (احمدپور و رسائیان، 1385).

اگر قرار باشد قیمت بتواند همه اطلاعات موجود و در دسترس را به طور کامل منعکس نماید(بازار کارای قوی)، در آن صورت برای سرمایه گذاران هیچ انگیزه ای برای کسب اطلاعات وجود نخواهد داشت و این که آن‌ها به دنبال کسب اطلاعات هستند شاید بدین معنی باشد که قیمت‌ها نمی‌توانند همه اطلاعات موجود و در دسترس را منعکس کنند. می‌توان دو عامل را معرفی کرد که از چنین رویدادی جلوگیری خواهند نمود (نوبهار، 1388) :

2-2-5-1) آشوب گران[[79]](#footnote-79) و نقدبازان بازار[[80]](#footnote-80)

اشخاصی که به دلایل غیر قابل پیش بینی، مانند نیاز به پول و بدهی، معامله می‌کنند، به صورت بخش جدا نشدنی قیمت هستند(امکان حذف آنها از بازار وجود ندارد و مانع از این می‌شود که قیمت بتواند نقش آگاهی دهنده کامل را ایفا کند.

2-2-5-2) اطلاعات نامتقارن(به ویژه وجود اطلاعات محرمانه)

بدان معنی است همه اطلاعات مربوط، در گستره بازار وجود ندارد و این اطلاعات نمی‌تواند کل بازار را تحت سیطره خود قرار دهد(ازطریق افشای بهتر اطلاعات، از سطع عام کاسته شود). در این صورت، اگر سرمایه گذار بتواند از منابع اطلاعات محرمانه چیزی را استخراج نماید، به بازده غیرمتعارف دست خواهد یافت. افشای هر چه بهتر اطلاعات، مانند اجرای قوانین، می تواند در این زمینه به سرمایه گذاران کمک کند. فارغ از دلایل وجود عدم تقارن اطلاعاتی، دربازارهای **سرمایه** همواره محتمل است که برخی معامله گران در دستیابی به اطلاعات، از مزیت‌ها یا فرصت هایی برخوردار باشند که با استفاده از آن موقعیت بتواند سودی بالاتر کسب نماید. بروز پدیده مزبور موجب سلب اعتماد سرمایه گذاران و خدشه دار شدن انگیزه آنان برای فعالیت در بازار می‌شود. علاوه بر این، با عدم دستیابی به فرصت‌های برابر دسترسی به اطلاعات، بازار با خطر ناکارایی اطلاعاتی مواجه خواهد شد. در مجموع، مشکل اساسی که مانع از آگاهی دهندگی کامل قیمت‌ها می‌شود، وجود عدم تقارن اطلاعاتی میان افراد درون سازمان و برون سازمانی است.

به عبارتی در بازارهای سرمایه همواره محتمل است که نوعی عدم تقارن اطلاعاتی یا ناهمزمانی در دسترسی به اطلاعات بین فعالان بازار بروز نماید. بر اثر این عدم تقارن اطلاعاتی، بعضی از معامله گران موقعیت بهتری نسبت به دیگران می‌یابند. علل وقوع این پدیده می‌تواند به صورت زیر باشد:

1. برخی معامله گران در دستیابی با استفاده از یک مجموعه اطلاعات به میزان کافی کارایی نداشته باشد.
2. بعضی از معامله گران تکنولوژی برتر یا توانایی بالاتری در استفاده اطلاعات داشته باشند.
3. برخی از معامله گران به سبب قرار داشتن در موقعیت‌های ویژه مزیت بالاتری در دستیابی به اطلاعات نسبت به سایرین داشته باشند و غیره.

فارغ از دلایل وجود عدم تقارن اطلاعاتی، در بازارهای سرمایه همواره محتمل است که برخی معامله گران در دستیابی به اطلاعات، از مزیت‌ها یا فرصت هایی برخوردار باشند که با استفاده از آن بتوانند سودی بالاتر کسب نمایند. بروز پدیده مزبور موجب سلب اعتماد سرمایه گذاران و خدشه دار شدن انگیزه آنان برای فعالیت در بازار می‌شود. علاوه بر این، با عدم دستیابی به فرصت‌های برابر دسترسی به اطلاعات، بازار با خطر ناکارایی اطلاعاتی مواجه خواهد شد. در مجموع، مشکل اساسی که مانع از آگاهی دهندگی کامل قیمت‌ها می‌شود وجود عدم تقارن اطلاعاتی میان افراد درون سازمانی و برون سازمانی است.

عدم تقارن اطلاعاتی تأمین منابع مالی برون سازمانی را با مشکل مواجهه می‌کند. افراد برون سازمانی تمایل به خرید اوراق بهاداری دارند که بیش از حد قیمت گذاری نشده باشد و لذا متناسب با عدم اطمینان‌های موجود (ریسک) قیمت اوراق بهادار را تعدیل می‌کنند. آگاهی کمتر تأمین کنندگان مالی نسبت به مدیران، اغلب به قیمتی کمتر از واقع برای اوراق بهادار منجر می‌شود (مایز و ماجوف[[81]](#footnote-81)، 1984).

در واقع ممکن است خریداران اوراق بهادار، این اوراق را در حدی قیمت گذاری کنند که مدیر عدم فروش این اوراق و لذا کاهش سرمایه گذاری مربوطه را ترجیح دهد. با توجه به اینکه عدم تقارن اطلاعاتی قیمت منابع مالی برون سازمانی را افزایش می‌دهد، هزینه تأمین منابع مالی برون سازمانی با افزایش عدم تقارن اطلاعاتی و نیز افزایش حساسیت اوراق بدهی به اطلاعات، افزایش می‌یابد (اپلر و همکاران[[82]](#footnote-82)، 1999).

با توجه به اینکه تقریباً در تمامی پژوهش هایی که در بازار بورس اوراق بهادار تهران صورت گرفته و در این پژوهش، برای کمی کردن عدم تقارن اطلاعاتی از اختلاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش سهام، به عنوان نماینده عدم تقارن اطلاعاتی استفاده شده است، در این جا به بررسی این معیار و مبانی نظری آن می‌پردازیم.

**2-2-6) اختلاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش سهام**

قیمت پیشنهادی خرید سهام، به قیمتی گفته می‌شود که سرمایه گذراران برای خرید سهام خاصی پیشنهاد می‌کنند. قیمت پیشنهادی فروش سهام به قیمتی گفته می‌شود که فروشنده سهام برای فروش آن سهم پیشنهاد می‌کند. به اختلاف بین قیمت پیشنهادی فروش سهام و قیمت پیشنهادی خرید سهام، «اختلاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش سهام» گفته می‌شود که به دو صورت قابل محاسبه است:

2-2-6-1) اختلاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش مطلق سهام:

با استفاده از فرمول زیر به دست می‌آید که در تحقیق دمستز(1968) به کار گرفته می‌شود.

BAi= APi - BPi

BAi : اختلاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش نسبی سهام شرکت i در دوره زمانی مورد بررسی

APi : بهترین قیمت پیشنهادی فروش سهام شرکت i در دوره زمانی مورد بررسی

BPi: بهترین قیمت پیشنهادی خرید سهام شرکت i در دوره زمانی مورد بررسی

در یک چنین وضعیتی دارندگان اطلاعات نهانی و محرمانه بر پایه این اطلاعات اقدام به مبادله کرده و بازده غیرعادی در زیان سایر مبادله کنندگان کسب می‌کنند که نتیجه آن این است که قیمتهای مبادله نه بر پایه کیفیت واقعی اوراق بهادار بلکه براساس هیجانهای کاذب بازار شکل گرفته که معرف ارزش واقعی اوراق مذکور نبوده و ارزش ذاتی آنها بسیار دورتر از قیمت مبادله آنها شده و در این بازارها اغلب معامله گران بجز عده اندکی که به اطلاعات محرمانه و زیادی دسترسی دارند بدلیل قضیه «گزینش نادرست» ناشی از عدم توانایی در تصمیم گیری درست ضرر خواهند کرد. ایتکن و فرانکو[[83]](#footnote-83)در سال 1996 و استول[[84]](#footnote-84) در سال 1989 نشان دادند که فاصله بین قیمت پیشنهادی خرید و فروش بخش عمده ای از هزینه‌های کلی مبادلات اوراق بهادار را تشکیل می‌دهد (ایتکن و فرانکو، 1996و استول 1989).

جروج، کیل و نیمالندران[[85]](#footnote-85) (1991) فاصله پیشنهادی قیمت خرید و فروش سهام را در سه جزء به شرح زیر دسته بندی کردند:

1. هزینه‌های انجام سفارش[[86]](#footnote-86)
2. هزینه‌های نگهداری[[87]](#footnote-87)
3. هزینه‌های گزینش نادرست

برچمن و چونگ(1999) نشان دادند که هزینه‌های گزینش زیانبار مهمترین بخش دامنه پیشنهادی خرید و فروش در اغلب بازارها خواه با درجه کارایی بالا و پایین می‌باشد. بویژه اگر معامله گران احتمال معامله با معامله گران حرفه ای بدهند جزء هزینه گزینش زیانبار را افزایش می‌دهد (کالاهن، 1997).

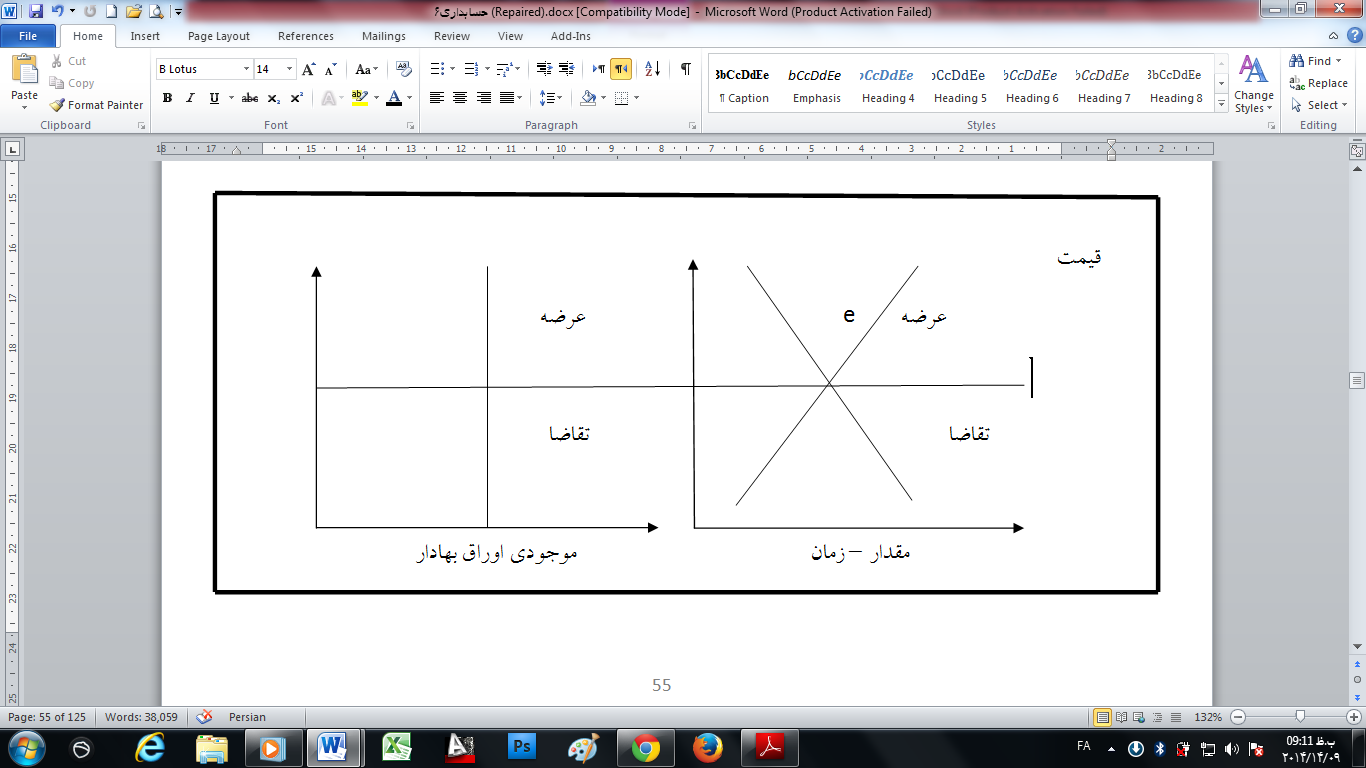
2-2-6-2) اختلاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش نسبی سهام:

این مدل توسط چیانگ و ویکنتاش(1986) مورد استفاده قرار گرفت و از طریق فرمول زیر محاسبه می‌شود:

در رابطه فوق، هر چقدر اختلاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش سهام (BAi) به صفر نزدیکتر باشد، عدم تقارن اطلاعاتی کمتر است.

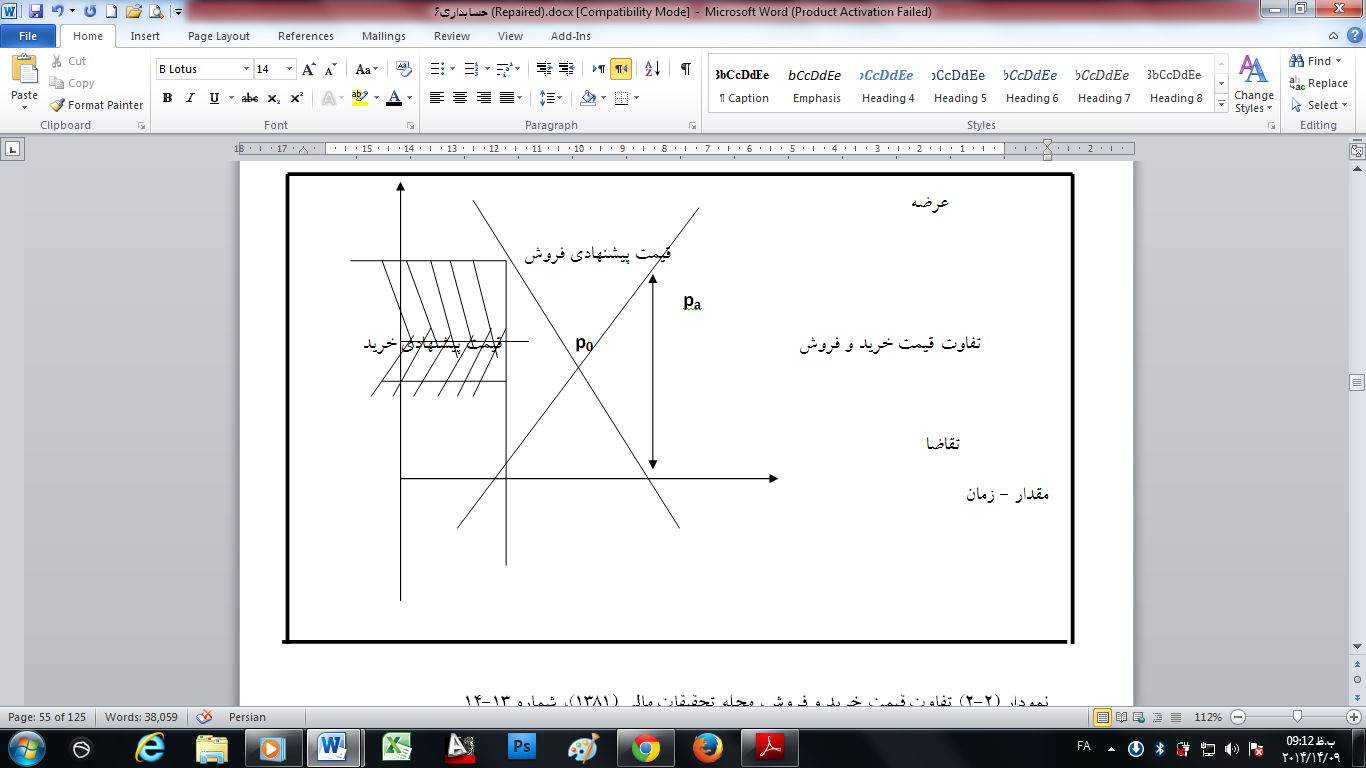
2-2-7) مبانی نظری تفاوت قیمت پیشنهادی خرید و فروش

زمانی که اوراق بهادار انتشار می‌یابند به موجودیت خود در بازار ادامه می‌دهند تا بازخرید شوند یا به سررسید پرداخت بپردازند . اما برخی دیگر از انواع اوراق بهادار را عده ای فروخته و عده ای دیگر خریداری می‌کنند. بنابراین دو نوع بازار خواهیم داشت، نوع اول بازاری است که برای تمامی اوراق بهادار وجود دارد و نوع دوم بازاری است که جریان خرید و فروش همان اوراق بهادار را در طی زمان پیگیری می‌کنند. در شکل زیر این دو بازار و نحوه به تعادل رسیدن عرضه و تقاضا در آنها نشان داده شده است.



نمودار(2-1) نحوه تعادل در دو منبع، مجله تحقیقات مالی (1381)، شماره 13-14

نمودار سمت چپ، که بازار موجودی را نشان می‌دهد، نمایانگر یک عرضه ثابت و تقاضایی به شکل اریب رو به پایین با توجه به قیمت اوراق بهادار می‌باشد. هر چه قیمت اوراق بهادار کمتر باشد، تقاضا برای آن بیشتر خواهد بود. نمودار سمت راست، بازار در جریان را در هر واحد نشان می‌دهد. در این شکل، عرضه ثابت نخواهد بود و به صورت اریب رو به بالا می‌باشد. تعادل در شکل سمت چپ زمانی اتفاق می‌افتد که قیمت در سطح Pe باشد. در شکل سمت راست جریان عرضه و تقاضا در نقطه ای یکدیگر را قطع می‌کنند. آن نقطه جایی است که عرضه اوراق بهادار با تقاضای آن به تعادل رسیده است، که این تعادل در نقطه Pe تشکیل شده است، اگر هر دو بازار به تعادل برسند، تعادل کلی ایجاد خواهد شد. در تعادل کلی قیمت اوراق بهادار در دو بازار برابر خواهد بود.



نمودار (2-2) تفاوت قیمت خرید و فروش، مجله تحقیقات مالی (1381)، شماره 13-14

در شکل زیر همچنان قیمت تعادلی برقرار می‌باشد. اما در بازار‌های واقعی این قیمت‌های معاملاتی است که مورد توجه قرار می‌گیرد. این قیمت ها، تفاوت پیشنهاد خرید و فروش بازارسازها هستند. قیمتی که بازارساز اوراق بهادار را می‌خرد، قیمت پیشنهادی خرید و قیمتی که با آن اوراق بهادار را می‌فروشد، قیمت پیشنهادی فروش نامیده می‌شود. اختلاف بین دو قیمت، شکاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش می‌باشد. اگر بیشتر از یک بازارساز وجود داشته باشد تفاوت بالاترین قیمت پیشنهادی خرید و پایین تری قیمت فروش را شکاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش بازار می‌نامند و نقطه تعادلی جایی بین قیمت پیشنهادی خرید و فروش بازار قرار می‌گیرد.

در یک بازار مالی سازمان یافته، نقش بازارسازان ایجاد جریان دوطرفه قیمت برای پیشنهاد خرید و پیشنهاد فروش در تمام شرایط می‌باشد. به طور خلاصه، بازارسازها مسئولیت تنظیم بازار را به عهده خواهند داشت و برای اجرای این وظیفه آنان باید موجودی مناسبی از اوراق بهادار را داشته باشند تا بتوانند نوسانات قیمت را کنترل نمایند. نگهداری موجودی‌ها برای این افراد هزینه هایی را دربر خواهد داشت که از طریق اختلاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش اوراق بهادار، این هزینه‌ها را جبران می‌کند. در شکاف درآمد بازارسازان به صورت هاشور زده نشان داده شده است. در واقع به بیان ریاضی می‌توان گفت که Q(ap-bp) درآمد بازارسازان می‌باشد.

یکی از عوامل مهم در تصمیم گیری، اطلاعات مناسب و مرتبط با موضوع تصمیم گیری است. هنگامی که اطلاعات به صورت نابرابر بین افراد توزیع شده باشد، می‌تواند منجر به نتایج متفاوتی نسبت به موضوعی واحد شود. چنین پیامدی به اصطلاح عدم تقارن اطلاعاتی[[88]](#footnote-88) نامیده می‌شود. بنابراین، پیش از این خود اطلاعات برای فرد تصمیم گیرنده مهم واقع شود، این کیفیت توزیع اطلاعات است که باید به صورت دقیق مورد ارزیابی قرار گیرد.

اکثر سرمایه گذاران بالقوه مردم عادی هستند که تنها راه دسترسی آنها به اطلاعات مهم شرکتها، اطلاعیه منتشر شده توسط خود شرکتها است. حال اگر در بین سرمایه گذارانی که در بازارهای سرمایه مشغول فعالیت هستند، معامله کنندگانی باشند که از نظر اطلاعاتی نسبت به سایرین در موقعیت بهتری باشند قادر خواهند بود که عرضه و تقاضای بازار را تحت تاثیر قرار داده و به اصطلاح منجر به شکاف قیمتی شوند. دلیل اصل این شکاف قیمتی توزیع نابرابر اطلاعات در بازار سرمایه می‌باشد که بر طبق آن، معامله کنندگان مطلع نسبت به سایرین در موقعیت بهتری جهت تصمیم گیری مناسب‌تر قرار می‌گیرند. هنگامی که اطلاعات جدیدی از وضعیت و عملکرد شرکت‌ها در بازار منتشر می‌شود توسط تحلیل گران، سرمایه گذاران بالقوه و بالفعل در بازار و سایر استفاده کنندگان مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفته و بر مبنای آن، تصمیم گیری نسبت به خرید و فروش سهام صورت می‌گیرد.

اطلاعات و نحوه واکنش بازار به آنها بر رفتار استفاده کنندگان بخصوص سهامداران بالقوه و بالفعل تأثیر گذاشته و منجر به افزایش یا کاهش قیمت و حجم مبادلات سهام می‌شود. بنابراین در صورت انتشار اطلاعات به صورت نامتقارن، سرمایه گذاران به واسطه عدم تقارن اطلاعاتی واکنش‌های متفاوتی را به آنها می‌دهند که این امر تحلیل‌های نادرست و گمراه کننده ای از وضعیت بازار را به همراه خواهد داشت. مطالب فوق، بیانگر اهمیت موضوع عدم تقارن اطلاعاتی و تأثیر غیر قابل انکار آن بر روی تصمیم گیری‌های اقتصادی معامله کنندگان می‌باشد.

**2-3) چرخه عمر شرکت**

2-3-1) مقدمه

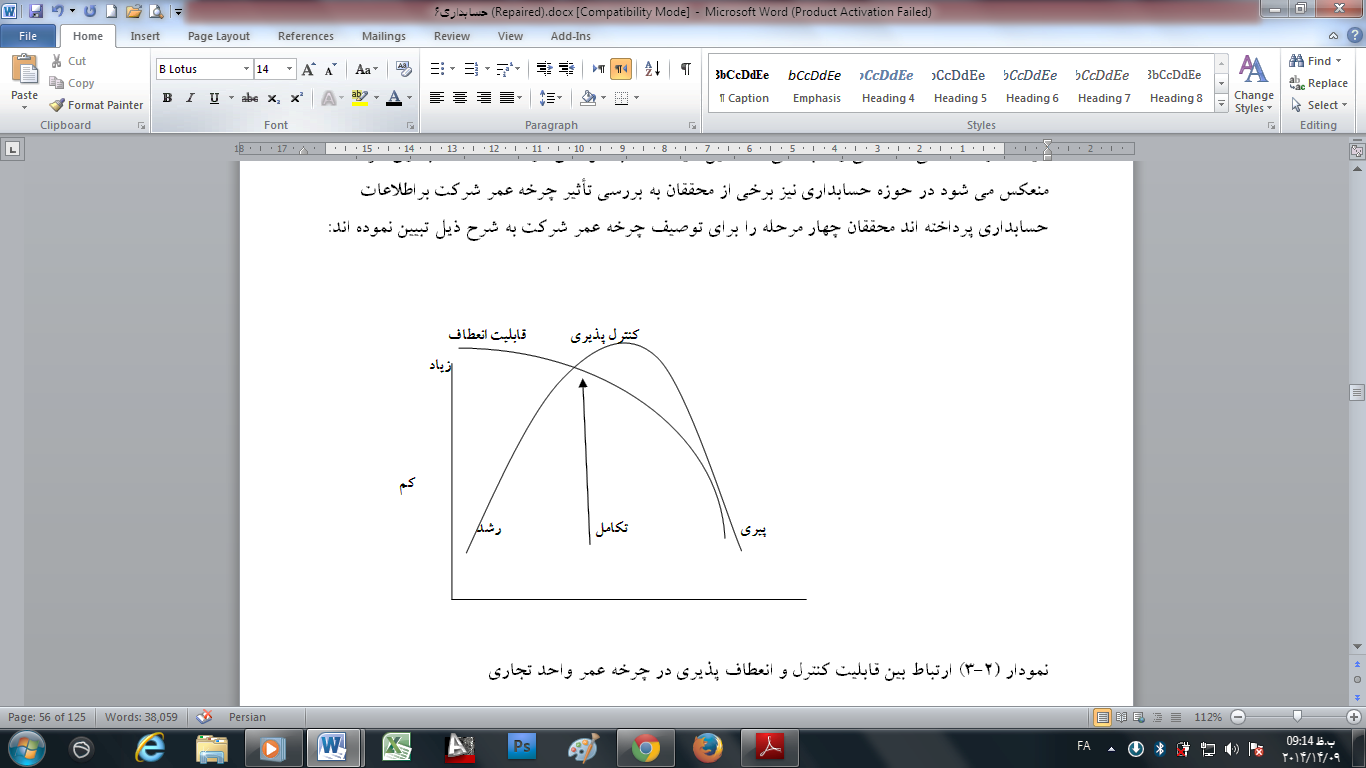
با توجه به جنبه‌های اقتصادی اطلاعات، گزارشگری مالی و سیستم حسابداری نقش حیاتی را در بازارسرمایه ایفا می‌کند. یکی از ویژ گی‌های اقتصادی، چرخه عمر شرکت است. طبق تئوری چرخه عمر، شرکت‌ها در مراحل مختلف چرخه عمر از نظر مالی و اقتصادی دارای نمودگرها و رفتارهای خاصی هستند، بدین معنی که ویژگی‌های مالی و اقتصادی یک شرکت تحت تأثیر مرحله ای از چرخه عمر است که شرکت در آن قرار دارد. نتایج پژوهش‌های پیشین نیز بیانگر این است که واکنش و پاسخ بازارهای سرمایه به اطلاعات حسابداری در مراحل مختلف چرخه عمر تفاوت معناداری باهم دارند. (فلتهام و اوهلسون، 1995)

2-3-2) چرخه عمر شرکت

همه موجودات زنده، از جمله نباتات، جانواران و انسان ها، همگی از منحنی عمر یا چرخه عمر پیروی می‌کنند. این گونه موجودات متولد می‌شوند، رشد می‌کنند، به پیری می‌رسند و در نهایت می‌میرند. این سیستم‌های زنده در هر مرحله از چرخه عمر خود دارای الگوهای رفتاری خاص به منظور چیرگی بر مسایل آن دوره و مشکلات مربوط به انتقال از دوره ای به دوره دیگر هستند. تئوری چرخه عمر شرکت چنین فرض میکند که شرکت‌ها و بنگاه‌های اقتصادی، همچون تمامی موجودات زنده که متولد می‌شوند، رشد می‌کنند و می‌میرند، دارای منحنی عمر یا چرخه هستند همانند موجودات زنده، رشد و پیری واحدهای تجاری را بر مبنای قابلیت کنترل و انعطاف پذیری نشان می‌دهند. در جوانی(دوران رشد) سازمان‌ها بسیار انعطاف پذیر، ولی در بیشتر مواقع غیر قابل کنترل اند. با افزایش عمر سازمان ها، روابط تغییر میکند؛ کنترل افزایش و انعطاف پذیری کاهش می‌یابد. در نهایت، با پیر شدن(دوران افول) قابلیت کنترل نیز کاهش خواهد یافت. هنگامی که واحد تجاری قابلیت کنترل داشته و انعطاف پذیر باشد، بیانگر این است که توأمان مزایای جوانی و پیری را داراست. این وضعیت تحت عنوان مرحله تکامل (بلوغ) شناخته می‌شود. نمودار(2-3) ارتباط بین قابلیت کنترل و انعطاف پذیری را در واحدهای تجاری تشریح می‌کند. (کرمی و عمرانی، 1389، 3)

**2-3-3) مراحل چرخه عمر شرکت**

دراقتصاد و مدیریت، چرخه عمر شرکت‌ها و مؤسسات و شرکتها با توجه به هر مرحله از حیات اقتصادی خودسیاست و خط مشی مشخصی را دنبال می‌کنند. این سیاست‌ها به گونه ای در اطلاعات حسابداری شرکت‌ها منعکس می‌شود در حوزه حسابداری نیز برخی از محققان به بررسی تأثیر چرخه عمر شرکت بر اطلاعات حسابداری پرداخته‌اند محققان چهار مرحله را برای توصیف چرخه عمر شرکت به شرح ذیل تبیین نموده اند:



نمودار (2-3) ارتباط بین قابلیت کنترل و انعطاف پذیری در چرخه عمر واحد تجاری

2-3-3-1) مرحله تولد یا ظهور

**در این مرحله معمولاً** میزان دارایی‌ها(اندازه شرکت) در سطح نازلی قرار دارد، جریان‌های نقدی حاصل از فعالیت‌های عملیاتی و سودآوری در سطح پایین است و شرکتها برای تأمین مالی و تحقق فرصت‌های رشد به نقدینگی بالایی نیاز دارند. نسبت سود تقسیمی در این شرکت‌ها معمولاً صفر یا حداکثر 10% است و بازده سرمایه گذاری یا بازده سرمایه گذاری تعدیل شده در قیاس با نرخ موزون تأمین مالی بعضاً ناچیز است.

2-3-3-2) مرحله رشد

در این مرحله واحدهای تجاری به دلیل مواجه با رشد فروش و سودهای غیرقابل پیش بینی ناشی از ابهام در میزان تقاضای محصولات، ریسک تجاری بالاتری متحمل می‌شوند. تحقیقات اخیر نشان می‌دهد اگر چه ممکن است میزان تقاضا برای محصولات در حال افزایش باشد، با وجود این احتمال دارد محصولات واحد تجاری هنوز مورد مقبولیت عموم مصرف کنندگان واقع نشده باشد، اما واحدهای تجاری ممکن است در مرحله رشد به مقداری عایدی دست یابند. افزایش سود و جریان وجوه نقد در طی این مرحله بسیار حائز اهمیت است. در مرحله رشد، واحد تجاری بر ترس خروج خروج سریع از بازار فائق آمده و با بقا در بازار به میزانی از موفقیت دست یافته است. در این مرحله، واحد تجاری فعالانه به دنبال جستجو و به کارگیری طرح‌های توسعه بوده، به سرمایه بیشتری برای دستیابی به مزایای بلند مدت رقابتی و محصولات جدید نیاز دارد. بنابراین، آنها به انجام فعالیتهای مالی برای دستیابی به سرمایه کافی مورد نیاز می‌پردازند. نیسیم و پنمن (2001) به این نتیجه دست یافتند که جریان وجه نقد حاصل از فعالیتهای عملیاتی معمولاً تا مورد قبول واقع شدن محصولات توسط بازار، کم است. بنابراین، به جریان وجه نقد حاصل از تأمین مالی بالا، برای تحقق فرصت‌های رشد نیاز خواهد بود. از سوی دیگر، واحدهای تجاری در این مرحله به پیشرفت در تغییرات فناوری تکیه می‌کنند، اما باید توجه داشت که سرمایه گذاری بالا و مخارج تحقیق و توسعه برای ایجاد محصولات جدید، موفقیت این محصولات را تضمین نمی‌کند. تمام این عوامل باعث می‌شود تا واحدهای تجاری در مرحله رشد، ریسک تجاری بالاتری داشته باشند. در این مرحله اندازه‌ی شرکت بیش از اندازه‌ی شرکت‌های در مرحله‌ی ظهور بوده و رشد فروش و درآمدها نیز نسبت به مرحله ظهور بیشتر است. منابع مالی بیشتر در دارایی‌های مولد سرمایه گذاری شده و شرکت از انعطاف پذیری بیشتری در شاخص‌های نقدینگی برخوردار است. نسبت سود تقسیمی در این طیف از شرکتها معمولاً بین 10% تا 50% در نوسان است. بازده سرمایه گذاری یا بازده سرمایه گذاری یا بازده سرمایه گذاری تعدیل شده در اغلب موارد بر نرخ موزون هزینه تأمین سرمایه فزونی دارد. (استا و قیطاسی، 1390)

2-3-3-3) مرحله‌ی بلوغ

ریسک تجاری واحدهای تجاری در مرحله بلوغ معمولاً از مراحل دیگر چرخه عمر کمتر است، با توجه به اینکه فروش واحدهای تجاری به طور گسترده ای به ثبات رسیده است، واحد تجاری بالغ، جریان وجه نقد عملیاتی بیشتری خواهد داشت (بلک،1998). بنابراین، واحد تجاری، اغلب جریان نقد ورودی کافی برای برآورد کردن نیازهای داخلی خود خواهد داشت. همچنین، نیسیم و پنمن (2001) بیان می‌کنند که در مرحله بلوغ ظرفیت سرمایه گذاری اولیه برای پاسخگویی به تقاضای بالای بازار، کافی بوده، واحد تجاری جریان نقد ورودی بیشتری ایجاد خواهد کرد. واحدهای تجاری فعال در مرحله بلوغ در مقایسه با واحدهای تجاری در مراحل دیگر چرخه عمر، تغییرات فناوری کمتری دارند. محیط باثبات، به نتایج مالی منجر می‌شود که از نتایج سال قبل انحراف زیادی نخواهد داشت.

در این مرحله شرکت‌ها فروش باثبات و متعالی را تجربه نموده و نیاز به وجوه نقد در اکثر موارد از طریق منابع داخلی تأمین می‌شود. اندازه‌ی دارایی‌های این شرکت‌ها نیز به تناسب بیشتر از اندازه‌ی دارایی‌های شرکت‌های در مرحله‌ی رشد بوده و نسبت سود تقسیمی در این شرکتها معمولاً بین 50% تا 100% در نوسان است. به دلیل وفور نقدینگی و کاهش اتکا به سیاست تأمین مالی از خارج، عموماً بازده سرمایه گذاری یا بازده سرمایه گذاری تعدیل شده معادل یا بیش از نرخ تأمین سرمایه است.

2-3-3-4) مرحله افول یا سکون

با ورود واحد تجاری به مرحله افول، ریسک تجاری نیز افزایش می‌یابد. معمولاً واحد تجاری در این مرحله با کاهش فروش، جایگزینی فناوری یا حتی منسوخ شدن محصولات رو به رو می‌شود. در این مرحله، عایدی واحد تجاری حداقل یا احتمالاً منفی بوده و بازده سرمایه گذاری معمولاً به خاطر فرصت‌های محدود سرمایه گذاری و همچنین افت کلی بازار و زیان عملیات، پایین است. تقاضا برای محصولات و خدمات سازمان کاهش یافته، واحدهای تجاری ناکارا مجبور به خروج از صنعت می‌شوند. در ضمن، واحدهای تجاری با مشکلات نقدینگی مواجه می‌شوند. به دلیل تغییرات در محیط و ابداع محصولات جدید، واحدهای تجاری در مرحله افول، باید فشار بیشتری را نسبت به واحدهای تجاری در مراحل دیگر چرخه عمر تحمل کنند. (استا و قیطاسی، 1390)

در این مرحله چنانچه فرصت‌های رشد وجود داشته باشد، به احتمال قریب به یقین بسیار ناچیز است؛ شاخص‌های سودآوری، نقدینگی و ایفای تعهدات روند نزولی داشته و شرکت در شرایط رقابتی بسیار شدیدی قرار داشته، ضمن اینکه هزینه‌های تأمین مالی از منابع خارجی نیز بالا است به گونه ای که در اغلب موارد بازده سرمایه گذاری یا بازده سرمایه گذاری تعدیل شده کمتر از نرخ تأمین مالی است.

2-3-4 ) ارتباط بین مدیریت سود و عدم تقارن اطلاعاتی و چرخه عمر شرکت :

مدل‌های تحلیلی متعددی روشن ساخته‌اند که میزان مدیریت سود فرصت طلبانه به تناسب سطح عدم تقارن اطلاعاتی افزایش می‌یابد. برای مثال دی[[89]](#footnote-89) و ترومن و تیتمان به صورت تحلیلی نشان دادند که وجود عدم تقارن اطلاعاتی بین مدیریت و سهامداران یک شرط اساسی برای مدیریت سود است. دی فرض کرد که بین گروه‌های سهامداران هم پوشانی وجود دارد. سهامداران فروشنده به مدیریت اجازه می‌دهند که به منظور القای یک تصویر مناسب به گروه خریداران، از یک سیاست مشخص مدیریت سود پیروی نماید. در این مدل، مدیر از یک مزیت اطلاعاتی نسبت به سهامداران برخوردار است. در نتیجه عدم تقارن اطلاعاتی یک شرط ضروری برای مدیریت سود در این وضعیت است. ریچارسون[[90]](#footnote-90) دریافت عدم تقارن اطلاعاتی، که از طریق دامنه خرید و فروش و پراکندگی پیش بینی‌های تحلیل گران اندازه گیری شده، با مدیریت سود رابطه مثبت دارد. ایمهوف و توماس[[91]](#footnote-91) شواهدی را فراهم کردند که نشان می‌دهد ارزیابی تحلیل گران از کیفیت افشاء جزئیات اساسی ارقام گزارش شده ارتباط مثبت دارد. (نوروش و حسینی، 1387، 120)

یکی از ویژگی‌های اقتصادی، چرخه عمر شرکتها است، طبق تئوری چرخه عمر، شرکت‌ها در مراحل مختلف چرخه عمر از نظر مالی و اقتصادی دارای رفتارهای خاصی هستند، بدین معنی که ویژگی‌های مالی و اقتصادی یک شرکت تحت تأثیر مرحله ای از چرخه عمر است که شرکت در آن قرار دارد، طبق نظریه چرخه عمر شرکت‌ها در هر مرحله از چرخه عمر، با توجه به میزان ریسک و بازده مورد انتظار، جریان نقدی را کسب میکنند که با توجه به فرصت‌های سرمایه گذاری و تحقق فرصت‌های رشد، سود، مکرراً توسط مدیران واحد تجاری دستکاری می‌گردد، در نتیجه مدیریت سود در هریک از مراحل چرخه عمر شرکت در حال نوسان می‌باشد .

در مرحله رشد، اندازه شرکت بیش از اندازه شرکتهای در مرحله‌ی شروع بوده و رشد فروش و درآمدها نیز نسبت به مرحله شروع بیشتر است. افزایش سود و جریان وجوه نقد طی این مرحله حائز اهمیت بسیاری است. واحد تجاری فعالانه به دنبال جستجو و به کارگیری طرح‌های توسعه بوده و برای دستیابی به مزایای بلند مدت رقابتی و محصولات جدید به سرمایه بیشتری نیاز دارد (بولو و همکاران، 1391، 55). بنابراین در مرحله رشد اطلاعات از شفافیت بیشتری برخودار است پس عدم تقارن اطلاعاتی کمتر و همچنین مدیریت سود کم است.

در مرحله بلوغ شرکت‌ها فروش باثبات و متعادلی را تجربه می‌کنند، همچنین اندازه شرکت در این مرحله بیشتر از اندازه شرکت در مرحله رشد می‌باشد و و نسبت سود تقسیمی بیشتر است بنابراین مدیران بدلیل هزینه‌های سیاسی و انگیزه‌های مالیاتی اقدام به دستکاری سود می‌کنند تا سود شرکت را کمتر از واقع نشان دهند و همچنین اطلاعات کمتری به استفاده کنندگان صورتهای مالی می‌دهند.

در مرحله افول واحد تجاری با افت درآمد فروش، فناوری‌های جایگزینی یا حتی منسوخ شدن محصولات روبرو می‌شود. در این مرحله، عایدی واحد تجاری احتمالا حداقل منفی بوده و بازده سرمایه گذاری معمولا به خاطر فرصت‌های حدود سرمایه گذاری، افت کلی بازار و زیان عملیات پایین خواهد بود. شرکت دارای نسبتهای اهرمی بالا، روش‌های حسابداری را به کار می‌گیرند که منجر به افزایش دارائی‌ها و یا کاهش بدهیها شود در نتیجه سود شرکت افزایش یابد تا خطر تخلف از قرارداد بدهی کاهش یابد. (مرادی، 1386، 102) بنابراین در این مرحله مدیریت سود و عدم تقارن اطلاعات بیشتر است.

**پیشینه‌های پژوهش:**

**پیشینه خارجی**

ونکتاش و چیانگ[[92]](#footnote-92)(1986) به بررسی گزینش نادرست و عدم تقارن اطلاعاتی درباره اعلانیه‌های سود پرداختند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که شکاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش(به عنوان نماینده عدم تقارن اطلاعاتی) منبع درآمد کارگزار برای جبران زیان‌های پیش بینی نشده، در نتیجه‌ی مبادله به معامله گران آگاه است. از این رو شکاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش، تابع سودی از مسئله گزینش نادرست به وسیله بازارسازان است و با میزان اطلاعات نا متقارن شرکت در بازار، رابطه دارد.

گلاستن و هریس[[93]](#footnote-93)(1988) در پژوهشی تحت عنوان «تخمین شکاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش شرکت ها» به بررسی ارتباط هزینه گزارش نادرست با سطح عدم تقارن اطلاعاتی پرداختند. آنها دریافتند که گزینش نادرست، به طور مستقیم با سطح عدم تقارن اطلاعاتی در بازار سرمایه مرتبط است.

جاکویسون و آکر[[94]](#footnote-94)(1993) در پژوهش خود به بررسی مقایسه ای عدم تقارن اطلاعات بین بازار سرمایه ژاپن و آمریکا پرداختند. نتایج پژوهش آنها بیانگر این است که بازار سرمایه ژاپن اطلاعات مربوط به سودآوری آتی را زودتر از بازار سهام آمریکا در قیمت سهام منعکس می‌سازد.

کیم و ورچیا[[95]](#footnote-95)(1994) در پژوهشی تحت عنوان «حجم و نقدشوندگی بازار پیرامون اعلان سود » به بررسی رابطه میان اعلان سود و نقدشوندگی بازار پرداختند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان می‌دهد، در صورتی که اطلاعات در اختیار تمامی فعالان بازار قرار بگیرد، اعلامیه‌های سود، عدم تقارن اطلاعاتی را کاهش خواهد داد. همچنین آن‌ها دریافتند در صورتی که برخی معامله گران قادر به پردازش اطلاعات باشند، ممکن است عدم تقارن اطلاعاتی در سطح بالا باقی بماند.

ريچاردسون(2000) در پژوهش خود به بررسی رابطه بين عدم تقارن اطلاعاتي و دستكاري اقلام تعهدي را مورد مطالعه قرار داد. نتايج پژوهش وي نشان مي دهد كه بين عدم تقارن اطلاعاتی و مدیریت سود بر اقلام تعهدی رابطه مستقیم وجود دارد.

جیانگ و کیم[[96]](#footnote-96) (2000) در پژوهش خود به بررسی اثرات عدم تقارن اطلاعات بین مدیران و سهامداران در رابطه با سودآوری از نظر زمان و مقدار پرداختند نتایج پژوهش آنها نشان داد هر میزان سطح مالکیت نهادی در شرکتها افزایش می‌یابد، عدم تقارن اطلاعاتی کمتری بین مدیران شرکت و سایر اشخاص مرتبط در بازار وجود خواهد داشت.

ورچیا[[97]](#footnote-97)(2001) در پژوهشی تحت عنوان «مقالاتی درباره افشاء» به بررسی نتایج افشای اختیاری اطلاعات پرداخت. نتایج پژوهش وی نشان داد که افشای بیشتر اطلاعات باعث منتفع شدن سرمایه گذاران می‌شود. همچنین افشای اطلاعات عمومی باعث کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و فعالیت‌های پرهزینه جمع آوری اطلاعات برای سرمایه گذاران می‌شود.

لیبی و همکاران[[98]](#footnote-98) (2002) در پژوهش تحت عنوان «اعلان سود و عدم تقارن اطلاعاتی» به بررسی رابطه بین اعلان سود و عدم تقارن اطلاعاتی پرداختند. نتایج پژوهش آنها با بررسی شرکت‌های فعال در بورس تورنتو نشان می‌دهد که قبل از اعلان سود دامنه قیمت پیشنهادی خرید و فروش سهام افزایش پیدا کرده است.

آنجینیا و همکاران[[99]](#footnote-99) (2005) در پژوهش خود به بررسی نقش مدیریت در پیش بینی سود و عدم تقارن اطلاعاتی در پیرامون اعلان سود پرداختند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که شرکتهای دارای هیأت مدیره کاراتر و موثرتر پیش بینی‌های سود دقیقتری را منتشر می‌کنند بنابراین کیفیت بالای هیأت مدیره با پیش بینی سود دقیق‌تر و بیشتر و عدم تقارن اطلاعاتی کمتر در اطراف اعلامیه‌های سود مرتبط است.

بال و شیواکومار[[100]](#footnote-100) ( 2005) در پژوهش خود به بررسی نقش اقلام تعهدی در عدم تقارن اطلاعاتی در تشخیص به موقع سود و زیان پرداختند. در این پژوهش نشان داده شده است که مدل‌های تعهدی غیرخطی، مشخصه قابل توجه بهبود یافته هستند. همچنین مدل‌های تعهدی خطی قراردادی با حذف نقش اقلام تعهدی در عدم تقارن شناسایی به موقع سود وزیان یک ویژگی نسبتاً ضعیف برای حسابداری تعهدی پیشنهاد می‌کند. به علاوه نتایج بیانگر این است که ویژگی خطی ارتباط بین درآمدها و جریان‌های نقدی آتی، مفاهیم عدم تقارن در شناسایی به موقع زیان(محافظه کاری شرطی) را نادیده می‌گیرد و اساساً توانایی درآمدهای جاری در جریان نقدی دست کم گرفته می‌شود.

استراسر[[101]](#footnote-101) (2005) در تحقیقی ارتباط بین مقررات افشای منصفانه و عدم تقارن اطلاعاتی را مورد بررسی قرار داد. براساس تئوری‌های اقتصادی موجود افزایش مقدار و کیفیت افشاء باید عدم تقارن اطلاعاتی ناگهانی را کاهش دهد. نتایج دیگر نشان داد افزایش مقدار اطلاعات در دسترس عموم طبق مقررات باعث کاهش عدم تقارن اطلاعاتی می‌شود.

وانگ و چیانگ[[102]](#footnote-102) (2006) در پژوهش خود به بررسی رابطه بین تقارن اطلاعاتی و رفتار سرمایه گذاران پیرامون زمان اعلان سود پرداختند. نتایج پژوهش‌های آنها نشان می‌دهد که اگر اعلان سود عدم تقارن اطلاعاتی را کاهش دهد، نماینده‌ی عدم تقارن اطلاعاتی در دوره قبل از اعلان کمتر از دوره بعد از اعلان خواهد بود. همچنین در یک چهارم موارد اعلام سود عدم تقارن اطلاعاتی شرکت را، به ویژه برای اخبار بد شرکت کاهش می‌دهد.

مورمان[[103]](#footnote-103) (2006) در پژوهشی تحت عنوان «نقش عدم تقارن اطلاعاتی و کیفیت گزارشگری مالی در معاملات بدهی» به بررسی نقش عدم تقارن اطلاعاتی و کیفیت گزارشگری مالی در معاملات بدهی پرداخت. نتایج پژوهش وی بیانگر این موضوع است بازار ثانویه وام اطلاعات منحصربه فردی را در رابطه با معاملات خصوصی وام ارائه می‌کند و تفاوت دامنه پیشنهادی خرید و فروش در معاملات وام به طور مثبت با عدم تقارن اطلاعاتی مربوط به شرکت و وام مرتبط است.

کاناگارتنم و همکاران[[104]](#footnote-104) (2007) در تحقیق خود رابطه بین کیفیت اداره امور شرکت‌ها و عدم تقارن اطلاعاتی در بازار سرمایه را طی یک دوره اعلان سود میان دوره بررسی کردند. در این تحقیق مشخص شد که تغییر در قیمت پیشنهادی خرید هنگام اعلان سود بطور مشخص رابطه منفی با هیات مدیره مستقل، فعالیت‌های هیأت مدیره و درصد سهام متعلق به کارکنان و هیأت مدیره دارد. همچنین مشخص شد عمق تغییرات بطور مشخص با ساختار عوامل ذکر شده رابطه مثبت دارد.

باچتیار[[105]](#footnote-105)(2008) در پژوهش خود به بررسی رابطه میان اقلام تعهدی و عدم تقارن اطلاعاتی پرداخت. نتایج پژوهش او نشان می‌دهد که اقلام تعهدی رابطه مثبت و معنی داری با عدم تقارن اطلاعاتی دارد. همچنین رابطه ای مثبت و معنی داری میان اقلام تعهدی اختیاری و عدم تقارن اطلاعاتی وجود دارد.

لخال[[106]](#footnote-106)(2008) در پژوهش خود به بررسی اثر اعلان سودهای فصلی بر عدم تقارن اطلاعاتی پرداخت. نتایج پژوهش وی نشان می‌دهد که پس از اعلان سودهای فصلی عدم تقارن اطلاعاتی کاهش می‌یابد.

براون و همکاران(2008) در پژوهش خود به بررسی اثر کیفیت سود بر عدم تقارن اطلاعاتی پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان می‌دهد که هرچه کیفیت گزارشگری مالی بیشتر باشد، عدم تقارن اطلاعاتی کاهش و حجم معاملات سهام افزایش می‌یابد.

چی و وانگ[[107]](#footnote-107)(2008) در پژوهش خود به بررسی عدم تقارن اطلاعاتی و محافظه کاری در حسابداری در کشور تایوان پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان می‌دهد که نه تنها بین عدم تقارن اطلاعاتی و محافظه کاری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، بلکه عدم تقارن اطلاعاتی منجر به محافظه کاری می‌شود.

فرانسیس و همکاران [[108]](#footnote-108)(2008)، اثبات کردند که محافظه کاری باعث بهبود کیفیت اطلاعات کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین سرمایه گذاران مطلع و بی اطلاع می‌گردد. یعنی هرچه عدم تقارن اطلاعات بیشتر باشد، شکاف قیمتی نیز افزایش می‌یابد ازاین رو محافظه کاری بیشتری در صورت‌های مالی اعمال می‌شود تا این عدم تقارن را کاهش دهد.

چانگ و همکاران[[109]](#footnote-109)(2009) در تحقیق با عنوان تأثیر مدیریت سود بر نقد شوندگی سهام پرداختند، نتایج تجربی نشان می‌دهد که در شرکت هایی که مدیریت سود انجام می‌دهند کیفیت اطلاعات حسابداری کاهش می‌یابد، به عبارتی عدم تقارن اطلاعاتی افزایش یافته و شکاف قیمتی نسبی افزایش و به دنبال آن نقدشوندگی سهام کاهش می‌یابد؛ در نتیجه بین مدیریت سود با نقدشوندگی سهام رابطه منفی و معنی داری دارد.

جاوا[[110]](#footnote-110)(2009) در پژوهش خود به بررسی عدم تقارن در جریان‌های نقدی و محافظه کاری درحسابداری پرداخت. نتایج پژوهش وی نشان می‌دهد که نخست، زمانی که اقلام تعهدی به عنوان متغیر وابسته در مدل باسو(1997) به کار رود عدم تقارن زمانی سود به طور قابل ملاحظه ای کاهش می‌یابد. دوم پایداری جریان‌های نقدی و اقلام تعهدی برای اخباربد(بازده منفی) کمتر از اخبار خوب(بازده مثبت) است.

باهاراس و همکاران[[111]](#footnote-111)(2009) ارتباط عدم تقارن اطلاعاتی و ساختار سرمایه مورد آزمون قرار دادند. آنها در پی حصول به این نتیجه بودند که آیا عدم تقارن اطلاعاتی که بر پایه ارزیابی بازار از جزء گزینش زیانبار در حوزه اقتصاد خرد توسعه داده شده به عنوان جزء تعیین کننده در تصمیمات ساختار سرمایه است یا نه؟ برای این منظور ایشان از یک نمونه گسترده از داده‌های شرکتها برای دوره 30 ساله 2002-1973 بررسی کردند. نتایج تحقیق ایشان نشان می‌داد که با فرض ثابت نگه داشتن آثار برخی متغیرهای اهرمی، عدم تقارن اطلاعاتی ساختار سرمایه را تحت تأثیر قرار می‌دهد.

لوبو و ژو[[112]](#footnote-112) (2010) میزانی که شرکت‌ها به مدیریت سود می‌پردازند را بعنوان عامل تعیین کننده مهمی جهت تصمیم گیری در ارتباط با میزان افشاء اطلاعات معرفی می‌نمایند. تجزیه و تحلیل‌های تجربی ارائه شده توسط این محققین بیانگر وجود رابطه منفی بین کیفیت افشاء و مدیریت سود در حالت وجود مدیریت سود فرصت طلبانه و همچنین وجود رابطه مثبت بین کیفیت افشاء و مدیریت سود در حالت وجود مدیریت سود ناشی از تبادل اطلاعات است.

باهاتاچاریا و همکاران[[113]](#footnote-113)(2010) در پژوهش خود به بررسی رابطه میان کیفیت سود و عدم تقارن اطلاعاتی پرداختند. نتایج پژوهش آنها نشان می‌دهد که کیفیت پایین سود، منجر به افزایش عدم تقارن اطلاعاتی در بازارهای مالی می‌گردد.

واسان و بون[[114]](#footnote-114)(2010) در پژوهش خود به بررسی رابطه میان اقلام تعهدی و عدم تقارن اطلاعاتی پرداختند. نتایج پژوهش آن‌ها نشان می‌دهد که میان دامنه تفاوت قیمت پیشنهادی خریدوفروش سهام به عنوان نماینده عدم تقارن اطلاعاتی و اقلام تعهدی، رابطه معناداری مشاهده نشد.

استیفن[[115]](#footnote-115)(2010) در پژوهش خود به بررسی رابطه بین سود حسابداری و جریان نقدی با بازده سهامداران در شرایط تقارن و عدم تقارن اطلاعاتی پرداخت. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که در شرایط عدم تقارن اطلاعاتی سود حسابداری نسبت به جریان نقدی از محتوای اطلاعاتی بیشتری برخوردار است. اما با افزایش عدم تقارن اطلاعاتی معیارهای جریان نقدی در توضیح عملکرد بازار سهام مربوط ترند.

داس و پاندیت[[116]](#footnote-116)(2010)، به بررسی ارتباط بین کیفیت حسابرسی و کارایی سرمایه گذاری با تأکید بر چرخه عمر شرکت پرداختند. آنها تأثیر ترکیبی ریسک وجوه نقد و نگهداری وجوه نقد را مورد مطالعه قرار دادند، نتایج تحقیقات آنها حاکی از آن است که تأثیر متعامل کیفیت حسابرسی و چرخه عمر بر سرمایه گذاری، اهمیت بیشتری برای شرکتهایی که از ریسک بالا و وجوه نقد غنی برخوردارند، وجود دارد که این کار موجب سرمایه گذاری بیشتر از حد می‌شود، در کل نتایج تحقیقات آنها سازگار با این مفهوم است که کیفیت حسابرسی، تضاد اطلاعاتی را که مانع سرمایه گذاری میشود، کاهش می‌دهد.

کورمیر[[117]](#footnote-117) (2013)، به بررسی نحوه مدیریت سود در شرایط عدم تقارن اطلاعاتی در یک محیط بی ثبات پرداخت. رابطه بین مدیریت سود وعدم تقارن اطلاعاتی را با در نظر گرفتن ناامنی محیط مورد بررسی قرار دادند. نتایج نشان می‌دهد که یک محیط پیچیده و پویا رابطه بین اقلام تعهدی اختیاری وعدم تقارن اطلاعاتی را که به عنوان نوسانات قیمت سهام وتفاوت قیمت عرضه و تقاضا اندازه گیری می‌شود را ضعیف می‌کند. به طور خاص رابطه مثبت بین مدیریت سود وعدم تقارن اطلاعاتی کم می‌شود. درمورد شرکت‌های با محصولات متنوع، آن هایی که مشتاقانه در فعالیت‌های تحقیق وتوسعه سرمایه گذاری می‌کنند و آن هایی که با نوسانات فروش بالایی روبرو هستند، این موضوع مشکل سرمایه گذاران را در ارزیابی مدیریت سود در یک محیط ناامن برجسته‌تر می‌کند.نهایتاً، در چنین شرایطیاقلام تعهدی اختیاری به احتمال بیشتری توسط سرمایه گذار تشخیص داده می‌شود.

**تحقیقات داخلی:**

نوروش و ابراهیمی کردلر(1384) در پژوهش خود با عنوان« بررسی و تبیین رابطه ترکیب سهامداران با تقارن اطلاعات و سودمندی معیارهای حسابداری عملکرد » به بررسی نقش سرمایه گذاران نهادی در کاهش عدم تقارن اطلاعاتی پرداخت. نتایج پژوهش نشان داد که شرکت هایی با درجه بالایی از مالکیت سرمایه گذاران نهادی، اطلاعات بیشتری در رابطه با سودهای آتی، نسبت به شرکتهایی با درجه پایینی از مالکیت سرمایه گذاران نهادی گزارش می‌کنند. بنابراین عدم تقارن اطلاعاتی بیشتری در شرکتهای سرمایه پذیر به درجه پایینی از سرمایه گذاران نهادی مشاهده می‌شود.

قائمی و وطن پرست (1384) در پژوهش خود با عنوان «بررسی نقش اطلاعات حسابداری در کاهش عدم تقارن اطلاعاتی» به بررسی نقش اطلاعات حسابداری در کاهش عدم تقارن اطلاعاتی پرداختند. در این پژوهش وجود سطح عدم تقارن اطلاعاتی و تأثیر آن بر روی قیمت سهام و حجم معاملات در 21 روز قبل و بعد از اعلان سود برآوردی هر سهم در طول سالهای 1381 تا 1383 مورد بررسی قرار گرفت. نتایج حاصل از این پژوهش نشان می‌دهد که عدم تقارن اطلاعاتی در بورس اورق بهادار تهران وجود داشته و این امر در دوره‌های قبل از اعلان سود به مراتب بیشتر از دوره‌های پس از اعلام سود است. همچنین عدم تقارن اطلاعاتی با حجم معاملات و قیمت سهام مرتبط است**.**

مشایخی و همکاران(1384) نقش اقلام تعهدی را در مدیریت سود بررسی نمودند. نتایج این تحقیق نشان می‌دهد که در شرکت‌های مورد مطالعه مدیریت سود اعمال شده است. در واقع مدیریت این شرکت ها، به هنگام کاهش وجوه نقد حاصل از عملیات اقدام به افزایش سود از طریق افزایش اقلام تعهدی اختیاری کرده است.

احمد پور و رسائیان(1385) به نقل از استول 1978 بیان میدارد که اختلاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش به سه بخش تقسیم می‌شود. هزینه‌های فرایند سفارش (خرید و فروش)، هزینه‌های نگهداری موجودی و هزینه‌های انتخاب نادرست، هزینه‌های درخواست خرید و فروش بطور مستقیم در ارتباط با ارائه خدمات بازارگردانی می‌باشد و از جمله این هزینه‌ها می‌توان به هزینه‌های عضویت در بورس، اجاره فضای بورس، هزینه‌های نیروی کار و هزینه فرصت بازارگردان‌ها اشاره نمود. سهم این هزینه‌ها در اختلاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش با افزایش حجم معاملات، کاهش می‌یابد. هزینه‌های نگهداری موجودی به دلیل مسئولیت بازارگردانان نسبت به سهامداران جهت تسهیل و تسریع مبادلات(نقدشوندگی) متحمل می‌شوند و این هزینه‌ها شامل ریسک تغییر قیمت سهام موجود نزد بازارگردان نیز خواهد بود.

مرادی در سال(1386) به بررسی رابطه بین اهرم و هموارسازی سود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداخته، به این نتیجه رسیده است که بین اهرم مالی و هموار سازی سود رابطه معنادار منفی وجود دارد و همچنین در شرکت هایی که جریان‌های نقدی آزاد بالاتری دارند، بین اهرم مالی و هموارسازی سود رابطه معنی دار منفی بیشتری وجود دارد.

خوش طینت و یوسفی اصل(1386) در پژوهش خود با عنوان «رابطه بین تقارن و عدم تقارن اطلاعاتی با محافظه کاری» به بررسی ارتباط میان تقارن و عدم تقارن اطلاعاتی با محافظه کاری در صورتهای مالی پرداختند. نتایج پژوهش نشان داد که عدم تقارن اطلاعاتی میان سرمایه گذاران آگاه و ناآگاه منجر به محافظه کاری می‌شود، اما محافظه کاری منجر به عدم تقارن اطلاعاتی نمی‌شود.

نوروش و حسینی(1387) در تحقیق با استفاده از داده‌های تاریخی سال‌های 1386-1381 مربوط به 51 شرکت پذیرفته شده بورس اوراق بهادار تهران به بررسی رابطه بین کیفیت افشاء شرکتی(شامل قابلیت اتکا و به موقع بودن) و مدیریت سود پرداختند . از آنجایی که بهبود کیفیت افشاء شرکتی باعث کاهش عدم تقارن اطلاعات می‌گردد و کاهش عدم تقارن اطلاعاتی مدیریت سود کمتر را به همراه دارد، فرض اصلی این پژوهش آن است که بهبود کیفیت افشای شرکتی با مدیریت سود رابطه منفی دارد. در این پژوهش برای اندازه گیری کیفیت افشاء از دو معیار به موقع بودن و قابلیت اتکا استفاده گردید و مدیریت سود شرکت‌ها با استفاده از مدل تعدیل شده جونز برآورد گردید. یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که بین کیفیت افشای شرکتی و رابطه سود رابطه منفی معنادار وجود دارد. همچنین یافته‌های تحقیقی حاکی از وجود رابطه منفی معنادار بین به موقع بودن افشای شرکتی و مدیریت سود می‌باشد.

کردستانی و امیر بیگی(1387) در پژوهش خود به بررسی عدم تقارن زمانی سود به عنوان معیار محافظه کاری در گزارشگری مالی پرداختند. نتایج پژوهش بیانگر این است که بین عدم تقارن زمانی سود و نسبت MTB رابطه منفی وجود دارد. هر چه دوره عدم تقارن زمانی سود طولانی‌تر شود این رابطه نیز منفی‌تر می‌شود.

رضازاده و آزاد(1387) در پژوهش خود با عنوان رابطه بین عدم تقارن اطلاعاتی و محافظه کاری در گزارشگری مالی به بررسی رابطه بین عدم تقارن اطلاعاتی بین سرمایه گذاران و محافظه کاری و گزارشگری مالی پرداختند. برای اندازه گیری عدم تقارن اطلاعاتی از دامنه تفاوت قیمت پیشنهادی خرید و فروش سهام استفاده شد. نتایج پژوهش طی دوره 1381 تا 1385 حاکی از این است که میان عدم تقارن اطلاعاتی بین سرمایه گذاران و محافظه کاری رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد علاوه بر این تغییر عدم تقارن اطلاعاتی بین سرمایه گذراران موجب تغییر در سطح محافظه کاری می‌شود.

ایزدی نیا و رسائیان(1388) به بررسی وجود رابطه معنی دار بین کیفیت سود و اختلاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش سهام پرداختند. به منظور آزمون فرضیه‌ها از تکنیک آماری رگرسیون دو متغیره، روش تأثیرات ثابت با استفاده از داده‌های پانل بهره گرفتند. نمونه انتخابی شامل 110 شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران و دوره زمانی، سال‌های بین 1385-1381 می‌باشد و نتایج تحقیق بیانگر انست که تقریباً 27 درصد تغییرات در اختلاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش سهام، توسط تغییر در کیفیت سود توزیع داده می‌شود.

رحیمیان و همکاران(1388) در پژوهش خود با عنوان «رابطه میان برخی سازوکارهای حاکمیت شرکتی و عدم تقارن اطلاعاتی» به بررسی ارتباط میان تغییرات نقدینگی بازار(تغییرات اختلاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش سهام در عمق بازار) در اطراف اعلامیه‌های سود به عنوان نماینده عدم تقارن اطلاعاتی و نسبت مدیران غیرموظف هیات مدیره درصد مالکیت سرمایه گذاران نهادی و واحد حسابرسی داخلی به عنوان سازوکارهای حاکمیت شرکتی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران طی سال های1383 تا 1386 پرداختند. نتایج پژوهش حاکی از این است که میان واحد حسابرسی و نسبت مدیران غیرموظف هیئت مدیره و معیارهای عدم تقارن اطلاعاتی رابطه معنی داری وجود ندارد. اما میان درصد مالکیت سرمایه گذاران نهادی و عدم تقارن اطلاعاتی رابطه منفی معنی دار وجود دارد.

ایزدی نیا و رضایی(1389) ارتباط بین هموارسازی سود و نقدشوندگی سهام را مورد بررسی قرار دادند و به این نتیجه رسیدند که می‌توان با پیاده سازی راهکارهای مناسب در جهت کاهش هموارسازی سودو نقدشوندگی سهام را افزایش داد.

باقری و کردستانی(1389) در پژوهش خود به بررسی رابطه بین عدم تقارن اطلاعاتی در جریان‌های نقدی و میزان محافظه کاری در گزارشگری مالی پرداختند. نتایج پژوهش حاکی از این است که رابطه مثبتی میان جریان‌های نقدی و اقلام تعهدی و سطح محافظه کاری اعمال شده در صورتهای مالی وجود دارد.

کاظمی و خوبانی(1389) در پژوهش خود به بررسی رابطه بین کیفیت سود و عدم تقارن اطلاعاتی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج پژوهش با آزمون 279 مورد اعلان سود برآوردی طی سال‌های 1383 تا 1387 بیانگر این است که کیفیت سود شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران هیچ تأثیری بر میزان عدم تقارن اطلاعاتی ندارد.

احمدپور کاسگری و عجم(1389) در پژوهش خود با عنوان بررسی رابطه بین کیفیت اقلام تعهدی و عدم تقارن اطلاعاتی به بررسی رابطه بین کیفیت اقلام تعهدی و عدم تقارن اطلاعاتی 346 مورد اعلان سود برآوردی شرکت‌ها در طول سالهای 1381تا1387 پرداختند. نتایج پژوهش نشان می‌دهد که کیفیت اقلام تعهدی شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، تأثیرمعنی داری بر میزان عدم تقارن اطلاعاتی ندارد.

خدامی پور و قدیری(1389) در پژوهش خود با عنوان بررسی رابطه میان اقلام تعهدی و عدم تقارن اطلاعاتی در بازار بورس اوراق بهادار تهران به بررسی رابطه میان اقلام تعهدی و عدم تقارن اطلاعاتی بین سرمایه گذراران در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند. نتایج پژوهش بر مبنای نمونه آماری متشکل از 101 شرکت برای دوره 7 سال 1382تا 1388 حاکی از آن است که میان اقلام تعهدی غیرعادی و عدم تقارن اطلاعاتی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.همچنین رابطه مثبت و معنی دار میان عدم تقارن اطلاعاتی و تغییرپذیری بازده سهام وجود دارد.

قائمی و همکاران(1389)در پژوهش خود با عنوان اعلان سودهای فصلی و عدم تقارن اطلاعاتی به بررسی تأثیراعلان سودهای فصلی در عدم تقارن اطلاعاتی بازار پرداختند. نتیجه پژوهش با بررسی 555 مورد اعلان سود فصلی مربوط به 157 شرکت پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران حاکی از آن است که پس از اعلان سودهای فصلی، عدم تقارن اطلاعاتی کاهش قابل ملاحظه ای نداشته است.

کرمی و همکاران(1389) در پژوهش خود با عنوان بررسی تأثیر چرخه عمر شرکت و محافظه کاری بر ارزش شرکت است. نتایج حاصل از بررسی 450 سال- شرکت طی دوره‌ی زمانی 1382تا1387 نشان داد که سرمایه گذاران اهمیت(وزن) بیشتری به خالص دارایی‌های عملیاتی و سود عملیاتی غیرعادی شرکت‌های در مرحله‌ی رشد نسبت به شرکت‌های مراحل بلوغ و افول می‌دهند. همچنین نتایج نشان می‌دهد که در مراحل رشد و بلوغ، سرمایه گذاران اهمیت (وزن) بیشتری به خالص دارایی‌های عملیاتی و سود عملیاتی غیرعادی شرکت‌های محافظه کار(نسبت به شرکت هایی که از رویه‌های حسابداری متهورانه استفاده می‌کنند) میدهند و در مرحله‌ی افول عکس این موضوع صادق است.

خدادادی و خان جانی(1390) به بررسی رابطه مدیریت سود و سودآوری شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران پرداختند و به این نتیجه رسیدند که شرکت‌های که مدیریت سود داشته اند، دارای رشد سود بیشتر و بازده کمتری بوده اند.

خواجوی و همکاران(1390) نشان داده‌اند که بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و مدیریت سود رابطه منفی وجود دارد و همچنین عملکرد مالی شرکت با مدیریت سود رابطه مثبت داشته و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت در کنار مدیریت سود باعث کاهش اثر معکوس مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت بر عملکرد مالی شرکت شده است.

بولو و همکاران(1391) به بررسی تأثیر جریان نقدی آزاد بر سیاست‌های تقسیم سود طی چرخه عمر شرکت‌ها پرادختند. نمونه شامل178 شرکت بین سالهای 1382 تا 1389 انتخاب شده است برای آزمون فرضیه‌ها از رگرسیون چندگانه به روش داده‌های ترکیبی استفاده شد. برای تفکیک شرکت‌ها به مراحل چرخه عمر از تحقیق آنتونی و رامش (1992) استفاده گردید. نتایج حاصل از آزمون فرضیه‌ها نشان می‌دهد که بین سود تقسیمی و جریان نقد آزاد شرکت‌ها در مرحله رشد و افول رابطه مثبت وجود دارد، در حالی که در مرحله بلوغ بین سود تقسیمی و جریان نقد آزاد رابطه منفی وجود دارد.

احمدپور و همکاران(1392) به بررسی رابطه ميان عدم تقارن اطلاعاتي و مديريت واقعي سود پرداختند و نتایج پژوهش حاکی از آن بین عدم تقارن اطلاعاتی و هزینه های اختیاری غیرعادی رابطه معنی داری مشاهده نشده است.

خدامی و همکاران (1392) به بررسی اثر کیفیت افشا بر انواع مدیریت سود پراختند و نتایج پژوهش آنها بیانگر رابطه معنادار و منفی بین سطح کیفی و مدیریت سود اقلام تعهدی و واقعی سود است. همچنین نتایج با استفاده از الگوی رگرسیون لاجیت، بیانگر رابطه معنادار منفی بین کلی سود و سطح کیفی افشا است.

جدول خلاصه ای از تحقیقات خارجی و خارجی

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **ردیف** | **محققان** | **سال تحقیق** | **موضوع تحقیق** | **نتایج تحقیق** |
| 1 | ونکتاش و چیانگ | 1986 | بررسی گزینش نادرست و عدم تقارن اطلاعاتی درباره اعلانیه‌های سود | شکاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش منبع درآمد کارگزار برای جبران زیان‌های پیش بینی نشده، در نتیجه مبادله به معامله گران آگاه است. از این رو شکاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش، نتابع صعودی از مسئله گزینش نادرست به وسیله بازارسازان است و با میزان اطلاعات نامتقارن شرکت در بازار، رابطه دارد. |
| 2 | گلاستن و هریس | 1988 | بررسی هزینه گزارش نادرست و سطح عدم تقارن اطلاعاتی | گزینش نادرست، به طور مستقیم با سطح عدم تقارن اطلاعاتی در بازار سرمایه مرتبط است. |
| 3 | جاکوبسون و آکر | 1993 | بررسی مقایسه ای عدم تقارن اطلاعات بین بازار سرمایه ژاپن و آمریکا | بازار سرمایه ژاپن اطلاعات مربوط به سودآوری آتی را زودتر از بازار سهام آمریکا در قیمت سهام منعکس می‌سازد. |
| 4 | کیم و ورچیا | 1994 | رابطه میان اعلان سود و نقدشوندگی بازار | در صورتی که اطلاعات در اختیار تمامی فعالان بازار قرار بگیرد، اعلامیه‌های سود، عدم تقارن اطلاعاتی را کاهش میدهد. |
| 5 | ريچاردسون | 2000 | رابطه بين عدم تقارن اطلاعاتي و دستكاري اقلام تعهدي | بين عدم تقارن اطلاعاتی و مدیریت سود بر اقلام تعهدی رابطه مستقیم وجود دارد. |
| 6 | جیانگ و کیم | 2000 | بررسی اثرات عدم تقارن اطلاعات بین مدیران و سهامداران در رابطه با سودآوری از نظر زمان و مقدار پرداخت سود | هر چه میزان سطح مالکیت نهادی در شرکتها افزایش یابد، عدم تقارن اطلاعاتی کمتری بین مدیران و سایر اشخاص مرتبط در بازار وجود خواهد داشت. |
| 7 | ورچیا | 2001 | بررسی نتایج افشای اختیاری اطلاعات | افشای بیشتر اطلاعات باعث منتفع شدن سرمایه گذاران میشود و افشای عمومی باعث کاهش عدم تقارن اطلاعاتی و فعالیتهای پر هزینه جمع آوری اطلاعات می‌شود. |
| 8 | لیبی و همکاران | 2002 | بررسی رابطه بین اعلان سود و عدم تقارن اطلاعاتی | قبل از اعلان سود دامنه قیمت پیشنهادی خرید و فروش سهام افزایش پیدا کرده است. |
| 9 | آنجینا و همکاران | 2005 | بررسی نقش مدیریت در پیش بینی سود و تقارن اطلاعاتی در پیرامون اعلان سود | کیفیت بالای هیأت مدیره با پیش بینی سود دقیق‌تر و بیشتر و عدم تقارن اطلاعاتی کمتر در اطراف اعلامیه‌های سود مرتبط است. |
| 10 | بال و شیواکومار | 2005 | نقش اقلام تعهدی در عدم تقارن اطلاعاتی در تشخیص به موقع سودوزیان | نتیجه این تحقیق بیانگر این است که ویژگی خطی ارتباط بین درآمد و جریان نقدی آتی، مفاهیم عدم تقارن در شناسایی به موقع زیان (محافظه کاری شرطی) را نادیده می‌گیرد و اساسا توانایی درآمدهای جاری در جریان‌های نقدی دست کم گرفته می‌شود |
| 11 | استراسر | 2005 | بررسی ارتباط بین مقررات افشای منصفانه و عدم تقارن اطلاعاتی | افزایش مقدار اطلاعات در دسترس عموم طبق مقررات باعث کاهش عدم تقاررن اطلاعاتی می‌شود. |
| 12 | وانگ و چیانگ | 2006 | بررسی رابطه بین عدم تقارن اطلاعاتی و رفتار سرمایه گذاران پیرامون زمان اعلام سود | اگر اعلام سود عدم تقارن اطلاعاتی را کاهش دهد نماینده عدم تقارن اطلاعاتی در دوره قبل از اعلان کمتر از دوره بعد از اعلان خواهد بود. همچنین در یک چهارم موارد اعلان سود عدم تقارن اطلاعاتی شرکت را، به ویژه برای اخبار بد شرکت کاهش می‌دهد. |
| 13 | مورمان | 2006 | بررسی نقش عدم تقارن اطلاعاتی و کیفیت گزارشگری مالی در معاملات بدهی | بازار ثانویه وام اطلاعات منحصر به فردی را در رابطه با معاملات خصوصی وام ارائه می‌کند و تفاوت دامنه پیشنهادی خرید و فروش در معاملات وام به طور مثبت با عدم تقارن اطلاعاتی مربوط به شرکت و وام مرتبط است. |
| 14 | کاناگارتنم و همکاران | 2007 | بررسی عدم تقارن اطلاعاتی و کیفیت گزارشگری مالی در معاملات بدهی | تغییر در قیمت پیشنهادی خرید هنگام اعلان سود بطور مشخص رابطه مشخص رابطه منفی با هیأت مدیره مستقل، فعالیتهای هیأت مدیره و درصد سهام متعلق به کارکنان و هیأت مدیره دارد. |
| 14 | باچتیار | 2008 | بررسی رابطه میان اقلام تعهدی و عدم تقارن اطلاعاتی | اقلام تعهدی رابطه مثبت و معنی داری با عدم تقارن اطلاعاتی دارد. همچنین رابطه مثبت و معنی داری میان اقلام تعهدی اختیاری و عدم تقارن اطلاعاتی وجود دارد. |
| 15 | لخال | 2008 | بررسی اثر کیفیت سود بر عدم تقارن اطلاعاتی | پس از اعلان سودهای فصلی عدم تقارن اطلاعاتی کاهش می‌یابد. |
| 16 | براون و همکاران | 2008 | بررسی اثرکیفیت سود بر عدم تقارن اطلاعاتی | هرچه کیفیت گزارشگری مالی بیشتر باشد عدم تقارن اطلاعاتی، کاهش و حجم معاملات سهام افزایش می‌یابد. |
| 17 | چی و وانگ | 2008 | بررسی عدم تقارن اطلاعاتی و محافظه کاری  در حسابداری در تایوان | نه تنها بین عدم تقارن اطلاعاتی و محافظه کاری رابطه مثبت و معناداری وجود دارد، بلکه عدم تقارن اطلاعاتی منجر به محافظه کاری می‌شود. |
| 18 | فراسیس و همکاران | 2008 | بررسی رابطه عدم تقارن اطلاعاتی و محافظه کاری | محافظه کاری باعث بهبود کیفیت اطلاعات و کاهش عدم تقارن اطلاعاتی بین سرمایه گذاران مطلع و بی اطلاع می‌گردد. |
| 19 | چانگ و همکاران | 2009 | تأثیر مدیریت سود بر نقدشوندگی سهام | بین مدیریت سود با نقدشوندگی رابطه منفی و معنی داری وجود دارد. |
| 20 | جاوا | 2009 | عدم تقارن در جریان‌های نقدی و محافظه کاری در حسابداری | اولاًزمانی که اقلام تعهدی بعنوان متغیروابسته بکار رود عدم تقارن زمانی سود به طور قابل ملاحظه ای کاهش می‌یابد. دوماً پایداری جریان‌های نقدی و اقلام تعهدی برای اخبار بد(بازده منفی) کمتر از اخبار خوب(بازده مثبت )است. |
| 21 | باهاراس وهمکاران | 2009 | ارتباط عدم تقارن اطلاعاتی و ساختارسرمایه | با فرض ثابت نگه داشتن آثار برخی متغییرهای اهرمی، عدم تقارن اطلاعاتی ساختار سرمایه را تحت تأثیر قرار میدهد. |
| 22 | لوبو و ژو | 2010 | کیفبت افشاء و مدیریت سود (مدیریت سود فرصت طلبانه، تبادل اطلاعات) | در حالت وجود مدیریت سود فرصت طلبانه بین مدیریت سود و کیفیت افشاء رابطه منفی معنی داری وجود دارد و در حالت وجود مدیریت سود ناشی از تبادل اطلاعات بین کیفیت افشاء و مدیریت سود رابطه مثبت وجود دارد. |
| 23 | باهاتاچاریا و همکاران | 2010 | بررسی رابطه میان کیفیت سود و عدم تقارن اطلاعاتی | کیفیت پایین سود منجر به افزایش عدم تقارن اطلاعاتی در بازارهای مالی می‌گردد. |
| 24 | واسان و بون | 2010 | بررسی رابطه میان اقلام تعهدی و عدم تقارن اطلاعاتی | میان دامنه تفاوت قیمت پیشنهادی خرید و فروش سهام و اقلام تعهدی، رابطه معنی داری مشاهده نشد. |
| 25 | استیفن | 2010 | رابطه بین سود حسابداری و جریان نقدی با بازده سهامداران با شرایط تقارن و عدم تقارن اطلاعاتی | در شرایط عدم تقارن اطلاعاتی سود حسابداری نسبت به جریان نقدی از محتوای اطلاعاتی بیشتری برخوردار است اما با افزایش عدم تقارن اطلاعاتی معیارهای جریان نقدی در توضیح عملکرد بازار سهام مربوط ترند. |
| 26 | کورمیر | 2013 | نحوه مدیریت سود در شرایط عدم تقارن اطلاعاتی در یک محیط بی ثبات | یک محیط پیچیده و پویا رابطه بین اقلام تعهدی اختیاری و عدم تقارن اطلاعاتی را به عنوان نوسانات قیمت سهام و تفاوت قیمت عرضه و تقاضا اندازه گیری می‌شود را ضعیف می‌کند. |
| 27 | نوروش و ابراهیمی کردلر | 1384 | بررسی و تبیین رابطه ترکیب سهامداران با تقارن اطلاعات و سودمندی معیارهای حسابداری عملکرد | شرکت هایی با درجه بالایی از مالکیت سرمایه گذاران نهادی، اطلاعات بیشتری در رابطه با سودهای آتی، نسبت به شرکتهایی با درجه پایینی از مالکیت سرمایه گذاران نهادی گزارش می‌کنند. بنابراین عدم تقارن اطلاعاتی بیشتری در شرکتهای سرمایه پذیر به درجه پایینی از سرمایه گذاران نهادی مشاهده می‌شود. |
| 28 | قائمی و وطن پرست | 1384 | بررسی نقش اطلاعات حسابداری در کاهش عدم تقارن اطلاعاتی | عدم تقارن اطلاعاتی در بورس اورق بهادار تهران وجود داشته و این امر در دوره‌های قبل از اعلان سود به مراتب بیشتر از دوره‌های پس از اعلام سود است. همچنین عدم تقارن اطلاعاتی با حجم معاملات و قیمت سهام مرتبط است**.** |
| 29 | مشایخی و همکاران | 1384 | بررسی نقش اقلام تعهدی در مدیریت سود | در شرکت‌های مورد مطالعه مدیریت سود اعمال شده است. در واقع مدیریت این شرکت ها، به هنگام کاهش وجوه نقد حاصل از عملیات اقدام به افزایش سود از طریق افزایش اقلام تعهدی اختیاری کرده است. |
| 30 | احمد پور و رسائیان | 1385 | بررسی رابطه بین معیارهای ریسک واختلاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش سهام | معیارهای ریسک بازار و ریسک حسابداری، بیش از68درصد تغییرات را در اختلاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش سهام اندازه گیری می‌کنند. |
| 31 | مرادی | 1386 | بررسی رابطه بین اهرم و هموارسازی سود | بین اهرم مالی و هموار سازی سود رابطه معنادار منفی وجود دارد و همچنین در شرکت هایی که جریان‌های نقدی آزاد بالاتری دارند، بین اهرم مالی و هموارسازی سود رابطه معنی دار منفی بیشتری وجود دارد. |
| 32 | خوش طینت و یوسفی اصل | 1386 | رابطه بین تقارن و عدم تقارن اطلاعاتی با محافظه کاری | عدم تقارن اطلاعاتی مابین سرمایه گذاران آگاه و ناآگاه منجر به محافظه کاری می‌شود. |
| 33 | نوروش و حسینی | 1387 | بررسی رابطه بین کیفیت افشاء شرکتی(شامل قابلیت اتکا و به موقع بودن) و مدیریت سود | بین کیفیت افشای شرکتی و رابطه سود رابطه منفی معنادار وجود دارد. همچنین یافته‌های تحقیقی حاکی از وجود رابطه منفی معنادار بین به موقع بودن افشای شرکتی و مدیریت سود می‌باشد. |
| 34 | رضا زاده و آزاد | 1387 | رابطه بین عدم تقارن اطلاعاتی و محافظه کاری در گزارشگری مالی | میان عدم تقارن اطلاعاتی بین سرمایه گذاران و محافظه کاری رابطه مثبت و معنی دار وجود دارد. علاوه بر این تغییر عدم تقارن اطلاعاتی بین سرمایه گذاران موجب تغییر در سطح محافظه کاری می‌شود. |
| 35 | ایزدی نیا و رسائیان | **1388** | بررسی رابطه بین کیفیت سود و اختلاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش | تقریبا 27 درصد تغییرات در اختلاف قیمت پیشنهادی خریدوفروش سهام، توسط تغییر در کیفیت سود توزیع داده می‌شود. |
| 36 | رحیمیان وهمکاران | 1388 | رابطه میان برخی سازوکارهای حاکمیت شرکتی و عدم تقارن اطلاعاتی | میان واحد حسابرسی و نسبت مدیران غیرموظف هیئت مدیره و معیارهای عدم تقارن اطلاعاتی رابطه معنی داری وجود ندارد. اما میان درصد مالکیت سرمایه گذاران نهادی و عدم تقارن اطلاعاتی رابطه منفی معنی دار وجود دارد. |
| 37 | ایزدی نیا و رضایی | 1389 | ارتباط بین هموارسازی سود و نقدشوندگی سهام | می توان با پیاده سازی راهکارهای مناسب در جهت کاهش هموارسازی سودو نقدشوندگی سهام را افزایش داد. |
| 38 | باقری و کردستانی | 1389 | بررسی رابطه بین عدم تقارن اطلاعاتی در جریان‌های نقدی و میزان محافظه کاری در گزارشگری مالی | رابطه مثبتی میان جریان‌های نقدی و اقلام تعهدی و سطح محافظه کاری اعمال شده در صورتهای مالی وجود دارد. |
| 39 | احمدپور کاسگری و عجم | 1389 | بررسی رابطه بین کیفیت اقلام تعهدی و عدم تقارن اطلاعاتی | کیفیت اقلام تعهدی شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، تاثیرمعنی داری بر میزان عدم تقارن اطلاعاتی ندارد. |
| 40 | قائمی و همکاران | 1389 | بررسی تأثیراعلان سودهای فصلی در عدم تقارن اطلاعاتی بازار | پس از اعلان سودهای فصلی، عدم تقارن اطلاعاتی کاهش قابل ملاحظه ای نداشته است. |
| 41 | خدامی پور و قدیری | 1389 | بررسی رابطه میان اقلام تعهدی و عدم تقارن اطلاعاتی | میان اقلام تعهدی غیرعادی و عدم تقارن اطلاعاتی رابطه مثبت و معنی داری وجود دارد.همچنین رابطه مثبت و معنی دار میان عدم تقارن اطلاعاتی و تغییرپذیری بازده سهام وجود دارد. |
| 42 | کرمی و همکاران | 1389 | بررسی تأثیر چرخه عمر شرکت و محافظه کاری بر ارزش شرکت | در مراحل رشد و بلوغ، سرمایه گذاران اهمیت (وزن) بیشتری به خالص دارایی‌های عملیاتی و سود عملیاتی غیرعادی شرکت‌های محافظه کار(نسبت به شرکت هایی که از رویه‌های حسابداری متهورانه استفاده می‌کنند) میدهند و در مرحله‌ی افول عکس این موضوع صادق است. |
| 43 | خدادادی و خان جانی | 1390 | بررسی رابطه مدیریت سود و سودآوری شرکت ها | شرکت‌های که مدیریت سود داشته اند، دارای رشد سود بیشتر و بازده کمتری بوده اند. |
| 44 | خواجوی و همکاران | 1390 | بررسی رابطه بین مدیریت سود و مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت ها | بین مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت و مدیریت سود رابطه منفی وجود دارد و همچنین عملکرد مالی شرکت با مدیریت سود رابطه مثبت داشته ومسئولیت پذیری اجتماعی شرکت در کنار مدیریت سود باعث کاهش اثر معکوس مسئولیت پذیری اجتماعی شرکت بر عملکرد مالی شرکت شده است. |
| 45 | بولو و همکاران | 1391 | بررسی تأثیر جریان نقدی آزاد بر سیاست‌های تقسیم سود طی چرخه عمر شرکت | بین سود تقسیمی و جریان نقد آزاد شرکت‌ها در مرحله رشد و افول رابطه مثبت وجود دارد، در حالی که در مرحله بلوغ بین سود تقسیمی و جریان نقد آزاد رابطه منفی وجود دارد. |
| 46 | مشکی و نوردیده | 1391 | بررسی تاثیر مدیریت سود در پایداری سود | پایداری سود شرکت‌های هموارساز بیش از پایداری سود شرکت‌های غیر از هموار ساز است. از طرفی آزمون‌ها نشان می‌دهد شرکت هایی که اقدام به هموارسازی سود نموده اند، در مقایسه با سایر شرکت ها، سود سهم پایدارتری در آینده اعلام نموده اند. |
| 47 | خدامی پور و همکاران | 1392 | اثر کیفیت افشا بر انواع مدیریت سود | رابطه معنادار و منفی بین سطح کیفی افشا و مدیریت سود اقلام تعهدی و واقعی سود است. |
| 48 | احمدپور و همکاران | 1392 | رابطه بین عدم تقارن اطلاعاتی و مدیریت واقعی سود | بین عدم تقارن اطلاعاتی و هزینه های اختیاری غیرعادی رابطه معناداری مشاهده نشده است. |

**2-3-22) خلاصه فصل**

در فصل حاضر، ابتدا به بیان مبانی نظری و پیشینه پژوهش پرداخته شد، سپس نظریه ها، تعاریف و انواع مدیریت سود ، سپس انگیزه و ابزارهای مدیریت سود و در آخر قسمت اول فصل دوم روشهای مختلف کشف مدیریت سود بر مبنای اقلام تعهدی بیان گردید.

در قسمت دوم فصل حاضر، شکل گیری عدم تقارن اطلاعات، اقسام آن و علل وقوع پدیده عدم تقارن اطلاعاتی و بلاخره اختلاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش ومبانی نظری آن بیان شد.

در قسمت سوم این فصل تعریف چرخه عمر شرکت و نحوه تفکیک شرکتها به مراحل چرخه عمر و شرح مختصر در مورد هر کدام از آنها انجام شد، بعد از آن ارتباط بین مدیریت سود و عدم تقارن اطلاعات در چرخه عمر شرکت گفته شد و در پایان خلاصه ای از پژوهش های انجام شده در ارتباط با موضوع پژوهش بیان گردید.

**منابع فارسی :**

1. آقایی، محمدعلی و کوچکی، حسن، (1375- 1374)، «گمان هایی پیرامون نمایش سود»، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، سال چهارم، شماره‌ی 14 و 15، ص 49 -33.

2. ابراهیمی کردلر، علی و حسنی آذر، الهام، 1385، «بررسی‌های مدیریت سود در زمان عرضه عمومی اولیه سهام به عموم در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران»، بررسی‌های حسابداری وحسابرسی، شماره45، ص 3 تا 23.

3. احمد پور کاسگری، احمد و عجم، مریم (1389). « بررسی رابطه بین کیفیت اقلام تعهدی و عدم تقارن اطلاعاتی در بورس اوراق بهادار تهران »، فصلنامه بورس اوراق بهادار، شماره 11، سال سوم، ص ص 124 -107.

4. احمدپور، احمد ، عدیلی، مجتبی و ابراهیمیان، سید جواد(1392) . «بررسي رابطه ميان عدم تقارن اطلاعاتي و مديريت واقعي سود در بورس اوراق بهادار تهران »، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، شماره 18، ص 12 – 1.

5. احمدپور، احمد و رسائیان امیر(1385). «رابطه بین معیارهای ریسک و اختلاف قیمت پیشنهادی خرید و فروش سهام در بورس اوراق بهادار تهران»، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، شماره42، ص60- 37.

6. استا، سهراب و قیطاسی، روح الله، 1390، « اثر چرخه عمر واحد تجاری بر اقلام تعهدی اختیاری»، مجله پژوهش‌های حسابداری مالی سال 4، شماره پیاپی(11)، ص 89-104 .

7. ایزدی نیا، ناصر، 1376-1377 «تأثیر تدابیر افشای مالی بر قیمت سهام»، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، سال ششم، شماره 22-23، ص 112 – 121.

8.. باقری، حسن و کردستانی، غلامرضا (1389).«بررسی رابطه بین عدم تقارن در جریان‌های نقدی و میزان محافظه کاری در گزارش گری مالی»، پایان نامه کارشناسی ارشد حسابداری، مرکز آآاااااااااآلتهاتیرتاهنلق

آموزش عالی رجاء.

9. بولو، قاسم، پارسیان، حسین و نعمتی، رضا، 1391، «تأثیر جریان‌های نقدی آزاد بر سیاست‌های تقسیم سود طی عمر شرکت ها»، پژوهش‌های کاربردی در گزارشگری مالی، سال اول، شماره1، ص 51-74.

10. بهار مقدم، مهدی، 1385 «محرکهای موثر بر مدیریت سود » رساله دکتری رشته حسابداری، دانشگاه علامه طباطبایی.

11. بهار مقدم، مهدی و کوهی، علی، 1389، «بررسی نوع مدیریت سود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران»، مجله دانش حسابداری، سال اول، شماره2، ص 75- 93 .

12. خدامی پور، احمد و قدیری، محمد (1389). «بررسی رابطه میان اقلام تعهدی و عدم تقارن اطلاعاتی در بورس اوراق بهادار تهران »، مجله پیشرفت‌های حسابداری دانشگاه شیراز، دوره دوم، شماره دوم، ص ص 29- 1.

13. پور حیدری، امید و افلاطونی، عباس، 1385، « بررسی‌های انگیزه‌های هموارسازی سود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران»، بررسی‌های حسابداری وحسابرسی، شماره44، ص 55 تا 70.

14. پورحیدری، امید و همتی، داوود، 1383، «بررسی اثر قرارهای بدهی، هزینه‌های سیاسی، طرح‌های پاداش و مالکیت بر مدیریت سود شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران»، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، سال 11، شماره 36، ص 47-63 .

15. ثقفی، علی و پوریانسب، امیر، 1385، «نظریه مدیریت سود» دانشگاه علامه طباطبایی.

16. حجازی، رضوان، مقصودی، محمد، شیخی، هادی، 1390، تاثیر عدم اطمینان‌های محیطی بر اجزای سود شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پژوهش‌های تجربی حسابداری، سال اول، شماره2، ص27-48.

17. خاکی، غلامرضا، (1387)، "تحقیق با رویکرد پایان نامه نویسی"، تهران وزارت آموزش عالی، مرکز تحقیقات علمی کشور.

18. خدامی پور، احمد، خورشیدی، علیرضا و شیرزاد، خوش طینت، محسن یوسفی اصل، پریسا(1386). «رابطه بین تقارن و عدم تقارن اطلاعاتی با محافظه کاری»، فصلنامه مطالعات حسابداری، شماره 20، ص 60- 37.

19. خوش طینت، محسن و خانی، عبدالله، 1382، «مدیریت سود و پاداش مدیران؛ مطالعه ای جهت شفاف سازی اطلاعات مالی»، مطالعات حسابداری، شماره 3، ص 127 – 153 .

20. خوبانی، محمد علی و کاظمی، حسین (1389). «بررسی رابطه بین کیفیت سود با عدم تقارن اطلاعاتی» ، پایان نامه کارشناسی ارشد حسابداری، مرکز آموزش عالی رجاء.

21. شباهنگ، رضا، 1387، «تئوری حسابداری جلد اول، تهران، انتشارات مرکز تحقیقات تخصصی حسابداری و حسابرسی سازمان حسابرسی.

22. دستگیر، محسن، خدادای، ولی، 1386، آزمون ساختار اطلاعات خطی در مدل اولسون، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، سال چهاردهم، شماره48، ص43-62.

23. رحیمیان، نظام الدین، صالح نژاد، حسن و سالکی، علی (1388). «رابطه میان برخی ساز و کارهای حاکمیتی شرکتی و عدم تقارن اطلاعاتی در شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران»، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، دوره16، شماره 58، ص ص 86- 71.

24. رضازاده، جواد و آزاد، عبدالله (1387). «رابطه بین عدم تقارن اطلاعاتی و محافظه کاری در گزارشگری مالی»، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، دوره15، شماره54، ص ص 80- 63.

25. رحمانی، علی و قیطاسی، روح اله(1390). "بررسی سودآوری و بازده با توجه به چرخه عمر و اندازه شرکت". مجله تحقیقات مالی، شماره9، ص 115-104.

26. فضل جو، پرویز، (1387 – 1388)، «بررسی‌های رابطه بین جریانات نقد آزاد (CFC) و مدیریت سود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران»، پایانامه کارشناسی ارشد حسابداری، دانشگاه آزاد اسلامی واحد علوم تحقیقات تهران.

27. قائمی، محمد حسین، وطن پرست، محمدرضا (1384). «بررسی نقش اطلاعات حسابداری در کاهش عدم تقارن اطلاعاتی در بورس اوراق بهادار تهران»، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، سال دوازدهم، شماره41، ص ص 103-85 .

28. قائمی، محمد حسین، نوذری، روح الله، رحیم پور، محمد و روحی، بهزاد (1389). «اعلان سودهای فصلی و عدم تقارن اطلاعاتی»، مجله پیشرفت‌های حسابداری دانشگاه شیراز، دوره دوم، شماره دوم، ص ص 50-31.

29. کردستانی، غلامرضا و امیر بیگی لنگرودی، حبیب (1386). «محافظه کاری در گزارشگری مالی، بررسی رابطه عدم تقارن زمانی سود وMTB به عنوان معیار اندازه گیری محافظه کاری»، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، سال پانزدهم، ص ص 106- 89 .

30. کرمی، غلامرضا، عمرانی، حامد، 1389، تأثیر چرخه عمر شرکت و محافظه کاری بر ارزش شرکت، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، دوره17، شماره59، ص79-96.

31. کرمی، غلامرضا و عمرانی، حامد، 1389، « تأثیر چرخه عمر شرکت بر میزان مربوط بودن معیارهای ریسک و عملکرد»، مجله پژوهش‌های حسابداری مالی سال دوم، شماره سوم، شماره پیاپی (5)، ص 49 -64 .

32. گرجی زاده، داوود، 1389، بررسی رابطه بین ریسک سیستماتیک و رشد سود شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، پژوهشگر(مدیریت)، شماره7، ص30-41.

33. مشکی، مهدی و نوردیده، لطیف، 1391، «بررسی تأثیر مدیریت سود در پایداری سود شرکتهای پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران»، مجله پژوهش‌های حسابداری مالی، سال4، شماره 1، شماره پیاپی(11)، ص 105 – 118 .

34. مشایخی، بیتا، مهرانی، ساسان، مهرانی، کاوه وکرمی، غلامرضا، 1384، «نقش اقلام تعهدی را در مدیریت سوددر شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران»، بررسی‌های حسابداری وحسابرسی، شماره 42، ص 61 تا 74.

35. مرادی، مهدی، 1386، « به بررسی رابطه بین اهرم مالی و هموارسازی سود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران»، تحقیقات مالی، شماره 24، ص 99 تا 114.

36. مشایخی، بیتا و صفری، مریم، 1385، «وجه نقد ناشی از عملیات و مدیریت سود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران»، بررسی‌های حسابداری وحسابرسی، شماره44، ص 35 تا 54.

37. مهرانی، ساسان، مرادی، محمد و اسکندر، هدی، 1389، «رابطه نوع مالکیت نهادی و حسابداری محافظه کارانه»، مجله پژوهش‌های حسابداری مالی، شماره پیایی(3)، ص 47 تا 62.

38. ناظمی، مهدی، 1389، «مدیریت سود مبتنی بر ارقام حسابداری در مقابل مدیریت واقعی سود»، مجله حسابدار رسمی، شماره 8 ویژه نوروز، ص 112 -119.

39. نوروش، ایرج و ابراهیمی کردلر، علی (1384). «بررسی و تبیین رابطه ترکیب سهامداران با تقارن اطلاعات و سودمندی معیارهای حسابداری عملکرد»، بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، شماره 42 ص ص 124- 97.

40. نوروش، ایرج، سپاسی، سحر، نیک بخت، محمدرضا، 1384، بررسی مدیریت سود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، مجله علوم اجتماعی وانسانی دانشگاه شیراز، دوره بیست ودوم، شماره دوم، پیاپی43، ص165-177.

41. نوروش، ایرج و ع، حسینی، 1387، «بررسی رابطه بین کیفیت افشا و مدیریت سود»، فصلنامه بررسی‌های حسابداری و حسابرسی، شماره 16، ص 117 – 134.

42. وکیلی فرد، حمیدرضا و جبارزاده کنگرلویی، سعید و پوررضا سلطان احمدی، اکبر، 1388، «بررسی ویژگی‌های تقلب در صورت‌های مالی»، حسابدار، شماره 210، ص21- 36 .

43. یعقوب نژاد، احمد، بنی مهد، بهمن، شکری، اعظم، 1391، ارائه الگو برای اندازه گیری مدیریت سود در شرکت‌های پذیرفته شده در بورس اوراق بهادار تهران، فصلنامه علمی پژوهشی حسابداری مدیریت، سال پنجم، شماره دوازدهم، ص1-16.

**منابع خارجی:**

1. Ajinya, B., Bhojraj, S., Sengupta. p., 2005, The governance role of institutional investors and outside directors on the properties of management earning forecasts, Journal of Accounting research,43(3),PP: 343-376.

2. Ball, R., Shivakumar, L(2005). ''The Role of Accruales Asymmetically Timely Gein and Loss Recognition'' . Online , http:// [www.ssrn.com](http://www.ssrn.com).

3. Brown. S, Hillegeist . S. A ., Kin Lo,(2008) . The Effect of Earnings Surprises on Information Asymmetry Journal of Accounting and Economics.

4. Bachtiar, Y. S (2008) . Accrual and Information Asymmetry . Paper Presented at the Ninth International Business Conference, Held at Dubai , United Arab Emirates, 2008 . From WBI .

5. Bhattacharya, N., Desai , H. and Venkataraman, K.,(2010). Earnings Quality and Informiton Asymmetry : Evidence from Trading Costs. Under review in second at Contemporary Accounting Review.

6. Cormier,D., Houle,S., Ledoux,M.J.,2013, Journal of International Accounting, Auditing and Taxation 22 ,PP:26– 38.

7. Chi, W and Wang, C (2008). '' Information Asymmetry and Accounting Conservatism: Evidence from Taiwan'' , Online, http:// [www.ssrn.com](http://www.ssrn.com).

8. Chung, H., Her-Jiun, S., & Juo-Lien, W .(2009). ''Do firms Earnings Management Practices affect their Equity Liquidity? '' Financial Research Letters, 6 , 152-158.

9. Das, S., Pandit. SH.(2010), Audit Quality , Life-Cycle Stage and the Investment Efficiency of the Firm, [www.ssrn.com](http://www.ssrn.com)

and Harris, L. (1988),L. Estiimating the Components of Bid-Ask Spread. 10. Glosten

Journal of Financial Economics,123-42.

11. Healy, P.M., and Wahlen ,.J.M. (1999).''A Review of the Earning Management Literature and ite Implication for Standers Setting'' . Journal of Accounting Horizones, Volume 13, Issue4, pp:365-373

12. Jacobson, R. and Aker, D (1993) . ''Myopic Management Behavior With Efficierd But Imperfect Financial Market: A Comparison of Information Asymmetries in the U . S and Japan'' Accounting & Economics, 16 , 383-405 .

13. Jiang, L and Kim, J (2000). ''Cross-corporate Ownership, Information Asymmetry and the Usefulness of Accounting Performance Measures in Japan'' , The International Journal of Accounting,35, 85-98.

14. Java , H(2009). ''Asymmetry in Cash Flows and Accounting Conservatism" , Online,

http:// [www.ssrn.com](http://www.ssrn.com)

15. Kim, O. ,Verrecchia, A(1994). ''Market liguidity and Volume around earning announcement'', Journal Of Accounting and Economics, 17(2) , 41-67.

16. Odabashian, K. ,2005, The effect of the leverage on opportunistic behavior and earnings management Dissertation for the Degree of Doctor of Philosophy , University of Connecticut.

17. Libby, T. , Mathew , R., Robb, S.(2002). '' Earning announcement asymmetry: An intra-data analysis'' , Contemporary accounting research, 449-472.

18. Lakhal, F.(2008) .'' Stock Market Liquidity and Information Asymmetry around Voluntary Earnings Disclosures '' . International Journal of Managerial Finance, 4 , 60-75 .

19. Moerman, Regina Wittenberg (2006) . ''The Role of Information Asymmetry and Financial Reporting quality in Debt Trading, Published Working Paper . The Wharton School, University of Pennsylvania.

20. Roychowdhury, S. ,2006, Earnings management through real activities manipulation, Journal of Accounting and Economics, 42(3), PP:335-37

Finance and uantitiveQ Information Asymmetry and Earning Management".Review of " (2000) ..J.V,rdsonRicha21.

15, Pp. 325 - 247. . Vol .ountingAcc

22. Verrecchia, R.E., 2001,Essays on Disclusure, available at:http://www. ssrn. Com.

23. Venkatesh, P .and Chiang (1986). Information Asymmetry and the Dealer Bid-Ask Spread: A Case Study of Earning and Dividends Announcements. Journal of Finance, 1089-1102.

24. Verrecchia ,Robert, E.(2001) . ''Essays on Disclosure'' , available at: <http://www.ssrn.com>.

25. Wang Jo-Yu, Chiang, Min-Hsien (2006) . ''Information Asymmetry and Investore Behavior around Earnings Announcements. Published Working Paper . Institute of International Business national Cheng Kung University .Taiwan.

26. Wasan, S. and Boons, P. (2010). Do Accruals Exacerbate Informiton Asymmetry in the Market? Advances in Accounting , 26 (1): 66-78.

27. Wang JO-Yu, Chiang, Min-Hsien(2006)."Information Asymmetry and Investores Behavior around Earning Announcements. Published Working Paper. Institute of International Business National Cheng Kung University. Taiwan .

28. William R . Scott (2003), FINANCIAL ACCOUNTING THEORY, A.Parsayan(ph.d) , 117 -188

1. . Berton and Estoly [↑](#footnote-ref-1)
2. . Enron [↑](#footnote-ref-2)
3. . World com [↑](#footnote-ref-3)
4. . Global Crossing [↑](#footnote-ref-4)
5. . Tyco [↑](#footnote-ref-5)
6. . San Beam [↑](#footnote-ref-6)
7. . SY BaSe [↑](#footnote-ref-7)
8. . Ronen.Yaari ,(2008) [↑](#footnote-ref-8)
9. . Schpper.K.(1989) [↑](#footnote-ref-9)
10. . Burgstahler , Dichev.(1997) [↑](#footnote-ref-10)
11. . Koonce,mercer ,(2005) [↑](#footnote-ref-11)
12. . Zarvin [↑](#footnote-ref-12)
13. . Jordan, Clark ,(2004) [↑](#footnote-ref-13)
14. . Rajgopal, Simpson.(2007) [↑](#footnote-ref-14)
15. . Schpper.K [↑](#footnote-ref-15)
16. . Healy,P.m and Walen .J.m [↑](#footnote-ref-16)
17. . CHih –Fong Tsai,Yen-Jium chiou [↑](#footnote-ref-17)
18. . Fern et al. [↑](#footnote-ref-18)
19. . Degeorge [↑](#footnote-ref-19)
20. . Wild(2001) [↑](#footnote-ref-20)
21. . Ghung et al.(2009) [↑](#footnote-ref-21)
22. . Giroax(2004) [↑](#footnote-ref-22)
23. . Conservative Acconting [↑](#footnote-ref-23)
24. . Earnings smoothing [↑](#footnote-ref-24)
25. . Aggressive Accounting [↑](#footnote-ref-25)
26. . Fraud Accounting [↑](#footnote-ref-26)
27. . Real Smoothing [↑](#footnote-ref-27)
28. . Artificial Smoothing [↑](#footnote-ref-28)
29. . Hackenbrack and Nelson, (1996) [↑](#footnote-ref-29)
30. . George latridis. George Kadorinis ,2009 [↑](#footnote-ref-30)
31. . Information Asymmetry [↑](#footnote-ref-31)
32. . PAT [↑](#footnote-ref-32)
33. . Debt Contracting [↑](#footnote-ref-33)
34. . william R.scott, (2003) [↑](#footnote-ref-34)
35. .Defond and park [↑](#footnote-ref-35)
36. . Dentho [↑](#footnote-ref-36)
37. . Clarkson [↑](#footnote-ref-37)
38. .Richardson [↑](#footnote-ref-38)
39. . Sefcik [↑](#footnote-ref-39)
40. . Kin Lo [↑](#footnote-ref-40)
41. . Guan , L. [↑](#footnote-ref-41)
42. . Beneish [↑](#footnote-ref-42)
43. . Darough , M.et. l [↑](#footnote-ref-43)
44. . Jensen M.C [↑](#footnote-ref-44)
45. . Kellog,I. and L.B. Kellog (1991). [↑](#footnote-ref-45)
46. . Traeman, et al. (1988). [↑](#footnote-ref-46)
47. . Im hoff [↑](#footnote-ref-47)
48. . Beidl man [↑](#footnote-ref-48)
49. . Mch Hug [↑](#footnote-ref-49)
50. . Bernestain [↑](#footnote-ref-50)
51. . SHyam sander,( 1997) [↑](#footnote-ref-51)
52. . Ronen and Sadan [↑](#footnote-ref-52)
53. . Opportunistic [↑](#footnote-ref-53)
54. . Information communication [↑](#footnote-ref-54)
55. . Lobo and Zhou [↑](#footnote-ref-55)
56. . Glosten, L. and P. Milgrom (1985) [↑](#footnote-ref-56)
57. . Truman B,Titman S. [↑](#footnote-ref-57)
58. . Healy, P.M [↑](#footnote-ref-58)
59. . DeAngelo [↑](#footnote-ref-59)
60. . Jones [↑](#footnote-ref-60)
61. . Non- Discretionary Accruals [↑](#footnote-ref-61)
62. .Discretionary Accruals [↑](#footnote-ref-62)
63. 1 . Jianxin(Daniel) Chi,Manu Gupta [↑](#footnote-ref-63)
64. 2. Dechow ,P. et al [↑](#footnote-ref-64)
65. . George Akrelof [↑](#footnote-ref-65)
66. . Micheal Spence [↑](#footnote-ref-66)
67. . Joseph Stilitz [↑](#footnote-ref-67)
68. . Timur Kuran [↑](#footnote-ref-68)
69. . Equaizling Information [↑](#footnote-ref-69)
70. . Screening [↑](#footnote-ref-70)
71. . Signaling [↑](#footnote-ref-71)
72. . Dembe [↑](#footnote-ref-72)
73. . Boden [↑](#footnote-ref-73)
74. . Peltzman [↑](#footnote-ref-74)
75. . Homstrom [↑](#footnote-ref-75)
76. . Pauly [↑](#footnote-ref-76)
77. . Technical Analysis [↑](#footnote-ref-77)
78. . Fundamental Analysis [↑](#footnote-ref-78)
79. . Noise Traders [↑](#footnote-ref-79)
80. . Liquidity Traders [↑](#footnote-ref-80)
81. . Maize & Majouf [↑](#footnote-ref-81)
82. . Opler & et al [↑](#footnote-ref-82)
83. . Aitken & Frino [↑](#footnote-ref-83)
84. . Stoll [↑](#footnote-ref-84)
85. . George, Kaul & Nimalendran [↑](#footnote-ref-85)
86. . Order - processing cost [↑](#footnote-ref-86)
87. . Inventory - holding cost [↑](#footnote-ref-87)
88. . Information asymmetry [↑](#footnote-ref-88)
89. . Dye .R [↑](#footnote-ref-89)
90. . Richardson V. [↑](#footnote-ref-90)
91. . Imhoff E. Jr, Thomas J. [↑](#footnote-ref-91)
92. . Venkatesh & Chiang [↑](#footnote-ref-92)
93. . Glosten & Harris [↑](#footnote-ref-93)
94. . Jacobson & Aker [↑](#footnote-ref-94)
95. . Kim & Verrecchia [↑](#footnote-ref-95)
96. . Jiang & kim [↑](#footnote-ref-96)
97. . Verecchia losten & Harris [↑](#footnote-ref-97)
98. . Libby & et al [↑](#footnote-ref-98)
99. . Ajinya & et al [↑](#footnote-ref-99)
100. . Ball & shivakumar [↑](#footnote-ref-100)
101. . Staraser [↑](#footnote-ref-101)
102. . wang & Chiang [↑](#footnote-ref-102)
103. *Moerman* [↑](#footnote-ref-103)
104. . Kanagaretnam & et al [↑](#footnote-ref-104)
105. . Bachtiar [↑](#footnote-ref-105)
106. .. Lekhal [↑](#footnote-ref-106)
107. . Chi & Wang [↑](#footnote-ref-107)
108. . Francis & et al [↑](#footnote-ref-108)
109. . Chung & et al [↑](#footnote-ref-109)
110. . Java [↑](#footnote-ref-110)
111. . Bharath et al [↑](#footnote-ref-111)
112. . Lobo & Zhou [↑](#footnote-ref-112)
113. . Bhattacharya & et al [↑](#footnote-ref-113)
114. . Wasan & Boone [↑](#footnote-ref-114)
115. . Steffen [↑](#footnote-ref-115)
116. . Das & Pandit [↑](#footnote-ref-116)
117. . Cormier,D. [↑](#footnote-ref-117)